

## ABSTRAK

# UPAYA KOMUNIKASI PERSUASIF BERZAKAT KE BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) DI KOTA PADANG

Oleh :

Mishbah El Yaser

1110862024

Pembimbing :

Yesi Puspita, M. Si

Revi Marta M.I.Kom

Fenomena ini mengenai kurangnya upaya komunikasi persuasi yang dilakukan oleh suatu badan pengelola zakat kepada masyarakat Kota Padang, sehingga menimbulkan masyarakat tidak berminat menyalurkan zakat ke badan pengelola zakat. BAZNAS sebagai badan pengelola zakat hadir dan berusaha melancarkan komunikasi persuasi kepada masyarakat agar masyarakat beralih untuk menyalurkan zakat ke BAZNAS. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis upaya komunikasi persuasi yang dilakukan oleh BAZNAS melalui bidang humasnya dalam menggalakkan kampanye berzakat ke BAZNAS di Kota Padang.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, triangulasi, dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Humas, Wakil I BAZNAS Provinsi Sumatera Barat, penyalur zakat (muzakki), penerima zakat (mustahiq). Teori yang digunakan untuk mengetahui upaya komunikasi persuasi, peneliti menggunakan teori *Information Integration* oleh Heath dan Littlejohn & Foss.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Padang kepada masyarakat Kota Padang adalah bentuk komunikasi persuasi yang dilaksanakan BAZNAS melalui bidang humas dalam menggalakan kampanye berzakat ke BAZNAS dengan tujuan mempengaruhi, meyakinkan, dan mengajak masyarakat beralih untuk menyalurkan zakat ke BAZNAS. Melalui aktivitas Humas BAZNAS berupa publikasi dan *event*, serta penyuluhan, aktivitas tersebut mampu merpersuasi masyarakat dan menarik minat masyarakat untuk menyalurkan zakat ke BAZNAS.

**Kata kunci:** Komunikasi Persuasi, BAZNAS Kota Padang, Aktivitas *Public Relations*, Praktisi Humas BAZNAS, Teori *Information Integration*

## ABSTRACT

### **PERSUASIVE COMMUNICATION EFFORTS ABOUT TITHE TO BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) IN PADANG CITY**

By :

**Mishbah El Yaser**

**1110862024**



*This phenomenon is concerning the lack of persuasive communication efforts carried out by the zakat management institutions of Padang, which causes the people being not interested in distributing zakat to zakat management institutions. One of the zakat management institutions, namely BAZNAS present itself as a zakat management institution that strives to launch persuasive communication to the public so that people would switch to distributing zakat to BAZNAS. This study aims to describe and analyze the persuasive communication efforts carried out by BAZNAS through their public relations in promoting a campaign to distribute zakat to BAZNAS in Padang.*

*The method used in this study is qualitative method. The approach of this study is using qualitative descriptive approach. Data collection techniques used in this study are observation, interview, triangulation, and documentation. Informants of this study are the Head of Public Relations, First Deputy of BAZNAS West Sumatra Province, zakat distributors (muzakki), and zakat recipients (mustahiq). To determine the persuasive communication efforts, the researcher uses the Information Integration theory stated by Heath and Littlejohn & Foss.*

*The result of this research shows that the efforts made by BAZNAS Padang to the people of Padang City is an persuasive communication effort through their public relation's campaign to distribute zakat to BAZNAS in Padang, which is an effort to influence, persuade, and encourage people to switch to distributing zakat to BAZNAS. Through the activities carried out by the public relations of BAZNAS in the form of publication and events, also using oral communication methods in the form of counseling, these efforts has one purpose, which is to inform, influence, convince, and change public's attitudes to distribute zakat to zakat management institutions, namely BAZNAS Padang.*

**Keywords: Persuasive Communication, BAZNAS Padang, Public Relations Activities, Public Relation Practitioners of BAZNAS, Information Integration Theory**