

**POLA KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN
KEPERCAYAAN PUBLIK
PADA PENGELOLAAN DANA ZAKAT, INFAQ dan
SEDEKAH
di BAITUL MAAL MUAMALAT (BMM)
YOGYAKARTA**



TESIS

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister**

Disusun oleh:

**Muhammad Ilyas Darmawan
NIM 23202012011**

Dosen Pembimbing:

**Dr. Abdul Rozak, M.Pd
NIP 196710061994031003**

**KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2026**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-189/Un.02/DD/PP.00.9/01/2026

Tugas Akhir dengan judul : Pola Komunikasi dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik pada Pengelolaan Dana Zakat, Infaq dan Sedekah di Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD ILYAS DARMAWAN, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 23202012011
Telah diujikan pada : Rabu, 21 Januari 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I
Dr. Abdul Rozak, M.Pd
SIGNED

Valid ID: 697ad5eb993ee



Penguji II

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

Valid ID: 69798aeae4af7



Penguji III

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 69775a344f560



Yogyakarta, 21 Januari 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

Valid ID: 697ade5f63e7f

SURAT PERSETUJUAN TESIS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa tesis Saudara:

Nama : Muhammad Ilyas Darmawan
NIM : 23202012011
Judul Tesis : Pola Komunikasi Dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik
Pada Pengelolaan Dana Zakat, Infaq dan Sedekah
di Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta

tesis tersebut sudah memenuhi syarat

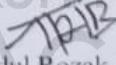
- Bebas dari unsur plagiarisme.
- Hasil pemeriksaan similaritas melalui Turnitin menunjukkan tingkat kemiripan sebesar 15% dengan menggunakan setelan “small match exclusion” sepuluh kata.
- Sistematika penulisan telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Tesis yang berlaku.

dan sudah dapat diajukan kepada Program Studi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister.

Dengan ini kami mengharap agar tesis tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan.
Atas perhatiannya kami ucapan terima kasih.

Yogyakarta, 05 Januari 2026 -

Dosen Pembimbing


Dr. Abdul Rozak, M.Pd

NIP 19671006 199403 1 003

Mengetahui:
Ketua Program Studi


Dr. Abdul Rozak, M.Pd

NIP 19671006 199403 1 003

- Silakan beri tanda centang (✓) jika pernyataan telah sesuai

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ilyas Darmawan
NIM : 23202012011
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa tesis saya yang berjudul: **Pola Komunikasi Dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik Pada Pengelolaan Dana Zakat, Infaq dan Sedekah di Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme, kecuali bagian – bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 05 Januari 2026

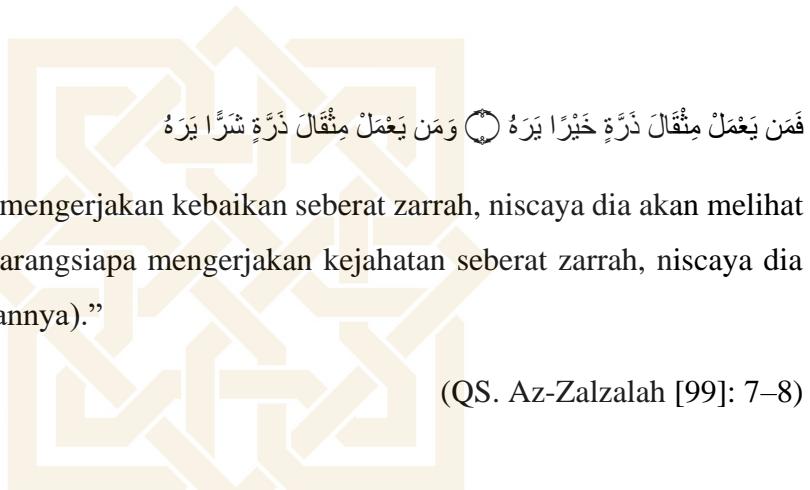


Muhammad Ilyas Darmawan
NIM 23202012011

MOTTO

Keberanian mengambil keputusan harus disertai kesanggupan menanggung akibatnya.

(Mohammad Hatta)



“Life is the sum of all your choices.”

(Hidup manusia ditentukan oleh pilihan – pilihan yang disertai konsekuensi dan tanggung jawab eksistensial)

(Albert Camus)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMPAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga Tesis ini dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa hormat dan ketulusan, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, Ibu Yuli Kristina dan Bapak Amron Zamzami. Terima kasih sebesar dan setulusnya untuk semua doa, cinta, dan kasih sayang yang tidak pernah berkurang. Akhirnya, perjuangan tanpa kenal lelah dari Ibu dan Bapak, yang teguh menanamkan spirit pendidikan yang baik bagi anak – anaknya, semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keselamatan dunia akhirat untuk Ibu dan Bapak. Lewat tulisan ini, penulis berharap semoga kebaikan – kebaikan terus menyertai Ibu Bapak tercinta.
2. Kepada seluruh keluargaku yang selalu mendukung. Terima kasih atas pengertian, semangat, dan kehangatan yang membuat perjalanan akademik ini dapat diselesaikan dengan baik
3. Kepada para dosen yang dengan sabar mengajarkan penulis ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan telah membuka jalan ilmu, memberikan bimbingan, serta menuntun penulis menuju proses menjadi pribadi yang lebih baik
4. Para sahabat dan rekan seperjuangan, terima kasih atas kebersamaan, diskusi, dan dukungan yang berharga selama proses penyusunan tesis ini. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, bernilai keilmuan, serta menjadi bagian dari amal kebaikan bagi semua pihak yang telah berkontribusi
5. Kepada diri sendiri yang sudah berjuang untuk tetap kuat hingga detik ini, dengan semua proses pendewasaan diri. Terima kasih karena sudah percaya pada diri sendiri. Semoga segala hal – hal baik senantiasa memberkahi setiap langkah kita semua.

