

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**KONSENTRASI *ADVERTISING***

**Skripsi, Januari 2023**

**IBRAHIM ADIL**

**20171400555**

***ISLAMIC BRANDING* DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM INISIATIF  
ZAKAT INDONESIA (IZI) DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

### **ABSTRAK**

Indonesia adalah sebuah negara yang dihuni oleh mayoritas masyarakat yang memeluk agama Islam. Kondisi ini tentunya menghasilkan berbagai macam potensi bisnis mau pelayanan bagi suatu perusahaan dan lembaga. Salah satu potensi yang dihasilkan dari besarnya jumlah umat Islam di Indonesia adalah dana zakat. Potensi dana zakat yang sangat tinggi sayangnya tidak diikuti dengan penyerapannya yang optimal oleh lembaga zakat resmi. Hal ini timbul salah satunya karena kurangnya pengetahuan dengan zakat itu sendiri, dan kurangnya pengetahuan tentang lembaga resmi pengelola zakat serta adanya kemungkinan ketidakpercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat, hal ini pula yang dialami oleh IZI. IZI adalah sebuah lembaga yang menawarkan pelayanan pengelolaan dana zakat yang nantinya akan disalurkan kepada masyarakat yang berhak menerimanya. Melihat kondisi ini *islamic branding* menjadi sebuah solusi yang selama ini sudah IZI praktekkan untuk meningkatkan *brand awareness* mereka. *Islamic branding* disini tentunya bukan hanya konten yang bernuansa Islam melainkan secara keseluruhan dari konten tersebut mulai dari pemelihan topik proses produksi dan yang lainnya memperhatikan aspek syar'i. tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi dari *Islamic branding* IZI di media sosial media Instagram dan bagaimana *Islamic branding* di sosial media Instagram IZI membangun *brand awareness*. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Islamic branding* dari Baker Ahmad Alserhan (2015), dan teori Instagram Jason Miles (2019). Hasil dari penelitian ini adalah *campaign* yang dilakukan IZI melalui media sosial Instagram sudah sangat sesuai dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam agama Islam. Contohnya fungsi pelaporan dan transparansi yang dilakukan melalui konten dengan konteks *report* kegiatan, konten ini sangat menggambarkan konsep Amanah dan Shiddiq yang berarti kejujuran, pemanfaatan setiap fitur di Instagram juga dilakukan dengan maksimal.

**Kata Kunci** : ***Islamic Branding, Sosial Media, Brand Awareness***

**Pembimbing** : **Velda Ardia, S.I.Kom., M.Si.**

**Daftar Pustaka** : **28 Referensi**