

**KOMUNIKASI PERSUASIF BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS)  
DALAM MENINGKATKAN MINAT BERZAKAT  
PADA KABUPATEN DHARMASRAYA  
PROVINSI SUMATERA BARAT**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

**Oleh:**

**TRISNA APRILLIA**  
**NIM. 11740324524**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2021**



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**كلية الدعوة و الاتصال**

**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

**PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Trisna Aprillia  
NIM : 11740324524  
Judul : Komunikasi Persuasif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Dalam Meningkatkan Minat Berzakat Pada Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Jum'at  
Tanggal : 12 November 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 18 November 2021

Dekan,

**Dr. Imron Rosidi, S.Pd, MA**  
NIP. 19811118 200901 1 006

**Tim Penguji**

Ketua/ Penguji I,

**Dr. Toni Hartono, M.Si**  
NIP. 19780605 200701 1 024

Penguji III,

**Sudianto, S.Sos, M.I.Kom**  
NIP. 19801230 200604 1 001

Sekretaris/ Penguji II,

**Artis, S.Ag. M.I.Kom**  
NIP. 19680607 200701 1 047

Penguji IV,

**Intan Kemala, M.Si**  
NIP. 19810612 200801 2 017

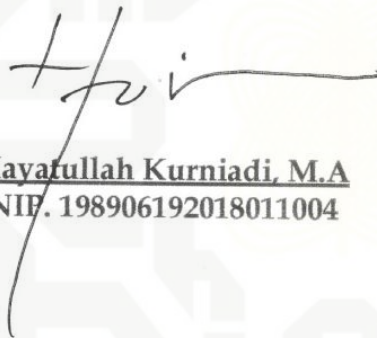
KOMUNIKASI PERSUASIF BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS)  
KABUPATEN DHARMASRAYA PROVINSI SUMATERA BARAT DALAM  
MENINGKATKAN MINAT BERZAKAT

Disusun Oleh:

**Trisna Aprillia**  
NIM. 11740324524

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 01 Oktober 2021

Pembimbing,



**Hayatullah Kurniadi, M.A**  
NIP. 198906192018011004

Mengetahui :  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**  
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Trisna Aprillia  
 NIM : 11740324524  
 Tempat/Tgl. Lahir : Tabek Penyeberangan, 08 April 1999  
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan komunikasi  
 Prodi : Ilmu komunikasi  
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*:

Komunikasi Persuarif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Dalam  
Meningkatkan Minat Berzakat Pada Kabupaten Dharmasraya  
Provinsi Sumatera Barat

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah~~ lainnya\* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah~~ lainnya\* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)\*~~ saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 18 November 2021

Sembuat pernyataan



Trisna Aprillia

NIM : 11740324524

\*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
 كلية الدعوة و الاتصال  
 FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION  
 Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

**PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL**

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Trisna Aprillia  
 NIM : 11740324524  
 Judul : Komunikasi Persuasif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Minat Berzakat

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Senin  
 Tanggal : 28 Juni 2021

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 28 Juni .....2021

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Dr. Muhammad Badri, M.Si  
 NIP. 198103132011011004

Penguji II,

Artis, M.I.Kom  
 NIP. 196806072007011047

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 01 Oktober 2021

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (eksemplar)  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-

Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Trisna Aprillia  
NIM : 11740324524  
Judul Skripsi : Komunikasi Persuasif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Minat Berzakat

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui  
Pembimbing,

**Hayatullah Kurniadi, M.A**  
NIP. 198906192018011004

UIN SUSKA RIAU

## ABSTRAK

**Nama : Trisna Aprillia**  
**Jurusan : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : Komunikasi Persuasif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Minat Berzakat**

Kabupaten Dharmasraya memiliki potensi pengumpulan zakat yang cukup besar. Pada tahun 2017 BAZNAS kabupaten Dharmasraya hanya bisa mengumpulkan zakat sebesar 4,5 Miliar sedangkan target yang harus dicapai per-tahunnya adalah 8 Miliar. Belum maksimalnya pengumpulan disebabkan oleh beberapa hambatan dari aspek internal maupun aspek eksternal. Maka dari itu diperlukan komunikasi persuasif untuk meningkatkan minat berzakat agar target yang ditetapkan oleh BAZNAS bisa tercapai. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi persuasif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat dalam meningkatkan minat berzakat. Penelitian ini berjenis kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi non partisipan dan dokumentasi. Informan penelitian ini berasal dari pengelola BAZNAS Kabupaten Dharmasraya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Dharmasraya sudah berjalan dengan baik dan sudah sesuai dengan konsep bagaimana menjalankan komunikasi persuasif yang baik. Kedepannya tinggal memaksimalkan penggunaan saluran dan media komunikasi persuasif agar minat berzakat masyarakat Kabupaten Dharmasraya meningkat.

**Kata Kunci : Komunikasi persuasif, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), Minat berzakat**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name** : Trisna Aprillia  
**Major** : Commuicaations Science  
**Title** : Persuasive Communication of the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) Dharmasraya Regency, West Sumatra Province In increasing the photo of Interest in Zakat

Dharmasraya Regency has at large enough zakat collection potential. In 2017 BAZNAS Dharmasraya district could only collect zakat of 4.5 billion while the target to be achieved per year was 8 billion. The collection has not to maximized due to several obstacles from internal and external aspects. Therefore, persuasive communication is needed to increase interest in tithing so that the targets set by BAZNAS can be achieved. The purpose of this research is to find out the persuasive communication of the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) Dharmasraya Regency, West Sumatra Province region state increased interest in tithing. This research is a descriptive qualitative type with data collection techniques through in-depth interviews, non-participant observation, and documentation. The informants of this research came from the administrators of BAZNAS Dharmasraya Regency itself. The results showed that persuasive communication carried out by BAZNAS Dharmasraya Regency had been going well. In the future, BAZNAS in Dharmasraya Regency only needs to maximize the use of persuasive communication channels and media so that the interest in tithing in Dharmasraya Regency increases.

**Keywords:** *Persuasive communication, National Amil Zakat Agency (BAZNAS), Tithe interest*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalammu 'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh.*

Rangkaian puji dan syukur tidak terhingga kepada Allah SWT, yang menjadi sumber kekuatan utama bagi peneliti untuk menuliskan huruf demi huruf dalam skripsi ini. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti melewati hari demi hari di kampus islami madani ini. Menganugerahkan ilmu kepada peneliti melalui insan-insan luar biasa yang belum pernah peneliti temui sebelumnya. Shalawat dan salam kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kaum muslimin keluar dari zaman jahiliyah menuju ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Alhamdulillah, atas rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Komunikasi Persuasif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Dalam Meningkatkan Minat Berzakat Pada Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat”**. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Public Relations pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang peneliti hormati dan sayangi. Terkhusus kepada Ayahanda Bakhri dan Ibunda Mastura, yang menjadi alasan utama peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan. Menjadi sandaran ketika peneliti sedang lelah, menjadi penyangga ketika peneliti hampir rebah, dan menjadi kekuatan utama peneliti untuk tetap melangkah dalam menyelesaikan penelitian. Terimakasih untuk setiap tetes peluh, keringat serta air mata, skripsi ini merupakan salah satu balasan kecil, bukti cinta untuk setiap pengorbanan kalian.

Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan juga kepada insan-insan yang telah memberikan semangat, dukungan, saran dan masukan serta bimbingan yang sangat berharga. Untuk itu melalui rangkaian kata dalam skripsi ini, penulis mengungkapkan terimakasih kepada:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Bapak Prof.Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim beserta jajarannya.
2. Bapak Imron Rosidi, S.Pd. MA. Ph.D, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku WD 1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr.Toni Hartono, M.Si selaku WD II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr.H.Arwan, M.Ag selaku WD III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Artis,M.I.Kom selaku sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Hayatullah Kurniadi, M.A selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan saran dan masukan serta membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.
9. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku Pembimbing Akademik (PA) peneliti selama proses perkuliahan di UIN Suska Riau.
10. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU yang telah memberikan ilmunya selama berlangsungnya proses perkuliahan.
11. Seluruh staff Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu di bidang akademik dan kemahasiswaan.
12. Informan penelitian peneliti, yaitu Bapak A. Gani selaku Ketua BAZNAS Kabupaten Dharmasraya tempat penulis melaksanakan penelitian, Bapak Muhammad Hakim, selaku Wakil I Bidang Pengumpulan Zakat BAZNAS Kabupaten Dharmasraya, Bapak Ridwan Selaku Wakil Ketua II Pendistribusian dan Pendayagunaan BAZNAS Kbutaten Dharmasraya, Ibu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Djusnimar Selaku Admin Media BAZNAS Kabupaten Dharmasraya.

13. Terimakasih diri sendiri yang telah berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini dengan penuh perjuangan dan pantang meyerah.
14. Adikku Nayla Oktavia atas do'a serta dukungan yang diberikan.
15. Sahabat-sahabat terbaikku Zuliantia, S.I.Kom, Rohmiati, S.I.Kom, Fetri Aprilia Br Ginting, S.I.Kom, Tari, S.I.Kom yang saling memberi semangat dikala suka-duka dan bersama-sama melewati pahit-manisnya perjuangan yang akan kita nikmati indahnyanya dikala semua cita-cita itu tercapai.
16. Teman-temanku Sri Wahyuni, Tasya Maya Sari, Atika Shalshabila, Ira Wati, Nur Halimah, Tiu Maydian Herlambang. Terimakasih selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
17. Teman-teman di kampus Public Relations E. terimakasih telah menemani selama perkuliahan, semoga tetap saling mendukung.
18. Sahabatku Latifa Rahmah yang selalu memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
19. Kepada orang-orang berjasa, namun terlupa semoga kebaikan-kebaikan yang pernah peneliti terima, dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang lebih baik lagi.
20. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan sumbangsih besar terhadap skripsi ini.

Terakhir, semoga penulisan proposal ini membawa manfaat bagi para pembaca, di kalangan akademisi ataupun praktisi dan dapat dijadikan khazanah keilmuan bagi ummat. *Aamiin. Wasslammua'alaikum warahmatullahi wa barakatuh.*

Pekanbaru, 28 Oktober 2021  
Penulis

Trisna Aprillia  
NIM.1174032454

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Kegunaan Penelitian .....	7
F. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Terdahulu .....	9
B. Landasan Teori .....	11
1. Komunikasi Persuasif.....	11
2. Teknik Komunikasi Persuasif .....	16
4. Faktor-Faktor Saluran dan Media dalam Komunikasi Persuasif	17
C. Konsep Operasional.....	20
D. Kerangka Pemikiran .....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Desain Penelitian .....	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	22
C. Sumber Data Penelitian .....	23
D. Informan Penelitian.....	23
E. Teknik Pengumpulan Data.....	24
F. Validitas Data .....	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

G. Teknik Analisis Data .....	26
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM</b>	
A. Profile BAZNAS Kabupaten Dharmasraya .....	28
B. Visi dan Misi BAZNAS Kabupaten Dharmasraya .....	31
C. Logo BAZNAS Kabupaten Dharmasraya .....	31
D. Tugas dan Fungsi Pokok Lembaga .....	32
E. Struktur Organisasi .....	35
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	36
B. Pembahasan .....	52
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	63
B. Saran .....	64

**DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Table V.1	Daftar Media Sosial dan Jumlah Pengikutnya .....	49
-----------	--	----





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Bagan Kerangkar Pemikiran.....	21
Gambar 4.1	Logo BAZNAS Kabupaten Dharmasraya .....	31
Gambar 4.2	Struktur Organisasi .....	35
Gambar V.1	Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh BAZNAS .....	38
Gambar V.2	Gerakan Cinta Zakat.....	39
Gambar V.3	Brosur BAZNAS Kabupaten Dharmasraya.....	46
Gambar V.4	Instagram BAZNAS Kabupaten Dharmasraya.....	46
Gambar V.5	Halaman Facebook BAZNAS Kabupaten Dharmasraya ....	47
Gambar V.6	Facebook BAZNAS Kabupaten Dharmasraya .....	47
Gambar V.7	Website BAZNAS Kabupaten Dhammasraya .....	48
Gambar V.8	Twitter BAZNAS Kabupaten Dhamasraya .....	48
Gambar V.9	Pesan-pesan Persuasi Melalui Postingan Media Sosial.....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 3 Surat-Surat Penelitian



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Menurut Peraturan Menteri Agama No 52 Tahun 2014, Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha yang dimiliki oleh orang islam untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat islam<sup>1</sup>. Selain itu didalam rukun islam zakat ditunaikan dan selanjutnya diberikan kepada yang berhak menerimanya (asnaf).

