

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan identifikasi masalah dan pemaparan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai upaya komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Padang dalam mengajak masyarakat untuk beralih berzakat melalui BAZNAS, peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam melaksanakan upaya komunikasi persuasif, pihak humas BAZNAS Kota Padang telah merencanakan dan melaksanakan kegiatan upaya komunikasi yang sifatnya mempersuasif, yaitu mengajak dan meyakinkan para calon penyalur zakat agar mereka tertarik dan berminat untuk menyalurkan zakat ke BAZNAS.
2. Upaya komunikasi persuasif BAZNAS Kota Padang dilaksanakan melalui komunikasi secara langsung dan tidak langsung. Bentuk kegiatan komunikasi langsung adalah mengadakan sosialisasi dan mengadakan acara (*event*). Bentuk kegiatan komunikasi tidak langsung adalah publikasi, yaitu penyampaian informasi kepada masyarakat melalui media-media komunikasi baik lini bawah dan lini atas. Media lini bawah yang digunakan pihak BAZNAS Kota Padang adalah spanduk. Media lini atas yang digunakan oleh pihak BAZNAS Kota Padang adalah media cetak (majalah, bulletin), radio, televisi, media sosial (*facebook*), dan *website*.

3. Upaya komunikasi yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Padang memunculkan efek pada masyarakat. Setelah diberikan tindakan publikasi, *event*, dan sosialisasi, efek yang timbul pada masyarakat adalah perubahan opini dan sikap pada masyarakat. Bentuk perubahannya adalah berubahnya opini, pandangan, dan penilaian masyarakat terhadap keberadaan BAZNAS sebagai badan amil zakat, dan perubahan sikap masyarakat yang sebelumnya menyalurkan zakat langsung ke penerima, kini mulai menyalurkan zakat melalui BAZNAS Kota Padang.

5.2 Saran

Sebagaimana dengan hasil dan pembahasan penelitian mengenai upaya komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Padang dalam mengajak masyarakat (khususnya calon penyalur zakat) untuk beralih berzakat melalui BAZNAS, peneliti memberi saran dan masukan sebagai berikut :

1. Penelitian ini cukup banyak melibatkan konsep komunikasi persuasif, *Public Relations* dan teori *Information Integration*. Untuk permasalahan mengenai upaya komunikasi persuasif yang dilaksanakan oleh pihak Humas BAZNAS Kota Padang, peneliti menyarankan untuk kedepan seluruh petugas Humas BAZNAS sekiranya perlu diberikan pembekalan mengenai langkah-langkah tepat untuk melakukan komunikasi persuasif.

2. Peneliti menyarankan perlunya merekrut pegawai-pegawai yang memiliki latarbelakang atau profesi yang berhubungan dengan komunikasi, khususnya memiliki kemampuan komunikasi persuasif.
3. Sekiranya untuk penyebaran informasi BAZNAS melalui media sosial, memang saat ini humas BAZNAS lebih banyak mengandalkan facebook. Namun peneliti menyarankan agar upaya publikasi melalui media sosial pihak humas sekiranya lebih giatkan mempublikasi melalui *twitter*. Hal ini karena saat melakukan penelitian di lapangan, tidak banyak bahkan tidak ada aktivitas publikasi yang dilaksanakan oleh humas BAZNAS Kota Padang sehingga tidak banyak diketahui oleh khalayak.
4. agar semakin percayanya masyarakat khususnya calon penyalur zakat, peneliti menyarankan pihak humas BAZNAS Kota Padang perlu mempublikasikan kepada media massa, salah satunya media cetak, yaitu laporan kegiatan pengumpulan, pengelolaan, serta pendistribusian dana zakat dari kalangan muzakki sehingga masyarakat semakin tahu kemana nantinya zakatnya akan dikelola dan didistribusikan.