

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Sebelumnya.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
B. Metode Pengumpulan Data.....	34
C. Alat dan Bahan Penelitian.....	36
D. Konsep Penelitian	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Hasil	42
B. <i>Value Proposition Canvas</i> (VPC).....	42
C. <i>Competitive Five Force</i> (CFF).....	48
D. Responden.....	52
E. Hasil Penelitian	68
F. Rekomendasi Berdasarkan Hasil Penelitian	70
G. Analisis Tren.....	72

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	30
---------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Kerja dan Proses <i>Value Proposition Canvas</i>	19
Gambar 2. 2 <i>Products and Service</i>	23
Gambar 2. 3 <i>Pain Relievers</i>	24
Gambar 2. 4 <i>Gain Creator</i>	25
Gambar 2. 5 <i>Fit Customer Profile with Value Map</i>	26
Gambar 2. 6 <i>Competitive Five Force / Porter's Five Forces</i>	27
Gambar 3. 1 Dokumentasi Video Konten Instagram BAZNAS Kab. Banyumas	37
Gambar 3. 2 Flowchart Konsep Penelitian	38
Gambar 4. 1 Kerangka <i>Value Proposition Canvas</i>	43
Gambar 4. 2 Kerangka <i>Competitive Five Force</i>	49
Gambar 4. 3 Chart Jenis Konten Kreatif	54
Gambar 4. 4 Chart Media Sosial Efektif	55
Gambar 4. 5 Chart Frekuensi Menonton Video Kampanye	56
Gambar 4. 6 Chart Efektivitas Konten Kreatif	57
Gambar 4. 7 Chart Jenis Konten dalam Video Kampanye	58
Gambar 4. 8 Chart Pengaruh Video Kampanye	59
Gambar 4. 9 Chart Pemahaman Tentang Pentingnya Bersedekah	60
Gambar 4. 10 Chart Transparansi Informasi	61
Gambar 4. 11 Chart Faktor Partisipasi	62
Gambar 4. 12 Chart Frekuensi Berbagi Konten Kreatif	63
Gambar 4. 13 Chart Penilaian Kualitas Visual	64
Gambar 4. 14 Chart Pembangkit Emosi	65
Gambar 4. 15 Chart Kesesuaian Pesan	66
Gambar 4. 16 Chart Target Kelompok Umur atau Latar Belakang	67
Gambar 4. 17 Sebelum terlibat di Instagram BAZNAS Kab. Banyumas	68
Gambar 4. 18 Sesudah terlibat di Instagram BAZNAS Kab. Banyumas	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Pembimbing

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian

Lampiran 3 Kuisisioner

Lampiran 4 Hasil Wawancara dengan Staff BAZNAS Kabupaten Banyumas

Lampiran 5 Dokumentasi