Al Quran menyatakan bahwa badan amil zakat memiliki arti penting dalam pengelolaan dana zakat, sebagaimana dijelaskan dalam surat At-Taubah ayat 60 (AlQur'anul karim, 2016 :196).

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي  
 الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ  
 حَكِيمٌ ﴾

Artinya : “Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang- orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana”.

Dalam surat At-Taubah ayat 60 tersebut dikemukakan bahwa salah satu golongan yang berhak menerima zakat (mustahiq zakat) adalah orang-orang yang bertugas mengurus urusan zakat ('amilina 'alaiha). Sedangkan dalam surat At- Taubah ayat 103 dijelaskan bahwa zakat itu diambil dijemput dari orang- orang yang berkewajiban untuk berzakat (muzakki) untuk kemudian

<sup>1</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, “Peraturan Menteri Agama No 52 Tahun 2014 Tentang Perubahan Kedua Atas Permenag 52 Tahun 2014 Tentang Syarat Dan Tata Cara Perhitungan Zakat Mal Dan Zakat Fitrah Serta Pendayagunaan Zakat Untuk Usaha Produktif” (Jakarta, Indonesia, 2014).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diberikan kepada mereka yang berhak menerimanya (mustahik). Orang yang mengambil dan yang menjemput tersebut adalah para petugas ‘amil. Diambilnya zakat dari muzakki (orang yang memiliki kewajiban berzakat) melalui amil zakat untuk kemudian disalurkan kepada mustahik, menunjukan kewajiban zakat bukan semata-mata bersifat amal kedermawanan, tetapi juga suatu kewajiban yang juga bersifat otoratif ijbari<sup>2</sup>.

Dalam penghimpunan zakat ini telah ditegaskan oleh Allah sebagai firman-Nya:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Artinya : Ambilah Zakat dari sebagian harta mereka dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui”. (QS At-Taubah: 103)<sup>3</sup>.

Kewajiban membayar zakat sering dikaitkan dengan kewajiban mendirikan shalat. Karena kedua komponen tersebut sama-sama penting bagi umat Islam. Oleh karena itu, kepekaan seorang muslim terhadap pembayaran zakat harus berjalan seiring dengan kewajiban menunaikan shalat. Namun pada kenyataannya, kesadaran dalam tubuh Muslim bahkan kurang terlihat<sup>4</sup>.

Kabupaten Dharmasraya merupakan daerah yang mayoritas masyarakatnya menganut agama islam. Jumlah penduduk yang cukup padat serta kuat akan ajaran islam. Hal ini tentu menjadi salah satu potensi pengumpulan zakat yang cukup besar. Pada tahun 2017 BAZNAS kabupaten Dharmasraya hanya bisa mengumpulkan zakat sebesar 4,5 Miliar sedangkan

<sup>2</sup> Rahman Deni and Wichitra Yasya, “Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur” 4, no. 1 (2020): 1–10.

<sup>3</sup> Deni and Yasya.

<sup>4</sup> Hafidz Muftisany, “Menumbuhkan Kesadaran Berzakat,” REPUBLIKA.co.id, 2014, <https://republika.co.id/berita/n7tctv3/menumbuhkan-kesadaran-berzakat>.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sunan Saryi Kasim Riau

target yang harus dicapai per-tahunnya adalah 8 Miliar dan Kabupaten Dharmasraya memiliki potensi zakat mencapai 30 Miliar<sup>5</sup>.

Berdasarkan observasi dan pra riset yang peneliti lakukan dengan Muhammad Hakim selaku Wakil Ketua I Bidang Pengumpulan Zakat BAZNAS Dharmasraya mengatakan bahwa, belum maksimalnya pengumpulan zakat maal di Dharmasraya disebabkan oleh beberapa hambatan. *Pertama*, masih banyak masyarakat yang minim kesadarannya dalam membayar zakat. Hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan, serta pemahaman tentang kewajiban membayar zakat dari penghasilan yang telah mereka dapatkan. Pengetahuan dalam membayar zakat masih terbatas. Masyarakat hanya tahu mengenai zakat fitrah saat bulan ramadhan, padahal sebenarnya zakat itu masih banyak klasifikasinya. Hal ini dibuktikan dengan zakat yang terkumpul dari masyarakat non-PNS hanya 10%. Disinilah pentingnya BAZNAS untuk memberikan edukasi mengenai problematika tersebut.

*Kedua*, komunikasi yang dilakukan oleh BAZNAS masih kurang sehingga masyarakat tidak mengetahui pentingnya membayar zakat ke lembaga resmi. *Ketiga* kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS. Selain itu kepedulian terhadap masyarakat sekitar tempat tinggal, juga menjadi salah satu alasan kenapa masyarakat lebih senang jika membayar atau menyalurkan langsung zakatnya kepada mustahiq<sup>6</sup>.

Untuk memberikan kemudahan dalam berzakat di Indonesia terdapat lembaga pemerintah yang memfasilitasi salah satunya BAZNAS. BAZNAS yang merupakan akronim dari Badan Amil Zakat Nasional adalah sebuah lembaga pemerintah non struktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab dalam pengelolaan zakat kepada presiden melalui menteri agama yang

<sup>5</sup> Mukhlisun, "Potensi Zakat Dharmasraya Capai 30 Miliar Per Tahun," Antara Sumbar, 2018, <https://sumbar.antarane.ws.com/berita/222204/potensi-zakat-dharmasraya-capai-30-miliar-per-tahun>.

<sup>6</sup> Riki Okta Vendi, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembayaran Zakat: Studi Kasus Kabupaten Dharmasraya Sumbar," REPUBLIKA.co.id, 2014, <https://www.republika.co.id/berita/nforg55/faktorfaktor-yang-memengaruhi-pembayaran-zakat-studi-kasus-kabupaten-dharmasraya-sumbar>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

telah diatur dalam undang-undang RI No. 23 pasal 5 ayat 3 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat<sup>7</sup>.

Adapun tugas BAZNAS yaitu meliputi pengumpulan, penyaluran dan pendistribusian dana zakat kepada masyarakat yang kurang mampu serta kepada asnaf zakat. Agar pengelolaan zakat berjalan secara efektif dan efisien maka kementerian agama membagi tugas BAZNAS yang terdiri dari BAZNAS Ibu Kota Negara, BAZNAS Provinsi, dan BAZNAS Kabupaten atau Kota.

Dengan itu pemerintah dari setiap tingkat mulai dari pusat sampai kabupaten memiliki kewenangan untuk membentuk BAZNAS sebagai perpanjangan tangan dari pemerintah untuk pengelolaan zakat di wilayahnya masing-masing. begitu juga dengan Kabupaten Dharmasraya telah membentuk sebuah lembaga amil zakat yang mempunyai visi menjadi badan amil zakat yang amanah, transparan dan professional.

BAZNAS sebagai lembaga bisnis *non-profit oriented*, aset yang paling berharga adalah kepercayaan dan sumber daya manusia. Karena pada dasarnya semua aktivitas lembaga ini merupakan dari, oleh dan untuk manusia<sup>8</sup>.

Komunikasi merupakan faktor penting dalam penghimpunan zakat. Karena dengan adanya komunikasi dapat memberi kemudahan dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada orang lain terutama tentang pesan-pesan zakat. Pada hakikatnya komunikasi tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia<sup>9</sup>.

Karena komunikasi memiliki peranan penting bagi BAZNAS untuk melakukan sosialisasi atau penyuluhan kepada masyarakat khususnya muzaki dan mustahik. Selain itu dengan komunikasi BAZNAS dapat memberikan informasi mengenai zakat, mengajak untuk berzakat, selain itu juga

<sup>7</sup> Hafiz Kamill, "Evaluasi Program Layanan Jemput Zakat Maal Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

<sup>8</sup> Deni and Yasya, "Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur."

<sup>9</sup> Deni and Yasya.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengingatkan tentang jasa yang ditawarkan oleh baznas kepada pada muzakki dan juga untuk menarik perhatian.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) juga memerlukan sebuah teknik komunikasi yang dapat menjadi media perubahan sikap dan perilaku muzakki dalam penghimpunan zakat. Komunikasi persuasif menurut widjaja adalah komunikasi yang dilakukan dengan cara membujuk, mengajak, atau merayu. Tujuan persuasi yaitu untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, tetapi persuasi dilakukan secara halus, luwes, yang mengandung sifat-sifat manusiawi. Yang di akibatkan dari kegiatan persuasi adalah kesadaran, kerelaan, disertai perasaan senang<sup>10</sup>.

Agar komunikasi persuasif itu mencapai tujuan dan sasarannya, maka perlu perencanaan yang matang. Perencanaan dilakukan berdasarkan komponen-komponen proses komunikasi yakni komunikator, pesan, media dan komunikan. Komunikator harus dapat mengelola isi pesan sesuai dengan diri komunikan. Penataan pesan sedemikian rupa bersangkut-paut dengan penentuan media yang digunakan jika memang memerlukan media untuk menyampaikan pesan tersebut. Media yang digunakan seperti media massa ataupun nirmassa<sup>11</sup>.

Maka penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu komunikasi Persuasif yang dilakukan oleh BAZNAS dalam penghimpunan Zakat. Penelitian ini pun berjudul **“Komunikasi Persuasif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Minat Berzakat”**.

## B. Penegasan Istilah

1. Komunikasi Persuasif adalah proses komunikasi yang bertujuan mempengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar menyesuaikan pendapat dan keinginan komunikator. Komunikasi Persuasif merupakan

<sup>10</sup> H. A. W Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksara: Bumi Aksara, 2010).

<sup>11</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

proses komunikasi yang mengajak dan membujuk orang lain dengan tujuan mengubah sikap, keyakinan dan pendapat sesuai keinginan komunikator tanpa adanya unsur paksaan<sup>12</sup>. Maksud komunikasi persuasif dalam penelitian ini adalah bagaimana BAZNAS Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat dalam penghimpunan zakat melakukan komunikasi persuasif dengan tujuan agar muzakki tersebut dapat merubah sikap, perilaku maupun pandangannya agar berzakat dan menunaikan zakatnya ke lembaga yang resmi.

2. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan lembaga yang memiliki wewenang untuk melakukan pengumpulan, pengelolaan dan pendistribusian zakat secara nasional. BAZNAS bersama pemerintah bertanggung jawab untuk mengawal pengelolaan zakat yang berasaskan: syariat islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas<sup>13</sup>.
3. Minat adalah keinginan seseorang untuk berperilaku berdasarkan kemungkinan tindakan yang akan dilakukan<sup>14</sup>.
4. Berzakat adalah dorongan atau keinginan seseorang atau sekelompok orang untuk menunaikan zakat<sup>15</sup>.

### C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dituliskan dari awal dapat ditetapkan rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana Komunikasi Persuasif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Minat Berzakat?

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui Komunikasi Persuasif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

<sup>12</sup> Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*.

<sup>13</sup> Baznas, "Tentang Baznas," Baznas.go.id, 2001, <https://baznas.go.id/profil>.

<sup>14</sup> Jhon C. Mowen and Michael Minor, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga, 2002), 6.

<sup>15</sup> Baznas, "Tentang Baznas."

Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Minat Berzakat.

### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Penelitian ini diharapkan berguna untuk perkembangan keilmuan yang berkaitan dengan Komunikasi Persuasif serta sebagai bahan acuan dalam penelitian-penelitian selanjutnya tentang penggunaan komunikasi persuasif BAZNAS dalam Meningkatkan minat berzakat.

### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini meliputi :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan yang membahas tentang latar belakang penulisan dalam pemilihan judul, penegasan istilah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang akan dilakukan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Dalam bab ini membahas tentang kajian teori yang mendukung penyusunan penelitian ini, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini membahas jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

#### **BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Dalam bab ini membahas tentang deskripsi umum tempat penelitian, dalam hal ini adalah Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

#### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini membahas gambaran umum penelitian dan pembahasan hasil dari penelitian.

#### **BAB VI : PENUTUP**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pembaca dan penelitian-peneliti selanjutnya sebagai masukan ataupun pertimbangan. Dan di akhiri dengan daftar pustaka dan juga lampiran yang di perlukan dalam mendukung seluruh penelitian.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang mengkaji tentang komunikasi persuasif. *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Farid Muhammad Ihsan, dkk menjelaskan bahwa sasaran strategi marketing *public relations* terutama berasal dari muslim kelas menengah, yang terbagi menjadi empat tipe: apathis, rationalist, conformist dan universalist. Strategi marketing *public relations* LAZ RZ untuk menarik sponsor meliputi kegiatan publikasi dan publisitas melalui media cetak, media internet, kegiatan layanan masyarakat, dan penyelenggaraan acara khusus.<sup>16</sup>

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Mishbah EL Yaser menjelaskan bahwa upaya yang dilakukan BAZNAS Kota Padang terhadap masyarakat Kota Padang merupakan salah satu bentuk komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BAZNAS melalui bidang humas untuk menggalakan kampanye berzakat ke BAZNAS dengan tujuan untuk mempengaruhi, membujuk, dan mengajak semua masyarakat beralih untuk menyalurkan zakat ke BAZNAS. Melalui kegiatan kehumasan BAZNAS dalam bentuk publikasi dan event, serta penyuluhan, kegiatan tersebut dapat membujuk masyarakat dan menarik minat masyarakat untuk menyalurkan zakat ke BAZNAS<sup>17</sup>.

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Rama Wijaya Kesuma Wardani menjelaskan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh Baznas Provinsi Jawa Barat dalam menghimpun zakat maal diwujudkan melalui penerapan International Standart Operation (ISO) dan Rencana Strategis (RESTR) serta Rencana Kegiatan Awal Tahun (RKAT). Bentuk komunikasi dalam pengumpulan zakat maal adalah penggunaan media online dan offline,

---

<sup>16</sup> Farid Muhammad Ihsan, Imron Rosyidi, and Rohmanur Aziz, "Strategi Marketing Public Relations Lembaga Amil Zakat Dalam Menarik Donatur Berdonasi," *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat* 3, no. 1 (2018): 1–24,

<http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JIEc/article/view/8182>.

<sup>17</sup> Misbah EL Yaser, "Upaya Komunikasi Persuasif Berzakat Ke Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) DI Kota Padang" (Universitas Andalas, 2016).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan muzakki. Sementara itu, sosialisasi pengumpulan zakat maal dilakukan secara berkesinambungan melalui program branding media online dan offline. Melalui strategi komunikasi ini, Baznas Provinsi Jawa Barat berhasil meningkatkan jumlah zakat maal yang dikumpulkan dari masyarakat<sup>18</sup>.

*Keempat*, penelitian yang dilakukan oleh Asep Sudarman menunjukkan bahwa Perencanaan internal dan eksternal didukung oleh peran ketua yang memandu komando organisasi dengan mengoptimalkan bidang-bidang yang ada. Unit Pengumpul Zakat masih dikerahkan di Kecamatan Rancasari pada kegiatan diluar zakat maal. Kepercayaan terhadap Unit Pengumpul Zakat masih kurang. Sosialisasi tetap pada level penyampaian secara verbal si kelompok atau forum tertentu<sup>19</sup>.

*Kelima*, penelitian yang dilakukan oleh Deni Rahman dan Wichitra Yasya menjelaskan bahwa pengumpulan dana zakat dilakukan dengan pendekatan komunikasi persuasif melalui penyuluhan, layanan konsultasi, layanan tunai dan gesek, layanan jemput zakat, program sosialisasi kegiatan, dan melalui media atau saluran pers online<sup>20</sup>.

Berdasarkan beberapa penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa banyak penelitian yang membahas tentang meningkatkan minat berzakat melalui strategi komunikasi. Sedangkan penulis mencoba mengetahui sejauh mana proses komunikasi BAZNAS melakukan komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat berzakat sebagai upaya untuk mengubah sikap dan membentuk prilaku menunaikan zakat. Dan yang membedakannya adalah peneliti meneliti lembaganya sedangkan beberapa penelitian terdahulu meneliti tentang masyarakatnya.

<sup>18</sup> Rama Wijaya and Kesuma Wardani, "Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional Dalam Pengumpulan Zakat Maal" 1 (2017): 151–76, <https://doi.org/10.15575/idajhs.v1i1i1.1356>.

<sup>19</sup> Asep Sudarman, "Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Zakat Maal," *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2019): 35–54, <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i1.5056>.

<sup>20</sup> Deni and Yasya, "Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur."



## B. Landasan Teori

### 1. Komunikasi Persuasif

Carl I. Hovlan berpendapat bahwa komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan symbol-simbol (kata-kata, gambar, figure, dan sebagainya). Sedangkan Miller berpendapat bahwasannya komunikasi adalah situasi-situasi memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seseorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima<sup>21</sup>.

Komunikasi persuasif berasal dari bahasa Inggris yaitu *persuasion*. Sedangkan istilah *persuasion* itu sendiri diturunkan dari bahasa Latin yaitu *persuasion* yang asal kata kerjanya ialah *to persuade* artinya adalah membujuk, merayu, meyakinkan, dan lain sebagainya<sup>22</sup>. Persuasif bisa dilakukan dengan cara rasional maupun emosional. Biasanya menyentuh aspek afeksi yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah<sup>23</sup>.

Burton dan Huffner meringkas definisi komunikasi persuasif menurut beberapa ahli, yang pertama proses komunikasi bertujuan mempengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar menyesuaikan pendapat dan keinginan komunikator. Yang kedua, proses komunikasi yang mengajak dan membujuk orang lain dengan tujuan mengubah sikap, keyakinan dan pendapat sesuai keinginan komunikator tanpa adanya unsur paksaan<sup>24</sup>.

Schacter berpendapat bahwasannya komunikasi persuasif memiliki dua jenis: yaitu pertama, persuasi sistematis yang mengacu pada proses pemberian pengaruh melalui perubahan sikap atau keyakinan dengan basis

<sup>21</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Rosdakarya, 2013).

<sup>22</sup> Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*.

<sup>23</sup> Herdian Maulana and Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi Dan Persuasi* (Jakarta: Akademia Permata, 2013).

<sup>24</sup> Maulana and Gumelar, 7.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemikiran logika dan pemberian alasan (*logic and reason*). Yang kedua adalah persuasi heuristic yaitu proses persuasi yang dilakukan melalui perubahan berdasarkan penerapan kebiasaan dan emosional<sup>25</sup>.

Persuasi merupakan komunikasi yang bertujuan mempengaruhi dan meyakinkan orang lain. Persuasi sering juga disebut bujukan ketika seseorang berusaha mengubah keyakinan dan sikap orang lain. Persuasi akan dianggap berhasil jika seseorang membujuk dengan fakta dan alasan yang masuk akal. Persuasi adalah sebuah tindakan yang halus serta tidak ada unsur paksaan didalamnya. Seseorang yang hendak melakukan komunikasi persuasi hendaknya adalah orang yang memiliki kredibilitas. Kredibilitas merupakan suatu penilaian sejauh mana orang lain dapat percaya dan yakin terhadap apa yang ia lakukan dan katakan. Hal itu dapat diperoleh dengan cara menunjukkan kompetensi, kemampuan, pengetahuan dan integritas. Kredibilitas juga dapat dicapai dengan cara akhlak pribadi yang baik, seperti sabar, peduli, bersemangat, dan sikap positif lainnya<sup>26</sup>.

Menurut Nothstine dalam Soemirat mengatakan bahwa komunikasi Persuasif bukanlah hal yang mudah. Banyak faktor yang harus dipertimbangkan agar komunikasi mau mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya. Di antara faktor-faktor tersebut<sup>27</sup>:

- a. Kejelasan tujuan.

Kejelasan tujuan merupakan hal yang telah diketahui bahwa jika melakukan komunikasi karena adanya tujuan. Perubahan cara pandang meyangkut aspek kognitif, yaitu pertanyaan yang berkaitan dengan aspek keyakinan (*belief*), gagasan dan konsep sedangkan perubahan sikap, berkaitan dengan aspek afektif. Dengan demikian, tujuan

<sup>25</sup> Maulana and Gumelar, 10.

<sup>26</sup> Komaruddin Hidayat and Khoiruddin Bashori, *Psikologi Sosial* (Jakarta: Erlangga, 2016), 71.

<sup>27</sup> Soleh Soemirat and Asep Suryana, *Komunikasi Persuasif* (Banten: Universitas Terbuka, 2014), <http://repository.ut.ac.id/4495/1/SKOM4326-M1.pdf%0Ahttp://www.pustaka.ut.ac.id/lib/2016/08/08/skom4326-komunikasi-persuasif/#tab-id-3>.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi persuasif dalam konteks ini adalah menggerakkan hati, membangkitkan emosi tertentu, menghargai, dan menyetujui pendapat yang diungkapkan.

- b. Memikirkan secara cermat orang-orang yang dihadapi.

Memikirkan secara cermat orang-orang yang kita hadapi, tujuan komunikasi persuasif yang kita hadapi bervariasi dan kompleks. Sebaiknya sebelum terlibat dalam komunikasi persuasif, akan sangat membantu untuk meneliti aspek-aspek pribadi dan sosial orang sosial yang dibujuk, dipelajari dan dipertimbangkan dengan saksama.

- c. Memilih strategi-strategi yang tepat, sehubungan dengan komunikasi.

Memilih strategi yang tepat Efektivitas komunikasi persuasif, selain ditentukan oleh kedua faktor tersebut juga ditentukan oleh strategi yang direncanakan. Strategi komunikasi persuasif adalah kombinasi dari perencanaan media persuasif dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang atau audiens.

Sebelum melakukan komunikasi hal yang harus ditentukan adalah siapa sasaran kita, apa pesan yang akan disampaikan, mengapa harus disampaikan, di mana lokasi penyampaian pesan tadi, serta apakah waktu yang digunakan cukup tepat.

Menurut Melvil L. DeFleur dan Sandra J Ball Roceach dalam Soemirat mengemukakan bahwa ada tiga strategi Komunikasi Persuasif, yaitu strategi psikodinamika, strategi persuasi sosiokultural dan strategi *the meaning construction*<sup>28</sup>. *Pertama*, strategi psikodinamika ini menekankan pada aspek determinan perilaku seseorang tanpa disadari (internal). Perubahan sikap dalam strategi ini mengarah pada bagaimana karakter personal manusia. Strategi ini juga berjalan atas dasar dorongan dari diri seseorang tersebut sehingga kadang-kadang respons terjadi diluar kesadaran diri.

<sup>28</sup> Soleh Soemirat and Suryana.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Kedua*, berbeda dari strategi psikodinamika dimana strategi persuasi sosiokultural yaitu bagaimana seseorang dipengaruhi oleh kekuatan luar diri seseorang. Strategi ini menekankan bahwa seseorang terpengaruh oleh orang lain baik itu institusi sosial atau kekuatan sosial dari dunia yang mengelilinginya. Yang sangat berpengaruh dalam strategi sosiokultural adalah lingkungan dari *persuadee*.

Dan yang *ketiga*, adalah strategi *the meaning construction*. Strategi ini menekankan pada kata. Bahasa merupakan media penyampaian kata-kata persuasi harus dibuat sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian *persuadee*. Dengan permainan kata dan makna dapat menarik perhatian *persuadee*, meski awalnya *persuadee* tidak tertarik pada isi pesan dan *persuader*.

