

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL LAZISMU DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN
AUDIENS PADA TAHUN 2022-2023 MELALUI MEDIA
INSTAGRAM @lazismudiy**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata I Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Disusun oleh :

Ilham Malul Khoiron

20200530084

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ilham Malul Khoirun
NIM : 20200530084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Advertising
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL LAZISMU DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN AUDIENS PADA TAHUN 2022-2023 MELALUI MEDIA INSTAGRAM @lazismudiy”** merupakan karya orisinal saya yang saya ajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Setiap tulisan atau pandangan dari pihak lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya kutip dengan jelas, mengikuti norma etika keilmuan dalam penyusunan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil duplikasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 12 Maret 2024



Ilham Malul Khoirun

NIM 20200530084

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur saya haturkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang saya tulis dapat terselesaikan dengan baik. Usaha, perjuangan, dan doa yang telah penulis lewati hingga memperoleh gelar Sarjana (S1) di Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta hingga dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini. Penulis mempersembahkan kepada pihak yang memberikan dukungan serta dorongan kepada penulis selama berproses. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dalam segala ketulusan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Aly Aulia, Lc,M.Hum., selaku Dosen Pembimbing, atas ketulusan hati dan kesabaran selama bimbingan, arahan, motivasi, ilmu yang bermanfaat, menjelaskan hal-hal yang harus direvisi dengan jelas. Penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan dan bantuannya selama ini.
2. Terima kasih kepada Ibu Dr. Suciati, S.Sos, M.Si. Selaku dosen penguji karena telah bersedia menguji saya saat ujian proposal dan ujian pendadaran. Terima kasih atas saran serta masukan untuk saya yang telah membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Terima kasih kepada Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. Selaku dosen penguji karena telah bersedia menguji saya saat ujian proposal dan ujian

pendadaran. Terima kasih atas saran serta masukan untuk saya yang telah membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.

4. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Seluruh staf dan karyawan di Ilmu Komunikasi, yang telah meluangkan waktunya dan memberikan bantuan kepada penulis selama ini.
6. Terkhusus kepada kedua orang tuaku, Bapak Sukamti dan Ibu Susmiyanti yang telah mengerti keadaan penulis, tak pernah henti memberikan doa, semangat, kasih sayang, dukunga, motivasi, kesabaran, mendidik, mendukung segala hal dan menjadikan penulis mencapai target yang diinginkan.
7. Kakaku, Hesti Heidiyanti yang telah memberikan semangat dan dukungannya kepada penulis. Terima kasih atas hal yang telah diberikan.

Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak, telah mendukung dalam menyelesaikan skripsi. Karya tulis ini pertama kali saya tulis pada 21 Februari 2024, dengan berbagai halangan dan rintangan, hingga akhirnya telah selesai. Tak lupa mengucap syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dengan karya tulis ini, saya berterima kasih atas doa-doa saya telah dikabulkan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur saya haturkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta Untuk Meningkatkan Kepercayaan Audiens Pada Tahun 2022-2023 Melalui Media Instagram@lazismudiy ”. Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyo M.P., IPM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta;
2. Dr. Takdir Ali Mukti, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta;
3. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi;
4. Aly Aulia, Lc,M.Hum selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dan memberi arahan kepada penulis;

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna. Dengan segala kekurangan, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Mohon maaf atas segala kesalahan serta kekhilafan selama proses penulisan skripsi ini.

Yogyakarta, 20 Maret 2024



Ilham Malul Khoirun

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR	
ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Teori.....	10
G. Metode Penelitian.....	19
BAB II	25
GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	25
A. Gambaran Umum Lazismu DIY	25
1. Sejarah Lazismu DIY	25
2. Logo Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta	27
3. Visi, Misi, Prinsip dan Tujuan Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta	28
4. Struktur Organisasi Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta	31
B. Profil Instagram Lazismu DIY	32
BAB III	34
SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	34
A. Sajian Data	34
1. Komunikasi Pemasaran Sosial Melalui Media Instagram.....	34
a. Tim Media Sosial Lazismu DIY dan Keterlibatan Eksternal	34
b. Media Sosial Instagram	36
c. Manajemen Konten Instagram Lazismu DIY.....	49

B. PEMBAHASAN	55
1. Komunikasi Pemasaran Sosial melalui media Instagram.....	55
a) Tim Media Sosial Lazismu DIY dan Keterlibatan Eksternal	34
b) Media SosialInstagram Lazismu DIY	55
c) Menejemen Konten Instagram Lazismu DIY	60
BAB IV	64
PENUTUP.....	64
A. KESIMPULAN	64
B. SARAN	65
Daftar Pustaka.....	67
Interview Guide Admin Instagram Lazismu DIY	70
Lampiran	72
Lampiran Dokumentasi.....	1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten @lazismudiy	3
Gambar 1.2 Konten @lazismudiy	4
Gambar 1.3 Elemen pemasaran sosial Kotle 1	11
Gambar 2.1 Logo Lazismu DIY	27
Gambar 2.2 Denah kantor Lazismu DIY	30
Gambar 2.3 Struktur organisasi Lazismu DIY	31
Gambar 2.4 Akun profil @lazismudiy DIY	32
Gambar 2.5 Pembuatan akun Instagram @lazismudiy	33
Gambar 3.1 Pesan Program Zakat Lazismu DIY	38
Gambar 3.2 Pesan Program Infak Lazismu DIY	39
<i>Gambar 3.3</i> Pesan Program Infak Lazismu DIY	41
Gambar 3.4 Sumber : Instagram @Lazismudiy	42
Gambar 3.5 Desain Feeds Instagram @lazismudiy	43
Gambar 3.6 Caption Instagram Lazismu DIY	44
Gambar 3.7 Hastag konten Instagram Lazismu Y	44
Gambar 3.8 Insight Lazismu DIY	47
Gambar 3.9 Story Instagram Lazismu DIY	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Lazismu Kabupaten di Yogyakarta	5
---	---