

BAB VI PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang peneliti lakukan tentang Komunikasi Persuasif Badan Amil Zakat Nasional dalam meningkatkan minat masyarakat untuk membayar zakat *mal* (studi kasus di BAZNAS Kabupaten Dharmasraya), maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut :

1. BAZNAS Kabupaten Dharmasraya mengajak masyarakat untuk membayar zakat *mal* ke BAZNAS dengan melakukan komunikasi persuasif 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'i* zakat. Selain itu, BAZNAS Kabupaten Dharmasraya juga menyampaikan pesan persuasif dengan komunikasi secara tidak langsung melalui brosur serta media sosial *facebook* dan *instagram*.
2. Dalam melakukan komunikasi persuasif BAZNAS Kabupaten Dharmasraya mengalami hambatan seperti hambatan dari sumber yaitu belum optimalnya Humas BAZNAS dalam mengelola pesan persuasi di media sosial dan kurang aktifnya Pengurus Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Masjid dalam mengkampanyekan sadar zakat kepada Jama'ah. Hambatan pada saluran komunikasi yaitu tidak tersedia anggaran biaya pengelolaan *website*, minimnya dana operasional BAZNAS untuk kegiatan sosialisasi dan *event*, hambatan pada penerima pesan yaitu sulitnya merubah kebiasaan masyarakat yang selama ini sudah membayarkan zakat kepada saudara, tetangga dan warga yang berada dekat tempat tinggal mereka serta adanya pemikiran masyarakat bahwa mereka belum wajib zakat karena ada hutang dan tanggungan yang haruskan dibayarkan setiap bulannya.
3. Novelty (unsur kebaruan atau temuan) pada penelitian ini yaitu : strategi komunikasi yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Dharmasraya dengan cara menetapkan komunikator berdasarkan target sasaran seperti:
 - a. *Amil* zakat ditetapkan untuk sasaran komunikasi dengan strata sosial tinggi dalam jumlah yang sedikit, kegiatan yang dilaksanakan yaitu silaturahmi dan audiensi, konsultasi zakat dan pendistribusian zakat.
 - b. *Narasumber* ditetapkan untuk sasaran komunikasi dengan strata sosial tinggi dalam jumlah yang banyak, kegiatan yang dilaksanakan yaitu sosialisasi.

c. *Da'i zakat* ditetapkan untuk sasaran komunikasi dengan strata sosial menengah baik dalam jumlah yang sedikit maupun dalam jumlah yang banyak, kegiatan yang dilaksanakan yaitu pengajian dan layanan jemput zakat.