Menurut Mar'at komunikasi persuasif merupakan kegiatan penyampaian suatu informasi atau masalah pada pihak lain dengan cara membujuk. Kegiatan yang dimaksud adalah mempengaruhi sikap emosi komunikan atau *persuadee*<sup>29</sup>.

Selain definisi yang peneliti kutip dari pendapat Mar'at di atas, penjelasan lebih dalam mengenai komunikasi persuasif dikemukakan oleh Komaruddin Hidayat dan Khoiruddin Bashori, jika ingin mendapatkan hasil persuasi sesuai yang diinginkan maka harus meningkatkan dan mengembangkan kredibilitas diri yang mengacu pada tiga komponen, yaitu komponen keahlian, kepercayaan dan eksistensi. Tiga komponen ini cukup memadai dan kuat untuk mempengaruhi sasaran. Selain kredibilitas, komunikator perlu mengembangkan kepercayaan sasaran, salah satunya dengan cara memperbaiki watak dan sikap dalam hubungan sosial khususnya dengan sasaran. Kemudian eksistensi diri komunikator terhadap sasaran persuasi perlu ditingkatkan agar terkesan sasaran tidak sedang berkomunikasi dengan orang asing<sup>30</sup>.

<sup>29</sup> Soleh Soemirat and Suryana.

<sup>30</sup> Hidayat and Bashori, *Psikologi Sosial*, 71.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terdapat tiga tujuan pesan komunikasi persuasif yaitu membentuk tanggapan, memperkuat tanggapan, dan mengubah tanggapan. Dalam proses pembentukan sikap dan tanggapan, harus mampu menghubungkan antara gagasan atau produk baru dengan nilai-nilai yang telah melakat pada sistem masyarakat atau sasaran.

Penguatan tanggapan adalah terdapatnya kesinambungan perilaku yang terhadap produk yang sedang berlangsung, gagasan, dan isu. Perubahan tanggapan merupakan perubahan tanggapan terhadap sasaran persuasi untuk mengubah perilaku mereka terhadap suatu produk, konsep atau mengubah suatu gagasan.

Dalam komunikasi persuasif menggayakan pesan merupakan aspek penting dalam membungkus pesan supaya pesan menjadi lebih menarik untuk dikonsumsi. Seorang harus memiliki gaya perolehan perhatian yang mengesankan, yang dapat diperoleh dengan cara penggunaan bahasa yang jelas, luas dan tepat.<sup>31</sup>

Agar komunikasi persuasif itu mencapai tujuan dan sasarnya, maka perlu perencanaan yang matang. Perencanaan dilakukan berdasarkan komponen-komponen proses komunikasi yakni komunikator, pesan, media dan komunikan. Komunikator harus dapat mengelola isi pesan sesuai dengan diri komunikan. Dan penyampaian pesan-pesan persuasi harus disertai dengan gaya yang menawan, mengesankan, dan tidak membosankan<sup>32</sup>.

Penataan pesan sedemikian rupa bersangkut paut dengan penentuan media yang digunakan jika memang memerlukan media untuk menyampaikan pesan tersebut. Media yang digunakan seperti media massa ataupun nirmassa<sup>33</sup>.

<sup>31</sup> Asep Suryana, *Komunikasi* (Banten: Universitas Terbuka, 2019).

<sup>32</sup> Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 2008, 22.

<sup>33</sup> Effendy, 22.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Teknik Komunikasi Persuasif

Adapun teknik-teknik komunikasi persuasif yang dapat dilakukan sesuai dengan komunikan yang dijadikan sasaran sebagai berikut:

### a. Teknik asosiasi

Teknik asosiasi merupakan penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. Teknik ini dilakukan oleh kalangan bisnis atau kalangan politik.

### b. Teknik integrasi

Maksud dari teknik integrasi adalah komunikator mampu menyatukan diri dengan komunikan yang dijadikan sasaran seolah-olah komunikator senasib dengan komunikan. Contoh dari teknik ini adalah dengan menggunakan kata “kita” bukan “kami” sehingga pesan yang disampaikan komunikator tidak menjurus untuk kepentingan pribadinya melainkan juga untuk kepentingan komunikator.

### c. Teknik ganjaran

Teknik ganjaran (*pay-off technique*) adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-iming hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan. Teknik ini biasanya di kaitkan dengan teknik “pembangkitan rasa takut” (*fear arousing*), yakni suatu cara yang bersifat menakut-nakuti atau menggambarkan konsekuensi yang buruk.

### d. Teknik tataan

Yang dimaksud dengan tataan disini adalah menata pesan sedemikian rupa sehingga enak di dengarkan dan membuat yang mendengarkan menjadi termotivasi melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut. Pada teknik ini komunikator mempertaruhkan kehormatannya sebagai pusat kehormatannya (*source of credibility*).





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### e. Teknik *red herring*

Teknik *red herring* adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. teknik ini digunakan pada saat komunikator berada dalam posisi yang terdesak<sup>34</sup>.

### 3. Faktor-Faktor Saluran dan Media dalam Komunikasi Persuasif

Efek komunikasi tatap muka sebagai saluran dalam komunikasi persuasif. Aspek-aspeknya sebagai berikut<sup>35</sup>:

#### a. Saluran komunikasi

Merupakan media yang digunakan untuk mengirim atau mengangkut pesan. Artinya saluran merupakan penghubung antara komunikator dan komunikan. Saluran memiliki tujuh dimensi yang memungkinkan anda mengukur kinerja saluran yang berbeda. Dimensi saluran ini adalah keandalan saluran, respons saluran, keterlibatan saluran, ketersediaan saluran, daya tahan saluran, kekuatan multiguna saluran, dan komplementaritas saluran.

#### b. Komunikasi Tatap Muka

Komunikasi ini terjadi ketika yang dibujuk saling berhadapan, kemudian bertemu. Selain itu komunikasi tatap muka juga dikenal sebagai komunikasi tatap muka (*direct communication*). Komunikasi tatap muka dapat diklasifikasikan menurut jumlah komunikan yang ditemui komunikator, yaitu menjadi dua jenis, yaitu komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi langsung antara dua orang atau lebih secara fisik, dimana semua indra aktif, dan menerima umpan balik langsung.

<sup>34</sup> Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 2008.

<sup>35</sup> Suryana, *Komunikasi. Persuasif*.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## c. Komunikasi Persuasi Dalam Komunikasi Tatap Muka

Komunikasi tatap muka memiliki variasi suatu komunikasi antara lain sebagai berikut<sup>36</sup>:

- 1) *Definition physical interdependence*
- 2) *Action-reaction interdependence*
- 3) *Interdependence of expectations empathy*
- 4) *Interaction*

Efek interaksi kelompok sebagai salauran dalam komunikasi persuasif.

Manusia memang cenderung hidup berkelompok, manusia tidak bisa hidup sendiri, tetapi selalu membutuhkan kehadiran orang lain. Dalam sebuah kelompok setidaknya ada tiga aspek, yaitu aktivitas, interaksi, dan emosi. Konsep kelompok dapat dipelajari dalam berbagai aspek seperti persepsi, motivasi, tujuan organisasi, saling ketergantungan, dan interaksi serta keberadaan dalam periode waktu tertentu.

Energi dihasilkan ketika kelompok terlibat dalam interaksi yang menghidupkan kelompok. Kepribadian kelompok dipengaruhi oleh energi yang digunakan. Interaksi dalam kelompok dapat membentuk variasi pola kelompok. Dalam suatu kelompok, hal ini dapat berbentuk kelompok yang kooperatif, kompetisi, konflik, dan kelompok akomodasi. *Afiliasi kelompok* memainkan peran penting dalam pembentukan sikap, yang dapat dinilai dari sejumlah faktor penting seperti hubungan kelompok kunci, tekanan untuk kepatuhan kelompok, keinginan untuk berbagi pengalaman dan informasi, dan kecenderungan penghasut untuk menilai siapa yang paling lebih dihormati dalam suatu kelompok.

Efek persuasi dalam interaksi kelompok dapat dilihat dari dua aspek yakni<sup>37</sup>:

<sup>36</sup> Suryana.

<sup>37</sup> Suryana.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### a. Kepaduan

Kohesi kelompok adalah rasa memiliki anggota kelompok terhadap kelompok. Kohesi kelompok yang kuat dicirikan oleh persahabatan, kerja sama, dan ketertarikan antarpribadi. Oleh karena itu, kelompok akan dengan mudah mempengaruhi anggotanya melalui norma, konsensus, dan harapan kelompok. Jika seluruh kelompok kohesif, akan mudah untuk meyakinkan mereka.

#### b. Konformitas

Konformitas atau kepatuhan adalah sejauh mana perilaku seseorang sesuai dengan standar kelompok sasaran mereka. Sebuah kelompok melakukan dua fungsi untuk anggotanya, yaitu fungsi normatif dan fungsi komparatif. Dan untuk pengaruh kelompok sasaran yang tidak terlihat, kehadiran atau kesadaran belaka untuk akan keberadaan orang lain di sekitar kita memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap respons yang kita berikan terhadap komunikasi persuasif.

Efek media massa dalam komunikasi persuasif.

Pengertian media massa seringkali ditujukan pada peralatan teknik yang digunakan dalam komunikasi massa. Jenis media massa bisa berupa media cetak dan juga media elektronik. Keberadaan media massa membutuhkan dua perkembangan, yakni:

- a. Adanya teknologi yang relatif maju
- b. Melek huruf pada sebagian masyarakat yang memanfaatkan informasi.

Semakin tinggi status ekonomi, semakin besar masyarakat yang tinggal di dalamnya. Jadi dia semakin menjadi pembaca koran biasa. Media cetak mempengaruhi pembaca untuk mengambil tindakan, terbukti lebih kuat daripada media elektronik.

Televisi dapat mempengaruhi keberadaan suatu budaya, media transmisi pengalaman, mempengaruhi sikap publik, opini, persepsi, dan sentimen, meningkatkan status sosial subjek, posesif, mempengaruhi perencanaan kegiatan sehari-hari, dan menghilangkan emosi dan gairah emosional tertentu.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tumbuhnya perasaan senang atau percaya terhadap media massa tertentu mungkin erat kaitannya dengan pengalaman individu bersama media massa tersebut. Bisa jadi faktor isi pesan mula-mula amat berpengaruh, tetapi kemudian jenis media itu yang diperhatikan, apapun yang disiarkannya<sup>38</sup>.

### C. Konsep Operasional

Konsep operasional adalah konsep secara jelas mengenai variabel-variabel penelitian untuk memberikan hasil penelitian yang seragam pada semua pengamat. Konsep operasional juga menjelaskan tentang bagaimana kegiatan yang harus dilakukan untuk memperoleh data (Informan dan Penelitian) atau indikator yang dimaksud. Kegiatan yang harus dilakukan disini adalah membuat konsep-konsep yang telah dikelompokkan kedalam variabel agar dapat diukur.

Penelitian ini mengkaji tentang komunikasi persuasif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Minat Berzakat, serta faktor pendukung dalam pelaksanaan komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif merupakan suatu kegiatan yang rutin dilakukan dalam upaya mempengaruhi dan mengubah kepercayaan, pandangan, sikap yang dilakukan oleh BAZNAS untuk meningkatkan Minat Berzakat.

