

Uswatun Aslamiah (140531100031) Communication Studies,"PERSUASIVE COMMUNICATION ON SOCIAL MEDIA TO ATTRACT DONATION INTEREST (the case study of Amil Zakat Institution of Ummul Quro Jombang)." Under the guidance of Dr. Tatag Handaka, S.Sos., M.Si

ABSTRACT

This research entitled "Persuasive communication on Social Media to Attract Donation Interest (the case study of Amil Zakat Institution of Ummul Quro Jombang)". Background of the study is from author's curiosity about communication model which is used by the Amil Zakat Institution of Ummul Quro Jombang to attract donors. This research is a field research that has purpose to know persuasive communication model to be implemented in Amil Zakat Institution of Ummul Quro Jombang with its various factors.

This research employs qualitative design with a case study method. The techniques of collecting data in this research are observation, interview and documentation, then the data were analyzed using interactive model analysis that consists of four steps namely data collection, data reduction, data display and drawing or verifying the conclusion.

The findings of this research show: first, the credibility of communicators in making persuasive communication is a main determination of Amil Zakat Institution of Ummul Quro Jombang to affect the prospective donors. Second, other important things as the factors are the way how communicators and Amil Zakat Institution of Ummul Quro Jombang are able to express the ideas and information by using communicative language, reliable information, flexible and inspiring information to society particularly the prospective donors. The last, related to the usage of social media by Amil Zakat Institution of Ummul Quro Jombang to not deliver the information in massmedia such as magazines, banners ad, brochures, but also using another social media including whatsapp, instagram and facebook.

Keywords: Persuasive Communication, Social Media, and Donor.

Uswatun Aslamiah(140531100031) Ilmu Komunikasi, “KOMUNIKASI PERSUASIF MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENARIK MINAT DONASI (studi kasus Lembaga Amil Zakat Ummul Quro Jombang).” Di bawah bimbingan: Dr. Tatag Handaka, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Komunikasi Persuasif Melalui Media Sosial dalam Menarik Minat Donasi (Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Ummul Quro Jombang)” dilatar belakangi rasa ingin tahu penulis terkait model komunikasi yang digunakan oleh pihak Lembaga Amil Zakat Ummul Quro Jombang untuk menjaring donatur. Skripsi ini merupakan penelitian lapangan yang bertujuan mengetahui model komunikasi persuasif yang diterapkan di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro Jombang dengan berbagai macam faktornya.

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan jenis penelitian yang menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data model interaktif melalui empat tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, display data, dan terakhir yaitu penarikan kesimpulan (verifikasi).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, kredibilitas seorang komunikator dalam melakukan komunikasi secara persuasif menjadi penentu utama bagi pihak Lembaga Amil Zakat Ummul Quro Jombang dalam mempengaruhi calon donatur. Kedua, hal penting lain yang juga menjadi faktor pendukung adalah cara penyampaian pesan oleh pihak komunikator dan Lembaga Amil Zakat Ummul Quro Jombang yang menggunakan bahasa santai, serta ditambah isi pesan yang tidak mengandung unsur kebohongan, tidak memaksa, serta mengandung motivasi bagi masyarakat umum khususnya bagi calon donatur. Terakhir, berkaitan dengan media yang digunakan oleh pihak Lembaga Amil Zakat Ummul Quro Jombang untuk menyampaikan pesan tidak hanya melalui media cetak seperti majalah , banner, dan brosur, namun juga dibantu dengan menggunakan media sosial terutama WhatsApp, Instagram, dan Facebook.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Media Sosial, dan Donatur.