

Hubungan antara Penggunaan Computer Mediated Communication (CMC) dengan Kepuasan Hubungan pada Individu Dewasa Muda yang Menjalani Hubungan Romantis Jarak Jauh = The Relationship between The Use of Computer Mediated Communication (CMC) and Relationship Satisfaction in Young Adults Who Establish Long Distance Romantic Relationship

Justine Kirana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20506336&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk melihat faktor-faktor berdasarkan teori signaling dalam pengaruhnya terhadap kesuksesan proyek reward-based crowdfunding yang ada di ASEAN Member States (AMS) dalam periode Januari 2018 hingga Februari 2020 dengan menggunakan 489 sampel proyek reward-based crowdfunding yang menempati 5 industri teratas pada platform Kickstarter. Peneliti menggunakan estimasi regresi logistik di mana proksi-proksi yang diuji terbukti memiliki pengaruh signifikan atas kesuksesan kampanye crowdfunding. Terdapat 8 variabel faktor signaling yang digunakan yaitu jumlah target pendanaan, durasi kampanye, jumlah dukungan yang diberikan, jumlah video, jumlah kata deskripsi, kehadiran situs web eksternal, entri FAQ, jumlah pembaruan, dan presentasi pada indeks popularitas yang digunakan untuk melihat pengaruhnya terhadap kesuksesan kampanye crowdfunding.

<hr>

<i>ABSTRACT</i>

This study aims to determine factors based on signaling theory on the success of reward-based crowdfunding projects in the ASEAN Member States (AMS) using 489 project samples that occupy the top 5 industries on the Kickstarter platform for the period of January 2018 to February 2020. The researcher uses binary logistic regression estimation where the proxies tested are found to have significant influence on the success of the crowdfunding campaign. This study uses 8 signaling factor variables, which are funding goal, campaign duration, number of project backings, number of videos, number of description words, presence of external website, FAQ entries, number of updates, and presentation on the popularity index to determine their influence on the success of crowdfunding campaign.</i>