

**KOMUNIKASI PERSUASIF LEMBAGA SINERGI  
SRIWIJAYA DALAM MENARIK MASYARAKAT BERZAKAT**

**Skripsi**

Disusun untuk memenuhi sebagai persyaratan mencapai derajat  
Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Penyiaran



**Disusun Oleh :**

**Hilna Purmaini**

**07031181419150**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**

**KOMUNIKASI PERSUASIF LEMBAGA SINERGI SRIWIJAYA  
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT BERZAKAT**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi**

**Oleh :**

**HILNA PURMAINI  
07031181419150**

**Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing, Juli 2019**

**Pembimbing I**

Dr. Retna Mahriani, M.Si  
NIP 196012091989122001



---

**Pembimbing II**

Ermanovida, S.Sos., M.Si.  
NIP : 196911191998032001



---

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI  
KOMUNIKASI PERSUASIF LEMBAGA SINERGI SRIWIJAYA DALAM  
MENARIK MASYARAKAT BERZAKAT

SKRIPSI

Telah dipertahankan di Depan Tim  
Penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal 25 September 2019

Ketua :

1. Dr. Retna Mahrani, M.Si  
NIP. 199005142015042001

  
.....

Anggota :

1. Ermanovida, S.Sos., M.Si  
NIP. 196911191998032001

  
.....

2. Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd  
NIP. 197803022002122002

  
.....

3. Oemar Madri Bafadhal, S.I Kom., M.Si  
NIP. 198807252019031010

  
.....

Mengetahui

Dekan FISIP Unsri

  
Prof. Kiagus M. Sobri, M.Si  
NIP. 196311061990031001

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

 23/11-19  
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si  
NIP. 197905012002121005

### PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI

1. Skripsi yang berjudul “Komunikasi Persuasi Lembaga Sinergi Sriwijaya dalam Menarik masyarakat Berzakat” ini adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi, baik Skripsi beserta gelar Sarjana saya dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi pada jurnal atau form ilmiah harus menyertakan tim promotor / pembimbing sebagai author dan program studi ilmu komunikasi Universitas Sriwijaya sebagai institusinya. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Indralaya, September 2019



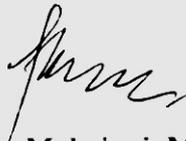
Hiina Purmaini  
NIM.07G31181419150

**ABSTRACT**

This study entitled "Persuasive Communication of the Sriwijaya Synergy Institute in Attracting the Interest of the Zakat Community". The purpose of this study was to find out how the persuasive communication process occurs in the collection of zakat. This research is motivated by the large potential of zakat in South Sumatra and its correlation with the high poverty rate in the city of Palembang. Zakat as a means of cleansing property is useful to help the economy and welfare of people in need. Sinergi Sriwijaya as a zakat management institution has a function to collect the zakat. The communication carried out by Sinergi Sriwijaya as a zakat processing institution had the task to invite the community to help those in need. This research used descriptive qualitative method and descriptive data types. Data collection techniques used were in-depth interviews, observation and documentation. The research used the Information Processing theory (Information Processing McGuire: 1968) which consists of 6 indicators namely Presentation, Attention, Comprehension, Yielding, Retention, and Overt Behavior. The results showed that the persuasive message about zakat was delivered by Sinergi Sriwijaya, then the recipient would pay attention and understand the contents of the message, then the recipient was affected and realized that zakat was important. At the last stage the recipient of the message will issue zakat according to the conditions set.

Keyword : Persuasive Communication, Zakat, Poverty rate

**Pembimbing I**



**Dr. Retna Mahriani, M.Si**  
NIP. 196012091989122001

**Pembimbing II**



**Ermanovida, S.Sos., M.Si.**  
NIP : 196911191998032001

Indralaya, 27 September 2019  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya



**Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.**  
NIP.197905012002121005

## DAFTAR ISI

<b>Daftar Isi .....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.2 Komunikasi Persuasi .....	7
2.3 Zakat .....	<b>15</b>
2.4 Teori Pemrosesan Informasi .....	22
2.5 Kerangka pemikiran .....	22
2.6 Alur Pemikiran .....	24
2.7 Penelitian Terdahulu .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.1.1 Sifat Penelitian .....	31
3.2 Definisi Konsep .....	32
3.3 Fokus Penelitian .....	33
3.4 Unit Analisis .....	34
3.5 Informan Penelitian .....	35
3.6 Jenis dan Sumber Data .....	35
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	38
3.9 Teknik Analisis Data .....	38
3.10 Sistematika Penulisan.....	39