Yogyakarta, 05 Januari 2026

ABSTRAK

Kepercayaan publik merupakan faktor strategis yang menentukan keberhasilan lembaga amil zakat dalam mengelola dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS), khususnya pada era digital yang menuntut transparansi, akuntabilitas, dan keterbukaan informasi. Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta sebagai salah satu lembaga amil zakat nasional perlu membangun pola komunikasi organisasi yang efektif agar mampu meningkatkan dan mempertahankan kepercayaan publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi dalam pengelolaan dana ZIS di BMM Yogyakarta, mengkaji tingkat keterhubungan klik dalam keterbukaan jaringan komunikasi stakeholder, serta mengidentifikasi peran – peran komunikasi khusus yang terbentuk dalam jaringan tersebut dalam meningkatkan kepercayaan publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode sosiometri. Subjek penelitian berjumlah 30 responden yang terdiri atas 5 orang pihak internal BMM Yogyakarta serta 25 orang mitra dan donatur. Pengumpulan data dilakukan melalui angket sosiometri untuk memetakan pilihan komunikasi, hubungan timbal balik, dan intensitas interaksi antaraktor. Data dianalisis menggunakan teknik analisis jaringan komunikasi yang divisualisasikan dalam bentuk sosiogram untuk melihat struktur jaringan, pola aliran informasi, keterhubungan klik, serta posisi dan peran aktor dalam jaringan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi BMM Yogyakarta membentuk jaringan komunikasi yang relatif terpusat namun terbuka, dengan tingkat keterhubungan klik yang cukup kuat antar stakeholder. Selain itu, hasil analisis sosiometri mengungkap adanya peran komunikasi khusus seperti *opinion leader*, *gatekeeper*, *bridge*, dan *liaison* yang berfungsi strategis dalam mengelola arus informasi, memperkuat koordinasi antaraktor, serta menjembatani kepentingan lembaga dengan publik. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas pola komunikasi berbasis jaringan dan sosiometri berpengaruh positif terhadap persepsi transparansi, akuntabilitas, dan kredibilitas BMM Yogyakarta.

Kata kunci: Pola Komunikasi; Kepercayaan Publik; Jaringan Komunikasi; Zakat Infak Sedekah; Baitul Maal Muamalat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Public trust is a strategic factor that determines the success of zakat institutions in managing zakat, infaq, and sadaqah (ZIS) funds, particularly in the digital era that demands transparency, accountability, and openness of information. As a national zakat institution, Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta is required to establish effective organizational communication patterns to enhance and sustain public trust. This study aims to analyze communication patterns in the management of ZIS funds at BMM Yogyakarta, examine the level of clique connectivity within the openness of stakeholder communication networks, and identify specific communication roles formed within the network in strengthening public trust. This research employs a quantitative approach using sociometric methods. The research subjects consist of 30 respondents, including 5 internal BMM Yogyakarta staff members and 25 partners and donors. Data were collected through sociometric questionnaires to map communication choices, reciprocal relationships, and interaction intensity among actors. The data were analyzed using communication network analysis techniques and visualized through sociograms to identify network structures, information flows, clique connectivity, and actor positions and roles within the network. The results indicate that the communication pattern of BMM Yogyakarta forms a relatively centralized yet open communication network with a fairly strong level of clique connectivity among stakeholders. Furthermore, sociometric analysis reveals the presence of specific communication roles such as opinion leaders, gatekeepers, bridges, and liaisons that play strategic functions in managing information flows, strengthening coordination among actors, and linking institutional interests with public expectations. These findings demonstrate that the effectiveness of network-based communication patterns supported by sociometric roles positively influences perceptions of transparency, accountability, and organizational credibility.

Keywords: Communication Patterns; Public Trust; Communication Networks; Zakat Infaq Sadaqah; Baitul Maal Muamalat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur kehadirat Allah Swt. atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pola Komunikasi dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik pada Pengelolaan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah di Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta”. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi – tingginya kepada:

1. Prof. Noorhaidi, M. A., M. Phil., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Arif Maftuhin, M. Ag., M.A.I.S, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Abdul Rozak, M. Pd., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Abdul Rozak, M.Pd., selaku dosen pembimbing tesis yang telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, kritik, serta motivasi sejak tahap penyusunan proposal hingga selesaiya tesis ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan bekal keilmuan, wawasan akademik, dan pengalaman intelektual selama masa studi.

6. Pimpinan dan seluruh jajaran Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta, para mitra, serta para donatur yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan data serta informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
7. Kedua orang tua tercinta serta keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, dan motivasi tanpa henti selama proses studi dan penyusunan tesis ini.
8. Rekan – rekan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2023 (Genap) serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kebersamaan selama masa perkuliahan.
9. Penulis mengucapkan terima banyak kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung, memotivasi penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan tesis ini. Semoga segala bentuk kebaikan orang – orang yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung di berikan pahala yang berlipat ganda oleh Allah SWT dan penulis juga memohon maaf bila selama perkuliahan hingga proses penyusunan tesis ini terdapat kesalahan. Melalui penyusunan tesis ini, penulis berharap agar dapat memberikan kontribusi untuk semua kalangan masyarakat dan semoga penulis dapat mengamalkan ilmu – ilmu yang telah didapatkan kepada banyak orang, sehingga ilmu – ilmu yang telah didapatkan akan terus – menerus mengalir dalam kebaikan. Aamiin Ya Rabbal’Alamin.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang. Semoga tesis ini dapat memberikan kontribusi akademik bagi pengembangan kajian komunikasi, khususnya komunikasi organisasi dan jaringan komunikasi, serta memberikan manfaat praktis bagi lembaga pengelola zakat dalam meningkatkan kepercayaan publik.

Yogyakarta, 05 Januari 2026

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

| | |
|--|------|
| PENGESAHAN TUGAS AKHIR | i |
| SURAT PERSETUJUAN TESIS..... | ii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS | iii |
| MOTTO | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |
| E. Kajian Pustaka | 8 |
| F. Sistematika Pembahasan | 31 |
| BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR | 33 |
| A. Kajian Teori | 33 |
| 1. Inovasi | 33 |
| 2. Pengelolaan Dana Zakat, Infak, Sedekah | 39 |
| 3. Kepercayaan Publik | 42 |
| 4. Jaringan Komunikasi | 44 |
| B. Kerangka Berpikir..... | 45 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 48 |
| A. Jenis Penelitian..... | 48 |
| B. Populasi | 49 |

