

**PENINGKATAN MINAT BERSEDEKAH PADA MASYARAKAT
SUKAJAYA KOTA PALEMBANG MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI
PERSUASIF KOMUNITAS JUM'AT SEDEKAH INDONESIA**

Rika Sari

rikasari0910@gmail.com

(Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang)

Aliasari

aliasari_uin@radenfatah.ac.id

(Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang)

Zhila Jannati

zhila_jannati10@radenfatah.ac.id

(Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang)

Abstract: Alms are very important to be able to help people in need. Interest in giving charity is very important so that humans get extraordinary rewards by Allah swt. This study aims to determine the persuasive communication strategy of the Indonesian Alms Friday community in increasing the interest in giving alms to the people of Sukajaya, Palembang City. The method used in this study is a type of qualitative research. The subject of this research is the people of Sukajaya Palembang City. Data collection techniques using interviews, observation and documentation. The data analysis technique used in this research is descriptive qualitative using the Miles & Huberman Model, namely with three stages: data reduction, data presentation and drawing and drawing conclusions. The results of the study showed that the persuasive communication strategy of the Indonesian Alms Friday Community in increasing the interest in giving alms to the people of Sukajaya Palembang City by (1) Publishing alms activities and providing hadith information about the virtues of giving alms, (2) Discussion or casual chat with the community to find out level of people's thinking and knowledge about alms so that the persuasive communication messages carried out can be well received and (3) Meetings, preparing targets, methods and media used and preparing ammunition in conveying persuasive communication messages to the community. After the persuasive communication strategy was given, the interest in giving alms to the people of Sukajaya, Palembang City increased. These things can increase interest in giving charity which includes: happy when giving charity, high curiosity, volunteering when giving charity and excited when giving charity.

Keywords: persuasive communication, interest in alms, society

Abstrak: Sedekah sangat penting dilakukan untuk dapat membantu orang-orang yang membutuhkan. Minat bersedekah sangat penting agar manusia mendapatkan ganjaran yang luar biasa oleh Allah swt. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif komunitas Jum'at Sedekah Indonesia dalam meningkatkan minat bersedekah masyarakat Sukajaya Kota Palembang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Subjek penelitian ini adalah masyarakat Sukajaya Kota Palembang. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan Model Miles & Huberman, yakni dengan tiga tahap: reduksi data, penyajian data serta penarikan dan mengambil kesimpulan. Hasil penelitian yang didapat bahwa Strategi komunikasi persuasif Komunitas Jum'at Sedekah Indonesia dalam meningkatkan minat bersedekah pada masyarakat Sukajaya Kota Palembang dengan melakukan (1) Publikasi kegiatan sedekah dan memberikan informasi hadits tentang keutamaan bersedekah, (2) Diskusi atau obrolan santai dengan masyarakat untuk mengetahui kadar berpikir dan pengetahuan masyarakat tentang sedekah agar pesan komunikasi persuasif yang dilakukan dapat diterima dengan baik dan (3) Rapat, menyiapkan target, metode dan media yang digunakan serta menyiapkan amunisi dalam menyampaikan pesan komunikasi persuasif pada masyarakat. Setelah strategi komunikasi persuasif diberikan minat bersedekah masyarakat Sukajaya Kota Palembang meningkat. Hal-hal tersebut dapat meningkatkan minat bersedekah yang meliputi: senang saat bersedekah, rasa ingin tahu yang tinggi, sukarela saat bersedekah dan bersemangat saat bersedekah.

Kata kunci: komunikasi persuasif, minat bersedekah, masyarakat

A. PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk individu dan makhluk sosial. Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Manusia sebagai makhluk sosial dalam suatu masyarakat pada dasarnya untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mempertahankan hidupnya membutuhkan manusia lain di sekelilingnya, atau dengan kata lain bahwa kehidupan manusia tidak terlepas dengan manusia lainnya untuk saling membantu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Terdapat berbagai macam kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap individu agar dapat terus melangsungkan kehidupannya. Salah satu kebutuhan yang sangat penting adalah kebutuhan biologis yang terdiri dari tidur, makan, memerlukan pakaian, dan tempat berlindung. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, maka tidak terlepas dari kondisi perekonomian yang diharapkan berada pada taraf yang sangat baik.

