

**Strategi Komunikasi BAZNAS dalam Program
“Rejang Lebong Taqwa” untuk Penghimpunan dan Pengelolaan
Zakat Produktif Bidang Dakwah**



Oleh:

Satria Wiranata

NIM: 22202012006

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

TESIS

**Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Sosial**

YOGYAKARTA

2024



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2179/Un.02/DD/PP.00.9/12/2024

Tugas Akhir dengan judul : Strategi Komunikasi BAZNAS dalam Program "Rejang Lebong Taqwa" untuk Penghimpunan dan Pengelolaan Zakat Produktif Bidang Dakwah

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SATRIA WIRANATA, S.Sos.
Nomor Induk Mahasiswa : 22202012006
Telah diujikan pada : Kamis, 05 Desember 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 6763a902f3c58

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn

SIGNED



Valid ID: 676a3fa60ed71

Penguji II

Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum

SIGNED



Valid ID: 6768b54d00b3

Penguji III

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.

SIGNED



Valid ID: 676a5f456f265

Yogyakarta, 05 Desember 2024

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.

SIGNED

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Satria Wiranata
NIM : 22202012006
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 25 November 2024

Saya yang menyatakan



25CAJX988350111

Satria Wiranata

NIM: 22202012006

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Satria Wiranata
NIM : 22202012006
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 25 November 2024

Saya yang menyatakan,



Satria Wiranata

NIM: 22202012006

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr.wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Strategi Komunikasi BAZNAS dalam Program “Rejang Lebong Taqwa” untuk Penghimpunan dan Pengelolaan Zakat Produktif Bidang Dakwah

Oleh

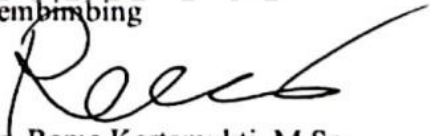
Nama : Satria Wiranata
NIM : 22202012006
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 25 November 2024

Pembimbing


Dr. Rama Kertamukti, M.Sn

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi komunikasi BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong dalam pelaksanaan program "Rejang Lebong Taqwa" untuk penghimpunan dan pengelolaan zakat produktif bidang dakwah. Program ini bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya bagi dai, guru ngaji, dan pelaku dakwah yang belum sejahtera. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya strategi komunikasi yang tepat agar masyarakat memahami dan berpartisipasi aktif dalam zakat produktif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis metode yang digunakan BAZNAS dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, terutama dalam membangun kesadaran tentang pentingnya zakat produktif sebagai bagian dari pemberdayaan ekonomi sekaligus penguatan dakwah. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, melibatkan berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah daerah, kementerian agama, dan organisasi keagamaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BAZNAS mengaplikasikan strategi komunikasi berbasis dakwah melalui media massa, media sosial, dan pendekatan komunitas. Melalui pendekatan yang sistematis ini, BAZNAS dapat meningkatkan efektivitas program zakat produktif, mendukung kemandirian ekonomi, dan menciptakan sinergi yang positif dalam pembangunan sosial masyarakat khususnya para pelaku dakwah di Kabupaten Rejang Lebong.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Massa, Dakwah, Zakat

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study discusses the communication strategy of BAZNAS in Rejang Lebong Regency for implementing the "Rejang Lebong Taqwa" program, which focuses on the collection and management of productive zakat in the field of religious outreach. The program aims to improve the welfare of the community, particularly for preachers, religious teachers, and other religious figures who are not yet prosperous. The background of this research emphasizes the importance of an appropriate communication strategy to ensure the community understands and actively participates in productive zakat.

This study aims to analyze the methods used by BAZNAS to convey messages to the public, particularly in raising awareness about the importance of productive zakat as part of economic empowerment and strengthening religious outreach. The research uses a descriptive qualitative method, with data collection techniques such as in-depth interviews, observation, and documentation, involving various stakeholders, including local government, the Ministry of Religious Affairs, and religious organizations.

The findings indicate that BAZNAS applies a communication strategy based on religious outreach through mass media, social media, and community approaches. With this systematic approach, BAZNAS aims to enhance the effectiveness of the productive zakat program, support economic independence, and create a positive synergy in the social development specially for religious figures in Rejang Lebong society.

Keywords: *Communication Strategy, Mass Communication, Da'wah, Zakat*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

هَلْ جَزَاءُ الْإِحْسَانِ إِلَّا الْإِحْسَانُ

“ Tidak ada balasan untuk kebaikan selain kebaikan (pula) ”

Al – Qur'an Surat Ar - Rahman Ayat 60



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Asyhadualla ilaha illallah wa asyhaduanna muhammadan abduhu warasuluh.

Dengan penuh rasa syukur dan petunjuk Allah SWT dan segala kerendahan hati,

Tesis ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ayahanda Rusdan Fajri dan Ibunda Ratini. Terimakasih atas kasih dan sayang hingga mampu menghantarkan putramu ini kedepan gerbang pintu kesuksesan yang tidak dapat dibalas melainkan dengan bakti dan do'aku kepadamu. *Insyaaallah* ilmu ini membawa keberkahan dan memberi kebermanfaatan bagi banyak orang nantinya, *Aamiin*.
2. Kepada Kakak Kakak dan Adikku, yang senantiasa mendukung, memacuku untuk selalu berkembang, mandiri dan bersaing. Serta Keluarga Besarku yang selalu memberikan dorongan moril maupun materil.
3. Bapak Dr. Khadiq, M.Hum, selaku Dosen Pembimbing Akademik program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam 2023 Ganjil. Ilmu dan pengalaman yang telah diberikan tidak akan penulis lupakan seumur hidup.
4. Semua pihak yang telah membantu penulis dengan kerelaan hati dalam menyelesaikan pendidikan dan penelitian ini yang tidak penulis sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirobbil'alamiin, puji syukur tak terhingga penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat serta karunia-Nya kepada semua ciptaannya di bumi ini, termasuk kepada penulis yang telah dimudahkan dalam proses menyelesaikan tugas akhir Tesis dengan judul “Strategi Komunikasi BAZNAS dalam Program “Rejang Lebong Taqwa” untuk Penghimpunan dan Pengelolaan Zakat Produktif Bidang Dakwah”.

Shalawat dan salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan penerus perjuangannya, dan semoga kita menjadi umat yang kelak mendapat syafaatnya. *Aamiin yaa rabbal 'aalamiin*.

Penyusunan tesis ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister Sosial (M.Sos). dalam menyelesaikan karya akademik Tesis ini, tentu tidak lepas dari keterlibatan dari berbagai pihak baik bantuan, bimbingan, motivasi. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.

3. Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dr. Abdul Rozak, M.Pd.
4. Dosen Pembimbing Tesis, Dr. Rama Kertamukti, M.Sn. Penulis mengucapkan terimakasih karena telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan ilmu yang berharga dalam penyelesaian studi dan penelitian ini. Baik dalam bidang akademik maupun non akademik, sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dalam waktu yang singkat.
5. Sekretaris Prodi, Dosen, Tenaga Pendidik / Karyawan dan Staf Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah membantu selama perkuliahan dan memberikan banyak pelajaran serta ilmu yang bermanfaat.
6. Kementerian Agama Kabupaten Rejang Lebong atas segala dukungan, bimbingan, dan kerjasama yang telah diberikan dalam proses penelitian ini. Terima kasih kepada Bapak Al Fuadi, S.Ag., MH, selaku Kepala Seksi Kepala Seksi Penyelenggara Zakat dan Wakaf beserta seluruh staf terkait.
7. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Rejang Lebong, yang telah memberikan dukungan luar biasa selama proses penelitian ini. Terima kasih saya sampaikan kepada Ketua BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong, Bapak Faisal Nazarudin, S.Sos., beserta seluruh jajaran staf dan pengurus, khususnya kepada Bidang Kesekretariatan, SDM dan Umum, yang telah meluangkan waktu, memberikan akses data, wawasan, serta pandangan yang sangat berarti dalam penelitian ini.

8. Teman teman seperjuangan di Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Perjalanan akademik ini menjadi lebih bermakna berkat kebersamaan, dukungan, dan semangat yang kalian berikan. Diskusi-diskusi hangat, kerja sama dalam menyelesaikan tugas, serta motivasi satu sama lain telah memberikan warna tersendiri dalam proses perkuliahan ini.
9. Keluarga Besar Takmir dan segenap Jama'ah Masjid Da'watul Islam RW 01 Ngentak Sopen, Papringan, Caturtunggal atas dukungan moril dan spiritual yang senantiasa diberikan selama perjalanan saya menempuh studi ini. Sehingga terus memberikan inspirasi dan teladan dalam pengabdian kepada umat.
10. “Sahabat Fillah” Remaja Islam dan Mahasiswa Penggerak Masjid Da'watul Islam, yang selalu memberikan motivasi, mendukung kegiatan dakwah, serta menjadi teman seperjalanan dalam menebar manfaat bagi masyarakat.
11. Para pengajar TPA Al Ihsan yang telah menjadi bagian penting dalam kehidupan saya dengan semangat mendidik generasi muda Islam serta dedikasi yang luar biasa sebagai pilar pendidikan Islam.

