

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	5
1. Kegunaan Secara Akademis	5
2. Kegunaan Secara Praktis.....	6
E. Tinjauan Pustaka	6
1. Landasan Teoritis	6
2. Kerangka Konseptual	9
F. Langkah-Langkah Penelitian	12
1. Lokasi Penelitian.....	12
2. Paradigma dan Pendekatan	13
3. Metode Penelitian.....	14
4. Jenis Data dan Sumber Data	14
5. Penentuan Informan dan Unit Penelitian	15
6. Teknik Pengumpulan Data	16
7. Teknik Keabsahan Data.....	17
8. Teknik Analisis Data	18
BAB II	20

A. Kajian Penelitian Terdahulu	20
B. Kajian Konseptual	23
1. <i>Product-oriented campaign</i>	23
2. Filantropi Islam	35
3. Media Sosial	41
C. Kajian Teoritis	48
1. <i>Hierrarchy of Effect Theory</i>	48
2. <i>Brand awareness Theory</i>	55
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Gambaran Umum Akun Instagram @baznasindonesia	61
1. Profil akun Instagram @baznasindonesia	61
2. Pengelola akun Instagram BAZNAS RI @baznasindonesia	63
3. Konten akun Instagram BAZNAS RI (@baznasindonesia)	65
B. Hasil Penelitian	83
1. Proses Pengenalan Kampanye #KurbanBerkah	83
2. Proses Penyampaian Manfaat Kampanye #KurbanBerkah	100
3. Proses Meyakinkan Masyarakat untuk Berpartisipasi dalam Kampanye #KurbanBerkah	111
C. Pembahasan	119
1. Pengenalan Kampanye untuk Atensi Kurban Berkah	120
2. Penyampaian Manfaat Motivasi Berdonasi pada Kampanye Kurban Berkah	137
3. Meyakinkan Masyarakat untuk Terlibat Kampanye Kurban Berkah ..	152
BAB IV	167
A. Kesimpulan	167
B. Saran	168
Daftar Pustaka	170
LAMPIRAN	182