5.1.6 Terjadi perilaku yang diinginkan .....	59
5.1.6.1 Tindakan Audiens (Donatur, calon donatur).....	59
<b>BAB I PENUTUP</b> .....	61
6.1 Kesimpulan .....	61
6.2 Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	62
<b>LAMPIRAN</b> .....	65

**DAFTAR TABEL**

1.1 Alur Pemikiran .....	24
1.2 Penelitian Terdahulu .....	25
1.3 Fokus Penelitian .....	33

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 LATAR BELAKANG

Komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan atau informasi dari penyampai pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan), pesan yang dikirimkan berupa pesan verbal atau non verbal, melalui sebuah media yang dipilih, kemudian pesan tersebut bisa dipahami oleh si penerima pesan dan menghasilkan efek maupun umpan balik, inti pesan komunikasi ialah tercapainya sebuah persepsi yang sama antara komunikator dan komunikan.

Seperti ungkapan *We can't Not commucation*, komunikasi menjadi kebutuhan penting dalam hidup manusia, dengan komunikasi manusia bisa mengekspresikan diri dengan cara mengutarakan pesan yang ingin disampaikan dan membantu manusia dalam melakukan aktifitas diri sendiri dan aktifitas bersama orang lain. Komunikasi membantu manusia untuk bisa tetap hidup di lingkungan sosial nya, karena sejatinya manusia ialah makhluk sosial yang membutuhkan orang lain untuk saling berinteraksi, seperti tolong menolong, dan bertukar pikiran.

Komunikasi berguna untuk merangsang minat, mengurangi permusuhan dan menggerakkan masyarakat untuk melakukan suatu tugas atau mendidik perilaku. Dapat dikatakan bahwa tujuan lain dari komunikasi adalah untuk mempengaruhi orang lain sesuai dengan keinginan kita dengan menggunakan komunikasi yang disampaikan.

Keterampilan komunikasi dan penguasaan terhadap informasi harus diutamakan, karena isinya mencakup gambaran besar mengenai program yang direncanakan seperti visi dan misi, serta tujuan bersama yang ingin dicapai. Evert M. Rogers mengatakan dalam bukunya *Komunikasi Organisasi* “sebuah lembaga yang terorganisasi dengan baik serta cepat dalam mencapai tujuannya adalah lembaga yang anggotanya memiliki pengetahuan tentang informasi dan penguasaan baik terhadap teknik penyampaian.

Istilah persuasi (*persuasion*) bersumber dari bahasa latin *persuasio*. Kata kerjanya adalah *persuadere*, yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu

disebut proses persuasi (Purnawan,2002). Komunikasi persuasi biasa dipakai membujuk seseorang untuk melakukan sesuatu.

Persuasi didefinisikan sebagai “perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain” (Olson dan Zanna, 1993 hal.135). Banyak riset telah dilakukan berkenaan dengan komunikasi yang di tujukan oleh perubahan sikap. Sikap pada dasarnya ialah perilaku yang ditunjukkan untuk merespon sesuatu. Sikap adalah rasa suka atau tidak suka kita terhadap sesuatu. Konsep yang berkaitan dengan sikap ialah keyakinan, atau pernyataan-pernyataan yang dianggap benar oleh seseorang,

Komunikasi persuasi mampu mempengaruhi seseorang untuk menumbuhkan kesadaran dalam melakukan sesuatu. Pada pembahasan kali ini penulis akan mengaitkan kekuatan komunikasi persuasi dalam menarik minat masyarakat untuk berzakat, seperti yang kita ketahui jumlah penduduk indonesia saat ini mencapai 265 juta jiwa dan terus meningkat dari tahun ke tahun, mayoritas penduduk indonesia beragama islam, sehingga jumlah yang banyak ini membuka peluang dalam melihat potensi zakat yang besar untuk dikelola, terbukti dengan banyaknya lembaga-lembaga filantropi atau Lembaga sosial amil zakat didirikan. Didirikannya lembaga tersebut tidak lain berfungsi untuk menampung besarnya potensi zakat yang ada, antar lembaga tersebut saling bersaing dalam melakukan persuasi untuk menghimpun zakat di kalangan masyarakat. Karena tidak banyak masyarakat yang sadar akan pentingnya zakat, ditambah lagi dengan adanya kesenjangan ekonomi, sebenarnya fungsi dihimpunnya zakat tidak lain ialah untuk mewujudkan masyarakat sejahtera dan saling peduli dengan masyarakat yang membutuhkan.

