

## ABSTRAK

Nama : Anissa Aulia  
NIM : 44318010032  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi: Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Instagram Baznas Bazis Jakarta @baznasbazisdkiJakarta Untuk Menarik Minat Milenial Membayar Zakat Infaq Shadaqah  
Pembimbing : Sandy Permata S.Sos., M.Ikom.

Komunikasi pemasaran digital merupakan sarana lembaga dalam memberikan informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk atau layanan yang dipasarkan secara digital. Karena hal tersebut, Baznas Bazis DKI Jakarta membutuhkan media komunikasi untuk proses komunikasi pemasaran, yaitu media sosial Instagram. Instagram memudahkan millennials dalam mengakses informasi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan untuk melakukan zakat, infaq, dan shadaqah secara online.

Dengan teori komunikasi pemasaran digital sebagai landasan teori penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi pemasaran digital melalui akun Instagram @baznasbazisdkiJakarta dalam menarik minat generasi milenial untuk melakukan pembayaran zakat, infaq, dan shadaqah.

Metodologi kualitatif deskriptif digunakan untuk mengetahui kegiatan komunikasi pemasaran digital yang dilakukan Baznas Bazis DKI Jakarta yaitu *advertising* yang dilakukan dengan bekerjasama dengan media pers, lalu *sales promotion* dengan menyajikan konten zakat yang relevan dengan tren milenial serta menghadirkan jasa layanan antar jemput zakat kemudian *direct marketing* yang dilakukan melalui fitur Instagram *stories* “see more”.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran Digital, *Instagram*, Zakat, Infaq dan Shadaqah.

## **ABSTRACT**

Name : Anissa Aulia  
NIM : 44318010032  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Title Thesis Report : Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Instagram Baznas Bazis Jakarta @baznasbazisdkiJakarta Untuk Menarik Minat Milenial Membayar Zakat Infaq Shadaqah.  
Counsellor : Sandy Permata S.Sos., M.Ikom

*Digital marketing communication serves as a tool for institutions to directly and indirectly inform, persuade, and remind consumers about products or services marketed digitally. Hence, Baznas Bazis DKI Jakarta requires communication media for the marketing communication process, which is the social media platform Instagram. Instagram facilitates millennials in accessing information, thereby enhancing trust to engage in online zakat, infaq, and shadaqah donations.*

*With the theory of digital marketing communication as the theoretical foundation, this research aims to analyze digital marketing communication through the Instagram account @baznasbazisdkiJakarta in attracting the interest of millennials to make zakat, infaq, and shadaqah payments.*

*A qualitative descriptive methodology is employed to ascertain the digital marketing communication activities conducted by Baznas Bazis DKI Jakarta, including advertising, carried out in collaboration with the press, sales promotion by presenting zakat-related content relevant to millennial trends, and providing zakat pick-up and delivery services. Additionally, direct marketing is conducted through Instagram stories with the "see more" feature.*

**Keywords:** *Digital Marketing Communication, Instagram, Zakat, Infaq, and Shadaqah.*