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan karya akademik ini. Semoga segala bentuk dukungan dan kebaikan tersebut dicatat sebagai amal saleh oleh Allah SWT. Penulis juga menyampaikan permohonan maaf apabila selama masa perkuliahan hingga penyelesaian karya ini terdapat kekhilafan,

baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Besar harapan penulis, semoga karya ini dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi penulis sendiri, tetapi juga bagi seluruh pembaca yang berkesempatan mempelajarinya. *Aamiin Ya Robbal 'Aalamiin.*

Yogyakarta, 25 November 2024



Satria Wiranata, S.Sos

NIM : 22202012006



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Kajian Pustaka	6
F. Landasan Teori	10
1. Strategi Komunikasi.....	10
2. Dakwah	11
3. Komunikasi Massa.....	13
G. Metode Penelitian	14
1. Jenis Penelitian.....	15
2. Unit yang diteliti	16
3. Sumber data (Primer dan Sekunder)	17
H. Teknik Pengumpulan Data.....	18
1. Wawancara Mendalam (<i>In Depth Interview</i>)	18
2. Observasi.....	19

3. Dokumentasi	19
I. Teknik Analisa Data	20
J. Kerangka Berpikir.....	21
BAB II BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL KABUPATEN REJANG LEBONG.....	22
A. Profil BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong	22
1. Latar Belakang dan Sejarah Pendirian	23
2. Visi dan Misi	26
3. Program Kerja	27
4. Kegiatan Pokok Instansi.....	30
B. Profil Kabupaten Rejang Lebong	33
1. Geografis dan Demografis	33
2. Visi Misi Pemerintah	38
BAB III REALISASI STRATEGI KOMUNIKASI BAZNAS DALAM MENGOPTIMALKAN PROGRAM “REJANG LEBONG TAQWA”	40
A. Optimalisasi Strategi Komunikasi di Internal BAZNAS untuk Penghimpunan Zakat Produktif	40
1. Memilih dan Menetapkan Komunikator untuk Penghimpunan Zakat Produktif	43
a) Kredibilitas (<i>Credibility</i>).....	44
b) Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>).....	45
c) Kekuatan atau Pengaruh (<i>Power</i>)	46
2. Menetapkan Tujuan, Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak Penghimpunan Zakat Produktif	48
3. Memobilisasi Kelompok Berpengaruh untuk Penghimpunan Zakat Produktif	49
a) Kelompok Pemberi Izin	50
b) Kelompok Pendukung.....	51
c) Kelompok Oposisi	52
d) Kelompok Evaluasi.....	52
4. Penetapan Rencana Anggaran untuk Efisiensi Penghimpunan Zakat	53
5. Pembinaan Kompetensi terhadap Dai untuk Peningkatan Penghimpunan Zakat	56
a) Seminar Peningkatan Kapasitas Dai	57

b) Seminar Sosial Kemasyarakatan.....	58
B. Optimalisasi Strategi Komunikasi Eksternal BAZNAS dengan Membangun Citra Baik pada Publik sebagai Wujud Amanah dalam Pengelolaan Zakat.....	59
1. Meningkatkan Publikasi tentang Program Rejang Lebong Taqwa dan Soliditas Petugas dalam Pengelolaan Zakat.....	59
a. Publikasi Hasil Pemetaan Potensi Zakat Produktif untuk Dakwah	59
b. Publikasi Mengenai Soliditas Koordinasi Pengumpulan hingga Pengelolaan Zakat	60
c. Publikasi Laporan Penghimpunan Dana Zakat.....	62
2. Meningkatkan Publikasi Pendistribusian Zakat Bidang Dakwah yang Tepat Sasaran.....	63
a. Publikasi Bantuan Guru Ngaji BAZNAS	64
b. Publikasi Bantuan Da'i BAZNAS	66
c. Publikasi Bantuan Sarana dan Prasarana Ibadah	67
d. Publikasi Bantuan Ormas Islam dan Syiar Dakwah	69
e. Transparansi Transport UPZ (Unit Pengumpul Zakat).....	70
3. Memaksimalkan Pendayagunaan Zakat sebagai bentuk Penyerapan Dana dalam Pemberdayaan Umat	73
a. Bantuan Modal Usaha dan Pelatihan Pengelolaan Dana	73
b. Pelatihan Kewirausahaan dan Bantuan Peralatan.....	74
c. Pendanaan Pengembangan Program Pendidikan Islam	76
4. Pembinaan dan Pengawasan yang Terintegrasi untuk Mengoptimalkan Transparansi Zakat.....	77
a. Pembinaan Melalui Seminar Edukasi Keagamaan	78
b. Pembinaan Melalui Pelatihan Pengelolaan Dana Zakat Produktif	79
c. Pembinaan Pengelolaan Lembaga Dakwah melalui Dana Zakat	80
d. Transparansi dan Akuntabilitas dalam Pengelolaan Zakat Produktif .	81
e. Pengawasan dan Evaluasi Pengelolaan Zakat Produktif	82
5. Menyusun Pesan yang Efektif untuk Membangun Citra Baik pada Publik	84
a. Pengemasan Pesan dengan Bahasa yang Menarik.....	84
b. Menentukan Sifat Pesan.....	85
1) Pesan Informatif.....	85
2) Pesan Persuasif.....	85

a) <i>Emotional Appeal</i>	87
b) <i>Motivational Appeal</i>	88
c) <i>Humorous Appeal</i>	89
3) Pesan Edukatif	91
6. Mengoptimalkan Strategi Komunikasi Berbasis Amanah Publik melalui Dakwah yang Menyentuh Hati Muzakki	93
a. Memilih Media atau Saluran Dakwah yang Efektif untuk Menyentuh Hati Muzakki	95
b. Uji Coba Materi Dakwah sebagai Bagian dari Strategi Komunikasi yang Berbasis Amanah Publik	96
c. Menganalisis Efek Dakwah untuk Mengukur Pengaruh terhadap Keterlibatan Muzakki	98
d. Penyusunan Anggaran Kegiatan Dakwah yang Transparan untuk Menjaga Amanah Publik	99
e. Implementasi Kegiatan Komunikasi yang Berorientasi untuk Menyentuh Hati Muzakki	100
1) Penyuluhan di Masjid-masjid	101
2) Pendekatan kepada Kelompok Masyarakat	102
3) Tabligh Akbar dan Pengajian Umum	102
f. Evaluasi Strategi Komunikasi dalam Upaya Optimalisasi Penghimpunan Zakat	104
1) Evaluasi Program (<i>Summative Evaluation</i>)	104
2) Evaluasi Manajemen (<i>Formative Evaluation</i>)	108
C. Maksimalisasi Strategi Komunikasi BAZNAS untuk Mendongkrak Partisipasi Penghimpunan Zakat Melalui Media Massa	112
1. Uji Awal Materi Komunikasi untuk Peningkatan Penghimpunan Zakat Melalui Media Massa	115
a. Tujuan Uji Materi Komunikasi	115
b. Tahapan Uji Materi	116
c. Parameter Evaluasi Awal Uji Materi	117
d. Durasi Pelaksanaan Uji Materi	117
e. Hasil Uji Materi	118
2. Produksi Media dan Program untuk Meningkatkan Partisipasi Penghimpunan Zakat Melalui Media Massa	118
a. Media Massa Elektronik	118