Zakat merupakan salah satu pilar penting dalam Islam, tidak hanya dari segi ibadah tetapi lebih dari itu, zakat mempunyai peran yang luas dalam kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Seperti pada zaman Rasulullah dan para sahabat, pengelolaan zakat secara baik bisa menstabilkan perekonomian, bahkan zakat menjadi bagian penting dalam lembaga negara, ini menunjukkan bahwa negara mempunyai kewajiban untuk mengumpulkan dan menghitung zakat dari

masyarakat, karena zakat pada masa itu diperuntukkan untuk mengurangi kemiskinan dengan cara menolong orang-orang yang membutuhkan.

Zakat dalam pengertiannya adalah mengeluarkan sebagian harta yang dimiliki untuk orang yang berhak menerima zakat, zakat juga berfungsi sebagai sarana pembersihan jiwa. Membayar zakat diperintahkan untuk semua umur, bayi yang baru lahir pun ketika bulan suci Ramadhan ia wajib membayar zakat fitrah. Zakat adalah salah satu rukun Islam, sebagai manusia yang terlahir muslim atau memeluk agama Islam, rukun Islam merupakan dasar dari agama yang wajib dipahami dan ditunaikan karena perkara yang tertuang di dalam rukun Islam adalah kewajiban setiap muslim.

Definisi zakat dalam kajian fikih sebagaimana ditulis oleh beberapa fuqoha' (ahli fikih) Menurut Sayyid Sabiq zakat adalah sebutan dari suatu hak Allah yang dikeluarkan untuk fakir miskin. Dinamakan zakat karena dengan mengeluarkan zakat didalamnya terkandung harapan untuk memperoleh berkah dan pembersihan jiwa dari sifat kikir bagi orang kaya atau menghilangkan rasa iri hati orang-orang miskin dan memupuknya dengan berbagai kebajikan.

Zakat di harapkan mampu menjadi solusi atas kesenjangan ekonomi dimasyarakat seperti mengentas permasalahan kemiskinan yang hari ini masih menjadi masalah krusial di setiap daerah di Indonesia. Bagaimana tidak kemiskinan selalu menjadi PR setiap pemerintahan, mulai dari desa, kabupaten, provinsi bahkan keseluruhan republik ini. Kemiskinan yakni ketidakmampuan masyarakat dari segi ekonomi dalam memenuhi kebutuhan dasar seperti kebutuhan pangan. Di Palembang misalnya, walaupun tergolong menjadi kota metropolitan di Indonesia, pembangunan di Kota Palembang selalu mengalami perkembangan, seperti dibangunnya fasilitas publik, seperti LRT, arena olahraga, dan sebagainya, namun disisi lain, Palembang juga mempunyai masalah sama dengan wilayah lainnya, kemiskinan di kota Palembang masih tergolong tinggi. Pada Portal Online Jawapos edisi 15 November 2018, Kepala Bappeda Kota Palembang Harrey Hadi menyebutkan bahwa tercatat selama 2017 angka kemiskinan di kota Palembang

mencapai 187 ribu Kepala Keluarga (KK), angka ini masih cukup tinggi mengingat Palembang merupakan kota besar dan Ibu Kota provinsi Sumatera Selatan.

Kemajuan teknologi di era modern memudahkan masyarakat untuk berzakat, karena telah hadir lembaga atau komunitas-komunitas yang menggunakan media sebagai sarana untuk membantu mempermudah masyarakat dalam menyalurkan zakatnya. Salah satu tempat membayar zakat yang ada di Provinsi Sumatera Selatan yaitu Sinergi Sriwijaya. Sinergi Sriwijaya merupakan sebuah lembaga amil zakat, yang dapat menyalurkan zakat kepada yang membutuhkan dan pemasukan yang diterima berasal dari donatur yang telah berdonasi sebagian hartanya ke lembaga tersebut. Agar supaya para pembayar zakat atau donatur tidak merasa berat dalam menyalurkan kewajibannya berzakat.

