

**KOMUNIKASIPERSUASIF BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT UNTUK
MEMBAYAR ZAKAT MAL
(Studi Kasus di BAZNAS KabupatenDharmasraya Sumatera Barat)**

TESIS

OLEH :



**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2023

ABSTRAK

KOMUNIKASI PERSUASIF BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT UNTUK MEMBAYAR ZAKAT *MAL*

(Studi Kasus di BAZNAS Kabupaten Dharmasraya Sumatera Barat)

Oleh : Sri Lestari Nengsih (2120862013)

(Pembimbing : Dr. Ernita Arif, M.Si dan Dr. Sarmiati, M.Si)

Kabupaten Dharmasraya memiliki potensi pengumpulan zakat yang cukup besar, namun dilihat dari jumlah penerimaan zakat, zakat *mal* yang dihimpun oleh BAZNAS Kabupaten Dharmasraya belum mencapai jumlah yang ditargetkan pertahunnya. Berbagai upaya sudah dilakukan untuk meningkatkan minat masyarakat untuk membayar zakat *mal*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi persuasif yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Dharmasraya dalam meningkatkan minat masyarakat untuk membayar zakat *mal* di Kabupaten Dharmasraya dan menganalisis hambatan BAZNAS dalam melakukan komunikasi persuasif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, paradigma konstruktivis dengan pendekatan studi kasus. Informan ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, peneliti dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan analisis data Miles dan Huberman melalui proses reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Data divalidasi menggunakan triangulasi sumber, teori yang digunakan adalah Teori Kemungkinan Elaborasi (*Elaboration Likelihood Theory*) Richard E. Petty dan John T. Cacioppo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi persuasif yang dilakukan pihak BAZNAS untuk meningkatkan minat masyarakat agar membayar zakat *mal* di Kabupaten Dharmasraya dengan melakukan komunikasi secara langsung kepada masyarakat melalui kegiatan silaturahmi dan audiensi, konsultasi zakat dan pendistribusian zakat oleh *amil* zakat, kegiatan sosialisasi oleh narasumber zakat, kegiatan pengajian dan layanan jemput zakat oleh *da'izakat*. Selain itu, BAZNAS Kabupaten Dharmasraya juga menyampaikan pesan persuasif dengan komunikasi secara tidak langsung melalui brosur serta media sosial *facebook* dan *instagram*. Namun dalam pelaksanaannya BAZNAS mengalami hambatan seperti hambatan pada sumber dan hambatan pada saluran komunikasi.

Kata Kunci : Komunikasi Persuasif, BAZNAS, Zakat Mal