1) Radio Pesona FM dan Bio FM.....	118
b. Media Massa Cetak.....	124
1) Surat Kabar Harian Curup Ekspres dan Radar Pat Petulai	124
2) Brosur dan Poster	126
c. Media Sosial	129
1) Facebook	130
2) Instagram.....	131
3) WhatsApp.....	131
4) YouTube.....	132
d. Media Online	134
1) Website Resmi Pemerintah Kabupaten Rejang Lebong	135
2) Website Resmi Kementerian Agama Kabupaten Rejang Lebong	135
3) Website BAZNAS Provinsi Bengkulu.....	136
3. Efisiensi Alokasi Anggaran Kegiatan guna meningkatkan Partisipasi Penghimpunan Zakat Melalui Media Massa	137
4. Menganalisis Efek Komunikasi dari Media Massa	138
a. Peningkatan Pengetahuan dan Pemahaman (Efek Kognitif)	139
b. Perubahan Sikap dan Emosi (Efek Afektif).....	139
c. Mendorong Perubahan Perilaku (Efek Konatif)	140
5. Evaluasi dan Audit Komunikasi dalam meningkatkan Partisipasi Penghimpunan Zakat Melalui Media Massa	140
a. Evaluasi Program (<i>Summative Evaluation</i>).....	140
b. Evaluasi Manajemen (<i>Formative Evaluation</i>).....	142
BAB IV PENUTUP	145
A. Kesimpulan	145
1. Fakta Penting Penelitian	145
2. Keterbatasan Penelitian	147
B. Saran atau Rekomendasi	148
1. Saran Terhadap Pengembangan Teoritis	148
2. Saran Terhadap Praktisi Terkait Penelitian	148
3. Saran Terhadap Penelitian Lanjutan.....	148
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN-LAMPIRAN	154

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	167
A. Identitas Diri	167
B. Riwayat Pendidikan	167
1. Pendidikan Formal	167
C. Riwayat Pekerjaan	167
D. Prestasi/Penghargaan	167
E. Pengalaman Organisasi	168
F. Karya Ilmiah	168
1. Artikel	168
2. Penelitian	169



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Pelantikan Ketua dan Pengurus BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong periode 2020 s.d 2025	25
Gambar 2	Peta Wilayah Administratif Kabupaten Rejang Lebong	33
Gambar 3	Pertemuan awal Pemerintah Daerah, Kementerian Agama dan BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong	47
Gambar 4	Pertemuan antara BAZNAS dengan MUI dan Kemenag Kabupaten Rejang Lebong	50
Gambar 5	Pertemuan antara Pemerintah Daerah (Bupati), BAZNAS, MUI dengan Pimpinan Daerah Muhammadiyah Rejang Lebong	51
Gambar 6	Pertemuan antara Pemerintah Daerah, Kemenag, BAZNAS dengan Badan Masyarakat Adat (BMA) Kabupaten Rejang Lebong	52
Gambar 7	Penyerahan Dana Hibah Kepada BAZNAS dan Instansi, Ormas di Kabupaten Rejang Lebong	53
Gambar 8	Seminar Peningkatan Kapasitas Da'i Kabupaten Rejang Lebong	57
Gambar 9	Seminar Penguatan Zakat se Kecamatan Curup Tengah	58

Gambar 10	Penyerahan Bantuan Guru Ngaji di Masjid Muttaqin Rejang Lebong	64
Gambar 11	Penyerahan Bantuan Da'i dan Pelaku Dakwah di Masjid Muttaqin Rejang Lebong	66
Gambar 12	Manunggal Dakwah BAZNAS dan KODIM 0409 Rejang Lebong	67
Gambar 13	Penyerahan Bantuan Kepada PCNU Rejang Lebong	69
Gambar 14	Penyerahan Alat Usaha Produktif	74
Gambar 15	Penyerahan Bantuan Pendidikan kepada Mahasiswa IAIN Curup	76
Gambar 16	Seminar dan Pengajian "Zakat membangun perekonomian umat"	78
Gambar 17	Pelatihan Pengelolaan Dana Zakat dan Zakat Produktif di Masjid Al Jihad	79
Gambar 18	Data Kantor Urusan Agama Kecamatan se Kabupaten Rejang Lebong	94

Gambar 19	Pengajian dan sosialisasi di masjid Rejang Lebong	101
Gambar 20	Pengajian bersama Ibu Ibu Majelis Taklim oleh Ustadz Irsan Sidik	102
Gambar 21	Tabligh Akbar Pemerintah Kabupaten dan MUI Rejang Lebong bersama Ustadz Abdul Somad (UAS) di Lapangan Dwi Tunggal, Curup, Rejang Lebong 21 Oktober 2023	102

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zakat merupakan salah satu pilar penting dalam membangun ekonomi umat Islam. Direktorat Kajian dan Pengembangan memetakan potensi zakat hingga tingkat kabupaten/kota, menghasilkan data potensi zakat provinsi. BAZNAS Provinsi Bengkulu pada tahun 2023 menyalurkan ZIS Rp. 7,9 miliar kepada 5.708 penerima manfaat dari total penghimpunan Rp. 9,3 miliar. Di Kabupaten Rejang Lebong, zakat terhimpun sebesar Rp. 2,2 miliar. Pengelolaan zakat produktif bertujuan meningkatkan kesejahteraan umat, dengan salah satu fokus utamanya adalah pemberdayaan bidang dakwah.¹ Penghimpunan dan pengelolaan zakat produktif adalah upaya memaksimalkan penggunaan zakat untuk meningkatkan kesejahteraan umat. Salah satu program besar yang menjadi tujuan dilaksanakan zakat produktif BAZNAS secara nasional ialah pemberdayaan di bidang dakwah.

Kabupaten Rejang Lebong memiliki potensi besar untuk mengembangkan zakat produktif sebagai sumber pengentasan kemiskinan dan pembangunan ekonomi khususnya bagi pelaku dakwah.² Di Kabupaten

¹ Bisri, "BAZNAS Bengkulu Salurkan Rp7,9 Miliar ZIS Di 2023," [rri.co.id](https://www.rri.co.id/index.php/bengkulu/daerah/498386/BAZNAS-bengkulu-salurkan-rp7-9-miliar-zis-di-2023), 2023, <https://www.rri.co.id/index.php/bengkulu/daerah/498386/BAZNAS-bengkulu-salurkan-rp7-9-miliar-zis-di-2023>.

² Hapid Durohman, Fajar Adrian Sutisna, and Muhammad Yuka Anugrah, "Socio-Economic Determinants of Individual Muslim Zakat Payment Behavior in Indonesia," *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 4, no. 2 (2023): 257–77, <https://doi.org/10.47700/jiefes.v4i2.6715>.

Rejang Lebong, terdapat kurang lebih 2.000 pelaku dakwah tersebar di 34 kelurahan yang aktif dalam menyebarkan ajaran agama dan membimbing masyarakat.³ Program Pemerintah Daerah yang diberi nama “Rejang Lebong Taqwa” ini sejatinya dimaksudkan sebagai pelaksanaan peningkatan pemahaman dan pengalaman agama Islam pada masyarakat dengan memberikan bantuan insentif kepada para pelaku Dakwah di Kabupaten Rejang Lebong yaitu Da'i, Imam, Khatib, Guru Mengaji, Fisabilillah, Mu'allaf, Gharimin, Ibnu sabil, Riqab, dan lain lain.⁴

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) memainkan peran vital dalam pengelolaan dan pendistribusian zakat. Sesuai Pasal 2 Huruf c Peraturan Daerah Kabupaten Rejang Lebong Nomor 9 Tahun 2013, asas “Kemanfaatan” menekankan bahwa pengelolaan zakat harus memberikan manfaat optimal bagi mustahik.⁵ Strategi komunikasi BAZNAS menjadi kunci dalam meningkatkan efektivitas penghimpunan dan penyaluran zakat.⁶ BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong dengan dukungan anggaran tahunan dari Pemerintah Daerah, bertanggung jawab memastikan manfaat

³ ABDULLAH SAHRONI, “Program Rejang Lebong Makmur, Solusi Menekan Angka Kemiskinan (Studi Pada BAZNAS Kab Rejang Lebong),” *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2018): 21–46, <https://doi.org/10.32678/ije.v9i1.95>.

⁴ Novie Andriani Zakariya, “Filantropi Islam, Zakat Produktif Dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Kebijakan Pada Bantuan Modal Bergulir Melalui Program Jatim Makmur Di BAZNAS Jatim),” 2021.

⁵ Pemerintah Daerah Kabupaten Rejang Lebong, “Peraturan Daerah Kabupaten Rejang Lebong Nomor 9” (2013).

⁶ Rama Wijaya Kesuma Wardani, “Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional Dalam Pengumpulan Zakat Maal,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11 (2017): 151–76.

zakat dirasakan sepenuhnya.⁷ Strategi komunikasi yang diterapkan harus selaras dengan karakteristik dan kebutuhan unik masyarakat setempat, menjadikannya lebih efektif dan tepat sasaran.⁸ Sehingga penelitian ini diberi judul “Strategi Komunikasi BAZNAS dalam Program ‘Rejang Lebong Taqwa’ untuk Penghimpunan dan Pengelolaan Zakat Produktif.

B. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dari penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang strategi komunikasi yang digunakan oleh BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong serta faktor-faktor yang memengaruhi efektivitasnya. Penelitian ini ialah upaya untuk menjawab rumusan masalah yaitu:

1. “Bagaimana Strategi Komunikasi BAZNAS dalam Program Rejang Lebong Taqwa untuk Penghimpunan dan Pengelolaan Zakat Produktif Bidang Dakwah?”
2. “Bagaimana Strategi BAZNAS dalam penggunaan Media guna meningkatkan partisipasi Masyarakat untuk Penghimpunan Zakat Produktif di Bidang Dakwah?”
3. “Bagaimana Strategi Komunikasi BAZNAS mengelola dana terhimpun menjadi Zakat Produktif untuk menyejahterakan Pelaku Dakwah dalam Program Rejang Lebong Taqwa?”

⁷ Hedi Ebiyeska, “Pengaruh Pengetahuan Mustahik, Manajemen Pengelolaan Dan Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Pemberdayaan Mustahik BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong” (UIN Sunan Kalijaga, 2020).

⁸ Erdin Sumardianto, “Strategi Komunikasi Pemasaran Dakwah Dalam Zakat BAZNAS Pada Awal Pandemi Covid-19,” *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 22, no. 2 (2022): 188–207, <https://doi.org/10.15575/anida.v22i2.20317>.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan dengan memfokuskan pada strategi komunikasi BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong. Mengacu pada pendapat R. Wayne Pace, Brend D. Peterson, dan M. Dallas Burnett pada bukunya yang berjudul *Techniques for Effective Communication*, Utamanya untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan pengelolaan zakat produktif serta dampaknya terhadap partisipasi masyarakat, diantaranya ialah:

- 1) *To secure understanding*, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi BAZNAS yang dirancang untuk memastikan adanya pemahaman yang jelas antara komunikator dan komunikan dalam kegiatan pengumpulan dan pengelolaan zakat. Melalui penyampaian pesan yang efektif, BAZNAS berupaya memberikan informasi yang berdampak, sehingga masyarakat memahami pentingnya kontribusi zakat produktif bagi pengembangan dakwah.
- 2) *To motivate action*, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi komunikasi yang mendorong masyarakat, baik muzakki maupun penerima manfaat, agar berpartisipasi aktif dalam program zakat produktif. BAZNAS memberikan motivasi melalui pesan yang kuat dan persuasif lewat media dakwah dan komunikasi massa, dengan berupaya membentuk perubahan sikap serta perilaku komunikan, sehingga tujuan pengelolaan zakat dapat tercapai.

- 3) *To reach the goals which the communicator sought to achieve*, yaitu penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi komunikasi yang difokuskan pada upaya pencapaian program *Rejang Lebong Taqwa*. Tujuan tersebut mencakup peningkatan penghimpunan zakat, penyaluran dana yang tepat sasaran, serta pemberdayaan masyarakat melalui dakwah dan zakat produktif. Dengan pendekatan komunikasi yang terstruktur, BAZNAS memastikan program berjalan efektif untuk mencapai target yang telah ditetapkan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis adalah kontribusi penelitian peluang untuk studi lanjutan dan memperdalam pemahaman terkait strategi komunikasi dalam penghimpunan dan pengelolaan zakat produktif.

2. Kegunaan Metodologis

Kegunaan metodologis berkaitan dengan pengembangan dalam mengukur efektivitas strategi komunikasi dalam program yang bisa diaplikasikan dalam berbagai studi sejenis atau diadaptasi untuk konteks yang berbeda.

3. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis mengacu pada manfaat langsung penelitian kepada BAZNAS untuk meningkatkan strategi komunikasi dan pengelolaan zakat produktif, yang pada akhirnya bertujuan

meningkatkan partisipasi masyarakat dan efektivitas program-program zakat dalam mendukung kesejahteraan umat.

4. Kegunaan Kebijakan (*Policy-Oriented*)

Kegunaan ini terkait dengan bagaimana hasil penelitian dapat penelitian ini dapat menjadi dasar bagi BAZNAS atau lembaga terkait lainnya dalam merumuskan kebijakan baru yang lebih efektif dalam mengelola zakat produktif dan melibatkan masyarakat secara lebih luas.

5. Kegunaan Sosial

Kegunaan sosial dalam penelitian ialah bertujuan untuk mendorong peningkatan kesejahteraan sosial melalui optimalisasi pengelolaan zakat produktif. Dampak sosial ini bisa mencakup peningkatan pemahaman masyarakat tentang pentingnya zakat produktif, serta mendorong partisipasi aktif dalam program-program filantropi Islam.

E. Kajian Pustaka

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi BAZNAS dalam program “Rejang Lebong Taqwa” untuk penghimpunan dan pengelolaan zakat produktif bidang dakwah di Kabupaten Rejang Lebong. Beberapa penelitian sebelumnya mengungkapkan adanya celah dalam memahami strategi komunikasi yang diterapkan, sehingga penelitian ini hadir untuk mengisi kekurangan tersebut.

Pertama, Jurnal yang ditulis oleh Dillah Augustin pada tahun 2024 yang berjudul “Tantangan Pengelolaan Dana Zakat Produktif pada

BAZNAS Kab. Rejang Lebong”⁹ lebih menyoroti distribusi dan pengumpulan zakat tanpa membahas secara mendalam strategi komunikasi dalam dakwah. *Gap* ini menunjukkan kurangnya eksplorasi tentang efektivitas strategi komunikasi dalam pengelolaan zakat produktif. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam fokus pada zakat produktif, namun berbeda dalam pendekatan, di mana penelitian saya lebih menekankan eksplorasi strategi komunikasi sebagai faktor kunci keberhasilan pengelolaan zakat. Sebagai hal baru, penelitian ini menghadirkan analisis mendalam tentang efektivitas komunikasi dalam meningkatkan kepercayaan publik dan keterlibatan muzakki, yang belum dibahas dalam penelitian sebelumnya.

Kedua, Jurnal yang ditulis oleh Nurhayati pada tahun 2022 dengan judul “Strategi Komunikasi dalam Optimalisasi Pengumpulan Zakat di Baznas Provinsi NTB”¹⁰. Penelitian tersebut belum mengevaluasi implementasi dan dampak strategi komunikasi secara menyeluruh. Hal ini menyisakan ruang untuk mempelajari faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam fokus pada strategi komunikasi, namun berbeda dalam cakupan, di mana penelitian Nurhayati terbatas pada pengumpulan zakat tanpa mengevaluasi implementasi dan dampaknya secara menyeluruh. Sebagai perbandingan, penelitian saya menghadirkan pendekatan yang lebih komprehensif dengan

⁹ Dillah Augustin, “Tantangan Pengelolaan Dana Zakat Produktif Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kab. Rejang Lebong” (IAIN Curup, 2024).

¹⁰ Nurhayati, “Strategi Komunikasi Dalam Optimalisasi Pengumpulan Zakat Di Baznas Provinsi NTB,” *Universitas Islam Negeri Mataram* (2022).

mengevaluasi implementasi, dampak, dan efektivitas strategi komunikasi, serta menambahkan analisis faktor-faktor keberhasilan yang belum dibahas sebelumnya.

Ketiga, Jurnal yang berjudul “Strategi Pendayagunaan Zakat Produktif Dalam Program Ekonomi Di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Pesisir Barat” oleh Irfini Putri Rahmawati pada tahun 2023. Penelitian tersebut kurang memberikan perhatian pada konteks lokal, sehingga belum menawarkan pemahaman spesifik yang relevan untuk wilayah Kabupaten Rejang Lebong. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam fokus pada zakat produktif, tetapi berbeda dalam lingkup geografis dan konteks, di mana penelitian Rahmawati kurang memperhatikan faktor-faktor lokal yang spesifik di Kabupaten Rejang Lebong. Sebagai perbandingan, penelitian ini menambahkan dimensi lokal dan mendalam tentang strategi komunikasi yang relevan untuk meningkatkan efektivitas pendayagunaan zakat produktif, menciptakan pendekatan yang lebih spesifik dan aplikatif.