Keberadaan lembaga zakat sebagai salah satu institusi pengelola dana umat memegang peran penting dalam menjaga stabilitas sosial yang berkembang dimasyarakat. Kesenjangan sosial yang terkadang muncul dimasyarakat merupakan fenomena sosial yang begitu memprihatinkan. Hal ini jika tidak ditanggulangi akan berpotensi menjadi pemicu ledakan atau bom sosial yang besar. Pemerataan ekonomi dan pembangunan merupakan salah satu isu krusial dalam pemberdayaan masyarakat. Parameter kesejahteraan masyarakat seringkali mendudukkan aspek penilaian finansial dalam poin penting, hal ini menegaskan bahwa penyelesaian permasalahan ekonomi umat merupakan hal yang tidak bisa dilupakan begitu saja.

Lembaga Amil Zakat (LAZ) dapat menjalankan peran semaksimal mungkin, sebagai mitra pemerintah dalam mengelola potensi zakat yang ada dimasyarakat untuk mensejahterakan masyarakat. Dalam memaksiamalkan perannya, lembaga sinergi sriwijaya mempunyai cara tersendiri dalam melakukan perasuasi, agar memudahkan tujuan yang hendak dicapainya.

Sinergi Sriwijaya merupakan lembaga baru yang bergerak di bidang sosial kemanusiaan di provinsi Sumatera Selatan yang mana potensi dana zakat serta dana sosial yang ada sangatlah besar, dengan fokus dalam pengelolaan zakat serta donasi

keagamaan lainnya diharapkan Sinergi Sriwijaya dapat bersungguh-sungguh mendorong potensi besar zakat menjadi kekuatan real dan pilar kokoh penopang kemuliaan dan kesejahteraan masyarakat di Sumatera Selatan melalui *positioning* lembaga yang jelas, pelayanan yang prima, efektifitas program yang tinggi, proses bisnis sasaran ashnaf dan muqashid (tujuan syariah) dengan harapan, zakat yang telah terkumpulkan selanjutnya akan disalurkan ke masyarakat. Banyak cara di lakukan dalam menyalurkan zakat, seperti membeli kebutuhan pokok (sembako), sanitasi air, alat sekolah, dan lain sebagainya.

Dewasa ini sudah banyak lembaga sosial kemanusiaan didirikan dalam rangka menghimpun donasi zakat dikalangan masyarakat, antar lembaga seperti berlomba-lomba dalam menarik potensi zakat yang ada dikalangan masyarakat. Banyaknya lembaga yang ada dalam masyarakat menandakan bahwa semakin besar kepercayaan masyarakat terhadap sebuah lembaga. Lembaga ini dipercaya sebagai pedoman dalam bertidak dan kegiatannya berkaitan dengan kebutuhan pokok manusia didalam kehidupan bermasyarakat. Lembaga yang berada dalam masyarakat dan pelaksanaan kegiatannya memiliki tujuan untuk masyarakat , sehingga berhasilnya suatu lembaga dapat di ukur dari besar kecilnya pengaruh lembaga terhadap masyarakat begitu pula sebaliknya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “lembaga adalah badan atau organisasi yang tujuannya melakukan suatu penyelidikan keilmuan dan melakukan suatu usaha”.

Dengan adanya kepercayaan masyarakat yang begitu besar terhadap pengelolaan amanah umat, maka tidak sedikit lembaga-lembaga sosial yang didirikan dengan tujuan mengelola amanah umat, serta lembaga-lembaga berlomba-lomba dalam mencapai tujuan yaitu masyarakat sebagai sasaran dalam tercapainya tujuan yang dicita-citakan oleh lembaganya. Lembaga-lembaga sosial yang bertujuan mengelola amanah umat seperti Lembaga Dompot Duafa, Darut Tauhid, Rumah Zakat, dan sebagainya.

Sinergi Sriwijaya sebagai lembaga pengelola amanah umat memiliki tujuan yang sama dengan lembaga sosial pengelola amanah umat yang lain yaitu bertanggung jawab dalam mengelola dana yang berasal dari masyarakat, akan tetapi setiap lembaga memiliki proses yang berbeda dalam mencapai tujuan karena lembaga harus bekerja keras untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat agar

tujuan yang diinginkan oleh lembaga dapat tercapai dan sesuai dengan yang dicita-citakan.

