

**Komunikasi Persuasif dalam Mendorong Partisipasi Donasi di Platform
Infak.in
(Studi Kasus pada Donatur Aktif)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh

Nama : Lidya Eka Wulandari Fatmawati
NIM : 202110040311405
Dosen Pembimbing : Arum Martikasari, M.Med.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
TAHUN 2025**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

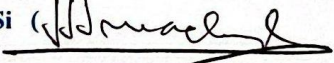


Lidya Eka Wulandari Fatmawati
202110040311405

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 15 Oktober 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si ()
2. Maharina Novia Zahro, M.I.Kom ()
3. Arum Martikasari, M.Med.Kom ()

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

**Komunikasi Persuasif dalam Mendorong Partisipasi Donasi di Platform Infak.in
(Studi Kasus pada Donatur Aktif)**

Diajukan Oleh :

LIDYA EKA WULANDARI FATMAWATI
202110040311405

Telah disetujui
Rabu/ 15 Oktober 2025

Pembimbing I



Arum Martikasari, M.Med.Kom

Wakil Dekan I



Najibuddin Khairur Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Lidya Eka Wulandari Fatmawati
NIM : 202110040311405
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Efek Komunikasi Persuasif dalam Mendorong Partisipasi Donasi
(Studi Fenomenologi Donatur Aktif di Platform Infak.in)

Disetujui,
Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I

Jl. Brawijaya 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Brawijaya Sate No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III

Jl. Raya Tugu No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 313 (Hunting)
F. +62 341 464 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN



Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Lidya Eka Wulandari Fatmawati
NIM : 202110040311405
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang



Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Efek Komunikasi Persuasif dalam Mendorong Partisipasi Donasi (Studi Fenomenologi Donatur Aktif di Platform Infak.in)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 26 September 2025

Yang Menyatakan,



Lidya Eka Wulandari F



Kampus I
Jl. Bankeng 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 252 (Hunting)
F. +62 341 360 435

Kampus II
Jl. Pongloran Sukani No 198 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 587 060

Kampus III
Jl. Raya Tuguas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (Hunting)
F. +62 341 403 435
E. webmalangumm.ac.id



Scanned with CamScanner

SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/IX/2025



Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:



Nama : Lidya Eka Wulandari Fatmawati
No. Induk Mahasiswa : 202110040311405
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Efek Komunikasi Persuasif dalam Mendorong Partisipasi Donasi
(Studi Fenomenologi Donatur Aktif di Platform Infak.in)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 26 September 2025

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom



Kampus I

Jl. Rungkut 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Rendungan Siliam No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 531 149 (Hunting)
F. +62 311 582 000

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 311 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/IX/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Lidya Eka Wulandari Fatmawati
NIM : 202110040311405
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester Sembilan (9) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 26 September 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I
Jl. Brawijaya 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 432

Kampus II
Jl. Rendingan Si Lane No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 453 435
E. webmaster@purnm.ac.id

SURAT PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI DENGAN JUDUL :

EFEK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENDORONG PARTISIPASI DONASI
(STUDI FENOMENOLOGI DONATUR AKTIF DI PLATFORM INFAK.IN)

Oleh:

Nama : Lidya Eka Wulandari Fatmawati

NIM : 202110040311405

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 26 September 2025

Pembimbing I

Arum Martikasari, M.Med.Kom

NIP. 151224031987



(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Burangrang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 860 435

Kampus II
Jl. Bendaungun Selaure No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 050

Kampus III
Jl. Raja Tegalman No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 218 (Hunting)
F. +62 341 453 435
E. webmaster@umm.ac.id

HASIL PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Lidiya Eka Wulandani

NIM : 20210040311235

Hasil Plagiasi : 29/9 30/9

BAB I	10			
BAB II	10			
BAB III	25	18		

29/9

BAB IV	13			
BAB V	0			
BAB VI	7			



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 30 September 2025
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Lidya Eka Wulandari Fatmawati
2. NIM : 202110040311405
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Tugas Akhir : Efek Komunikasi Persuasif dalam Mendorong Partisipasi Donasi
(Studi Fenomenologi Donatur Aktif di Platform Infak.in)
6. Pembimbing : Arum Martikasari, M.Med.Kom
7. Kronologi Bimbingan