Keempat, Tesis oleh Hedi Ebiyeska pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Mustahik, Manajemen Pengelolaan Dan Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Pemberdayaan Mustahik BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong”¹¹. Penelitian tersebut belum secara komprehensif mengevaluasi implementasi dan dampak strategi komunikasi

¹¹ Ebiyeska, “Pengaruh Pengetahuan Mustahik, Manajemen Pengelolaan Dan Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Pemberdayaan Mustahik BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong.”

yang digunakan. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam fokus pada BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong dan pendayagunaan zakat produktif, namun berbeda dalam pendekatan, di mana penelitian Ebiyeska belum secara komprehensif mengevaluasi implementasi dan dampak strategi komunikasi yang digunakan. Penelitian ini menawarkan hal baru berupa analisis mendalam tentang peran dan efektivitas strategi komunikasi dalam mengoptimalkan pengelolaan zakat produktif untuk pemberdayaan mustahik, yang belum dibahas sebelumnya.

Kelima, Jurnal yang ditulis oleh Iin Khalistina Perdanawati pada tahun 2022 yang berjudul “Strategi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dalam Menghimpun Dana Zakat Perdagangan di Kabupaten Rejang Lebong”.¹² Penelitian tersebut belum secara khusus membahas bagaimana strategi komunikasi BAZNAS memengaruhi partisipasi masyarakat dalam penghimpunan zakat produktif bidang dakwah. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam fokus pada strategi penghimpunan zakat, khususnya di Kabupaten Rejang Lebong, tetapi berbeda dalam ruang lingkup, karena belum secara khusus membahas pengaruh strategi komunikasi terhadap partisipasi masyarakat dalam penghimpunan zakat produktif bidang dakwah. Penelitian ini menawarkan hal baru berupa analisis terperinci tentang efektivitas strategi komunikasi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dan penghimpunan zakat produktif untuk mendukung kegiatan

¹² Iin Khalistina Perdanawati, “Strategi Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Dalam Menghimpun Dana Zakat Perdagangan Di Kabupaten Rejang Lebong” (IAIN Curup, 2022).

dakwah, yang belum diuraikan secara mendalam dalam penelitian sebelumnya.

F. Landasan Teori

Untuk memahami penelitian ini secara komprehensif, diperlukan landasan teori berfungsi sebagai pijakan dalam menganalisis permasalahan yang diteliti serta memberikan arah yang jelas terhadap fokus penelitian. Pada bagian ini, akan diuraikan berbagai teori yang Penjelasan ini diharapkan dapat memperkuat argumen teoritis dan memberikan pemahaman dalam konteks program Rejang Lebong Taqwa :

1. Strategi Komunikasi

Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Ilmu Komunikasi* mengatakan bahwa Strategi komunikasi ialah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.¹³ Strategi komunikasi menjadi hal yang sangat penting dalam proses berlangsungnya komunikasi, karena penerapannya dapat menjadi penentu kesuksesan proses komunikasi. Strategi komunikasi berfokus pada bagaimana komunikasi yang akan dilakukan orang seseorang, suatu organisasi, maupun perusahaan, agar suatu proses komunikasi yang telah direncanakan dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi

¹³ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 5th ed. (Bandung: PT Raja Grafindo Persada, 2022).

komunikasi berfokus pada bagaimana komunikasi yang akan dilakukan orang seseorang, suatu organisasi, maupun perusahaan, agar suatu proses komunikasi yang telah direncanakan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Rogers memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala lebih besar melalui transfer ide-ide baru¹⁴. Anwar Arifin mengungkapkan, strategi merupakan segala ketentuan yang bersifat kondisional terkait suatu aktivitas yang ingin dilakukan untuk meraih suatu tujuan. Menciptakan strategi komunikasi ialah memperhatikan situasi serta kondisi (ruang dan waktu) yang ditemui dan akan ditemui pada waktu yang akan datang guna meraih efektivitas. terdapat 4 hal yang perlu diperhatikan, yakni Mengenal khalayak, Menyusun Pesan, Menetapkan Metode, Seleksi dan Penggunaan Media.¹⁵

2. Dakwah

Ali Mahfudz mengungkapkan pengertian dakwah ialah aktivitas menyeru dan mendorong seseorang pada perbuatan kebajikan dan mencegah pada perbuatan kemunkaran, guna mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.¹⁶ Adapun menurut Abu Bakar Aceh dalam bukunya

¹⁴ Nur Ida Rahmah, Hairunnisa, and Sabiruddin, "Strategi Komunikasi Kantor Bahasa Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mempertahankan Bahasa Daerah," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 4 (2021): 85–98.

¹⁵ W. Zamzami and Sahana, "Strategi Komunikasi Organisasi," *Journal Educational Research and Social Studies* 2 (2021).

¹⁶ M Nailul Huda and Ibni Trisal Adam, "Konsep Pendidikan Dakwah Menurut Nahdlatul Ulama," *Jurnal Bashrah* 2 (2021): 77.

yang berjudul Psikologi Dakwah, menjelaskan, dakwah merupakan arahan untuk melakukan seruan yang ditujukan kepada manusia agar kembali serta menjalani hidup sesuai perintah Allah yang benar, dilaksanakan dengan bijaksana dan menggunakan nasihat yang baik.¹⁷ Adapun arti dakwah secara terminologi ialah seruan kepada seseorang maupun sekelompok orang untuk mengimani suatu perkara, disertai adanya perintah untuk mengerjakan atau meninggalkan suatu perbuatan atas perkara tersebut.¹⁸

Penyampaian pesan dakwah dilakukan melalui berbagai jenis media dakwah. Media atau medium berakar dari Bahasa Latin, yakni “*median*” yaitu wujud jamak pada kata “*medium*”, yang secara etimologis diartikan sebagai alat perantara. Adapun dalam Bahasa Arab, media atau disebut wasilah dapat diartikan dengan “*al-wushlah attishad*” yakni segala sesuatu yang bisa menjadi perantara untuk terciptanya kepada sesuatu yang dimaksud.¹⁹

Media dakwah didefinisikan sebagai alat, sarana, wahana, kanal atau segala sesuatu yang dapat dipergunakan pelaku dakwah (*da'i*) dalam rangka mentransmisikan pesan dakwah menuju sasaran dakwah (*mad'u*). Sanwar membagi media dakwah atau disebut *wassail ad-*

¹⁷ Novri Hardian, “Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur‘an Dan Hadits,” *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi* 5 (2018).

¹⁸ Daniel Rusyad, *Ilmu Dakwah : Suatu Pengantar* (Bandung: El Abqarie, 2020).

¹⁹ Aminuddin, “Media Dakwah,” *Al-Munzir* 9 (2022).

dakwah pada istilah Arab menjadi enam, diantaranya adalah ²⁰ Dakwah dengan saluran lisan, saluran tertulis, saluran visual, saluran audio, audio visual, serta Dakwah dengan keteladanan.

3. Komunikasi Massa

Bittner mengemukakan definisi dari komunikasi massa yang begitu sederhana dan mudah dimengerti, yaitu komunikasi massa merupakan pesan yang dikomunikasikan melewati suatu media massa kepada sejumlah khalayak luas (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*).²¹ Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa pasti harus disampaikan melalui suatu media massa. Meskipun suatu pesan atau informasi diungkapkan kepada orang yang jumlahnya relatif banyak, jika tidak melalui suatu media massa maka belum bisa dikategorikan sebagai kegiatan komunikasi massa.

Jalaluddin Rakhmat telah menyimpulkan beberapa pengertian dari komunikasi massa menjadi suatu jenis komunikasi yang diperuntukkan bagi sejumlah khalayak luas yang tersebar, bersifat anonim, serta heterogen melalui suatu media tertentu, baik media cetak maupun elektronik, sehingga pesan atau informasi yang sama tersebut dapat sampai dengan bersamaan dalam waktu yang sama.²² Adapun McQuail

²⁰ Aulya Sofiyanti and Mada Wijaya Kusumah, "Pemanfaatan Media Dakwah Yang Efektif Di Tengah Pandemi Covid 19," in *Prosiding Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19* 7, No.5, 2020, 270–71.

²¹ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: Grasindo, 2016).

²² Ahmad Thamrin Sikumbang, *Komunikasi Massa (Menelusuri Eksistensi Surat Kabar Sebagai Pemenuhan Informasi Di Kalangan Tokoh Agama Islam)* (Medan: Pusdikra Mitra Jaya, 2022).

mendefinisikan komunikasi massa menjadi beberapa poin, yaitu:²³ Pertama, komunikasi massa dapat menjangkau banyak orang dengan jangkauan luas (*universality of reach*). Kedua, bersifat publik, pesan komunikasi massa umum dan bisa diterima oleh siapa saja dari berbagai golongan. Ketiga, komunikasi massa dapat meningkatkan popularitas, baik bagi tokoh publik maupun pejabat pemerintahan.