| | |
|--|-----|
| 1. Teknik Pengumpulan Data | 50 |
| C. Definisi Konseptual dan Operasional | 53 |
| 1. Definisi Konseptual | 53 |
| 2. Definisi Operasional..... | 56 |
| D. Instrumen Penelitian | 57 |
| 1. Instrumen Penelitian..... | 57 |
| E. Metode Analisis Data..... | 61 |
| 1. Pengumpulan Data Sosiometri | 61 |
| 2. Pengkodean Data..... | 62 |
| 3. Analisis Matriks Sosiometri | 62 |
| 4. Pengujian Hubungan dengan Kepercayaan | 63 |
| 5. Interpretasi dan Pelaporan | 63 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 64 |
| A. Deskripsi Data Karakteristik Responden BMM Yogyakarta..... | 64 |
| 1. Karakteristik Responden | 65 |
| B. Hasil Analisis Data | 69 |
| 1. Pihak Internal BMM Yogyakarta | 73 |
| 2. Pihak Eksternal (Mitra/Donatur) | 79 |
| C. Pembahasan..... | 91 |
| 1. Pola Komunikasi dalam Analisis Jaringan Komunikasi | 91 |
| 2. Keterhubungan Klik dalam Keterbukaan Klik Pada Jaringan Komunikasi <i>Stakeholder</i> Dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik | 98 |
| 3. Peran Komunikasi Dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik | 105 |
| BAB V PENUTUP | 114 |
| A. Kesimpulan | 114 |
| B. Saran | 116 |
| C. Keterbatasan Penelitian..... | 117 |
| Daftar Pustaka | 119 |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN..... | 126 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Penelitian Sejenis dan Relevan | 22 |
| Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 65 |
| Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Umur | 65 |
| Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan | 66 |
| Tabel 4. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Jabatan | 66 |
| Tabel 4. 5 Tabel Perencanaan Sesuai Jabatan | 74 |
| Tabel 4. 6 Tabel Pelaksanaan Program | 75 |
| Tabel 4. 7 Tabel Evaluasi Kegiatan/Program | 76 |
| Tabel 4. 8 Tabel Perolehan Informasi Tentang Pengelolaan Dana (Indegree) | 77 |
| Tabel 4. 9 Data Pihak Eksternal (Mitra/Donatur) | 79 |
| Tabel 4. 10 Tabel Instruksi (Diskusi Informasi) | 81 |
| Tabel 4. 11 Tabel Mutual (Meminta Informasi) | 84 |
| Tabel 4. 12 Tabel Cliques dan Segmentasi | 85 |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 2. 1 Diagram Simulasi Sosiometri..... | 46 |
| Gambar 4. 1 Sosiogram Staff BMM Yogyakarta..... | 78 |
| Gambar 4. 2 Diagram Instruksi Kategori Fasilitator..... | 82 |
| Gambar 4. 3 Diagram Instruksi Kategori Program | 83 |
| Gambar 4. 4 Diagram Instruksi Kategori PHM | 83 |
| Gambar 4. 5 Diagram Instruksi Kategori Ka. Perwakilan | 83 |
| Gambar 4. 6 Diagram Instruksi Kategori..... | 83 |
| Gambar 4. 7 Pola Struktur Jaringan Komunikasi..... | 87 |
| Gambar 4. 8 Sosiogram Jaringan Komunikasi..... | 88 |
| Gambar 4. 9 Dokumentasi Wawancara..... | 91 |
| Gambar 4. 10 Dokumentasi Wawancara..... | 99 |
| Gambar 4. 11 Dokumentasi Wawancara..... | 106 |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang tidak hanya menekankan spiritualitas dan iman kepada Tuhan. Namun, Islam juga mengatur setiap aspek kehidupan manusia. Dengan demikian, Islam dapat dianggap sebagai agama yang mencakup segala hal. Islam mengatur tidak hanya bagaimana manusia berhubungan dengan Tuhan, tetapi juga bagaimana manusia berhubungan dengan kehidupan di masyarakat. Zakat, dan infaq dan sedekah adalah komponen fundamental dari keyakinan Islam yang memiliki tujuan mulia, termasuk mendorong keadilan ekonomi, memupuk kohesi sosial, dan membantu kaum kurang mampu. Setiap Muslim diwajibkan oleh hukum Islam untuk membayar zakat. Mereka yang memiliki kekayaan melebihi nisab (minimum) dalam setahun diwajibkan untuk membayar zakat. Untuk memastikan distribusi pendapatan yang lebih adil dan menjaga keseimbangan ekonomi dalam masyarakat, zakat merupakan alat yang penting. Infak dan sedekah merupakan perbuatan tanpa pamrih yang bertujuan untuk membantu mereka yang membutuhkan. Hal ini juga dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat At-Taubah Ayat 60:

﴿إِنَّمَا الصَّدَقَةُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤْلَفَةُ قُلُوبُهُمْ وَفِي
الرِّقَابِ وَالْغُرَمِينَ وَفِي سَيِّلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّيِّلِ فَرِيْضَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ
حَكِيمٌ﴾

Artinya: Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang – orang fakir, orang – orang miskin, para amil zakat, orang – orang yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang – orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang

dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Mahabijaksana.¹

Masalah sosial dan ekonomi seperti kemiskinan, pengangguran, kesehatan, pendidikan, ketidaksetaraan, dan ketidakadilan melanda banyak komunitas di seluruh dunia. Untuk mengatasi masalah – masalah ini sebagai aset strategis dan penting dalam upaya suatu bangsa untuk meningkatkan kesejahteraan rakyatnya, diperlukan partisipasi aktif dari berbagai sektor, termasuk organisasi keagamaan.²

Baitul Maal Muamalat (BMM) adalah suatu LAZIS (Lembaga Zakat, Infaq, serta Sedekah) yang semakin umum di Indonesia. Penelitian ini dilakukan di Baitul Maal Muamalat Yogyakarta. Pengelolaan zakat di Indonesia telah mengalami perkembangan signifikan dengan kehadiran Lembaga – amil zakat profesional, salah satunya adalah Baitul Maal Muamalat (BMM). Dalam era digital yang penuh tantangan, keberhasilan lembaga zakat seperti BMM tidak hanya bergantung pada sistem distribusi dan penghimpunan zakat semata, tetapi juga pada bagaimana komunikasi organisasi dibangun untuk membangun kepercayaan publik ³.

Baitul Maal adalah sebuah organisasi atau kelompok yang bertugas mengelola seluruh aset rakyat, termasuk pengeluaran serta pendapatan negara. Pada masa Rasulullah S.A.W, Baitul Maal ada karena Rasulullah menangani ghanimah, atau rampasan perang, yang didapati selama Perang Badar serta segera mendistribusikannya setelah konflik berakhir. Hingga masa kekhilifahan Ali bin Abi Talib, kegiatan ini terus berlanjut. Namun, Baitul Maal sepenuhnya tunduk kepada Khalifah sepanjang era Umayyah dan tidak

¹ Q.s At – Taubah:60

² Rofiqo Meili Mahera and Khairunnas Jamal, “Penerapan Prinsip Keadilan Sosial Dalam Pengelolaan Zakat , Infak , Dan Sedekah : Perspektif Ekonomi Islam Kontemporer,” *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 2, no. 1 (2025): 318–24.