Konsep yang perlu di operasikan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) melalui berbagai teknik komunikasi persuasif untuk meningkatkan minat berzakat.
2. Staretgi yang digunakan oleh BAZNAS dalam meningkatkan minat berzakat.
3. Faktor komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BAZNAS dalam meningkatkan minat berzakat.
4. Saluran dan media dalam komunikasi persuasif oleh BAZNAS dalam meningkatkan minat berzakat yaitu melalui komunikasi langsung

---

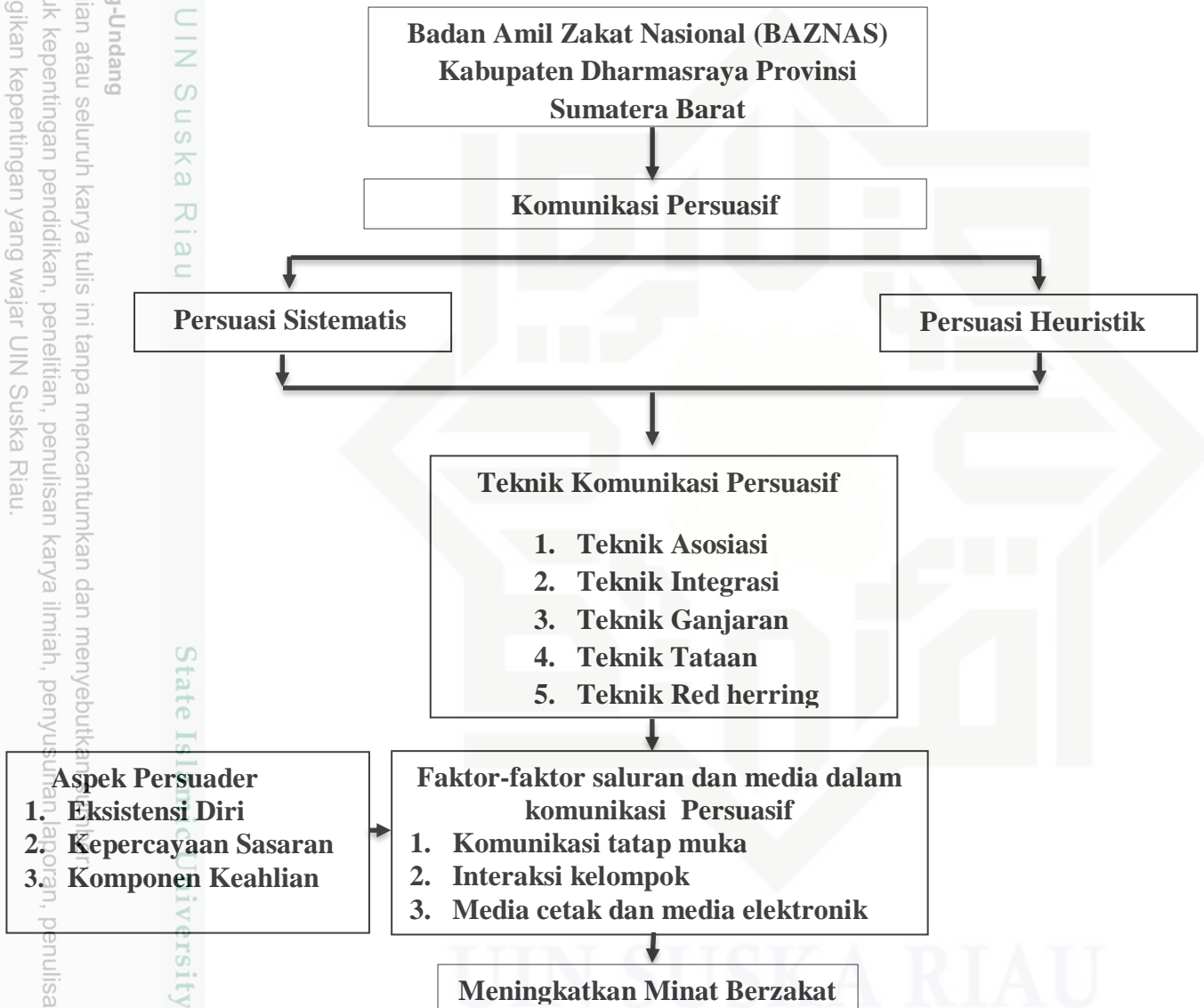
<sup>38</sup> Suryana.

(Komunikasi tatap muka, dan komunikasi kelompok) dan komunikasi tidak langsung (Melalui media).

#### D. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

#### Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### A. Desain Penelitian

Penelitian ini berjenis kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian dengan hasil data yang dikumpulkan bukanlah data yang dapat diuji dengan statistik<sup>39</sup>. Dalam penelitian kualitatif besaran populasi atau sampling tidak menjadi tolak ukur, Bahkan populasi dan samplingnya sangat terbatas. Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif, dimana peneliti berusaha menggambarkan berbagai situasi dan kondisi dari fenomena yang terjadi pada objek penelitian. Metode deskriptif kualitatif dianggap tepat digunakan dalam meneliti masalah yang membutuhkan studi mendalam<sup>40</sup>.

Penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan agar dapat memahami makna dibalik data yang tampak dan melakukan eksplorasi untuk memperjelas fenomena yang terjadi. Dimana peneliti berusaha menggambarkan meringkas berbagi situasi dan kondisi atau fenomena yang menjadi objek penelitian.

### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian Penelitian tentang komunikasi persuasif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat dalam meningkatkan minat berzakat berlokasi di Jl. Lintas Sumatera KM 5 Sikabau, Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat.
2. Waktu pelaksanaan Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli sampai September 2021.

<sup>39</sup> Ronny Kountur, *Metode Penelitian* (Jakarta: PPM, 2007).

<sup>40</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006).

### C. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data penelitian ini terdiri dari:

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dihimpun secara langsung dari informan dan diolah sendiri oleh peneliti<sup>41</sup>. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda (fisik), kejadian, kegiatan dan hasil suatu pengujian tertentu. Data primer diperoleh dari penelitian ini adalah hasil wawancara peneliti terhadap Wakil Ketua I BAZNAS Kabupaten Dharmasraya, Ketua Bidang Pengumpulan Zakat BAZNAS Kabupaten Dharmasraya, Wakil Ketua II Bidang Pendistribusian dan pendayagunaan BAZNAS Kabupaten Dharmasraya dan Admin media BAZNAS Kabupaten Dharmasraya.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu dari hasil dokumentasi dan data-data yang tersedia dari berbagai pihak atau lembaga terkait dengan penelitian<sup>42</sup>. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan.

### D. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini akan dipilih secara *purposive*. *Purposive* adalah teknik penentuan sampel (namun pada penelitian ini disebut dengan informan karena penelitian kualitatif) dengan pertimbangan tertentu, teknik ini bisa diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan<sup>43</sup>.

<sup>41</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi* (Bandung: PT Raja Grafindo Persada, 2003).

<sup>42</sup> Rosady Ruslan.

<sup>43</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Kendana Pemuda Media Group, 2008).

Informan merupakan orang yang dapat memberikan keterangan dan informasi mengenai masalah yang sedang diteliti dan dapat berperan sebagai narasumber selama proses penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan informan penelitian dalam mendapatkan data yang mendukung sebagai tujuan dari penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu :

No	Nama	Jabatan
1	Muhammad Hakim	Wakil Ketua I Bidang Pengumpulan
2	A. Gani	Ketua BAZNAS Kabupaten Dharmasraya
3	Ridwan Syarif	Wakil Ketua II Bidang Pendistribusian dan Pendayagunaan
4	Djusnimar	Admin Media

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data<sup>44</sup>. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

### 1. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara secara langsung, melalui telepon sululer, dan melalui email dengan menggunakan teknik wawancara mendalam (*Depth Interview*). wawancara mendalam adalah temu muka berulang antara peneliti dan informan penelitian, dalam rangka memahami pandangan informan, dalam rangka memahami pandangan informan penelitian mengenai hidupnya, pengalamannya, ataupun situasi sosial sebagaimana diungkapkan dalam bahasanya sendiri<sup>45</sup>.

### 2. Observasi

Merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis. Menurut Indriantoro dan supomo, observasi ialah proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda-benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi

<sup>44</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, 1st ed. (Jakarta: Kencana, 2006).

<sup>45</sup> Kuswaya Wihardit, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002).





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan individu-individu yang diteliti<sup>46</sup>. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan secara tidak langsung atau non partisipan. Yakni dengan mengamati komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BAZNAS melalui wawancara mendalam serta melalui peristiwa dan kejadian.

### 3. Dokumentasi

Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi yang digunakan oleh peneliti yaitu berupa foto, gambar atau data-data lainnya yang didapat dari penelitian. Hasil penelitian kualitatif dari penggunaan metode observasi dan wawancara akan semakin sah dan dapat dipercaya apabila didukung oleh foto-foto<sup>47</sup>.

## F. Validitas Data

Setelah penelitian dilakukan, maka dilakukan validitas data atau pengujian dan pemeriksaan keabsahan data. Validitas data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi data. Triangulasi data merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut<sup>48</sup>.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi data terhadap narasumber yang peneliti wawancarai. Penelitian ini memiliki beberapa narasumber yang peneliti yakni bisa memenuhi informasi yang peneliti perlukan mengenai komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Dharmasraya. Untuk mendapatkan informasi yang valid dari beberapa narasumber tersebut, maka peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu membandingkan hasil wawancara informan yang satu dengan yang lain, sehingga dapat diperoleh data yang akurat.

<sup>46</sup> Nur Indriantoro and Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002).

<sup>47</sup> Rusady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2006).

<sup>48</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007).



## G. Teknik Analisis Data

Analisis data memegang peran penting dalam penelitian kualitatif, yaitu sebagai faktor utama penelitian terhadap baik tidaknya kualitas sebuah riset. Bahkan analisis menjadi ciri-ciri sebuah metode kualitatif yang harus dilakukan sejak awal sampai akhir proses penelitian<sup>49</sup>.

Terdapat empat langkah teknik analisis data sebagai berikut<sup>50</sup>:

### 1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data berupa tahap mengumpulkan yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan data-data lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

### 2. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang dilapangan studi.

### 3. Penampilan Data

Penampilan atau penyajian data adalah tahap pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan yang kemudian disajikan baik dalam bentuk teks naratif atau juga dapat dalam berbentuk matrik, diagram, table dan bagan. Dengan mencermati penyajian data ini, data akan dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.

### 4. Penegasan Kesimpulan dan Vertifikasi

Merupakan kegiatan akhir dari sebuah analisis data dengan menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi. Hal ini dilakukan untuk menganalisis dan mencari makna dari informasi yang dari awal dikumpulkan seperti mencari tema, pola hubungan, permasalahan yang

<sup>49</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003).

<sup>50</sup> Agus Salim, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006).

muncul dan pada akhirnya disajikan sehingga terbentuk proposisi tertentu yang mendukung teori ataupun penyempurnaan teori.

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan, analisis data dalam penelitian ini adalah pengolahan data melalui analisis deskriptif kualitatif dengan tujuan mengemukakan gejala-gejala secara lengkap didalam aspek yang diselidiki, agar jelas keadaannya ataupun kondisinya.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### A. Profile BAZNAS Kabupaten Dharmasraya

#### 1. Sejarah BAZNAS Kapaten Dharmasraya

Badan amil zakat nasional (BAZNAS) Dharmasraya sudah dibentuk sejak tahun 2005 berdasarkan Surat keputusan Bupati Dharmasraya Nomor : 188.45/242/KPTS-BPT-2005 tentang pembentukan pengurus Badan Amil Zakat Kab. Dharmasraya periode 2005-2008, karena kepengurusan ini tidak berjalan maka atas usulan Kepala Kantor Kementrian Agama dengan Kepala Bagian Kesejahteraan Rakyat (KESRA) Sekretariat Daerah Kabupaten Dharmasraya kembali diusulkan pembentukan Badan Amil Zakat Kabupaten Dharmasraya disingkat dengan Nama BAZ, Pembentukan kepengurusan BAZ Kabupaten Dharmasraya yang baru sesuai dengan Surat Keputusan Bupati Dharmasraya Nomor :189./223/KPTS-BUP-2007 tentang perubahan susunan pengurus Badan Amil Zakat (BAZ) Kabupaten Dharmasraya periode Tahun 2005-2008 dan diperkuat dengan surat edaran Bupati Nomor : 460/07/Kesra-2008 tentang pemungutan zakat dilingkungan pegawai Negri Sipil.