Dari beberapa pengertian diatas, terdapat benang merah atau kesamaan antara pengertian tersebut satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan penggunaan media dan ditujukan untuk massa atau khalayak luas. Media yang dipergunakan pun beragam, mulai dari pers, radio, televisi, film, serta komputer yang mejadi saluran internet.²⁴ Adapun secara garis besar, media massa terbagi menjadi beberapa bentuk yakni media dalam komunikasi massa dikategorikan dalam beberapa bentuk, yakni media massa cetak, online, dan elektronik.

G. Metode Penelitian

Metode adalah cara untuk melakukan sesuatu secara teratur (sistematis).²⁵ Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, bukan angka-

²³ Teddy Dyatmika, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Zhahir Publishing, 2021).

²⁴ Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam* (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1999).

²⁵ Muhammad Abdulkadir, *Hukum Dan Penelitian Hukum*, 1st ed. (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2004).

angka.²⁶ Sehingga penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang diharapkan bersifat netral.²⁷ Selanjutnya dianalisis dengan model analisis deskripsi Miles dan Huberman, sehingga data yang terkumpul menjadi sistematis, teratur, terstruktur, dan memiliki makna. Sugiyono mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.²⁸

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif dapat digunakan pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.²⁹ Menurut Bogdan dan Taylor, seperti yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.³⁰ Dengan menggunakan metode ini dapat

²⁶ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, Dan Publikasi Hasil Penelitian Untuk Mahasiswa Dan Penelitian Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, Dan Humaniora*, 1st ed. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002).

²⁷ Julia Brannen, *Memadu Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002).

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011).

²⁹ Sugiyono.

³⁰ Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000).

mengetahui lebih dalam dan terperinci mengenai suatu masalah atau fenomena yang akan diteliti.³¹

2. Unit yang diteliti

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitiannya adalah Pengurus, Da'i, Penyuluh yang tergabung serta mendukung program Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Rejang Lebong. Penelitian ini juga melibatkan pihak yang bertanggung jawab dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi komunikasi, serta penerima zakat produktif yang terlibat dalam program dakwah. Selain itu, masyarakat Kabupaten Rejang Lebong yang menjadi target komunikasi juga termasuk dalam subjek penelitian. Serta yang menjadi Fokus penelitian ini atau objeknya adalah pada strategi komunikasi BAZNAS dalam program "Rejang Lebong Taqwa" untuk penghimpunan dan pengelolaan zakat produktif di bidang dakwah, termasuk media massa, media sosial, dan saluran komunikasi lainnya. Penelitian ini juga mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi tersebut dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat serta dampaknya terhadap kesejahteraan penerima dan masyarakat luas di Kabupaten Rejang Lebong.

³¹ Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Dan Bimbingan Konseling: Pendekatan Praktis Untuk Peneliti Pemula Dan Dilengkapi Dengan Contoh Transkrip Hasil Wawancara Serta Model Penyajian Data* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013).

3. Sumber data (Primer dan Sekunder)

Sumber Data dalam penelitian ini terbagi menjadi Data Primer dan Data Sekunder. Data Primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari informan yang relevan dengan topik penelitian. Pertama, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Rejang Lebong menjadi subjek utama karena bertanggung jawab atas pengelolaan dan distribusi zakat. Kedua, Kementerian Agama dan Pemerintah Kabupaten Rejang Lebong sebagai pihak yang berkoordinasi dengan BAZNAS dalam pelaksanaan program zakat dan dakwah. Ketiga, Media lokal, seperti surat kabar, radio, televisi, atau media sosial, berperan sebagai saluran komunikasi yang mendukung penyebaran pesan zakat produktif. Terakhir, Masyarakat Kabupaten Rejang Lebong sebagai penerima zakat dan sasaran utama program komunikasi BAZNAS. Analisis terhadap peran dan interaksi dari pihak-pihak ini penting untuk memahami implementasi strategi komunikasi dalam program “*Rejang Lebong Taqwa*”.

Data sekunder diperoleh dari berbagai dokumentasi pendukung. Pertama, dokumen resmi BAZNAS, seperti laporan tahunan dan SOP, menjelaskan tujuan serta strategi lembaga. Kedua, dokumen program dan proyek, seperti proposal dan evaluasi, menggambarkan implementasi strategi komunikasi. Ketiga, materi promosi, seperti brosur dan video, menunjukkan pendekatan komunikasi. Keempat, dokumen keuangan, seperti laporan dana zakat produktif, memaparkan

pengelolaan sumber daya. Kelima, data statistik, seperti penghimpunan dan distribusi zakat, menunjukkan efektivitas program. Terakhir, dokumen pemerintah daerah memberikan konteks dukungan terhadap program zakat produktif. Kombinasi data primer dan sekunder ini memungkinkan analisis yang komprehensif mengenai strategi komunikasi BAZNAS dalam penghimpunan dan pengelolaan zakat produktif di bidang dakwah di Kabupaten Rejang Lebong.

H. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam (*In Depth Interview*)

Menurut Saroso, wawancara merupakan salah satu alat yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian kualitatif.³² Dengan menggunakan teknik wawancara, partisipan juga lebih dapat menyampaikan informasi secara langsung sehingga peneliti mampu mendapatkan jawaban yang lebih detail dari pertanyaan yang peneliti ajukan kepada partisipan. Teknik pengumpulan data menggunakan *in-depth interview* adalah metode wawancara mendalam yang dilakukan untuk menggali informasi secara lebih detail dan komprehensif dari narasumber.³³ Dalam pelaksanaannya, *in-depth interview* bersifat fleksibel namun tetap terstruktur, di mana peneliti menyiapkan pedoman wawancara dengan daftar pertanyaan terbuka yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, *in-depth interview* digunakan

³² Zhahara Yusra, Rufran Zulkarnain, and Sofino Sofino, "Pengelolaan LKP Pada Masa Pandemi Covid-19," *Journal Of Lifelong Learning* 4, no. 1 (2021): 15–22, <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>.

³³ Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1996).

untuk mengumpulkan data dari informan kunci, seperti pihak BAZNAS, tokoh agama, maupun penerima manfaat, guna memahami strategi komunikasi dalam program Rejang Lebong Taqwa. Teknik ini efektif dalam menangkap informasi mendalam yang mungkin tidak terungkap melalui metode lain.

2. Observasi

Menurut Gibson, Observasi adalah metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengamati langsung objek atau fenomena yang diteliti di lapangan.³⁴ Teknik ini bertujuan untuk memperoleh data faktual mengenai perilaku, aktivitas, atau kondisi tertentu secara langsung.³⁵ Penelitian ini menggunakan observasi non-partisipatif atau peneliti hanya sebagai pengamat.³⁶ Observasi digunakan untuk melihat secara langsung implementasi strategi komunikasi BAZNAS dalam program Rejang Lebong Taqwa, seperti proses penghimpunan zakat, kegiatan dakwah, dan pengelolaan zakat produktif. Teknik ini membantu peneliti memahami kondisi lapangan secara objektif dan mendalam.

3. Dokumentasi

Ketiga, Dokumentasi. Menurut Sugiyono penelitian kepustakaan melengkapi penggunaan metode observasi dan wawancara.³⁷ Peneliti

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*.

³⁵ Nurjanah, "Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda," *Jurnal Mahasiswa 1* (2021): 117–28.

³⁶ Sanapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005).

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*.

menggunakan metode dokumen untuk menemukan data riil yang terkumpul dalam arsip BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong. Dalam penelitian mengenai strategi komunikasi BAZNAS dalam program “Rejang Lebong Taqwa” dalam menghimpun dan mengelola zakat produktif bidang dakwah, berbagai jenis dokumentasi dapat digunakan untuk mendukung penelitian.

I. Teknik Analisa Data

Menurut Miles dan Huberman, analisis data adalah proses menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.³⁸

Analisis Interaktif yang digunakan melalui beberapa tahapan, yaitu: Reduksi Data (*Data Reduction*) adalah proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pemisahan dan transformasi data awal yang terlihat dalam observasi lapangan.³⁹ Berikutnya adalah penyajian data yang bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dalam hal ini peneliti akan menyajikan data dalam bentuk

³⁸ Miles, M. B. and A. M. Huberman, *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*, 2nd ed. (Thousand Oaks: Sage Publications, 1994).

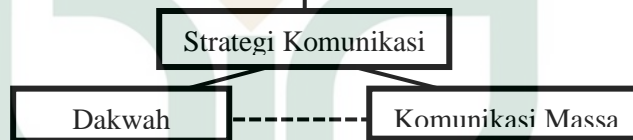
³⁹ A.Muri Yusuf, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian. Gabungan*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2014).

teks, untuk memperjelas hasil penelitian dapat dibantu dengan menyertakan tabel atau gambar. Terakhir dilakukan penarikan kesimpulan atau verifikasi yang dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif dalam bentuk hipotesis atau teori.