³ Sri Mulyani, “Analisis Sistem Laporan Dana ZIS Pada Baitul Maal Muamalat (BMM),” *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis* 5, no. 2 (2008): 75–192.

pernah dipertanyakan oleh rakyat. Dari mengumpulkan zakat, ghanimah, dan kharaj hingga membangun jalan, membayar pejabat negara dan tentara, serta membangun fasilitas sosial, Baitul Maal telah berkembang menjadi instansi krusial bagi negara. Dibandingkan dengan masa Nabi Muhammad S.A.W dan para sahabatnya, peran Baitul Maal di Indonesia lebih terbatas. Baitul Maal kini digambarkan sebagai lembaga amal atau organisasi sosial yang menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah. Sektor swasta pun turut mengimplementasikannya, selain pemerintah. Baitul Maal tidak lagi dipersepsikan semata sebagai institusi yang menjalankan misi sosial, melainkan telah berevolusi menjadi mekanisme distribusi dana yang bersifat produktif dan berpotensi dikapitalisasi sebagai modal komersial. Transformasi peran tersebut didorong oleh kesadaran akan urgensi penguatan ekonomi masyarakat, sehingga keberadaan Baitul Maal diarahkan untuk berkontribusi secara nyata dalam mendorong pertumbuhan dan kemandirian ekonomi rakyat.⁴

Data yang diperoleh dari penelitian tentang tingkat kepercayaan dan minat membayar zakat di Yogyakarta dengan sampel 100 responden (2017) yang memilih Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta sebagai lembaga amil zakat, infaq, dan sedekah menunjukkan sebagian besar responden (sekitar 88%) menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi hingga tinggi terhadap BMM Yogyakarta sebagai lembaga amil zakat. Hal ini menunjukkan bahwa BMM berhasil membangun citra yang positif dan dipercaya oleh masyarakat dalam mengelola dana zakat, infaq, dan sedekah.⁵ Menurut pendapat berbagai pakar komunikasi, terdapat tiga komponen kredibilitas sumber seperti keahlian, yaitu persepsi penerima terhadap kemampuan sumber

⁴ Zid Hartsa Firdausi, “Penyaluran Dana Zakat Melalui Beasiswa Di Baitul Maal Muamalat,” *Az Zarqa’ 10*, no. 1 (2018): 51–72.

⁵ Susilo Priyono and Muhamad Muhamad, “Analisis Tingkat Kepercayaan Dan Tingkat Pendapatan Muzaki Terhadap Minat Membayar Zakat Kepada Amil Zakat Di Yogyakarta,” *IBSE Sharia Economic Journal* 2, no. 1 (2023): 27–39, <https://doi.org/10.62708/ibsej.v2i1.29>.

dalam berkomunikasi secara persuasif terkait subjek yang dibahas, selanjutnya kepercayaan, yaitu persepsi penerima terhadap karakter sumber, termasuk kejujuran, ketulusan, keadilan, kesopanan, dan perilaku etis atau tidak etis dan faktor daya tarik komunikator, yang meliputi non-fisik komunikator dan daya tarik fisik.⁶

Rasa kepemilikan bersama dan kepercayaan adalah fondasi dari sebuah hubungan sosial. Schurr dan Ozane mendefinisikan kepercayaan sebagai keyakinan bahwa janji yang dibuat oleh pihak lain dapat dipercaya untuk dipenuhi. Kurangnya informasi dalam perencanaan dan pengukuran pekerjaan dapat menyebabkan ketidakpercayaan. Jika materi tersebut dianggap benar, relevan, dan komprehensif, kepercayaan akan tumbuh. Oleh karena itu, tiga elemen diperlukan untuk membangun dan memelihara kepercayaan seperti pengakuan pihak ketiga, reputasi dan nama baik, serta kepuasan pelanggan/mitra. Perilaku pelanggan di masa depan akan dipengaruhi oleh kepercayaan yang mereka kembangkan terhadap layanan yang mereka terima.⁷

Penelitian – penelitian terdahulu banyak membahas strategi komunikasi lembaga zakat secara umum, seperti strategi komunikasi internal dan eksternal, peran edukasi, sosialisasi, dan branding dalam meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat kepada suatu lembaga untuk berzakat, infaq, dan sedekah. Beberapa penelitian juga menyoroti pengaruh literasi amil dan profesionalisme pengelola terhadap kepercayaan muzakki. Sebagian besar studi menyoroti strategi komunikasi pada lembaga zakat tertentu (misal: LAZISMU, Baznas Kota, LAZISNU), namun belum secara spesifik meneliti bagaimana pola komunikasi organisasi secara menyeluruh dalam membangun dan meningkatkan kepercayaan publik, terutama pada konteks Baitul Maal

⁶ Yunus Winoto et al., “*The Application of Source Credibility Theory in Studies about Library Services*” 5, no. 2 (2015): 1–14.

⁷ Rida Sari Novita, “Kepercayaan Masyarakat Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Kecamatan Rumbia,” *Iain Metro*, 2020, 17, <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/3524/1/RidaNovitaSari.pdf>.

Muamalat (BMM) Yogyakarta. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak menekankan aspek strategi komunikasi dan edukasi, bukan pada efektivitas komunikasi organisasi dalam membangun trust publik secara mendalam.⁸

Pola komunikasi organisasi BMM Yogyakarta dalam kaitannya dengan pengelolaan uang zakat, infaq, dan sedekah belum diteliti secara menyeluruh hingga saat ini. Menganalisis hubungan langsung antara efektivitas komunikasi organisasi dan peningkatan kepercayaan publik pada lembaga amil zakat di Yogyakarta. Menggali aspek internal dan eksternal yang memengaruhi kepercayaan publik melalui pendekatan komunikasi organisasi, bukan hanya strategi komunikasi pemasaran atau sosialisasi. Penelitian ini mengisi kekosongan dengan meneliti secara spesifik pola komunikasi organisasi BMM Yogyakarta dalam meningkatkan kepercayaan publik, sesuatu yang belum banyak diangkat dalam penelitian sebelumnya yang cenderung fokus pada strategi komunikasi atau edukasi masyarakat secara umum pada lembaga zakat lain.⁹

Kepercayaan publik terhadap Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta dipengaruhi oleh efektivitas jaringan komunikasi *stakeholder* yang terbentuk dalam pengelolaan zakat, infaq, dan sedekah. Jaringan komunikasi tersebut membentuk kelompok – kelompok komunikasi atau klik (*clique*) yang menunjukkan pola hubungan antar aktor. Tingkat keterhubungan klik mencerminkan sejauh mana klik – klik tersebut saling terhubung dan terbuka dalam pertukaran informasi, yang secara operasional dapat diamati melalui intensitas hubungan, keterhubungan antar-klik, dan kelancaran aliran informasi dalam jaringan. Semakin tinggi tingkat keterhubungan dan keterbukaan antar-

⁸ Diemas Aji Myas Pradesta, “Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq Dan Shadaqah Di PW NU CARE-LAZISNU DIY Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat,” *Skripsi: UIN Sunan Kalijaga*, 2020.

