

INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas konten kreatif dalam kampanye zakat, infak, dan sedekah oleh BAZNAS Kabupaten Banyumas. Menggunakan metode penelitian kualitatif, Value Proposition Canvas (VPC), dan Competitive Five Force (CFF), studi ini mengevaluasi bagaimana konten kreatif dapat merangsang partisipasi masyarakat dan mencapai tujuan kampanye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten kreatif memiliki peran penting dalam mengundang partisipasi masyarakat dalam beramal dan mencapai tujuan kampanye. Efektivitas kampanye ditingkatkan melalui penggunaan konten yang menarik dan relevan, serta transparansi dalam pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah. Rekomendasi untuk meningkatkan strategi kampanye BAZNAS. Manfaatnya melibatkan BAZNAS dalam perencanaan kampanye yang lebih efektif, masyarakat Kabupaten Banyumas yang mendapatkan kampanye yang lebih relevan dan transparan.

Kata kunci: Konten Kreatif, Efektivitas, Kampanye, Value Proposition Canvas, Competitive Five Force

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of creative content in the campaign of zakat, infaq, and alms by BAZNAS Banyumas Regency. Using qualitative research methods, Value Proposition Canvas (VPC), and Competitive Five Force (CFF), this study evaluates how creative content can stimulate community participation and achieve campaign goals. The results of the study show that creative content plays an important role in inviting community participation in charity and achieving campaign goals. Campaign effectiveness is enhanced through the use of attractive and relevant content, as well as transparency in the management of zakat, infaq, and alms funds. Recommendations are made to improve BAZNAS's campaign strategy. The benefits involve BAZNAS in planning a more effective campaign, the Banyumas Regency community who get a more relevant and transparent campaign.

keywords: Creative Content, Effectiveness, Campaigns, Value Proposition Canvas, Competitive Five Force