J. Kerangka Berpikir

Program “Rejang Lebong Taqwa” Sebagaimana penjelasan dalam Pasal 2 Huruf c pada Peraturan Daerah Kabupaten Rejang Lebong Nomor 9 Tahun 2013 yang dimaksud dengan asas “Kemanfaatan” adalah pengelolaan zakat dilakukan untuk memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi mustahik.

Strategi komunikasi dilakukan BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong dalam menghimpun dan mengelola zakat produktif sebagai sumber pengentasan kemiskinan dan pembangunan ekonomi khususnya bagi pelaku dakwah



- Menganalisis strategi komunikasi BAZNAS untuk memastikan pemahaman yang jelas antara komunikator dan komunikan, serta menyampaikan pesan yang efektif tentang pentingnya zakat produktif.
- Menjelaskan strategi komunikasi BAZNAS lewat media dakwah dan komunikasi massa yang memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi aktif, membentuk sikap, dan perilaku sesuai tujuan pengelolaan zakat.
- Menjelaskan strategi komunikasi BAZNAS dalam mencapai tujuan program Rejang Lebong Taqwa, mencakup peningkatan penghimpunan, penyaluran tepat sasaran, dan pemberdayaan melalui zakat produktif.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Fakta Penting Penelitian

Pada bagian kesimpulan ini, peneliti memberikan jawaban atas rumusan masalah penelitian, Pertama, Bagaimana strategi komunikasi BAZNAS dalam program "Rejang Lebong Taqwa" untuk penghimpunan dan pengelolaan zakat produktif bidang dakwah. Kedua, strategi penggunaan media guna meningkatkan partisipasi masyarakat. Ketiga, Bagaimana Strategi Komunikasi pengelolaan dana zakat produktif untuk mendukung kesejahteraan pelaku dakwah.

Pertama, Strategi komunikasi BAZNAS dalam program "Rejang Lebong Taqwa" difokuskan pada pengintegrasian transparansi pengelolaan, publikasi media komunikasi, dan pendekatan persuasif dalam dakwah untuk meningkatkan penghimpunan dana yang akan diolah menjadi zakat produktif di bidang dakwah. Transparansi merupakan elemen penting, di mana BAZNAS secara rutin mempublikasikan laporan keuangan, data penerima manfaat, dan hasil pengelolaan dana melalui berbagai platform seperti media sosial, situs web resmi, serta laporan tahunan. Langkah ini bertujuan membangun kepercayaan masyarakat, yang menjadi landasan utama untuk keberlanjutan penghimpunan zakat. Selain itu, keterlibatan tokoh agama dan komunitas lokal dalam menyampaikan informasi secara langsung turut memperkuat hubungan antara BAZNAS dan masyarakat.

Kedua, Dalam meningkatkan partisipasi masyarakat, BAZNAS mengoptimalkan media dakwah dan komunikasi massa. Media dakwah, seperti ceramah di masjid, konten video edukasi, serta materi promosi di majelis taklim, digunakan untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya zakat produktif. Media komunikasi massa, seperti radio lokal dan media sosial, berfungsi untuk menyebarluaskan informasi program dan kisah sukses penerima manfaat. Strategi ini tidak hanya menjangkau masyarakat luas, tetapi juga memberikan edukasi dan inspirasi untuk berkontribusi dalam zakat produktif. Pesan-pesan yang disampaikan dirancang persuasif, menekankan manfaat sosial, ekonomi, dan spiritual dari zakat, sehingga memotivasi masyarakat untuk aktif berpartisipasi.

Ketiga, Strategi pengelolaan dana zakat oleh BAZNAS dirancang untuk memastikan dana terhimpun diubah menjadi zakat produktif yang dapat menyejahterakan pelaku dakwah. Dana tersebut dialokasikan secara akuntabel untuk mendukung program dakwah, termasuk pelatihan dan pendampingan penerima manfaat. Pendekatan ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi kepada mustahik, tetapi juga meningkatkan kapasitas mereka dalam mendukung penyebaran dakwah. Dengan menggunakan komunikasi yang luas hingga personal berbasis data, BAZNAS memastikan masyarakat melihat dampak nyata dari kontribusi mereka. Hal ini pada akhirnya memperkuat kepercayaan masyarakat, membangun citra positif, dan memastikan kesinambungan program zakat produktif di Kabupaten Rejang Lebong.

Penelitian ini juga menemukan bahwa dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan, terdapat strategi-strategi yang digunakan untuk menjembatani kesenjangan antara tujuan lembaga pengelola zakat dan persepsi masyarakat. Beberapa metode yang diidentifikasi melibatkan penyesuaian gaya komunikasi sesuai dengan karakteristik komunikan, disesuaikan dengan latar belakang yang beragam dari masyarakat Rejang Lebong sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan lebih baik. Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan peluang pencapaian tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya.

2. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang strategi komunikasi BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong dalam mengelola program zakat produktif, terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan. Kekurangan ini dapat memengaruhi cakupan dan kedalaman hasil penelitian, serta memberikan peluang untuk pengembangan penelitian lebih lanjut.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi temuan, karena fokusnya hanya pada program “Rejang Lebong Taqwa” di Kabupaten Rejang Lebong. Hal ini membuat hasil penelitian lebih relevan untuk konteks lokal dan sulit diaplikasikan secara langsung ke wilayah lain dengan kondisi sosial dan budaya yang berbeda. Selain itu, pendekatan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara sebagai

sumber utama data, sehingga tidak dapat memberikan gambaran lebih terukur mengenai efektivitas program.

B. Saran atau Rekomendasi

1. Saran Terhadap Pengembangan Teoritis

Untuk pengembangan teoritis, penelitian ini dapat diikuti dengan studi yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi dalam pengelolaan zakat produktif. Penelitian selanjutnya sebaiknya mengeksplorasi konsep-konsep baru dalam manajemen dakwah berbasis teknologi, seperti pemanfaatan media digital dan algoritma untuk optimalisasi distribusi zakat. Teori tentang komunikasi massa juga dapat diperluas dengan memadukan pendekatan tradisional dan modern untuk mendukung program dakwah.

2. Saran Terhadap Praktisi Terkait Penelitian

Praktisi di lapangan, khususnya BAZNAS dan lembaga-lembaga amil zakat lainnya, diharapkan dapat mengintegrasikan temuan penelitian ini dalam perencanaan program mereka. Disarankan agar bagi praktisi untuk mengadopsi pendekatan berbasis data dalam evaluasi program dakwah, seperti menggunakan survei atau sistem pelaporan digital untuk memastikan bahwa program mencapai sasaran yang diinginkan.

3. Saran Terhadap Penelitian Lanjutan

Penelitian mendatang sebaiknya mencakup analisis komparatif antara berbagai program pengelolaan zakat di daerah lain untuk mengetahui

