



Judul Tugas Akhir Skripsi :

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @ACTFORHUMANITY  
TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI PADA MASA PANDEMI  
COVID-19 (Survei Pada *Followers* Akun Instagram @actforhumanity)**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Ruth Endhita Malodo

NIM : 1810411076



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA**

# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Ruth Endhita Malodo  
NIM : 1810411076  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 9 April 2022

Yang menyatakan,



Ruth Endhita Malodo

# **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ruth Endhita Malodo

NIM : 1810411076

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @ACTFORHUMANITY TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Survei Pada *Followers* Akun Instagram @actforhumanity)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 April 2022

Yang menyatakan,



Ruth Endhita Malodo

# PENGESAHAN SKRIPSI

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Ruth Endhita Malodo

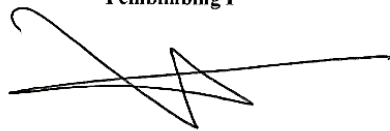
N I M : 1810411076

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @ACTFORHUMANITY TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI PADA MASA PANDEMI COVID-19 (SURVEI PADA *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @ACTFORHUMANITY)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

**Pembimbing I**



Dr. Dra. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si

**Penguji I**



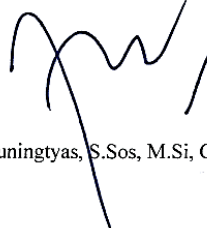
Drs. Aan Setiadarma, M.Si

**Penguji II**



Puri Bestari Mardani, M.Si., M.Hum

**KETUA PROGRAM STUDI**



Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si, C.NSP

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal Ujian: 14 Juni 2022

# **Pengaruh Konten Instagram @actforhumanity Terhadap Keputusan Berdonasi Pada Masa Pandemi Covid-19**

**Ruth Endhita Malodo**

## **ABSTRAK**

Pada masa pandemi Covid-19, ajakan berdonasi, penggalangan dana dan aksi sosial ramai digaungkan melalui media sosial. Namun juga banyak ditemukan penggalangan donasi online palsu yang pada akhirnya membuat masyarakat semakin sulit menaruh kepercayaannya pada penggalangan donasi online dan tidak dapat dipungkiri juga berpengaruh pada keputusan berdonasi masyarakat. Di tengah maraknya penggalangan donasi online palsu, Aksi Cepat Tanggap (ACT) melalui berbagai konten penggalangan donasi onlinenya justru tetap berhasil menarik simpati dan empati para donaturnya. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh konten instagram @actforhumanity terhadap keputusan berdonasi pada masa pandemi Covid-19. Penelitian kuantitatif ini menggunakan *Social Judgement Theory* (Teori Pertimbangan Sosial) dengan teknik pengambilan sampel yaitu teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian ini adalah *followers* akun instagram @actforhumanity yang pernah melakukan donasi di Aksi Cepat Tanggap (ACT) pada masa pandemi Covid-19. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Dalam analisis data, peneliti menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear sederhana, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan menggunakan uji t. Mudah dipahami dan kredibilitas konten menjadi indikator yang paling berpengaruh terhadap keputusan berdonasi pada masa pandemi Covid-19. Berdasarkan uji t diperoleh hasil t hitung  $10.917 > 1.660$  t tabel. Hasil tersebut menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa konten instagram @actforhumanity memberikan pengaruh sebesar 54,9% terhadap keputusan berdonasi.

Kata kunci: Konten instagram, Aksi Cepat Tanggap, Keputusan Berdonasi, *Social Judgement Theory*

*The Influence of @actforhumanity Instagram Content on Decisions to Donate  
During the Covid-19 Pandemic*

**Ruth Endhita Malodo**

**ABSTRACT**

*During the Covid-19 pandemic, invitations to donate, fundraising and social actions were widely echoed through social media. However, there are also many counterfeit online donation-raising activities which in the end make it increasingly difficult for people to put their trust in online donation-raising and it cannot be denied that it also affects people's decision to donate. In the midst of the rise of fake online donations, Aksi Cepat Tanggap (ACT) through its various online donation-raising content, nevertheless managed to attract sympathy and empathy from its donors. Therefore, this study aims to determine the magnitude of the influence of @actforhumanity's Instagram content on the decision to donate during the Covid-19 pandemic. This quantitative study uses Social Judgment Theory with the sampling technique of purposive sampling. The sample of this research is followers of the Instagram account @actforhumanity who have made donations to Aksi Cepat Tanggap (ACT) during the Covid-19 pandemic. In collecting data, this study used a questionnaire distributed to 100 respondents. In data analysis, the researcher used validity test, reliability test, simple linear regression test, coefficient of determination and hypothesis test using t test. It is easy to understand and the credibility of the content is the most influential indicator of the decision to donate during the Covid-19 pandemic. Based on the t-test, the t-count results were  $10,917 > 1,660$  t table. These results show that  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. The results of the coefficient of determination test show that @actforhumanity's Instagram content has an influence of 54.9% on the decision to donate.*

*Keywords: Instagram content, Aksi Cepat Tanggap, Donation Decision, Social Judgment Theory*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak Oktober 2021 ini adalah **Pengaruh Konten Instagram @actforhumanity Terhadap Keputusan Berdonasi Pada Masa Pandemi Covid-19**. Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan, bimbingan serta dukungan dari banyak pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. R. Dudy Heryadi, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si, C.NSP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Dr. Dra. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah membimbing peneliti sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
4. Puri Bestari Mardani, M.Si., M.Hum, selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah membimbing peneliti sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga peneliti khususnya orang tua dan adik peneliti, atas doa, cinta, dan dukungan yang selalu diberikan kepada peneliti hingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Sahabat-sahabat peneliti yaitu Veronica, Sherina, Monica, Qusnul, Herawati dan lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan semangat selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Jakarta, 9 April 2022



