

ABSTRAK

Reni Sartika, 2019. *Persepsi Masyarakat Terhadap Pengumpulan Dana Pembangunan Masjid Melalui Sumbangn Di Jalanan (Studi Kasus Pada Masjid Nurul Ibadah, Masjid Al-Kharamah, dan Masjid Darul Muhtadin)*. Pembimbing: (I) Anita Ariani, S.Ag, M.Pd.I, (II) Devi Noviyanti, SE., MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya kegiatan meminta sumbangan untuk pembangunan masjid yang dilakukan di jalanan Kota Banjarmasin, berlangsungnya kegiatan meminta sumbangan untuk pembangunan masjid yang dilakukan di jalanan akan menimbulkan berbagai macam persepsi dari masyarakat yang melihat kegiatan meminta sumbangan untuk pembangunan masjid yang dilakukan di jalanan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Persepsi Masyarakat Terhadap Pengumpulan Dana Pembangunan Masjid Melalui Sumbangn Di Jalanan (Studi Kasus Pada Masjid Nurul Ibadah, Masjid Al-Kharamah, dan Masjid Darul Muhtadin). Jenis penelitian ini adalah *field reseach* (penelitian lapangan) dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah metode Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan meminta sumbangan untuk pembangunan masjid yang dilakukan di jalanan mendapatkan persepsi yang bermacam-macam dari semua informan yang ada di Kota Banjarmasin. Persepsi masyarakat dipengaruhi oleh komponen kognitif meliputi pengetahuan terhadap objek dan latar belakang pendidikan, serta komponen afektif yang meliputi sikap responden terhadap kegiatan meminta sumbangan untuk pembangunan masjid yang dilakukan di jalanan baik itu rasa suka, kritik dan resitensi (menolak). Selain itu persepsi masyarakat terhadap pengumpulan dana pembangunan masjid melalui sumbangn di jalanan (studi kasus pada Masjid Nurul Ibadah, Masjid Al-Kharamah, dan Masjid Darul Muhtadin) ini juga dipengaruhi oleh *Faktor perceiver* atau orang yang memberikan persepsi mengandung komponen: sikap, motif, kepentingan, pengalaman dan harapan. *Faktor the object* atau *the target* (orang atau objek yang menjadi sasaran persepsi) mengandung komponen: sesuatu yang baru, gerakan, suara, besaran atau ukuran, latar belakang, kedekatan dan kesamaan. *Faktor the situation* atau situasi atau keadaan pada saat persepsi dilakukan mengandung komponen: waktu, pengaturan kerja dan pengaturan sosial.

Kata Kunci : Persepsi, Masyarakat, Pengumpulan, Masjid.