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Paraf Pembimbing
03/01/2025	Persetujuan BAB I-III	
06/01/2025	Seminar Proposal	
07/02/2025	Konsultasi Kembali BAB I-III	
10/07/2025	Persetujuan Penelitian	
23/07/2025	Konsultasi Hasil Penelitian	
04/08/2025	Persetujuan BAB IV	
19/08/2025	Persetujuan BAB V	
28/08/2025	Seminar Hasil	

Malang, 26 September 2025

Disetujui,

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom



Kampus I
Jl. Hutanung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Hendekjangan Sutama No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 587 060

Kampus III
Jl. Raya Tegalrejos No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 404 319 (Hunting)
F. +62 341 403 435
E. webmaster@umma.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



BERITA ACARA SEMINAR HASIL

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Pada Kamis, 28 Agustus 2025



Telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh:



Nama	Lidya Eka Wulandari Fatmawati
NIM	202110040311405
Konsentrasi Prodi	Ilmu Komunikasi, Peminatan Jurnalistik
Judul Skripsi	Efek Komunikasi Persuasif dalam Mendorong Partisipasi Donasi (Studi Fenomenologi Donatur Aktif di Platform Infak.in)

Dihadiri oleh:

1. Dosen Pembimbing : Arum Martikasari, M.Med.Kom
2. Dosen Penguji : Rahadi, S.Sos, M.Si
3. 18 Mahasiswa (daftar presensi terlampir)

Penyajian dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 26 September 2025

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Rahadi, S.Sos, M.Si

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M.Si



Kampus I

Jl. Banteng 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarna No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 587 060

Kampus III

Jl. Raya Tegayus No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 379 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR

NO	Nama	Jurusan	Instansi
1.	Ananda Wahyu	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
2.	Erfina Putri Ramadhani	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
3.	Aisyah Raihan Nada Fadilah	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
4.	Aida Aulia Sekti Asih	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
5.	Irma Wahyuni	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
6.	Erfin Putri Ramadhani	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
7.	Shafa Febiantari	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
8.	Sabrina Azzahra	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
9.	Finda Angraini Putri	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
10.	Murbayati	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
11.	Alifa Ainnur Ditha	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
12.	Gita Pratiwi	Psikologi	Universitas Muhammadiyah Malang
13.	Yezza Aprelva Margaretha	Akuntansi	UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
14.	Sabhina Agni Naenara	Administrasi Bisnis	UPN Veteran Jawa Timur
15.	Orlin Luvena	Manajemen Pemasaran	Universitas Airlangga
16.	Sawsan Humayra	Ekonomi Syariah	Universitas Gunadarma
17.	Ananda Diwangga	Desain Grafis	Universitas Brawijaya
18.	Hanang Weldanata	Ekonomi Islam	Universitas Brawijaya

Malang, 26 September 2025

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Dosen Penguji

Rahadi, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bawangan 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 155 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 142 (Hunting)
F. +62 341 587 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 453 435
E. webmaster@um.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Lidya Eka Wulandari Fatmawati, 202110040311405. Komunikasi Persuasif dalam Mendorong Partisipasi Donasi di Platform Infak.in (Studi Kasus pada Donatur Aktif). Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2025. Dosen Pembimbing: Arum Martikasari, M.Med.Kom.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif mendorong partisipasi donasi di platform Infak.in dari perspektif donatur aktif. Latar belakang penelitian ini berangkat dari rendahnya partisipasi donasi masyarakat meski platform digital terus berkembang. Penelitian menggunakan teori Yale Attitude Change Approach dengan tiga komponen utama, yaitu sumber, pesan, dan penerima. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan dasar studi kasus, melalui wawancara mendalam dengan donatur aktif dan tim digital LMI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas lembaga, transparansi laporan, dan narasi emosional dalam kampanye berpengaruh besar terhadap keputusan donatur untuk berdonasi. Pemanfaatan media sosial dan kolaborasi dengan KOL turut memperluas jangkauan audiens, meskipun masih terbatas pada platform tertentu. Secara keseluruhan, komunikasi persuasif Infak.in dinilai efektif, namun perlu dikembangkan untuk menjaga keberlanjutan partisipasi donatur.