Akan tetapi, pada kenyataannya permasalahan ekonomi masih menjadi masalah yang universal di negara ini. Permasalahan ekonomi dapat dilihat dari

banyaknya jumlah masyarakat ekonomi menengah kebawah dan pengangguran di setiap daerah. Dari data Badan Pusat Statistik (BPS) angka kemiskinan di Indonesia pada Maret 2018 sebesar 9,82 persen dari jumlah total penduduk, atausebanyak 25,95 juta jiwa.¹ Dari data BPS dapat dipahami bahwasanya angka kemiskinan masih sangat tinggi, hampir mencapai 10 persen dari jumlah penduduk Indonesia.

Dalam agama Islam, banyak sekali cara untuk mengatasi permasalahan kemiskinan dan kesenjangan sosial. Salah satunya dengan cara bersedekah. Sedekah merupakan pemberian yang diberikan secara sukarela tanpa ada paksaan, semata-mata dilakukan hanya untuk mengharap ridho dari Nya. Sedekah juga menjadi salah satu bentuk proses interaksi manusia sebagai makhluk sosial yang saling membantu dan membutuhkan.

Ada banyak keutamaan bersedekah antara lain: (1) sedekah dapat memanjangkan umur. Rasulullah Saw bersabda *“Sesungguhnya sedekahnya orang muslim itu dapat menambah umurnya, dapat mencegah kematian yang buruk (su’ul khotimah), Allah akan menghilangkan darinya sifat sombong, kekafiran dan sifat bangga pada diri sendiri.”* (HR. Thabrani), (2) sedekah dapat membersihkan dan menumbuhkan kembangkan harta. Dari Abu Hurairah berkata, Rasulullah Saw bersabda *“Pancinglah rezeki kalian dengan bersedekah.”* (HR. Baihaqi dalam Syu’ab al- iman), (3) sedekah dapat mencegah kemalangan dan musibah. Dari Anas berkata bahwa Rasulullah Saw bersabda *“Cepat-cepatlah bersedekah, karena bala’ itu tidak bisa mendahului sedekah.”* (HR. Al Baihaqi dalam Sunan Kubra), (4) sedekah dapat menghapuskan dosa. Rasulullah Saw bersabda *“Sedekah itu dapat menghapuskan dosa sebagaimana air itu memadamkan api.”* (HR. At-Tirmidzi), (5) Allah melipat gandakan pahala orang-orang yang bersedekah, (6) sedekah menjadi amalan yang tidak putus sampai mati. Diriwayatkan dari Abu Hurairah ra, bahwa Nabi Muhammad Saw bersabda *“Apabila anak cucu Adam itu mati, maka terputuslah semua amalannya, kecuali tiga perkara yaitu: Shodaqoh jariyah, anak yang sholeh yang memohon ampunan*

¹Tim Badan Pusat Statistik, *Persentase Penduduk Miskin Maret 2018 Turun Menjadi 9,82 Persen*, <http://www.bps.go.id>, (diakses pada tanggal 3 Januari 2019, pukul: 20.00 WIB)

untuknya (ibu dan bapaknya) dan ilmu yang berguna setelahnya.”, serta(7) sedekah memberikan naungan di hari akhir,² dan menjadi salah satu solusi untuk membantu orang-orang yang membutuhkan.

Adapun sedekah untuk membantu orang lain juga terdapat dalam ajaran Islam. Islam memerintahkan agar manusia mengerluarkan hartanya di jalan yang Allah ridhoi. Hal ini sesuai dengan firman Allah ‘Azza wa Jalla, Surah Al-Baqarah ayat 195 yang artinya: *“Dan infakkanlah (hartamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu jatuhkan (diri sendiri) ke dalam kebinasaan dengan tangan sendiri, dan berbuat baiklah. Sungguh, Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”* (QS. Al- Baqarah ayat195)³Dijelaskan dalam firman-Nya, bahwa Allah SWT memerintahkan para hambaNya agar berinfaq di jalan Allah, yaitu mengeluarkan harta di jalan-jalan menuju Allah, yakni setiap jalan kebaikan seperti bersedekah kepada orang yang membutuhkan, kerabat atau memberikan nafkah kepada orang yang menjadi tanggungan. Pada ayat di atas Allah SWT menegaskan bahwa Allah SWT sangat menyukai orang-orang yang berbuat baik. Ayat di atas menegaskan pula bahwa masih terdapat manusia yang lalai dan tidak mau mengeluarkan hartanya untuk membantu orang lain, hal itu ditunjukkan dengan kalimat meninggalkan kewajiban-kewajiban yang diperintahkan Allah di mana meninggalkannya merupakan bentuk kebinasaan.

Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa begitu mulia orang-orang yang bersedekah. Sedekah adalah amalan yang sangat ingin dilakukan kembali oleh manusia yang telah meninggal dunia apabila ia diberikan lagi kesempatan untuk hidup. Namun, waktu tidak bisa diulang lagi kembali. Allah swt. berfirman yang artinya: *“Dan infakkanlah sebagian dari apa yang telah Kami berikan kepadamu sebelum kematian datang kepada salah seorang di antara kamu; lalu dia berkata (menyesali), “Ya Tuhanku, sekiranya Engkau berkenan menunda (kematian)ku sedikit waktu lagi, maka aku dapat bersedekah dan aku akan termasuk orang-orang yang saleh.”* (QS. Al-Munafiqun: 10).

Manusia hendaknya memiliki minat yang tinggi untuk bersedekah. Minat

²Gus Arifin, *Zakat, Infak, Sedekah*, (Jakarta, PT Elex Media Komputindo, 2016), h. 205

³*Alquran Terjemah*, (Bandung, PT Syaamil Cipta Media), h.30

bersedekah sangat diperlukan agar setiap orang menerapkan kegiatan bersedekah dalam kehidupan sehari-hari. Minat sedekah adalah rasa ketertarikan atau perhatian yang tinggi pada aktivitas memberikan sesuatu kepada orang lain secara spontan dan sukarela tanpa ada yang menyuruhnya. Orang yang memiliki minat bersedekah yang tinggi ditandai dengan (a) merasa senang saat bersedekah, (b) rasa ingin tahu lebih terhadap kegiatan dan program sedekah yang ditawarkan oleh komunikator atau komunitas sedekah, (c) secara sukarela berusaha untuk terus bersedekah, serta (d) lebih bersemangat untuk bersedekah.

Dengan adanya rasa senang dan semangat yang tinggi untuk bersedekah, rasa keingintahuan yang tinggi mengenai sedekah, serta mau secara sukarela untuk bersedekah, maka jumlah penduduk yang melaksanakan kegiatan bersedekah akan dapat meningkat. Dengan demikian, orang-orang yang kurang mampu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari baik dari individu, kelompok, atau lembaga dapat terbantu untuk dipenuhi melalui kegiatan bersedekah.

Namun, dari hasil studi lapangan awal didapatkan hasil yakni terdapat masyarakat yang minat bersedekahnya masih rendah. Hal itu ditandai dengan (1) masih sedikitnya donatur pada komunitas penyalur sedekah. Donatur adalah orang yang secara tetap memberikan sedekah kepada suatu perkumpulan, (2) sedikitnya jumlah donasi yang diberikan untuk membantu orang-orang yang membutuhkan. Minat masyarakat untuk bersedekah dipengaruhi oleh perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan percaya dalam menyalurkan sedekahnya maka hal itu akan memperkuat minat bersedekah, ketidakpuasan biasanya akan menghilangkan minat.

Di Indonesia sudah terdapat komunitas sedekah yang menjadi wadah untuk membantu mempermudah masyarakat dalam menyalurkan sedekah. Salah satu komunitas sedekah yang ada di Palembang yaitu Komunitas Jum'at Sedekah Indonesia. Komunitas Jum'at Sedekah Indonesia merupakan komunitas sosial yang dapat menyalurkan sedekah kepada mereka yang membutuhkan dan pemasukan yang diterima berasal dari para donatur yang telah mendonasikan sebagian hartanya ke komunitas tersebut.