Sebagai implementasi dari Undang-Undang Nomor 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, Kepengurusan BAZ yang baru ini mulai aktif dengan kegiatan pengumpulan dan pendistribusian pada tahun 2008 dengan Ketua Umum pertamanya adalah Ir.H.Tugimin,M,Si yang juga Wakil Bupati Dharmasraya pada saat itu dengan Sekretaris Umum Drs.M.Natsir Anwar yang menjabat sebagai Kepala Bagian Kesejahteraan Rakyat (KESRA) Sekretriati Daerah Kabupaten Dharmasraya dan ditunjuk sebagai Bendahara H.Mohiddin Sadar, SE yang merupakan Kepala Cabang Pembantu Bank Nagari Pulau Punjung. Disamping tiga pengurus inti diatas, pengurus BAZ pada umumnya adalah pejabat dilingkungan Pemerintahan Daerah dan Kementrian Agama di Kabupaten Dharmasraya.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam pelaksanaan administrasi perkantoran pengurus BAZ dibantu oleh Sekretaris BAZ, diawal berdirinya sekretariat BAZ berada disalah satu ruangan lantai atas Kantor Bupati Dharmasraya, demi efektifnya kegiatan sekretariat BAZ da bulan Juni 2008 BAZ mulai mengontrak kantor di Jl.Lintas Sumatera KM 5 Sikabau, Kec. Pulau Punjung.

Kepengurusan BAZ periode kedua dibentuk dengan surat Keputusan Bupati Nomor: 189.1/239/KPTS-BUP-2009 tentang susunan Pengurus Badan Amil Zakat (BAZ) Kabupaten Dharmasraya periode tahun 2009-2013 yang dipimpin oleh Dr.Irsyad,MM yang juga menjabat sebagai Asisten I Bidang Pemerintahan di Sekretariat Daerah Kabupaten Dharmasraya dan Sekretaris Umum H.Erman Anthony,BA, Kepala bagian Kesejahteraan rakyat (KESRA) Pemda Kabupaten Dharmasraya, Bendahara Zilfa Efrison,SE yang juga sebagai kepala Cabang Pembantu Bank Nagari Pulau Punjung. Dalam perkembangannya kepengurusan periode kedua ini mengalami beberapa kali pergantian Bendahara. Bendahara BAZ pernah dijabat oleh H.Mursal,SE, H.Asrizal,SE, Leo Julian Komara,SE yang semuanya merupakan kepala Cabang Bank Nagari Pulau Punjung.

Kepengurusan periode ketiga merupakan perpanjangan masa Bakti kepengurusan periode sebelumnya yaitu berdasarkan Surat Bupati Nomor: 460/184/Kesra-2014 dan diperkuat oleh Surat Keputusan Mentri Agama RI Nomor 75 tahun 2014. Ketua Umum masih di Jabat oleh Drs.Irsyad,MM dengan Sekretaris Umum Kaspul Asral,S.,Ag dan Bendahara Herial Syahyubandi.

Pada tahun 2014 BAZ Kabupaten Dharmasraya berubah nama menjadi BAZNAS Kabupaten Dharmasraya. Pada awal tahun 2014 juga BAZNAS telah mempunyai gedung sendiri yang lebih repsetentatif yang terletak di Jl.Lintas Sumatera KM 5 Sikabau, Kec.Pulau Punjung yang berdiri diatas tanah Pemerintah Kab. Dharmasraya. Dengan keberadaan kantor baru tersebut BAZNAS Kabupaten Dharmasraya diharapkan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mampu berkiprah memberikan pelayanan kepada Mustahiq dan memberikan bimbingan serta informasi kepada Muzakki terkait dengan permasalahan zakat, infaq dan shodaqoh dan dapat membantu Pemerintah Daerah dalam mengentaskan kemiskinan di Bumi Dharmasraya Khususnya dan Indonesia pada Umumnya.

Saat ini kepengurusan BAZNAS yang baru telah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011, sampai bulan april tahun 2016 pengurus BAZNAS masih definitif karena masih dalam proses menunggu pertimbangan BAZNAS Pusat, pengurus BAZNAS bekerja berdasarkan Surat Perintah Tugas dari Bupati Dharmasraya Nomor: 451/01/KESRA-2016.

Mulai bulan mei 2016 kepengurusan BAZNAS yang sekarang sudah sesuai dengan Undang-Undang tentang pengelolaan zakat berdasarkan Surat Keputusan Bupati Dharmasraya Nomor: 189.1/235/KPTS-BUP/2016 tentang pengangkatan Pimpinan BAZNAS Kab. Dharmasraya masa jabatan tahun 2016-2021.

## 2. Pengumpulan Zakat BAZNAS Kabupaten Dharmasraya

Berikut merupakan grafik zakat yang dikumpulakn oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Dharmasraya :

NO	TAHUN	PENGGUMPULAN
1	2016	Rp. 4.622.787.443
2	2017	Rp. 4.495.733.457
3	2018	Rp. 4.404.845.310

Dapat kita lihat dari grafik diatas pengumpulan atau zakat yang dihimpun oleh BAZNAS masih kurang stabil dan belum maksimal maka dari itu diperlukan komunikasi persuasif sebagai upaya meningkatkan minat berzakat masyarakat Kabupaten Dharmasraya. Dalam hal ini BAZNAS Kabupaten Dharmasraya berupaya untuk meningkatkan minat berzakat melalui kegiatan sosialisasi melalui media cetak dan media sosial. Selain itu BAZNAS juga tidak mengurangi strategi dan langkah kampanye dengan langsung terjun ke tengah maysarakat maupun ke Dinas, Instansi,

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemerintah maupun Swasta, ke Kecamatan, Nagari dan Koperasi yang ada di wilayah Kabupaten Dharmasraya. Ajakan berzakat juga dilakukan BAZNAS Kab. Dharmasraya dengan menggandeng Pemerintah Daerah melalui surat edaran Bupati Dharmasraya<sup>51</sup>.

### B. Visi dan Misi BAZNAS Kabupaten Dharmasraya

Visi BAZNAS Kabupaten Dharmasraya :

“Menjadikan Badan Amil Zakat yang Amanah, Transparan dan Profesional”

Misi BAZNAS Kabupaten Dharmasraya :

1. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan umat tentang zakat.
2. Meningkatkan kesadaran umat berzakat melalui amil zakat.
3. Meningkatkan penghimpunan dan pendayagunaan zakat daerah sesuai dengan ketentuan syariah dan prinsip manajemen modern.
4. Menumbuhkembangkan pengelola atau amil zakat yang amanah, transparan profesional dan terintegrasi.
5. Mewujudkan pusat data zakat daerah.
6. Memaksimalkan peran zakat dalam menanggulangi kemiskinan di Indonesia melalui sinergi dan koordinasi dengan lembaga terkait.

### C. Logo BAZNAS Kabupaten Dharmasraya



Gambar IV.1  
Logo BAZNAS Kabupaten Dharmasraya

<sup>51</sup> Muhammad Hakim, “Laporan Bidang Pengumpulan” (Dharmasraya, 2020).

#### D. Tugas dan Fungsi Pokok Lembaga

BAZNAS Kabupaten/Kota mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan zakat pada tingkat Kabupaten/Kota. Dalam melaksanakan tugas BAZNAS Kabupaten/Kota menyelenggarakan fungsi :

1. Perencanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat di kabupaten/kota.
2. Pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, pendayagunaan di kabupaten/kota.
3. Pengendalian pengumpulan, pendistribusian, pendayagunaan di kabupaten/kota.
4. Pelaporan dan pertanggungjawaban pelaksanaan pengelolaan zakat, termasuk pelaporan pelaksanaan pengelolaan zakat pada tingkat kabupaten/kota, dan.
5. Pemberian rekomendasi dalam proses izin pembukaan perwakilan.

BAZNAS Kabupaten/Kota melaksanakan tugas dan fungsi BAZNAS di Kabupaten/Kota masing-masing sesuai dengan kebijakan BAZNAS.

##### 1. Ketua

Ketua mempunyai tugas memimpin pelaksanaan tugas BAZNAS Kabupaten/Kota.

##### 2. Wakil Ketua

Wakil Ketua mempunyai tugas membantu ketua memimpin pelaksanaan tugas BAZNAS Kabupaten/Kota dalam perencanaan, pengumpulan, pendistribusian, pendayagunaan, keuangan, administrasi perkantoran, sumber daya manusia, umum, pemberian rekomendasi, dan pelaporan.

##### 3. Bidang Pengumpulan

Bidang pengumpulan dipimpin oleh satu orang wakil ketua dengan jabatan Wakil Ketua 1. Bidang pengumpulan mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan pengumpulan zakat.

Bidang pengumpulan menyelenggarakan fungsi:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Penyusunan strategi pengumpulan zakat.
- b. Pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan dana muzaki.
- c. Pelaksanaan kampanye zakat.
- d. Pelaksanaan dan dan pengendalian pengumpulan zakat.
- e. Pelaksanaan pelayanan muzaki.
- f. Pelaksanaan evaluasi pengelolaan pengumpulan zakat.
- g. Penyusunan pelaporan dan pertanggungjawaban pengumpulan zakat.
- h. Poelaksanaan penerimaan dan tindak lanjut kompalin atas pelayanan muzaki.
- i. Koordinasinpelaksanaan pengumpulan zakat tingkat Kabupaten/Kota.

#### 4. Bidang Pendistribusian Dan Pendayagunaan

Bidang Pendistribusian Dan Pendayagunaan dipimpin oleh satu orang wakil ketua dengan sebutan jabatan Wakil Ketua II. Bidang pendistribusian dan pendayagunaan mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan pendistribusian dan pendayagunaan zakat.

Bidang pendistribusian dan pendayagunaan menyelenggarakan fungsi:

- a. Penyusunan strategi pendistribusian dan pendayagunaan zakat.
- b. Pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan data mustahik.
- c. Pelaksanaan dan pengendalian pendistribusian dan pendayagunaan zakat.
- d. Pelaksanaan evaluasi pengelolaan pendistribusian dan pendayagunaan zakat.
- e. Penyusunan pelaporan dan pendayagunaan pendistribusian dan pendayagunaan zakat.
- f. Koordinasi pelaksanaan pendistribusian dan pendayagunaan zakat pada tingkat Kabupaten/Kota.

#### 5. Bagian Administrasi Sumber Daya Manusia Dan Umum

Bagian Administrasi Sumber Daya Manusia Dan Umum dipimpin oleh satu orang dengan sebutan jabatan Wakil Ketua IV. Bagian Administrasi Sumber Daya Manusia Dan Umum mempunyai tugas



melaksanakan pengelolaan Amil BAZNAS Kabupaten/Kota, administrasi perkantoran, komunikasi, umum, dan pemberian rekomendasi.

Bagian Administrasi Sumber Daya Manusia Dan Umum menyelenggarakan fungsi:

- a. Penyusunan strategi pengelolaan Amil BAZNAS Kabupaten/Kota.
- b. Pelaksanaan perencanaan Amil BAZNAS Kabupaten/Kota.
- c. Pelaksanaan rekrutmen Amil BAZNAS Kabupaten/Kota.
- d. Pelaksanaan pengembangan Amil BAZNAS Kabupaten/Kota.
- e. Pelaksanaan administrasi perkantoran BAZNAS Kabupaten/Kota.
- f. Penyusunan rencana strategis komunikasi dan hubungan masyarakat BAZNAS Kabupaten/Kota.
- g. Pelaksanaan strategis komunikasi dan hubungan masyarakat BAZNAS Kabupaten/Kota.
- h. Pengadaan, pencatatan, pemeliharaan, pengendalian, dan pelaporan aset BAZNAS Kabupaten/Kota, dan
- i. Pemberian rekomendasi pembukaan perwakilan LAZ berskala provinsi di Kabupaten/Kota.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