⁹ Nurarafah Nurarafah and Istika Ahdiyanti, “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Pengelolaan Dana Zakat Profesi Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Bima,” *Sosioreligius: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama* 6, no. 1 (2021), <https://doi.org/10.24252/sosioreligius.v6i1.24191>.

klik, semakin besar peluang terwujudnya transparansi dan akuntabilitas organisasi, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan publik terhadap BMM Yogyakarta, sehingga aspek ini menjadi penting untuk dikaji secara empiris.

Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat, studi ini bermaksud guna mengidentifikasi serta mengkarakterisasi praktik komunikasi organisasi Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta dalam mengelola dana zakat, infaq, dan sedekah. Menganalisis pola komunikasi yang diterapkan oleh BMM Yogyakarta dalam membangun transparansi, akuntabilitas, dan keterbukaan informasi kepada masyarakat terkait pengelolaan dana zakat, infaq, dan sedekah dan mengidentifikasi faktor – faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi organisasi dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap BMM Yogyakarta.¹⁰ Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti nilai komunikasi dalam menumbuhkan pemahaman dan kepercayaan publik terhadap organisasi pengelola zakat, infaq, dan sedekah.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pola komunikasi dalam pengelolaan dana zakat, infaq, dan sedekah Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta?
2. Bagaimana tingkat keterhubungan klik dalam keterbukaan klik yang ada pada jaringan komunikasi *stakeholder* dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap Baitul Maal Muamalat Yogyakarta?
3. Peran komunikasi khusus apa saja yang terbentuk dalam jaringan komunikasi *stakeholder* dalam meningkatkan kepercayaan publik?

¹⁰ Pradesta, “Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq Dan Shadaqah Di PW NU CARE-LAZISNU DIY Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat.”

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bentuk pola komunikasi yang digunakan BMM Yogyakarta dalam membangun kepercayaan publik dalam meningkatkan kepercayaan publik.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat keterhubungan klik dalam keterbukaan jaringan komunikasi para stakeholder, serta perannya dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis peranan komunikasi khusus yang terbentuk dalam jaringan komunikasi *stakeholder* serta kontribusinya dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Secara teori, studi ini dapat memajukan teori komunikasi dalam kaitannya dengan amal Islam. Di bidang komunikasi, khususnya terkait pola komunikasi dalam membangun dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat, infaq, dan sedekah, diyakini bahwa penelitian ini akan memperluas dan meningkatkan pemahaman ilmiah. Selain itu juga dapat menyampaikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi publik, terutama pada konteks lembaga amil zakat, serta apat berfungsi sebagai sumber daya untuk studi masa depan yang ingin menyelidiki hubungan antara kepercayaan publik terhadap organisasi pengelola zakat dan komunikasi, akuntabilitas, serta transparansi.

2. Praktis

Secara praktis, studi ini menawarkan saran bagi organisasi zakat untuk memaksimalkan komunikasi digital guna meningkatkan kepercayaan publik. Temuan ini dapat dipakai sebagai bahan penilaian serta sebagai panduan bagi BMM Yogyakarta dalam membuat dan melaksanakan rencana komunikasi yang sukses untuk meningkatkan

loyalitas mitra dan kepercayaan publik. Rekomendasi praktis bagi pengelola BMM dalam meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan keterbukaan informasi melalui komunikasi yang tepat sehingga dapat menumbuhkan partisipasi masyarakat guna menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah. Selain itu dapat menjadi panduan bagi lembaga amil zakat lain dalam mengembangkan strategi komunikasi yang mampu membangun citra positif dan kepercayaan masyarakat, serta membantu masyarakat dan mitra untuk lebih memahami pentingnya komunikasi yang baik dalam pengelolaan dana sosial sehingga menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan dalam berzakat.

E. Kajian Pustaka

Beberapa penelitian tentang aspek kepercayaan publik terhadap Lembaga amil zakat ini telah banyak dilakukan sebelumnya, tetapi tidak secara spesifik mengarah kepada alasan yang mendalam bagaimana masyarakat bisa percaya terhadap suatu Lembaga terutama di Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta. Beberapa di antaranya yang relevan.

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Khalwani¹¹ “Mengkaji Dan Menganalisis Kepercayaan Dan Sejauh Mana Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Keinginan Masyarakat Dalam Membayar Zakat, Infak, Dan Sedekah (Zis) Di Laz (Lembaga Amil Zakat) Rumah Zakat Pusat.” Adapun pendekatan pada studi ini ialah kuantitatif dengan metode regresi linier berganda, dengan menerapkan teknik pengambilan sampel bertujuan guna pengambilan sampel non-probabilitas. Dengan menerapkan rumus Slovin dengan nilai kritis 10%, ukuran sampel minimum yang dibutuhkan adalah 100 responden. Dua puluh lima individu ditambahkan ke ukuran sampel yang diinginkan sebanyak 100 karena mereka memenuhi persyaratan dan menyelesaikan kuesioner. Temuan

¹¹ Abdullah Mushlihuddin Khalwani, “Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar ZIS Di LAZ Rumah Zakat Pusat,” *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal* 4, no. 1 (2024): 18–31, <https://doi.org/10.15575/likuid.v4i1.28124>.