praktik terbaik (*best practices*). Selain itu, penelitian lanjutan dapat menggunakan metode campuran (*mixed methods*) untuk memperoleh data kuantitatif yang lebih komprehensif dan memperkuat hasil penelitian kualitatif. Penelitian juga dapat memperluas cakupannya dengan melibatkan lebih banyak partisipan dari berbagai latar belakang, termasuk mustahik, untuk memberikan sudut pandang yang lebih holistik.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Basith Muhammad, Neneng Faoziyah, and Hani Hadiati Pujawardani. "Strategi Dakwah MGT Radio Bandung Pada Program Pintu Hikmah." *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah* 5, no. 1 (2024): 1–13. <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v5i1.10289>.
- Abdulkadir, Muhammad. *Hukum Dan Penelitian Hukum*. 1st ed. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2004.
- Agustyawati, Lely. "Strategi Dakwah Kultural Muhammadiyah Di Era Digital." *Tajdida: Jurnal Pemikiran Dan Gerakan Muhammadiyah* 20, no. 1 (2022): 31–37.
- Aminuddin. "Media Dakwah." *Al-Munzir* 9 (2022).
- Amir, Mafri. *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1999.
- Andrean, Robby, Nur Fitriyah, and Hairunnisa. "Strategi Komunikasi Komunitas Yicamid Samarinda Melalui Instagram Dalam Mempromosikan Pariwisata Kalimantan Timur." *Ejournal Ilkom Fisip-Unmul* 7, no. 3 (2019): 15–26.
- Ashshofa, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 1996.
- Augustin, Dillah. "Tantangan Pengelolaan Dana Zakat Produktif Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kab. Rejang Lebong." IAIN Curup, 2024.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Rejang Lebong. "Kabupaten Rejang Lebong Dalam Angka." Vol. 20. Rejang Lebong, 2024.
- Bisri. "Baznas Bengkulu Salurkan Rp7,9 Miliar ZIS Di 2023." [rri.co.id](https://www.rri.co.id/index.php/bengkulu/daerah/498386/baznas-bengkulu-salurkan-rp7-9-miliar-zis-di-2023), 2023. <https://www.rri.co.id/index.php/bengkulu/daerah/498386/baznas-bengkulu-salurkan-rp7-9-miliar-zis-di-2023>.
- Brannen, Julia. *Memadu Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. 5th ed. Bandung: PT Raja Grafindo Persada, 2022.
- . *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Edisi Revi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Danim, Sudarwan. *Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, Dan Publikasi Hasil Penelitian Untuk Mahasiswa Dan Penelitian Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, Dan Humaniora*. 1st ed. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.
- Durohman, Hapid, Fajar Adrian Sutisna, and Muhammad Yuka Anugrah. "Socio-Economic Determinants of Individual Muslim Zakat Payment Behavior in Indonesia." *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 4, no. 2 (2023): 257–77. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v4i2.6715>.
- Dyatmika, Teddy. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Zhahir Publishing, 2021.
- Ebiyeska, Hedi. "Pengaruh Pengetahuan Mustahik, Manajemen Pengelolaan Dan Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Pemberdayaan Mustahik Baznas Kabupaten Rejang Lebong." UIN Sunan Kalijaga, 2020.

- Faisal, Sanapiah. *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Firmansyah, M. Salman, and Indah Yuliana. "Pengelolaan Dana Zakat Produktif Untuk Pemberdayaan Masyarakat Pada LAZ El-Zawa." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 5 (2022): 1427–39. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.982>.
- Hardian, Novri. "Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits." *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi* 5 (2018).
- Huda, M Nailul, and Ibni Trisal Adam. "Konsep Pendidikan Dakwah Menurut Nahdlatul Ulama." *Jurnal Bashrah* 2 (2021): 77.
- Lubis, Muhammad Arifin. "Efektivitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Ekonomi Di LAZISMU Kota Medan." *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2022): 114–26. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v3i1.373>.
- Miles, M. B., and A. M. Huberman. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 1994.
- Moleong, Lexy. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000.
- Novie Andriani Zakariya. "Filantropi Islam, Zakat Produktif Dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Kebijakan Pada Bantuan Modal Bergulir Melalui Program Jatim Makmur Di Baznas Jatim)," 2021, 45. [http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/47737%0Ahttp://digilib.uinsby.ac.id/47737/2/Novie Andriani Zakariya_F52419136.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/47737%0Ahttp://digilib.uinsby.ac.id/47737/2/Novie%20Andriani%20Zakariya_F52419136.pdf).
- Nurhayati. "Strategi Komunikasi Dalam Optimalisasi Pengumpulan Zakat Di Baznas Provinsi NTB." *Universitas Islam Negeri Mataram*, 2022.
- Nurjanah. "Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda." *Jurnal Mahasiswa* 1 (2021): 117–28.
- Pemerintah Daerah Kabupaten Rejang Lebong. Peraturan Daerah Kabupaten Rejang Lebong Nomor 9 (2013).
- Perdanawati, Iin Khalistina. "Strategi Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Dalam Menghimpun Dana Zakat Perdagangan Di Kabupaten Rejang Lebong." IAIN Curup, 2022.
- Presiden Republik Indonesia. UNDANG UNDANG REPUBLIK INDONESIA TENTANG PENGELOLAAN ZAKAT, Pub. L. No. 23 BAB 1 Pasal 1 (2011).
- Rahmah, Nur Ida, Hairunnisa, and Sabiruddin. "Strategi Komunikasi Kantor Bahasa Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mempertahankan Bahasa Daerah." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 4 (2021): 85–98.
- Rahmawati, Irfini Putri. "Strategi Pendayagunaan Zakat Produktif Dalam Program Ekonomi Di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Pesisir Barat." UIN Raden Intan Lampung, 2023.
- Rohani, Masyitah, Mumad Nasir, and Nor Hayati. "Fiqh Al-Awlawiyyat: Changes and Distribution Patterns at Kedah State Zakat Board Fiqh Al-Awlawiyyat: Perubahan Dan Corak Agihan Di Lembaga Zakat Negeri Kedah." *AZJAF INTERNATIONAL JOURNAL OF ZAKAT* 5, no. 2 (2024): 27–50.

- Romli, Khomsahrial. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo, 2016.
- Rusyad, Daniel. *Ilmu Dakwah : Suatu Pengantar*. Bandung: El Abqarie, 2020.
- Sahroni, Abdullah. "Program Rejang Lebong Makmur, Solusi Menekan Angka Kemiskinan (Studi Pada Baznas Kab Rejang Lebong)." *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2018): 21–46. <https://doi.org/10.32678/ijej.v9i1.95>.
- Shamad Muis, Abdullah Ahadish, Muhammad Al Firdausi, Chairil Akbar, Shrouq Gamal, and Haitham Saleh. "Zakat, Economic Growth, and Poverty Alleviation: An Artificial Neural Networks Analysis." *International Journal of Zakat* 9, no. special (2024): 56–70.
- Sikumbang, Ahmad Thamrin. *Komunikasi Massa (Menelusuri Eksistensi Surat Kabar Sebagai Pemenuhan Informasi Di Kalangan Tokoh Agama Islam)*. Medan: Pusdikra Mitra Jaya, 2022.
- Sofiyanti, Aulya, and Mada Wijaya Kusumah. "Pemanfaatan Media Dakwah Yang Efektif Di Tengah Pandemi Covid 19." In *Prosiding Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19 7, No.5*, 270–71, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sumardianto, Erdin. "Strategi Komunikasi Pemasaran Dakwah Dalam Zakat BAZNAS Pada Awal Pandemi Covid-19." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 22, no. 2 (2022): 188–207. <https://doi.org/10.15575/anida.v22i2.20317>.
- Thoriquddin, Moh. *Pengelolaan Zakat Produktif Perspektif Maqasid Al-Syari'ah Ibnu 'Asyur*. UIN Maulana Malik Ibrahim, 2014.
- Tohirin. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Dan Bimbingan Konseling: Pendekatan Praktis Untuk Peneliti Pemula Dan Dilengkapi Dengan Contoh Transkrip Hasil Wawancara Serta Model Penyajian Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Tulandi, Emmanuel Vinnesea. "Strategi Komunikasi Akun Instagram Ubah Stigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Mengenai Kesehatan Mental." *Jurnal Petik* 7 2 (2021).
- Wardani, Rama Wijaya Kesuma. "Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional Dalam Pengumpulan Zakat Maal." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11 (2017): 151–76.
- Yusra, Zhahara, Rufran Zulkarnain, and Sofino Sofino. "Pengelolaan LKP Pada Masa Pandemi Covid-19." *Journal Of Lifelong Learning* 4, no. 1 (2021): 15–22. <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>.
- Yusuf, A.Muri. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- Zamzami, W., and Sahana. "Strategi Komunikasi Organisasi." *Journal Educational Research and Social Studies* 2 (2021).

Wawancara

1. Al Fuadi, S.Ag., MH, Kepala Seksi Penyelenggara Zakat dan Wakaf Kementerian Agama Kabupaten Rejang Lebong, Rejang Lebong, tanggal 28 Agustus 2024
2. Drs. H. Akhmad Hafizuddin, M.H.I., Kepala Seksi Bimbingan Masyarakat Islam Kementerian Agama Kabupaten Rejang Lebong, Rejang Lebong, tanggal 2 September 2024.
3. Faisal Nazarudin, S.Sos., Ketua BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong, Rejang Lebong, tanggal 4 September 2024.
4. Irsan Sidik, S.Ag. MH, Penyuluh Agama Islam Kabupaten Rejang Lebong, Rejang Lebong, tanggal 5 September 2024.
5. Rasidi, Pengurus Masjid Baiturrahim Desa Turan Baru, Rejang Lebong, tanggal 6 September 2024
6. Ebit Iswadi, S.Pd.I, selaku Staf Bidang Kesekretariatan, SDM dan Umum BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong, Rejang Lebong tanggal 9 September 2024.
7. Sukemi, S.Ag., Wakil Ketua III Bidang Keuangan dan Pelaporan BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong, Rejang Lebong, tanggal 11 September 2024.