Kata kunci: Komunikasi Persuasif, *Yale Attitude Change Approach*, Filantropi, Platform Infak.in, Partisipasi Donasi.

Malang, 29 November 2025

Dosen Pembimbing



(Arum Martikasari, M.Med.Kom)

NIP: 151224031987

Peneliti



(Lidya Eka Wulandari F)

NIM: 202110040311405

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi secara tepat waktu, serta telah memberikan kekuatan, kelancaran dan kesehatan pada waktu penulisan dan penyusunan skripsi. Tugas akhir skripsi dengan judul “Komunikasi Persuasif dalam Mendorong Partisipasi Donasi di Platform Infak.in” (Studi Kasus pada Donatur Aktif), telah disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Adapun rasa suka maupun duka yang penulis rasakan saat menulis skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Wawasan maupun pengalaman yang penulis miliki masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang turut membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Perkenankan penulis menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Tuhan satu-satunya, Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, kemudahan serta kelancaran kepada penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
2. Ibu, Almarhum Ayah, dan adik penulis yang paling dicintai, terima kasih telah berjuang dan mengupayakan dukungan moril, dukungan materil, serta memanjatkan doa-doa baik, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
3. Ibu Arum Martikasari, M.Med.Kom selaku Dosen pembimbing penulis yang selalu memberikan bimbingan dengan sabar dan memberikan saran terbaik kepada penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya.
4. Kepada sahabat penulis yakni Yeza Aprelya serta Nata sebagai partner dalam mendukung dan membantu proses skripsi ini. Selain itu, kepada Sabrina juga yang menemani saya dalam suka duka pengerjaan di penelitian ini.

5. Terima kasih untuk diri sendiri karena bertahan hingga sejauh ini, terima kasih untuk semua tanggung jawab yang sudah diselesaikan, terima kasih karena masih kuat hingga hari ini, terima kasih untuk semua rasa lelah yang sudah tercurahkan. Apresiasi untuk diri sendiri karena sudah menyelesaikan tugas akhir ini secara tepat waktu.

Besar harapan penulis agar tugas akhir skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak orang. Semoga penelitian yang penulis susun bisa membantu para pembaca yang membuka dan membaca skripsi ini. Terima kasih untuk semua pihak yang terlibat dalam pembuatan dan penyusunan skripsi yang penulis selesaikan, namun tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu.