studi menunjukkan bahwa keinginan masyarakat dalam membayar ZIS di LAZ Zakat Pusat dipengaruhi dengan cara yang positif dan signifikan oleh variabel kepercayaan. Akibatnya, jelas bahwa kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut sangat penting bagi kepentingan masyarakat. Kepuasan masyarakat dalam mempercayakan pengelolaan dana ZIS kepada LAZ Zakat Pusat sangat ditentukan oleh tingkat kepercayaan yang mereka miliki; semakin kuat kepercayaan tersebut, semakin besar pula keyakinan masyarakat terhadap kapasitas LAZ Zakat Pusat sebagai lembaga yang kredibel dalam mengawasi dan menyalurkan dana ZIS, dan kondisi sebaliknya akan terjadi apabila tingkat kepercayaan rendah.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Andrea¹² yang membahas tentang tingkat kepercayaan publik terhadap Badan Amal Nasional (BAZNAS) Kota Pekanbaru dalam mencapai keadilan sosial dan kesejahteraan, serta pentingnya menjaga kepercayaan publik terhadap pengelolaan keuangan masyarakat. Penelitian Andrea membahas Responden di Pekanbaru diberikan kuesioner sebagai bagian dari pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif. Instrumen kuesioner ini dirancang untuk mengevaluasi derajat trust masyarakat terhadap kinerja BAZNAS di Kota Pekanbaru dengan memasukkan sejumlah determinan utama, meliputi *accountability*, *transparency*, *credibility*, *communication*, serta *synergy*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan descriptive statistics guna memberikan gambaran empiris atas persepsi responden. Hasil kajian menunjukkan bahwa secara agregat tingkat kepercayaan publik terhadap BAZNAS Pekanbaru berada pada kategori tinggi. Kondisi tersebut terutama dipengaruhi oleh keterbukaan dalam pengelolaan dana zakat, penerapan akuntabilitas yang konsisten, efektivitas pola komunikasi, serta terbangunnya sinergi yang kuat antara manajemen, muzakki,

¹² Josse Andrea, “Website : <Https://Journal.Unilak.Ac.Id/Index.Php/Respublica> Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyaluran Dana Zakat (Studi Kasus Baznas Kota Pekanbaru) Di Indonesia , Zakat Tidak Hanya Diatur Oleh Agama , Tetapi Juga Sudah Diserap Dalam Hukum Negara.,” 2023, 130–45.

dan mustahik dalam pelaksanaan program dan mekanisme penyaluran zakat yang dikelola oleh BAZNAS Pekanbaru.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Roli Apriyansyah¹³ yang membahas tentang bagaimana “transparansi” serta “akuntabilitas” laporan keuangan berdampak pada “kepercayaan muzaki” terhadap lembaga amil zakat (LAZIS), khususnya di Kota Mataram. Studi ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan memanfaatkan sumber data primer. Kuesioner daring dan luring digunakan untuk mengumpulkan data primer dari muzaki (penerima zakat) yang membayar zakat melalui LAZIS (Lembaga Zakat Islam), yang dikelola oleh sektor publik dan swasta di Kota Mataram. Dengan 100 responden, teknik penentuan sampel yang diterapkan ialah pengambilan sampel probabilitas. Metode analisis yang diterapkan adalah regresi linier berganda. Temuan studi menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap muzaki di Kota Mataram dipengaruhi secara positif oleh akuntabilitas serta transparansi laporan keuangan, dengan keterbukaan laporan keuangan sebagai faktor paling signifikan yang memengaruhi tingkat kepercayaan ini.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Azrai Harahap dan Syukur Kholil¹⁴ yang membahas tentang strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh BAZNAS Sumatera Utara dalam usaha untuk membangun kepercayaan masyarakat dan mendorong partisipasi dalam pengumpulan zakat. Pendekatan kualitatif dengan menerapkan studi kasus ialah metodologi studi yang diterapkan, yang meliputi analisis dokumen dan wawancara observasi. Temuan dari studi ini memberitahu bahwasanya BAZNAS Sumatera Utara menerapkan berbagai strategi komunikasi, seperti kampanye media, sosialisasi,

¹³ Roli Apriyansyah, “Transparansi Dan Akuntabilitas : Kunci Utama Dalam Membangun Kepercayaan Muzaki Terhadap LAZIS,” *Jamek (Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Dan Kewirausahaan)* 04, no. 02 (2024): 140–47.

¹⁴ Azrai Harahap and Syukur Kholil, “Membangun Kepercayaan Masyarakat Strategi Komunikasi Organisasi BAZNAS Sumatera Utara Dalam Penghimpunan Zakat,” *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 10 (2024): 4337–51, <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i10.2765>.

transparansi laporan, peningkatan layanan, serta keterlibatan dan kemitraan dengan masyarakat. Strategi ini berperan dalam meningkatkan kredibilitas, kepercayaan organisasi, dan kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS Sumatera Utara.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Luthfianto et al¹⁵ yang mengkaji tentang pentingnya kepercayaan muzakki (pemberi zakat) terhadap lembaga amil zakat, dan bagaimana kepercayaan tersebut dapat dibangun dan dipertahankan oleh lembaga – Lembaga pengelola zakat. Penelitian ini menggunakan strategi tinjauan pustaka yang dipadukan dengan pendekatan kualitatif. Berbagai sumber textual, termasuk buku, jurnal, artikel ilmiah, serta literatur lain yang relevan dengan subjek zakat, dipakai funa mengumpulkan data. Perolehan studi ini mengindikasikan bahwasanya kasus – kasus penyelewengan pengelolaan zakat menjadi contoh betapa pentingnya akuntabilitas dan keterbukaan dalam manajemen zakat. Untuk menjaga kepercayaan publik dan menjamin bahwa uang zakat benar – benar sampai kepada mereka yang berhak menerimanya, akuntabilitas serta transparansi sangatlah penting.

Keenam, Penelitian yang dilakukan oleh Ade Elpina dan Haniah Lubis¹⁶ yang menjelaskan bagaimana kepercayaan memengaruhi pilihan untuk membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Lima Puluh Kota. Permasalahan utama terletak pada masih rendahnya tingkat pemanfaatan BAZNAS sebagai lembaga penyaluran zakat, sementara dana yang berhasil dihimpun belum sebanding dengan besarnya potensi wilayah serta dominasi penduduk Muslim di Kabupaten Lima Puluh Kota. Untuk menguji keterkaitan antarvariabel, studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif asosiatif yang berfokus pada analisis

¹⁵ Arif Luthfianto, Ataya Aisyah Inshira, and Bagus Satria Maulana, “Lika-Liku Dalam Membangun Kepercayaan” 10, no. 1 (2024): 81–97.