Dalam mencapai tujuan yang diinginkan, Sinergi Sriwijaya berusaha menjaga hubungan baik dengan masyarakat, karena masyarakat sebagai penentu tercapainya tujuan sebuah lembaga. Sinergi Sriwijaya berupaya untuk bekerjasama dengan para donatur dan mitra perusahaan, karena para donatur dan mitra perusahaan sebagai bagian pendukung terlaksananya tujuan lembaga. Tumbuhnya minat donatur dan mitra perusahaan tidak terlepas dari upaya persuasi yang dilakukan oleh Sinergi Sriwijaya.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana komunikasi persuasi lembaga Sinergi Sriwijaya dalam menarik minat masyarakat berzakat?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasi lembaga Sinergi Sriwijaya dalam menarik minat masyarakat berzakat.

### **1.4 Manfaat penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat diantaranya :

- a. Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah, pemikiran, dan ide segar sarana untuk memahami Ilmu Komunikasi khususnya dibidang komunikasi persuasi
- b. Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan untuk merancang langkah-langkah persuasi untuk memenuhi kebutuhan lembaga/instansi

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Data dari Buku :

- Werner J. Severin James W. Tankard (2009) *Teori Komunukasi sejarah, Metode, dan Terapan, dalam Media Massa*, Edisi Kelima. Jakarta : Kencana
- Mulyana, Dedy (2008) *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung :PT Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana, 2007, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti: Bandung.
- Berger, Charles R, Michael E. Roloff dan David R. Roskos-Ewoldsen, 2015, *Handbook Ilmu Komunikasi*. Nusa Media: Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi* (2004) Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiono.(2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, R&D*. Bandung Alfa beta.
- Basrowi & Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif* (2003)Jakarta : PT Grafindo Persada
- Ritonga M Jamiluddin *Tipologi Pesan Persuasif* (2005)Jakarta : PT.Indeks.
- Nimmo D. *Komunikasi Politik , Pesan dan media.*(2006) Bandung: PT Remaja.
- Bungin Burhan 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana.
- Soemirat, Soleh, dkk. *Komunikasi Persuasif* (2007) Jakarta : Universitas Terbuka / Al-ba`ly, Abdul Mahmud Al-hamid (2006) *Ekonomi zakat: sebuah kajian moneter dan keuangan syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lawrence Grossberg, Ellen Wartella, D.Charles Whitney, J Macgregor Wise (2006) *Media Making: Mass Media in a Popular Culture* Second Edition. California, United States of Amerika: Sage Publications.
- Qardawi Yusuf, *Hukum Zakat* (2011) Jakarta : Litera Antar Nusa.
- Suppena Ilyas, dkk, *Manajemen Zakat* (2009) Semarang: Walisongo Pers.

### Sumber Internet

[www.sspeduli.org/](http://www.sspeduli.org/) Diakses pada 14 Januari 2019 Pukul 10.50 WIB  
<https://www.jawapos.com/> Diakses pada 14 Januari 2019 Pukul 11.39 WIB

<https://sumeks.co.id/> Diakses pada 5 Oktober 2018 pukul 13.15

<https://www.instagram.com/sinergisriwijaya/> Diakses pada 25 Maret 2019 Pukul 14.00 WIB

### Jurnal Ilmiah, Skripsi

Sari, Yolanda, 2009 *Komunikasi Kelompok Kecil Murabbi dan Binaannya dalam Menanamkan Sikap Taat (Studi Kasus tentang Peranan Komunikasi Kelompok Kecil Murabbi dan Binaannya dalam Menanamkan Sikap Taat pada Anggota Kelompok Halaqoh Kader Partai Keadilan Sejahtera)*. Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara

Mishbah El Yaser, Mishbah (2016) *Upaya Komunikasi Persuasif Berzakat ke Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Di Kota Padang*, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas.

Ahmad Nurul Macky (2017) *Komunikasi Persuasif Dr. K.H. Khaitami M. Nuh, M.A Dalam Menarik Minat Para Donatur Melalui Darul Aitam Yayasan Aqshal Ghayat Jakarta Barat* Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta.