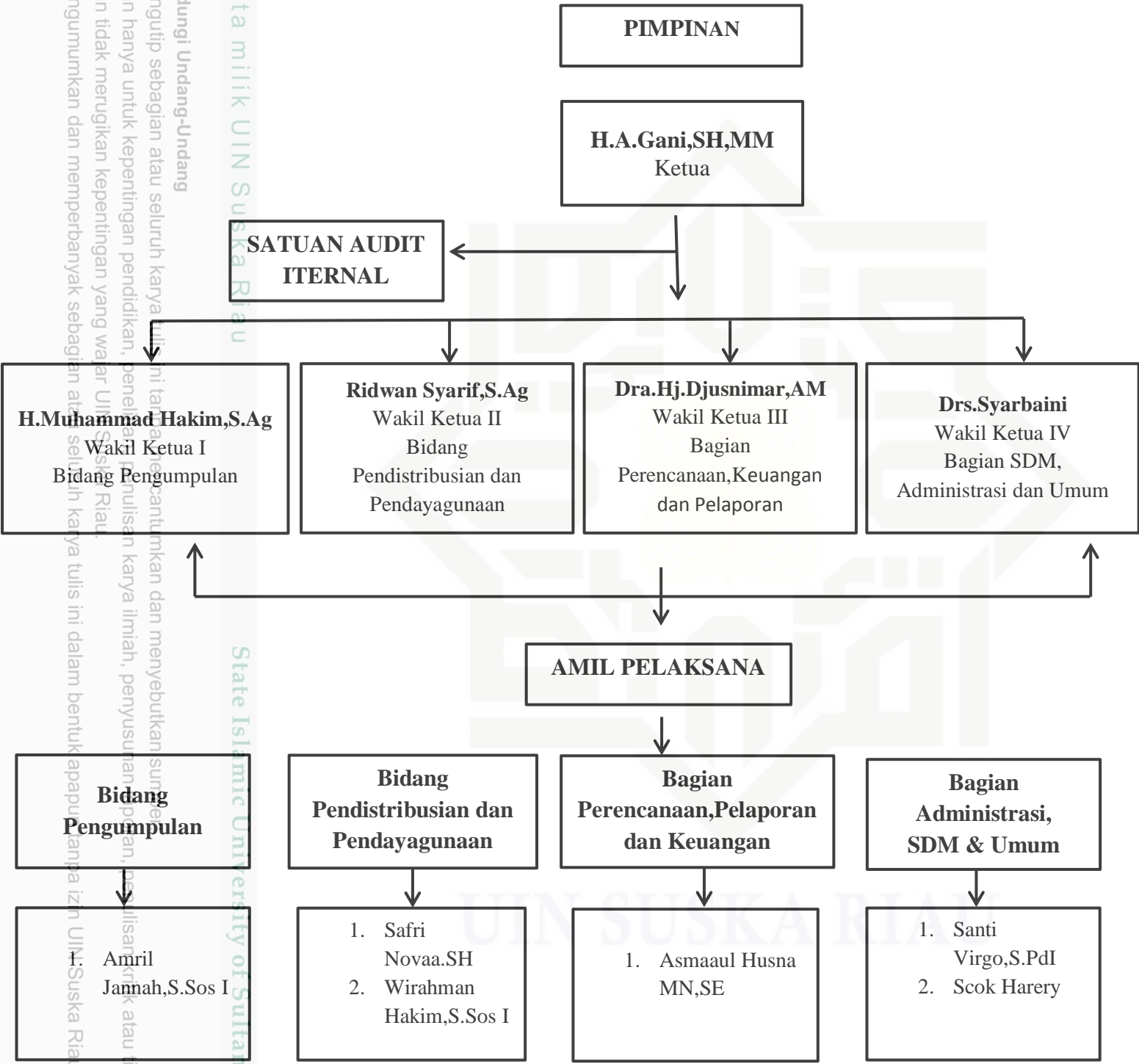
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**E. Struktur Organisasi**

**Gambar 4.2 Struktur Organisasi**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari Bab V, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi persuasif yang dijalankan oleh BAZNAS Kabupaten Dharmasraya dalam meningkatkan minat berzakat dengan dua jenis komunikasi persuasif, yaitu sistematis dengan memberikan informasi mengenai zakat dan heuristic dengan memberi pemahaman melalui kebiasaan dan emosional. Sedangkan penerapan jenis komunikasi yang dilakukan oleh BAZNAS yakni melalui komunikasi langsung dengan mengadakan kegiatan sosialisasi serta gerakan cinta zakat dan selanjutnya dengan menggunakan media cetak dan media sosial resmi BAZNAS Kabupaten Dharmasraya. Untuk meningkatkan minat berzakat ada tiga faktor yang diimplementasikan oleh BAZNAS Kabupaten Dharmasraya yakni pertama kejelasan tujuan, kedua memikirkan secara cermat yang dihadapi, dan yang terakhir memilih strategi yang tepat, sehubungan dengan komunikasi.

Strategi yang digunakan oleh BAZNAS Kabupaten Dharmasraya dalam meningkatkan minat berzakat yakni menggunakan strategi *the meaning construction*. Maksudnya adalah Strategi ini lebih menekankan pada permainan kata untuk menarik perhatian *persuadee*. Baik melalui komunikasi verbal maupun non verbal. BAZNAS Kabupaten Dharmasraya menggunakan tiga teknik komunikasi persuasif yakni teknik integrasi, teknik ganjaran, dan teknik tataan. Dan yang paling sering digunakan oleh BAZNAS dalam meningkatkan minat berzakat adalah teknik ganjaran. Selanjutnya poin penting yang perlu digaris bawahi adalah BAZNAS Kabupaten Dharmasraya melakukan komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, dan sosialisasi, serta menggunakan media cetak dan media sosial sebagai saluran dan media dalam penyampaian komunikasi persuasif.

Jadi, kesimpulan akhir dari penelitian ini adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Dharmasraya sudah berjalan



dengan baik dan sudah sesuai dengan konsep bagaimana menjalankan komunikasi persuasif yang baik. Kedepannya BAZNAS Kabupaten Dharmasraya tinggal memaksimalkan penggunaan saluran dan media komunikasi persuasif agar minat berzakat masyarakat Kabupaten Dharmasraya meningkat.

## B. Saran

Terkait dengan kesimpulan penelitian maka peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya mengkaji tentang pola meningkatkan zakat dengan cara lain, lebih spesifik lagi atau fokus ke penggunaan media. Supaya mendapatkan data yang lebih komprehensif.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

- A, Thomas Wagenknecht, Timm Teubner B, and Christof Weinhardt C. “Manajemen Informasi Masalah Yang Dihadapi Janus — Peran Anonimitas Pengguna Untuk Persuasif Komunikasi Dalam Diskusi Online,” no. xxxx (2018). <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.05.007>.
- Baznas. “Tentang Baznas.” Baznas.go.id, 2001. <https://baznas.go.id/profil>.
- Berger, Charles R., Michael Roloff E., and David R Roskos-Ewoldsen. *Handbook Ilmu Komunikasi*. Edited by Zakkie M. Irfan. Bandung: Nusa Media, 2013.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- . *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kendana Pemuda Media Group, 2008.
- . *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Rosdakarya, 2013.
- Deni, Rahman, and Wichitra Yasya. “Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur” 4, no. 1 (2020): 1–10.
- Djusnimar. “Hasil Wawancara Dengan Admin Media BAZNAS Kabupaten Dharmasraya Mengenai Komunikasi Persuasif.” n.d.
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.
- . *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Gani, A. “Hasil Wawancara Dengan Ketua BAZNAS Kabupaten Dharmasraya Mengenai Komunikasi Persuasif.” n.d.
- Hakim, Muhammad. “Hasil Wawancara Dengan Wakil Ketua I Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Dharmasraya Mengenai Komunikasi Persuasif.” n.d.
- . “Laporan Bidang Pengumpulan.” Dharmasraya, 2020.
- Hamzah. “Zakat Mal Dalam Perspektif Hadis Maudhu ’ Iy” 11, no. April (2019):

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



151–84.

Hendri, Ezi. *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019.

Hidayat, Komaruddin, and Khoiruddin Bashori. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga, 2016.

Ihsan, Farid Muhammad, Imron Rosyidi, and Rohmanur Aziz. “Strategi Marketing Public Relations Lembaga Amil Zakat Dalam Menarik Donatur Berdonasi.” *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat* 3, no. 1 (2018): 1–24. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JIEc/article/view/8182>.

Kamill, Hafiz. “Evaluasi Program Layanan Jemput Zakat Maal Pada Badan Amil Zakat Nasional ( BAZNAS).” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

Kementrian Agama Republik Indonesia. “Peraturan Menteri Agama No 52 Tahun 2014 Tentang Perubahan Kedua Atas Permenag 52 Tahun 2014 Tentang Syarat Dan Tata Cara Perhitungan Zakat Mal Dan Zakat Fitrah Serta Pendayagunaan Zakat Untuk Usaha Produktif.” Jakarta, Indonesia, 2014.

Kountur, Ronny. *Metode Penelitian*. Jakarta: PPM, 2007.

Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. 1st ed. Jakarta: Kencana, 2006.

Lestari, Mita. “Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menarik Minat Kreditur Untuk Melakukan Kredit Di Pt. Adira Finance Pekanbaru” 4, no. 2 (2017): 1–14.

Manurung, Mariana. “Sosialisasi Badan Amil Zakat Nasional ( Baznas ) Kota Bengkulu Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Dalam Berzakat,” 2018.

Maulana, Herdiyan, and Gumgum Gumelar. *Psikologi Komunikasi Dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata, 2013.

Men, Linjuan Rita, Wan Hsiu Sunny Tsai, Zifei Fay Chen, and Yi Grace Ji. “Social Presence and Digital Dialogic Communication: Engagement Lessons from Top Social CEOs.” *Journal of Public Relations Research* 30, no. 3 (2018): 83–99. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2018.1498341>.

Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.

Mowen, Jhon C., and Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2002.

Muftisany, Hafidz. “Menumbuhkan Kesadaran Berzakat.” REPUBLIKA.co.id,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2014. <https://republika.co.id/berita/n7tctv3/menumbuhkan-kesadaran-berzakat>.

Mukhlisun. "Potensi Zakat Dharmasraya Capai 30 Miliar Per Tahun." Antara Sumbar, 2018. <https://sumbar.antaranews.com/berita/222204/potensi-zakat-dharmasraya-capai-30-miliar-per-tahun>.

Perloff, Richard M. *The Dynamics Of Persuasion*. Edited by Linda Bathgate. 2nd ed. London: Industrial Avenue Mahwah, New Jersey, 2003.

Remley, Dirk. *The Neuroscience of Multimodal Persuasive Messages*. New York and London: Routledge Taylor & Francis Group, 2017.

Rosady Ruslan. *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. Bandung: PT Raja Grafindo Persada, 2003.

Ruslan, Rusady. *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2006.

Salim, Agus. *Teori Dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006.

Soleh Soemirat, and Asep Suryana. *Komunikasi Persuasif*. Banten: Universitas Terbuka, 2014. <http://repository.ut.ac.id/4495/1/SKOM4326-M1.pdf%0Ahttp://www.pustaka.ut.ac.id/lib/2016/08/08/skom4326-komunikasi-persuasif/#tab-id-3>.

Sudarman, Asep. "Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Zakat Maal." *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2019): 35–54. <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i1.5056>.

Supomo, Nur Indriantoro and Bambang. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002.

Suryana, Asep. *Komunikasi Persuasif*. Banten: Universitas Terbuka, 2019.

Syarif, Ridwan. "Hasil Wawancara Dengan Wakil Ketua II Bidang Pendistribusian Dan Pendayagunaan BAZNAS Kabupaten Dharmasraya Mengenai Komunikasi Persuasif." n.d.

Vendi, Riki Okta. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembayaran Zakat: Studi Kasus Kabupaten Dharmasraya Sumbar." *REPUBLIKA.co.id*, 2014. <https://www.republika.co.id/berita/nforg55/faktorfaktor-yang-memengaruhi-pembayaran-zakat-studi-kasus-kabupaten-dharmasraya-sumbar>.

Widjaja, H. A. W. *Komunikasi: Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara: Bumi Aksara, 2010.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wihardit, Kuswaya. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Wijaya, Rama, and Kesuma Wardani. "Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional Dalam Pengumpulan Zakat Maal" 1 (2017): 151–76. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v1i1.1356>.

Yaser, Misbah EL. "Upaya Komunikasi Persuasif Berzakat Ke Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) DI Kota Padang." Universitas Andalas, 2016.



UIN SUSKA RIAU



## LAMPIRAN 1

### PEDOMAN WAWANCARA

Instrumen Penelitian Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Komunikasi Persuasif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat Dlam Meningkatkan Minat Berzakat.