¹⁶ Ade Elpina and Haniah Lubis, “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas),” *Journal of Sharia and Law* 1, no. 1 (2022): 35–50, <https://finansial.bisnis.com/read/20210301/231/1362228/potensi-zakat->.

hubungan dua variabel atau lebih. Secara konseptual, penelitian asosiatif mencakup tiga pola relasi, yaitu simetris, kausal, dan interaktif/resiprokal. Temuan empiris mengindikasikan model regresi $Y = 7,742 + 0,510X$ dengan perolehan t_{hitung} yang melampaui t_{tabel} ($7,566 > 1,988$) serta tingkatan $Sig. < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak serta H_a diterima. Nilai R Square sejumlah 0,381 mengindikasikan bahwasanya variabel kepercayaan berkontribusi sejumlah 38,1% dalam memengaruhi keputusan muzakki untuk menunaikan zakat.

Ketujuh, Penelitian dari Sholahudin Tanjung dan Marliyah¹⁷ yang mengevaluasi pengaruh akuntabilitas, keterbukaan, dan kepercayaan pada minat masyarakat dalam membayar zakat di Badan Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara. Untuk menentukan apakah kecenderungan membayar zakat dipengaruhi sebagian atau seluruhnya oleh ketiga faktor tersebut. Regresi linier berganda menggunakan SPSS adalah metode yang dipakai pada studi kuantitatif. Menurut hasil pengujian, terdapat 100 responden dalam penelitian ini. Berdasarkan temuan penelitian, minat dipengaruhi oleh akuntabilitas, transparansi, dan kepercayaan. Faktor tanggung jawab, transparansi, dan kepercayaan semuanya berdampak pada minat secara bersamaan. Hal ini dicapai dengan margin kesalahan 5% atau tingkat kepercayaan 95%.

Kedelapan, Penelitian yang dilakukan oleh Daud¹⁸ yang membahas tentang rendahnya kesadaran muzakki dalam menunaikan zakat sehingga potensi zakat tidak tergali maksimal, lemahnya sistem administrasi yang belum sepenuhnya transparan, akuntabel, dan berbasis teknologi serta keterbatasan

¹⁷ Sholahudin Tanjung, Marliyah, "Analisis Akuntabilitas, Transparansi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 894, <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4487>.

¹⁸ Z F M Daud, "Strategi Pengelolaan Dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah (ZIS) Pada Lembaga Pengelola Zakat," *El-Wasathy: Journal of Islamic Studies* 1, no. 2 (2023): 186–202, <https://doi.org/10.61693/elwasathy.vol12.2023.186-202>.

strategi distribusi tentang penyaluran dana masih cenderung konsumtif, belum optimal pada model produktif yang berdampak jangka panjang. Dengan menerapkan metodologi tinjauan pustaka kualitatif, studi ini meneliti beberapa taktik yang dapat diterapkan oleh organisasi pengelola zakat, infaq, dan sedekah. Artikel jurnal yang relevan dengan topik studi berguna sebagai sumber data utama studi ini, sementara artikel lain yang terkait dengan topik penelitian berfungsi sebagai sumber data sekunder. Analisis konten, yang membandingkan satu teori atau argumen dengan teori atau argument lain, adalah metode analisis data yang dipakai pada studi ini. Temuan studi menunjukkan bahwa meningkatkan kesadaran akan perlunya membayar zakat untuk muzakki, menciptakan ekosistem zakat, dan menyatukan lembaga – lembaga zakat di daerah tersebut adalah cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan pengumpulan dana zakat. Sementara strategi pengadministrasian Lembaga zakat dengan cara menjadikan Lembaga zakat yang transparan dan akuntabel, serta berbasis IT dan meningkatkan profesionalitas amil zakat. Sedangkan strategi pendistribusian dan pendayagunaan dana zakat melalui program Pekan (Peduli Pendidikan), Peda (Peduli Pemuda), Petan (Peduli Kesehatan), dan Pemi (Peduli ekonomi) sehingga kebutuhan mustahik dapat terpenuhi dan tercapainya pemberdayaan ekonomi Masyarakat.

Kesembilan, studi yang dijalankan oleh Andrean Fajar Subkhan¹⁹ yang membahas fungsi media sosial dalam mengumpulkan dan melaporkan dana ZIS kepada para pembayar zakat, beserta manfaat penggunaan media sosial dalam hal ini. Studi ini menerapkan metodologi kualitatif, menghimpun data melalui pengamatan, wawancara, serta dokumentasi. Temuan studi ini mengindikasikan bahwasanya media sosial sangat krusial untuk pengumpulan serta pelaporan dana ZIS kepada para pembayar zakat. Salah satu keunggulan

¹⁹ Andrean Fajar Subkhan, “Analisis Peran Media Sosial Dalam Penghimpunan Dan Pelaporan Dana Zis Kepada Muzakki Studi Kasus Lazismu Kabupaten Pati,” *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2023): 36–47, <https://doi.org/10.33650/profit.v7i2.7205>.

media sosial adalah menyederhanakan proses penggalangan dana ZIS dan memudahkan para pembayar zakat, atau kontributor, untuk mengetahui bagaimana uang mereka digunakan. Dengan mempermudah pencarian donatur, informasi tentang LAZISMU Pati dapat diberikan atau disebarluaskan, LAZISMU dapat lebih mudah membangun hubungan dengan donatur, dan kepercayaan publik terhadap LAZISMU Pati dapat ditingkatkan.

Kesepuluh, Penelitian yang dilakukan oleh Hendri dan Yuli²⁰ yang meneliti bagaimana kepercayaan para pembayar zakat terhadap Kantor Perwakilan Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Bengkulu dipengaruhi oleh transparansi laporan keuangan dan pengelolaan zakat. Karena Lembaga Pengumpul Zakat ini merupakan lembaga nirlaba, maka lembaga ini harus memperhatikan bagaimana administrasi zakat dan keterbukaan laporan keuangan memengaruhi keyakinan para pembayar zakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penerapan *convenience sampling* sebagai teknik pemilihan responden. Pengolahan data dilakukan melalui analisis statistik deskriptif, regresi berganda, serta pengujian asumsi klasik untuk memastikan kelayakan model. Adapun unit analisis penelitian mencakup 700 muzakki Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu yang tercatat pada LAZ Kementerian Agama Kota Bengkulu. Dari keseluruhan populasi tersebut, ditetapkan 100 muzakki BMH Perwakilan Bengkulu yang terdaftar di LAZ Kementerian Agama Kota Bengkulu sebagai sampel penelitian. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kepercayaan para pembayar zakat dipengaruhi secara positif oleh keterbukaan laporan keuangan dan pengelolaan zakat. Ini menyiratkan bahwa kepercayaan para pembayar zakat terhadap Kantor Perwakilan Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Bengkulu

²⁰ Hendri Hendri and Yuli Yusnita, "Pengaruh Laporan Keuangan Dan Pengelola Zakat Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Baitul Maal Hidayatullah Bengkulu," *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business* 4, no. 2 (2024): 539–54, <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i2.1234>.

meningkat seiring dengan transparansi pelaporan keuangan dan administrasi zakat lembaga tersebut.