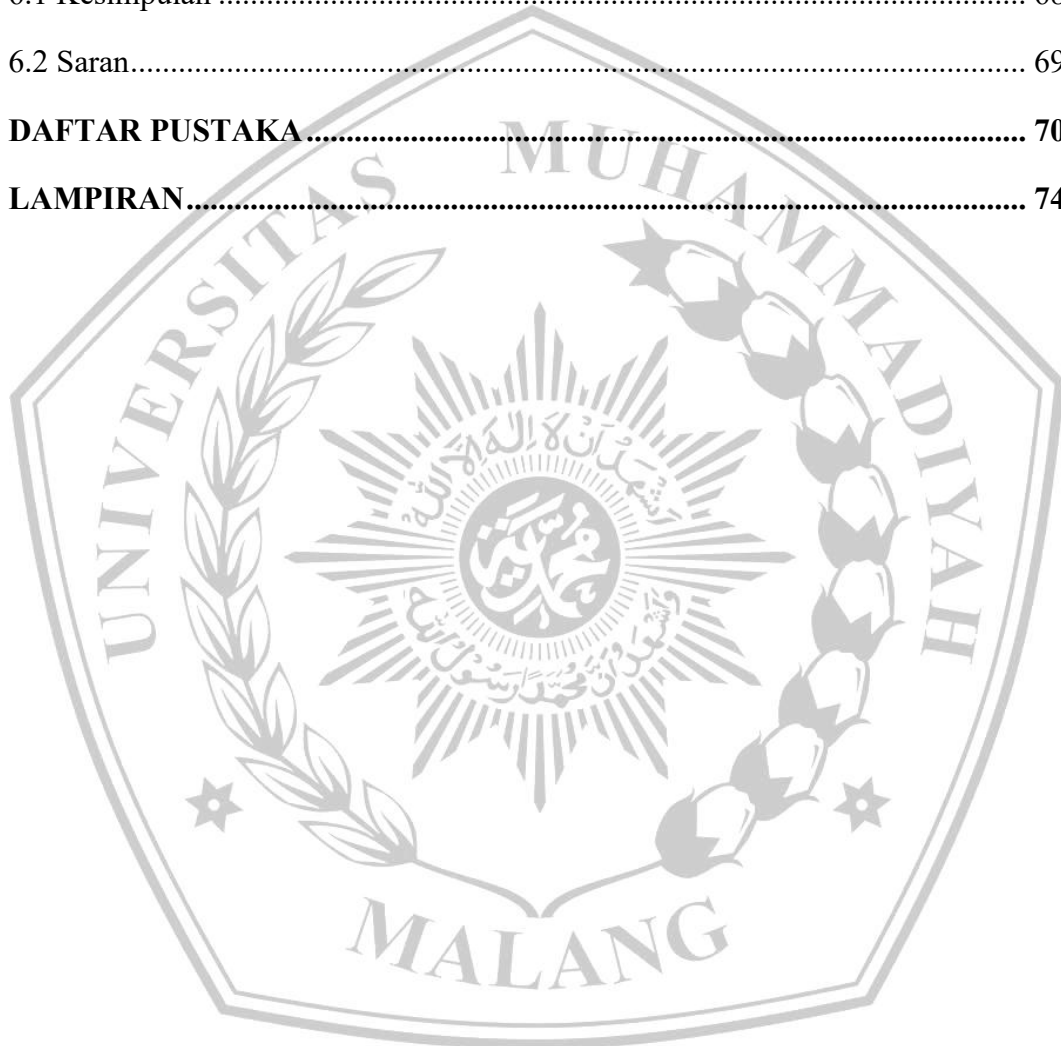


DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
SURAT KETERANGAN SIAP UJI	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	vi
SURAT PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
HASIL PLAGIASI	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	x
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
LAMPIRAN	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Komunikasi	7

2.2 Penelitian Terdahulu	10
2.3 Teori Penerimaan Pesan	17
2.4 Digital Marketing	18
2.5 Platform Infak.in	20
2.6 Basis Teori yang Digunakan	22
2.6.1 Teori Komunikasi Persuasif (<i>Yale Attitude Change Approach</i>).....	22
2.7 Kerangka Konseptual	24
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN	25
3.1 Paradigma Penelitian.....	25
3.2 Pendekatan Penelitian	25
3.3 Tipe dan Dasar Penelitian	26
3.4 Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
3.5 Sumber Data.....	27
3.6 Subjek Penelitian.....	29
3.7 Teknik Pengumpulan Data	29
3.8 Teknik Analisis Data.....	30
3.9 Keabsahan Data.....	31
BAB IV	33
GAMBARAN UMUM	33
4.1 Gambaran Objek Penelitian	33
4.1.1 Gambaran Lembaga Manajemen Infaq.....	33
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan	33
4.1.3 Profil Program.....	34
4.1.4 Gambaran Umum Platform Infak.in	37
BAB V.....	40

