

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
KATA PENGANTAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian.....	8
1.2.1 Fokus Penelitian.....	8
1.2.2 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.2.1. Manfaat Akademik.....	10
1.3.2.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Kajian Literatur.....	11
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	11
2.2 Kerangka Konseptual.....	17
2.2.1 Komunikasi.....	17
2.2.1.1 Definisi Komunikasi.....	17
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi.....	21
2.2.1.3 Unsur-unsur Komunikasi.....	22
2.2.1.4 Jenis-Jenis Komunikasi.....	29
2.2 Media Sosial.....	33
2.2.1 Pengertian Media Sosial.....	33
2.2.2 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli.....	34
2.2.3 Sejarah Media Sosial.....	35
2.2.4 Fungsi Media Sosial.....	37

2.2.5 Jenis-jenis Sosial Media	40
2.2.6 Dampak Sosial Media.....	42
2.3 Kampanye.....	45
2.3.1 Fungsi dan Tujuan Kampanye	46
2.3.1.1 Fungsi Kampanye.....	46
2.3.1.2 Tujuan Kampanye.....	47
2.3.2 Ciri-ciri Kampanye	48
2.3.3 Jenis Kampanye.....	49
2.3.4 Model-Model Kampanye.....	50
2.3.5 Media Kampanye.....	52
2.3.6 Kampanye Sosial	53
2.3.6.1 Strategi Kampanye Sosial.....	54
2.3.6.1.1 Strategi Kampanye Sosial di Media Sosial.....	55
2.3.7 Komunikasi Persuasif Dalam Kampanye	55
2.3.8 Komponen dan Tahapan Kampanye Simon.....	56
2.3.8 Kerangka Teoritis	59
2.3.8.1 Teori Komunikasi Kampanye.....	59
2.3.9 Kerangka Pemikiran	60
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	62
3.1 Subjek Penelitian	62
3.2 Objek Penelitian	63
3.3 Metode Penelitian	63
3.3.1 Desain/Paradigma Penelitian.....	65
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data	67
3.3.3 Rancangan Analisis Data.....	68
3.3.4 Proses Analisis Data	69
3.3.5 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	71
3.3.6 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan Dengan Subjek Penelitian	73
3.4 Lokasi Penelitian	74
3.5 Jadwal Penelitian	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Hasil penelitian	75
4.1.1 Data Informan.....	77
4.1.1.1 Perencanaan kampanye Rumah Zakat	78
4.1.1.2 Mobilisasi Kampanye Rumah Zakat.....	84
4.1.1.3 Legitimasi Kampanye Rumah Zakat	87

4.1.1.4 Promosi Kampanye Rumah Zakat	89
4.1.1.5 Penetapan Rencana Aksi Terperinci / <i>Activation</i> Kampanye Rumah Zakat	92
4.1.1.6 Pertanyaan Tambahan Wawancara Kampanye Bantu Palestina di Rumah Zakat	95
4.2 Pembahasan Penelitian	100
4.2.1 Perencanaan Kampanye Rumah Zakat	102
4.2.2 Mobilisasi Kampanye Rumah Zakat.....	110
4.2.3 Legitimasi Kampanye Rumah Zakat	117
4.2.4 Promosi Kampanye Rumah Zakat	120
4.2.5 Penetapan Rencana Aksi Terperinci / <i>Activation</i> Kampanye Rumah Zakat	126
4.2.6 Pertanyaan Tambahan Wawancara Kampanye Bantu Palestina di Rumah Zakat	128
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	137
5.1 Simpulan.....	137
5.2 Saran	140
DAFTAR PUSTAKA.....	142
LAMPIRAN	145
Lampiran 1	145
Identitas Diri	145
Pendidikan Formal.....	145
Lampiran 2.....	146
Lampiran 3.....	147
Lampiran 4.....	151
Lampiran 5.....	152

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Media Sosial Terpopuler Tahun 2024.....	3
Gambar 1. 2 Data Grafis Pengguna Instagram dari bulan ke bulan sumber upgrade.id	4
Gambar 1. 3 Data Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2022-2024 sumber upgrade.id	4
Gambar 3. 1 Komponen Dalam Analisis Data (flow model)	71
Gambar 3. 2 Triangulasi Sumber Data.....	72
Gambar 3. 3 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data	73
Gambar 3. 4 Triangulasi Waktu Pengumpulan Data	73
Gambar 4. 1 WE ALWAYS STAND WITH PALESTINE, 1000 PAKET MAKANAN SIAP SAJI UNTUK PENGUNGS PALESTINA	113
Gambar 4. 2 Bukti Penyaluran Bantuan Rumah Zakat.....	113
Gambar 4. 3 Bukti Penyaluran Bantuan Rumah Zakat (2)	114
Gambar 4. 4 Proses Pembuatan Makanan Untuk Warga Palestina	114
Gambar 4. 5 Penyaluran Makanan ke anak-anak Palestina	115
Gambar 4. 6 Penyaluran Makanan ke anak-anak Palestina (2).....	115
Gambar 4. 7 Penyaluran Makanan ke anak-anak Palestina (3).....	116
Gambar 4. 8 Penyaluran Makanan ke anak-anak Palestina (4).....	116
Gambar 4. 9 Kampanye Rumah Zakat Bersama dengan Influencer Koh Dennis Lim....	124
Gambar 4. 10 Kampanye Rumah Zakat Bersama dengan Influencer Fiki Naki.....	124
Gambar 4. 11 Kampanye Rumah Zakat Bersama dengan Influencer Mira Cahaya	125
Gambar 4. 12 Kampanye Rumah Zakat Bersama dengan Influencer Tissa Biani	125
Gambar 4. 13 Kampanye Rumah Zakat Bersama dengan Influencer Tasyi Athasyia.....	126
Gambar 4. 14 Public Expose Rumah Zakat 2024	128
Gambar 4. 15 Kampanye Program Bantuan Palestina ALL EYES ON RAFAH.....	132
Gambar 4. 16 Kampanye Kurma untuk Palestina.....	133
Gambar 4. 17 Kampanye Sedekah Daging Indonesia Palestina	133
Gambar 4. 18 Kampanye Bantuan Ambulans untuk Palestina	134
Gambar 4. 19 Kampanye Pendistribusian Air ke Palestina.....	134
Gambar 4. 20 Kampanye Vegetable Package For Palestine	135
Gambar 4. 21 Kampanye Roti Untuk Palestina	135
Gambar 4. 22 Kampanye Siaga Pangan Palestina	136

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis.....	16
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	74
Tabel 4. 1 Data Informan.....	77