

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

## ?Komunikasi Persuasif Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) DKI Jakarta Dalam Sosialisasi Program Zakat, Infaq, dan Shadaqah.?

Faris Fadhlurrahman

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77657&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Salah satu lembaga kemasyarakatan yang berskala nasional yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang memiliki tugas sebagai organisasi yang bertugas mengelola zakat, yaitu mengumpulkan uang zakat dan membagikannya kepada fakir miskin serta zakat asnaf. Komunikasi persuasif dianggap memiliki kemampuan dalam mensosialisasikan program-program BAZNAS untuk mendorong masyarakat ikut berpartisipasi aktif didalamnya baik itu sebagai donatur atau pemberi dana, atau bahkan berpartisipasi sebagai relawan sebagai contoh relawan mengajar. Salah satunya dengan pemilihan strategi yang tepat dalam menyampaikan program tersebut. Perencanaan yang matang diperlukan agar komunikasi persuasif dapat mencapai tujuannya.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme serta teori komunikasi persuasi milik Carl Hovland, dimana model ini melihat 5 tahapan yaitu perhatian, pemahaman, pembelajaran, penerimaan dan pengulangan. Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif serta pengumpulan datanya dengan cara observasi, wawancara mendalam, dan studi pustaka.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menarik minat masyarakat untuk berpartisipasi pada programnya, BAZNAS DKI Jakarta menggunakan komunikasi persuasif dimana didalamnya terdapat lima proses komunikasi perusasif yaitu Attention (perhatian), Comprehension (pemahaman), Learning (pembelajaran) , Acceptance (penerimaan) dan Retention (penyimpanan).