Adapun yang menjadi informan dalam penulisan ini adalah:

- a. 1 (satu) orang wakil ketua I Bidang Pengumpulan Zakat BAZNAS Kabupaten Dharmasraya.
- b. 1 (satu) orang ketua BAZNAS Kabupaten Dharmasraya.
- c. 1 (satu) orang wakil ketua II BAZNAS Kabupaten Dharmasraya.
- d. 1 (satu) orang admin media BAZNAS Kabupaten Dharmasraya.

Pertanyaan Penelitian.

Adapun beberapa pertanyaan yang akan dipertanyaan oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

#### **Informan Kunci (Wakil 1 Bidang Pengumpulan Zakat BAZNAS Kabupaten Dharmasraya)**

1. Bagaimana proses komunikasi persuasif yang dilakukan untuk meningkatkan minat berzakat ?
2. Seberapa besar pengaruh kepercayaan diri komunikator saat berbicara terhadap minat komunikan ?
3. Bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan untuk meningkatkan minat berzakat ?
4. Apa jenis kegiatan komunikasi persuasif yang dilakukan ?
5. Apa media yang digunakan dalam melakukan komunikasi persuasif?
6. Apakah sosialisasi yang dilakukan sudah terjadwal ?
7. Apa penerapan komunikasi yang dilakukan oleh BAZNAS?
8. Apa metode yang anda gunakan dalam menyampaikan pesan?
9. Bagaimana respon masyarakat terhadap bentuk komunikasi persuasif melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan?
10. Apa hambatan dalam melaksanakan komunikais persuasif?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Apa faktor internal yang menjadi penghambat dalam melakukan komunikasi persuasif?
12. Apa faktor pendukung dalam melakukan komunikasi persuasif?
13. Apa upaya yang dilakukan dalam mengoptimalkan pelaksanaan komunikasi persuasif ?
14. Apa pelaksanaan komunikasi persuasif yang paling berdampak ?
15. Apa teknik persuasi yang digunakan dalam melakukan sosialisasi ?
16. Apa upaya yang dilakukan BAZNAS dalam mengoptimalkan komunikasi persuasif melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan ?
17. Bagaimana BAZNAS dalam melakukan pendekatan emosional dengan masyarakat?
18. Berapa ideal zakat yang dikumpulkan oleh BAZNAS per tahunnya ?
19. Berapa potensial zakat yang dikumpulkan oleh BAZNAS Per tahunnya ?
20. Apakah zakat yang dikumpulkan setiap tahunnya mencapai target yang ditentukan ?
21. Berapa target zakat BAZNAS per tahunnya ?
22. Berapa persentase zakat yang dihimpun dari masyarakat PNS dan non PNS ?
23. Selain BAZNAS apakah ada lembaga zakat lainnya di Kabupaten Dharmasraya ?

#### **Informan Kunci ( Ketua BAZNAS Kabupaten Dharmasraya)**

1. Bagaimana BAZNAS Kabupaten Dharmasraya melakukan pembagian jod *desc* untuk pelaksana fungsi humas ?
2. Siapa yang melaksanakan fungsi humas di BAZNAS Kabupaten dharmasraya ?
3. Dalam melakukan komunikasi persuasif dengan kegiatan sosialisasi siapa yang dilibatkan sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat ?
4. Sejauh ini apakah ada kesulitan yang dirasakan oleh BAZNAS Kabupaten Dharmasraya karena tidak adanya divisi khusus kehumasan ?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Bagaimana persepsi anda saat terlibat langsung melakukan komunikasi persuasif kepada masyarakat mengenai kesadaran berzakat ?
6. Apakah ada program khusus yang dilakukan oleh baznas untuk meningkatkan minat berzakat ?
7. Sebelum melakukan komunikasi persuasif seperti kegiatan sosialisasi apa persiapan yang dilakukan oleh baznas dalam mengkomunikasikan pesan kepada masyarakat ?
8. Bentuk komunikasi apa yang dilakukan dalam melakukan kegiatan sosialisasi?
9. Apakah ada sosialisasi khusus bagi masyarakat non PNS ? jika ada sosialisasi seperti apa ?
10. Apakah BAZNAS memiliki kerja sama dengan lembaga lain untuk melakukan sosialisasi dalam meningkatkan minat berzakat ?
11. Apa faktor penghambat dalam melakukan komunikasi persuasif baik internal dan eksternal ? Sarana prasarana, SDM, anggaran
12. Apa nilai yang ditanamkan saat melakukan komunikasi persuasif dalam kegiatan sosialisasi yang dilakukan?
13. Apa faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam melakukan komunikasi persuasif ?
14. Metode apa yang digunakan dalam menyampaikan pesan ?
15. Apa efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi persuasif melalui kegiatan sosialisasi ?
16. Menurut anda, apakah masyarakat sudah merubah pengetahuan, perilaku dan keyakinannya tentang kewajiban membayar zakat ?
17. Berapa kali dalam setahun sosialisasi yang dilakukan oleh BAZNAS?
18. Dimana sosialisasi tersebut dilakukan ?
19. Siapa yang menjadi target pembagian brosur ?
20. Dimana tempat yang strategis untuk meletakkan spanduk?
21. Bagaimana BAZNAS dalam melakukan pendekatan emosional dengan masyarakat ?
22. Apa strategi yang dilakukan oleh BAZNAS untuk memberi pemahaman tentang kewajiban membayar zakat kepada masyarakat ?



### **Informan Pendukung (Wakil Ii Bidang Pendistribusian Dan Pendayagunaan)**

1. Bagaimana cara BAZNAS memotivasi masyarakat untuk berzakat ke baznas ?
2. Bagaimana upaya dalam menghadapi masyarakat yang tidak mau membayar zakat ?
3. Apa hambatan dalam melaksanakan komunikasi persuasif ?
4. Bagaimana respon masyarakat terhadap komunikasi persuasif yang dilakukan melalui sosialisasi yang dilakukan ?
5. Teknik persuasi apa yang digunakan dalam melakukan sosialisasi ?
6. Apa upaya yang dilakukan BAZNAS dalam mengoptimalkan komunikasi persuasif ?
7. Bagaimana BAZNAS dalam melakukan pendekatan emosional dengan masyarakat ?
8. Strategi apa yang dilakukan oleh BAZNAS untuk memberi pemahaman tentang kewajiban membayar zakat kepada masyarakat ?

### **Informan Pendukung (Admin Media Baznas Kabupaten Dharmasraya)**

1. Apa media yang digunakan untuk melakukan komunikasi persuasif ?
2. Media cetak apa yang bekerja sama dengan baznas dalam melakukan publikasi yang berkaitan dengan zakat ?
3. Apakah BAZNAS memiliki media sosial resmi ? jika ada media sosial apa saja yang digunakan oleh BAZNAS ?
4. Pesan seperti apa yang disampaikan dalam berbagai postingan di media sosial BAZNAS ?
5. Siapa yang menjadi target potensial postingan BAZNAS di media sosial ?
6. Bagaimana mengajak masyarakat untuk berzakat melalui pesan-pesan zakat di media sosial?
7. Apa produk publikasi yang pernah diterbitkan oleh BAZNAS dalam meningkatkan minat berzakat ?
8. Berapa kali dalam seminggu BAZNAS menerbitkan postingan yang berisi tentang motivasi mengajak masyarakat berzakat ?

#### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Bagaimana pemilihan pesan zakat ?

10. Apakah pesan zakat tersebut memiliki standarisasi dari BAZNAS pusat ?

11. Dari sudut pandang anda sebagai admin media baznas lebih efektif sosialisasi langsung atau melalui media ?



UIN SUSKA RIAU

## LAMPIRAN 2

### DOKUMENTASI PENELITIAN



**Gedung BAZNAS Kabupaten Dharmasraya**  
**Sumber : Peneliti, 27 Juli 2021**



**Wawancara dengan Muhammad Hakim selaku Wakil Ketua I Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Dharmasraya**  
**Sumber : Peneliti, 27 Juli 2021**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Wawancara dengan A. Gani Selaku Ketua BAZNAS Kabupaten  
Dharmasraya**

**Sumber : Peneliti, 03 Agustus 2021**



**Wawancara dengan Ridwan Syarif Selaku Wakil Ketua II Bidang  
Pendistribusian dan Pendayagunaan BAZNAS Kabupaten Dharmasraya**

**Sumber : Peneliti : 27 Juli 2021**





**Wawancara dengan Djusnimar Selaku Admin Media BAZNAS Kabupaten  
Dharmasraya**

**Sumber : Peneliti, 27 Juli 2021**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**  
 Email : [dpmpstsp@riau.go.id](mailto:dpmpstsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPSTSP/NON IZIN-RISET/42475  
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9//2021 Tanggal 5 Juli 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

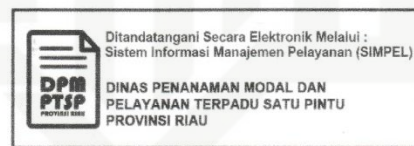
1. Nama	:	<b>TRISNA APRILLIA</b>
2. NIM / KTP	:	11740324524
3. Program Studi	:	ILMU KOMUNIKASI
4. Jenjang	:	S1
5. Alamat	:	PEKANBARU
6. Judul Penelitian	:	<b>KOMUNIKASI PERSUASIF BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KABUPATEN DHARMASRAYA PROVINSI SUMATERA BARAT DALAM MENINGKATKAN MINAT BERZAKAT</b>
7. Lokasi Penelitian	:	BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL KABUPATEN DHARMASRAYA PROVINSI SUMATERA BARAT

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sepenuhnya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 12 Juli 2021



**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Gubernur Sumatera Barat
3. Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Provinsi Sumatera Barat di Padang
4. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**BAZNAS**  
**BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL**  
**KABUPATEN DHARMASRAYA**

**SURAT KETERANGAN**

NO : 126/004.BAZNAS/DR/VIII-2021

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **H.A.GANI,SH,MM**  
 Jabatan : **Plt.Ketua BAZNAS Kab.Dharmasraya**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **TRISNA APRILLIA**  
 Tempat/Tgl Lahir : **Tabek Penyeberangan/ 08 April 1999**  
 Nim : **11740324524**  
 Program Studi : **Ilmu Komunikasi**  
 Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau**  
 Alamat : **Jr. Panyubarangan Nagari Panyubarangan**  
**Kecamatan Timpeh Kabupaten Dharmasraya**

Telah melakukan penelitian dikantor Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Dharmasraya dari Tanggal 12 Juli 2021 s/d 30 Juli 2021 untuk keperluan penyelesaian tugas akhir skripsi dengan judul "**Komunikasi persuasif Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Dharmasraya Provinsi Sumatera Barat dalam meningkatkan minat berzakat**".

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Dharmasraya, 03 Agustus 2021

**BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL**  
**KABUPATEN DHARMASRAYA,**

  
**H.A.GANI,SH,MM**  
 Plt. Ketua

SEKRETARIAT :

Jl. Lintas Sumatera Km.5 Sikabau Kec.Pulau Punjung, Telp/Fax (0754)451515  
<http://baznas.kabupatendharmasraya.or.id/>; [baznas@kabupatendharmasraya.or.id](mailto:baznas@kabupatendharmasraya.or.id)

## RIWAYAT HIDUP



**Trisna Aprillia**, dilahirkan di Tabek Penyeberangan, Nagari Panyubarangan, Kecamatan Timpeh, Kabupaten Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat, Pada Tanggal 08 April 1999. Anak Pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Bakhri dan Ibu Mastura. Pendidikan formal pertamanya ia selesaikan di SDN 22 Sitiung pada tahun 2011, melanjutkan ke SMPN 1 Sitiung pada tahun 2014. Seraya menetapkan langkah langkah perjalanan untuk menempuh pendidikan ke jenjang lebih tinggi, maka ia melanjutkan pendidikan ke SMAN 1 Sitiung (Jurusan IPA) pada tahun 2017 selesai dengan status siswanya. Dan pada tahun yang sama ia melanjutkan studi sebagai mahasiswa pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Adapun prestasi yang pernah di raih adalah juara 2 lomba cerita rakyat se-Sumatera Barat (2016).

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.