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
5.1 Hasil Penelitian	40
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian	45
BAB VI.....	68
PENUTUP.....	68
6.1 Kesimpulan	68
6.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Data Partisipasi Donasi Masyarakat Indonesia Tahun 2024</i>	2
Gambar 2 <i>Kerangka Konseptual Penelitian</i>	24
Gambar 3 <i>Model Interaktif Analisis Miles dan Huberman</i>	31
Gambar 4 <i>Triangulasi Sumber</i>	32
Gambar 5 <i>Tampilan Campaign Donasi di Platform Infak.in</i>	37
Gambar 6 <i>Tampilan Campaign Masjid di Palestina</i>	46
Gambar 7 <i>Tampilan Reels Konten Idul Adha</i>	47
Gambar 8 <i>Tampilan Reels Konten Palestina Teh Yunda</i>	48
Gambar 9 <i>Tampilan Poster Campaign</i>	50
Gambar 10 <i>Campaign Bantuan Pangan</i>	54
Gambar 11 <i>Campaign Bencana Alam</i>	55
Gambar 12 <i>Tampilan Fitur Pembayaran Donasi</i>	60

DAFTAR TABEL

Tabel II - 1. Penelitian Terdahulu	10
Tabel V - 1. Data Subjek Penelitian.....	41
Tabel V - 2. Data Subjek Pendukung Penelitian.....	44



LAMPIRAN

1. Dokumentasi Wawancara Bersama Donatur Aktif.....	74
2. Dokumentasi Wawancara Bersama Tim Infak.in	75
3. Laporan Penghimpunan Infak.in.....	76
4. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	76



DAFTAR PUSTAKA

- Allah Pitchay, A. Bin, Mohd Hashim, N. S. A., Ganesan, Y., & Shaharudin, M. S. (2025). Factors influencing donor giving behaviours in charitable donations. *Journal of Islamic Marketing*, 16(7), 1974–1997. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2024-0041>
- Arikunto, S. (2013), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Bogdan, R. C., & Taylor, S. J. (1975). *Introduction to Qualitative Research Methods: A Phenomenological Approach to the Social Sciences*. New York: Wiley.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Brilliant Wilda 'Ashari. (2024). *KOMUNIKASI PERSUASIF PENGURUS YAYASAN HUBBUL WATHAN KEPADA DOMATUR BEASISWA GUGUAK TABEK SAROJO*. 2(5), 167–186.
- Charities Aid Foundation. (2022). *World Giving Index 2022 The Charities Aid Foundation is a leading charity*. 26. www.cafonline.org to
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- During, *The Cultural Studies Reader*, Routledge, London, UK, 1993.
- Enjelina Rahmawati, D., Ayu Anggraini, D., Mufarrida Dinda Fahmi, S., Nawwaf, M., & Huda, B. (2024). Tren Filantropi Modern: Inovasi dan Dampak Shadaqah Berbasis Digital pada Platform Crowdfunding Kitabisa.com. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(2), 497–514.
- Faradilah, V., Arifah, U., & Lestari, D. N. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi melalui Platform Crowdfunding Yayasan Hubbul Wathon Kebumen. *Economics, and Entrepreneur*, 1, 106–239.
- Harken, S., Mertins, V., & Urselmann, M. (2024). Online fundraising for NPOs via email marketing – A critical success factors analysis in Germany, Austria, and