Jumat Sedekah Indonesia berdiri pada tanggal 13 Februari 2015 yang

ditetapkan dan disahkan pada musyawarah yang dilakukan para anggota komunitas Jumat Sedekah Indonesia. Jumat Sedekah Indonesia digerakkan oleh Annanda Pragamatari yang bermula dari memiliki nazar berbagi nasi bila ia sembuh dari penyakitnya. Selain itu, Annanda juga melihat dan belajar dari gerakan berbagi nasi di Lubuk Linggau yang dipelopori oleh ibu-ibu. Jum'at Sedekah Indonesia merupakan sebuah perkumpulan non-profit berlokasi di Palembang. Jum'at Sedekah Indonesia memiliki 600-700 orang *volunteer* yang ikut bergabung membantu dalam kegiatannya terutama pada setiap jum'at yaitu berbagi nasi bungkus pada masyarakat yang membutuhkan di seluruh penjuru Kota Palembang. Jumlah nasi yang dibagikan sesuai dengan jumlah donasi yang didapatkan pada setiap pekannya. Jum'at Sedekah Indonesia memiliki donatur tetap dan donatur tidak tetap.

Jum'at Sedekah Indonesia harus mengembangkan strategi yang dapat menarik perhatian dan minat masyarakat untuk bersedekah. Strategi yang harus dikembangkan ialah strategi komunikasi persuasif. Menurut Kamus Ilmu Komunikasi, strategi komunikasi persuasif merupakan suatu proses untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri.⁴ Komunikasi persuasif adalah suatu alternatif yang dapat digunakan dalam mempengaruhi para donatur karena komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang bersifat mempengaruhi, mengajak dan membujuk komunikan, sehingga komunikan bertindak sesuai dengan apa yang di harapkan oleh komunikator.

Komunikasi persuasif yang dikembangkan komunitas tersebut diharapkan dapat merubah perilaku, keyakinan, sikap yang lebih mantap seolah perubahan tersebut bukan atas kehendak komunikator melainkan atas kehendak komunikan itu sendiri. Komunikasi persuasif biasanya dilakukan untuk membujuk konsumen agar mau menggunakan produk yang ditawarkan. Melihat hal tersebut maka peneliti akan membahas judul "Peningkatan Minat Bersedekah pada

⁴Nisful Laily Zain, Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa, *Jurnal Nomosleca*, Vol. 3 No. 2, 2017, Hal. 598

Masyarakat Sukajaya Kota Palembang melalui Strategi Komunikasi Persuasif Jum'at Sedekah Indonesia”.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif yaitu berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua data yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.⁵ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif komunitas Jum'at Sedekah Indonesia dalam meningkatkan minat bersedekah pada masyarakat Sukajaya Kota Palembang. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan peneliti ada dua macam yaitu data primer dan datasekunder. Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya.⁶ Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan informasi langsung dari Ketua dan bagian Humas komunitas Jum'at Sedekah Indonesia serta masyarakat di sekitar basecamp Jum'at Sedekah Indonesia di Kelurahan Sukajaya Kota Palembang melalui observasi dan wawancara. Sedangkan sumber data sekunder yakni data pendukung yang dalam penelitian ini diperoleh melalui buku-buku, dokumentasi dan artikel yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif diartikan sebagai penelitian yang mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi sekarang. Peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut.⁷ Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan prosedur yang dikemukakan oleh

⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, PT Remaja Rosada Karya, 2014), h. 7.

⁶ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), h. 138

⁷ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h. 141

Miles dan Huberman melalui langkah-langkah yakni reduksi data, penyajian data dan mengambil kesimpulan atau verifikasi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang dilaksanakan di Komunitas Jum'at Sedekah Indonesia sejak 06 April 2019 sampai 26 April 2019. Strategi komunikasi persuasif yang dilakukan komunitas Jum'at Sedekah Indonesia sebagai berikut:

- 1) Bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku masyarakat dalam bersedekah. Pada hasil wawancara dapat dipahami bahwasanya Komunitas Jum'at Sedekah Indonesia selain bertujuan sebagai wadah sedekah untuk membantu mensejahterakan kehidupan masyarakat Indonesia juga bertujuan untuk mengubah sikap dan pendapat masyarakat dalam bersedekah, dengan cara menumbuhkan semangat masyarakat untuk bersedekah. Hal yang dilakukan Komunitas Jum'at Sedekah Indonesia untuk menumbuhkan semangat masyarakat untuk bersedekah adalah mempublikasi kegiatan bersedekah dan memberikan informasi sedekah dengan mencantumkan hadits tentang keutamaan bersedekah di media sosial, flyer, pamflet dan spanduk.
- 2) Memperhatikan secara cermat terhadap orang yang diajak bersedekah. Berdasarkan hasil wawancara dapat dipahami bahwa Komunitas Jum'at Sedekah Indonesia memperhatikan secara cermat sasaran dari komunikasi persuasif yang dilakukannya. Komunitas Jum'at Sedekah Indonesia menyadari akan perbedaan proses pemahaman yang dimiliki oleh masyarakat. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Komunitas Jum'at Sedekah Indonesia melakukan diskusi langsung kepada masyarakat. Diskusi yang dilakukan bersifat obrolan santai menggunakan bahasa keseharian yang digunakan masyarakat. Diskusi atau obrolan santai dilakukan untuk mengetahui batas kemampuan kadar berpikir dan pengetahuan masyarakat tentang sedekah. Hal itu dapat mempermudah