Ruth Endhita Malodo

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR BAGAN .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I .....	1
I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	6
I.3 Tujuan Penelitian .....	7
I.4 Manfaat Penelitian .....	7
I.5 Sistematika Penulisan .....	7
BAB II .....	9
II.1 Konsep dan Teori Penelitian .....	9
II.1.1 Komunikasi Persuasif .....	9
II.1.2 Media Baru .....	10
II.1.3 Media Sosial .....	10
II.1.4 Konten Instagram .....	11
II.1.5 Keputusan Berdonasi .....	12
II.1.6 Pandemi Covid-19 .....	12
II.1.7 <i>Social Judgement Theory</i> (Teori Pertimbangan Sosial) .....	13
II.2 Kerangka Pemikiran .....	15
II.3 Hipotesis .....	16
BAB III .....	17
III.1 Objek Penelitian .....	17
III.1.1 Profil Instagram @actforhumanity .....	17
III.1.2 Populasi .....	20



III.1.3 Sampel .....	21
III.2 Jenis Penelitian .....	22
III.3 Teknik Pengumpulan Data .....	22
III.4 Sumber Data .....	23
III.4.1 Data Primer .....	23
III.4.2 Data Sekunder .....	24
III.5 Teknik Analisis Data .....	24
III.5.1 Uji Validitas .....	24
III.5.2 Uji Reliabilitas .....	26
III.5.3 Uji Regresi Linear Sederhana .....	29
III.5.4 Koefisien Determinasi .....	29
III.5.5 Uji Hipotesis .....	30
III.6 Waktu dan Tempat Penelitian .....	30
BAB IV .....	32
IV.1 Hasil Penelitian .....	32
IV.1.1 Karakteristik Responden.....	33
IV.1.2 Analisis Data Variabel X.....	36
IV.1.3 Analisis Data Variabel Y.....	46
IV.2 Uji Regresi Linear Sederhana .....	55
IV.3 Koefisien Determinasi.....	56
IV.4 Uji Hipotesis.....	57
IV.5 Pembahasan.....	58
BAB V.....	66
V.1 Kesimpulan.....	66
V.2 Saran .....	67
DAFTAR PUSTAKA .....	68
LAMPIRAN.....	71

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skala Likert.....	23
Tabel 2 Uji Validitas Variabel X (Konten Instagram).....	25
Tabel 3 Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Berdonasi).....	26
Tabel 4 Tabel Tingkat Reliabilitas Nilai Alpha Cronbach.....	27
Tabel 5 Uji Reliabilitas Variabel X (Konten Instagram).....	28
Tabel 6 Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Berdonasi).....	28
Tabel 7 Waktu dan Tahapan Penelitian.....	31
Tabel 8 Pertanyaan 1.....	32
Tabel 9 Jenis Kelamin Responden.....	33
Tabel 10 Usia Responden.....	33
Tabel 11 Pekerjaan Responden.....	35
Tabel 12 Domisili Responden.....	35
Tabel 13 Pernyataan 1.....	36
Tabel 14 Pernyataan 2.....	37
Tabel 15 Pernyataan 3.....	37
Tabel 16 Pernyataan 4.....	38
Tabel 17 Pernyataan 5.....	38
Tabel 18 Pernyataan 6.....	39
Tabel 19 Pernyataan 7.....	40
Tabel 20 Pernyataan 8.....	40
Tabel 21 Pernyataan 9.....	41
Tabel 22 Pernyataan 10.....	41
Tabel 23 Pernyataan 11.....	42
Tabel 24 Pernyataan 12.....	42
Tabel 25 Pernyataan 13.....	43
Tabel 26 Pernyataan 14.....	44
Tabel 27 Pernyataan 15.....	44
Tabel 28 Kategorisasi Konten Instagram @actforhumanity (X).....	46
Tabel 29 Pernyataan 16.....	47
Tabel 30 Pernyataan 17.....	47
Tabel 31 Pernyataan 18.....	48
Tabel 32 Pernyataan 19.....	48
Tabel 33 Pernyataan 20.....	49
Tabel 34 Pernyataan 21.....	50
Tabel 35 Pernyataan 22.....	50
Tabel 36 Pernyataan 23.....	51
Tabel 37 Pernyataan 24.....	51
Tabel 38 Pernyataan 25.....	52
Tabel 39 Pernyataan 26.....	53
Tabel 40 Kategorisasi Keputusan Berdonasi (Y).....	54
Tabel 41 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	55
Tabel 42 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 43 Hasil Uji T.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Daftar 10 Negara Paling Dermawan di Dunia (2020).....	1
Gambar 2 Konten Instagram @actforhumanity .....	3
Gambar 3 Profil Instagram @actforhumanity.....	17
Gambar 4 Konten Penggalangan Donasi .....	18
Gambar 5 Konten Renungan motivasi untuk Berdonasi.....	19
Gambar 6 Konten Aksi Nyata dari Hasil Penggalangan Donasi.....	20

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Skema Social Judgement Theory .....	14
Bagan 2 Kerangka Berfikir .....	15

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup.....	71
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	73
Lampiran 3 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi .....	74
Lampiran 4 Pernyataan Penelitian .....	75
Lampiran 5 Kuesioner Penelitian (Google Form).....	81
Lampiran 6 Tabel Data Hasil Kuesioner Variabel X.....	85
Lampiran 7 Tabel Data Hasil Kuesioner Variabel Y .....	89
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	93
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	95
Lampiran 10 Sertifikat Toefl.....	96
Lampiran 11 Hasil Uji Plagiarisme.....	97