- Switzerland. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 21(2), 511–538. <https://doi.org/10.1007/s12208-023-00391-5>
- Heryanto, H., & Budhi Utami, A. (2022). Komunikasi Persuasif Penggalangan Dana Kitabisa. *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(1), 177–189. <https://doi.org/10.51353/kvg.v3i1.608>
- Hidayat, P. K. (2021). Resiliensi Komunitas Miskin di Pedesaan Menghadapi Pandemi Covid-19 (Kasus: Kampung Nyalindung, Desa Sukamantri, Kabupaten Bogor). *Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 5(4), 536–546.
- Hovland, C. I., Janis, I. K., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Kasri, R. A., & Indriani, E. (2022). Empathy or perceived credibility? An empirical study of Muslim donating behaviour through online charitable crowdfunding in Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 15(5), 829–846. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-09-2020-0468>
- Kim, J. E., & Hemphill, L. (2025). *The Effects of Moral Framing on Online Fundraising Outcomes: Evidence from GoFundMe Campaigns*. <http://arxiv.org/abs/2505.11367>
- Kotler, K. (2016). Marketing Management. In *Marketing Management* (Vol. 22).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited
- Kriyantono, R. (2020). Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Lasswell, H. D. (1936). *Politics: Who Gets What, When, How, Cleveland/New York*. 222–225. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-90400-9>
- Lasswell, H. D. (1945). *The Science of Communicatioti and the Function of Libraries*.
- Lasswell, H. D. (2007). *The structure and function of communication in society*.
- Lestari, Y. T. (2025). Donation Campaign Strategies of Five Islamic Philanthropic Organizations (Qudwah Indonesia, Human Initiative, Rumah Zakat, Dompot Dhuafa, DT Peduli) in Fundraising for the Palestinian Humanitarian Tragedy

During October-November 2023. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 6(2), 444–460. <https://doi.org/10.59141/jiss.v6i2.1611>

Machmud, M. (2018). Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah. Research Report.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Analisis data kualitatif: Buku sumber tentang metode* (Edisi ke-3; T. R. Rohidi, Trans.). Jakarta: UI-Press.

Moleong, L. J. (2014). *Metode penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. Sage Publications.

Muntazah, A., & Andhikasari, R. (2022). Peran Media Digital Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Lembaga Filantropi Islam Di Indonesia. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i1.53>

Philips, V. (2022). Digital Marketing in Nonprofits Organization: Digital Marketing in Nonprofits Organization: Essential Techniques for the New Era. *School of Leadership and Education Sciences: Faculty Scholarship*.

Rahman, D., & Yasya, W. (2020). Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.24853/pk.4.1.1-10>

Saleh, S. (2017). *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Ramadhan.

Shalihin, N., & Sholihin, M. (2022). Ramadan: the month of fasting for muslim and social cohesion—mapping the unexplored effect. *Heliyon*, 8(10), e10977. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10977>

Shin, N. (2024). The Impact of Social Media on Charitable Giving for Nonprofit Organization. *Journal of International Technology and Information Management*, 32(1), 122–140. <https://doi.org/10.58729/1941-6679.1580>

Sinha, S., Malik, S., Mahajan, V., & ter Hofstede, F. (2025). Retain, reactivate or acquire: Can nonprofits reliably use community profiles as an alternative to past donation data? *Journal of Business Research*, 186(August 2021), 114997. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114997>

- Stuart. Hall, 1980 “Culture, Media, Language”. Ed. Stuart Hall et al. New York: Routledge.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Supian Sauri. (2023). Altruisme Masyarakat Indonesia melalui Platform Crowdfunding di Kitabisa.com. *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies*, 2(1), 273–280. <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v2i1.953>
- Velivela, V., Raj, C., Tiwana, M. S., Prasanna, R., Samarawickrama, M., & Prasad, M. (2022). The Effectiveness of Social Media Engagement Strategy on Disaster Fundraising. *Proceedings of the International ISCRAM Conference, 2022-Novem*, 228–239.
- Wang, X., Shi, W., Kim, R., Oh, Y., Yang, S., Zhang, J., & Yu, Z. (2020). Persuasion for good: Towards a personalized persuasive dialogue system for social good. *ACL 2019 - 57th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, Proceedings of the Conference*, 5635–5649. <https://doi.org/10.18653/v1/p19-1566>
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research Design and Application: Design and Methods; Sixth Edition*. Los Angeles: SAGE Publications.