Komunitas Jum'at Sedekah Indonesia dalam menyampaikan pesan komunikasi persuasifnya untuk meningkatkan minat bersedekah pada masyarakat Sukajaya KotaPalembang.

- 3) Perpaduan antara perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi. Dari hasil wawancara dapat dipahami bahwasanya Komunitas Jum'at Sedekah Indonesia memadukan perencanaan dengan manajemen komunikasi persuasifnya kepada masyarakat. Jum'at Sedekah Indonesia membuat perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi persuasif untuk mempermudah tercapainya tujuan yang diharapkan. Setiap ingin mengadakan pertemuan dengan masyarakat maupun dalam menyiapkan agenda komunitas Jum'at Sedekah Indonesia membuat perencanaan dan manajemen komunikasi. Perencanaan dan manajemen komunikasi yang dilakukan seperti melakukan rapat, menyiapkan targetan yang ingin dicapai beserta metode dan media yang akan digunakan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat.

Setelah diberikan strategi komunikasi persuasif oleh komunitas Jum'at Sedekah Indonesia minat bersedekah masyarakat Sukajaya Kota Palembang meningkat. Hal itu dapat dilihat dari aspek-aspek minat bersedekah sebagaiberikut:

- 1) Senang saat bersedekah. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa masyarakat pun merasakan perasaan senang saat bersedekah. Motivasi masyarakat untuk bersedekah lebih kepada tujuan masyarakat dalam bersedekah tersebut, seperti untuk dapat membantu dan memberikan manfaat kepada orang-orang yang membutuhkan. Selain itu, faktor ingin merasakan perasaan senang pun menjadi motivasi bersedekah karena perasaan senang dapat dirasakan jika dapat membantu meringankan beban orang lain.
- 2) Rasa ingin tahu yang tinggi. Berdasarkan hasil wawancara dapat dilihat bahwa rata-rata masyarakat Sukajaya Kota Palembang mencari informasi tentang sedekah. Adapun dari 8 masyarakat yang dipilih mencari informasi tentang sedekah sedangkan 2 masyarakat tidak mencari informasi tentang

sedekah. Namun intensitas masyarakat yang mencari informasi tentang sedekah pun masih rendah. Hal itu ditunjukkan dari rata-rata jawaban masyarakat. Menurut masyarakat Sukajaya Kota Palembang mencari informasi tentang sedekah pun bisa dengan melihat orang-orang menengah kebawah disekitar yang membutuhkan bantuan.

- 3) Sukarela dalam bersedekah. Berdasarkan hasil wawancara dapat dilihat bahwasanya masyarakat Sukajaya Kota Palembang bersedekah tidak pernah merasa terpaksa. Hal itu dirasakan karena masyarakat menyakini banyaknya manfaat yang didapatkan dari bersedekah itu sendiri. Masyarakat Sukajaya Kota Palembang juga merasa ikhlas saat bersedekah. Masyarakat menyakini akan ada balasan kebaikan dan ridha dari Allah SWT atas sedekah yang telah diberikan.
- 4) Bersemangat dalam bersedekah. Dari hasil wawancara didapatkan hasil bahwa masyarakat Sukajaya Kota Palembang tidak pernah merasa terpaksa untuk bersedekah. Adapun 10 orang yang dipilih semua menjawab tidak merasa terpaksa saat bersedekah. Menurut masyarakat Sukajaya Kota Palembang selama mampu bersedekah masyarakat akan terus bersedekah membantu orang-orang yang membutuhkan karena hal itu harus dilakukan sebagai bentuk kepedulian sesama mukmin.

Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi persuasif oleh komunitas Jum'at Sedekah Indonesia dapat menjadi suatu solusi dalam meningkatkan minat bersedekah masyarakat Sukajaya Kota Palembang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firdaus mengenai "Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah Pada Produk Asuransi Umum Di Pt. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru". Hasil penelitian menunjukkan bahwa (a) pendekatan strategi komunikasi persuasif yang dilakukan perusahaan PT. Jasaraharja Putera cabang Pekanbaru dalam meningkatkan nasabah dengan menggunakan pendekatan strategi psikodinamika, pendekatan strategi persuasi sosialkultural, serta pendekatan strategi "*The meaning construction*" dan (b) teknik komunikasi persuasif dilakukan pemasar dalam meningkatkan nasabah pada konteks personal

selling di PT. Jasaraharja Putera cabang Pekanbaru dengan teknik (1) *The yes-yes respon technique*, (2) *Don't ask if, ask which*, (3) *Reassurance*.⁸

Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi mengenai “Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Jumlah Debitur Di PT. BNI (PERSERO) TBK Kantor Cabang Padang.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. BNI (Persero) Tbk Kantor Cabang Padang menggunakan tiga strategi komunikasi persuasif untuk meningkatkan jumlah debitur, yang pertama yaitu menggunakan strategi melalui pendekatan emosional (strategi psikodinamika) dengan cara menarik perhatian, membangun unsur kepercayaan dan memanfaatkan situasi, yang kedua menggunakan strategi melalui pendekatan sosial (strategi sosiokultural) melalui lingkungan keluarga dan lingkungan teman, yang ketiga menggunakan strategi dengan cara memberikan pengetahuan tentang perusahaan (*the meaning construction*) dengan cara *personal selling* dan melalui media. Kemudian dalam meningkatkan jumlah debitur PT. BNI (Persero) Tbk Kantor Cabang Padang menggunakan teknik *the yes-respons technique* dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kemudian menggunakan teknik *don't ask if ask which* dengan cara menawarkan pilihan.⁹

D. SIMPULAN

Strategi komunikasi persuasif yang dilakukan komunitas Jum'at Sedekah Indonesia adalah (1) mempublikasi kegiatan bersedekah dan memberikan informasi mengenai sedekah dengan mencantumkan hadits tentang keutamaan bersedekah, (2) melakukan diskusi santai kepada masyarakat dengan menggunakan bahasa keseharian untuk mengetahui batas kadar berpikir dan pengetahuan masyarakat agar pesan komunikasi persuasif yang disampaikan dapat meningkatkan minat bersedekah masyarakat dan (3) melakukan perencanaan dan manajemen dengan mengadakan rapat, menyiapkan target yang ingin dicapai beserta metode dan media yang digunakan serta menyiapkan semua amunisi yang

⁸Yanie Pratiwi Firdaus, Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah Pada Produk Asuransi Umum Di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru. *JOM FISIP*, Vol. 3 No.2, 2016, Hal. 3

⁹Dian Pertiwi, Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Jumlah Debitur Di PT. BNI (Persero) Tbk Kantor Cabang Padang, *JOM FISIP*, Vol. 6 No. 1, 2019, 1

diperlukan saat ingin mengadakan pertemuan dengan masyarakat guna menyampaikan pesan komunikasi persuasif. Dengan menerapkan strategi komunikasi persuasif, minat bersedekah masyarakat Sukajaya Kota Palembang meningkat. Hal-hal tersebut dapat meningkatkan minat bersedekah yang meliputi: senang saat bersedekah, rasa ingin tahu yang tinggi, sukarela saat bersedekah dan bersemangat saat bersedekah.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Alquran Terjemah*. Bandung: PT Syaamil Cipta Media
- Arifin, Gus. 2016. *Zakat, Infak, Sedekah*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Firdaus, Yanie Pratiwi. 2016. Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah Pada Produk Asuransi Umum Di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru. *JOM FISIP*. 3 (2). 3
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosada Karya
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Pertiwi Dian. 2019. Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Jumlah Debitur Di PT. BNI (Persero) Tbk Kantor Cabang Padang. *JOM FISIP*. 6 (1). 1
- Tim Badan Pusat Statistik. 2018. *Persentase Penduduk Miskin Maret 2018 Turun Menjadi 9,82 Persen*. <http://www.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 3 Januari 2019 pukul: 20.00 WIB