Kesebelus, Penelitian yang dilakukan oleh Rahmi Hubbaka Ghayati et al²¹ yang mengkaji teknik kampanye zakat yang digunakan oleh akun Instagram @Dompetdhuafaorg untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam zakat dan mendorong komunikasi yang efektif. Untuk mendeskripsikan strategi kampanye Dompet Dhuafa dalam mendidik dan meyakinkan masyarakat untuk membayar zakat melalui platform Instagram @dompetdhuafaorg, studi ini menerapkan teknik kualitatif deskriptif. Dengan menerapkan metode ini, para peneliti berupaya menjelaskan fakta – fakta terkini secara metodis dan menyeluruh serta menguraikan signifikansi teknik komunikasi yang digunakan. Temuan studi ini terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap Dompet Dhuafa serta meningkatkan reputasi organisasi sebagai organisasi yang transparan dan kompeten. Hasilnya, Instagram telah berkembang menjadi alat yang bermanfaat untuk penggalangan dana dan pendidikan, selain sebagai alat komunikasi. Kampanye digital ini memberikan ilustrasi nyata tentang bagaimana, di era digital saat ini, organisasi filantropi dapat meningkatkan pengaruh dan jangkauan sosial mereka secara signifikan dengan memanfaatkan media sosial.

Kedua belas, Penelitian yang dilakukan oleh ²² yang menganalisis tentang pelaporan berbasis website yang dilakukan oleh OPZ (Organisasi Pengelola Zakat) berskala nasional untuk peningkatan transparansi dan akuntabilitas OPZ. Tiga tahapan metodologi penelitian ANP (*Analytic Network Process*) adalah konstruksi model atau pembuatan kerangka kerja ANP,

²¹ Rahmi Hubbaka Ghayati et al., “Strategi Kampanye Zakat Pada Akun Instagram @ DompetDhuafaOrg” 4, no. 2 (2025): 315–25, <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4316>.

²² Yessi Fitri, Rini Rini, and Amilin Amilin, “Transparansi Dan Akuntabilitas Organisasi Pengelola Zakat,” *Jurnal Bimas Islam* 17, no. 1 (2024): 215–43, <https://doi.org/10.37302/jbi.v17i1.1013>.

kuantifikasi dan sintesis model, serta analisis. Analisis konten untuk menganalisis transparansi yang diukur dengan Itranz (Indeks Tranparansi Zakat) sedangkan akuntabilitas diukur dengan indeks akuntabilitas Islam berbasis website. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa tingkat transparansi OPZ melalui pelaporan berbasis website adalah 6% OPZ transparan, 55% cukup transparan, 29% kurang transparan dan 10% tidak transparan. Tingkat akuntabilitas OPZ melalui pelaporan berbasis website adalah 13% OPZ akuntabilitasnya sangat tinggi, 16% tinggi, 7% menengah, 19% rendah, dan 45% sangat rendah. Masalah prioritas adalah kepatuhan terhadap peraturan dan hukum syariah dan strategi yang paling prioritas dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas OPZ melalui pelaporan berbasis website adalah standarisasi amil.

Ketiga belas, Penelitian yang dilakukan oleh Satria Wiranata²³ yang membahas pendekatan komunikasi yang digunakan oleh BAZNAS Kabupaten Rejang Lebong untuk melaksanakan program "Rejang Lebong Taqwa" dalam pengumpulan dan pengelolaan zakat yang bermanfaat di sektor dakwah. Berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, Kementerian Agama, dan organisasi keagamaan, terlibat dalam pendekatan penelitian kualitatif deskriptif ini, yang mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, pengamatan, serta dokumentasi. Temuan studi ini mengindikasikan bagaimana BAZNAS menerapkan media sosial, media massa, dan jangkauan komunitas untuk menerapkan strategi komunikasi berbasis dakwah. 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 pada pelaku dakwah di Kabupaten Rejang Lebong.

²³ Satria Wiranata, "Strategi Komunikasi BAZNAZ Dalam Program 'Rejang Lebong Taqwa' Untuk Penghimpunan Dan Pengelolaan Zakat Produktif Bidang Dakwah" (Tesis: UIN Sunan Kalijaga, 2024).

Keempat belas, Penelitian yang dilakukan oleh Mildawati et al²⁴ tentang isu Akuntabilitas dan Transparansi BAZNAS yang menjadi suatu masalah bagi masyarakat guna membayar zakat melalui lembaga zakat, khususnya di Zakat Mall, adalah kurangnya kepercayaan yang belum mampu diberikan oleh Pemerintah Kota Bone kepada masyarakat luas. Penelitian ini diarahkan untuk menelaah sejauh mana praktik transparansi serta akuntabilitas dalam pengelolaan dana zakat maal berkontribusi terhadap penguatan kepercayaan muzakki, mengingat kedua prinsip tersebut merupakan fondasi utama dalam membangun legitimasi publik. Kajian ini dilaksanakan pada Kantor Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Bone, Provinsi Sulawesi Selatan. Pendekatan yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yang meliputi pengamatan lapangan, wawancara mendalam, serta penelaahan dokumen yang relevan. Kurangnya kontak antara berbagai organisasi pengelola zakat di BAZNAS Kota Bone membuktikan bahwa masih terdapat kurangnya transparansi dalam pengelolaan dana zakat, menurut temuan penelitian tersebut. Dari segi akuntabilitas, Muzakki telah mendapat manfaat dari sistem SIMBA (Sistem Informasi Manajemen BAZNAS), yang sesuai dengan PSAK (Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan) 109.

Kelima belas, Penelitian yang dilakukan oleh Siti Hajar Tuanany et al²⁵ yang membahas tentang kurangnya kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat yang masih ada keraguan terkait transparansi, keamanan, dan keandalan pengelolaan zakat, terutama melalui platform digital serta rendahnya

²⁴ Mildawati, Ghina Raudatul Jannah, and Hartas Hasbi, “Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Zakat Mal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Lembaga Baznas Kota Bone Sulawesi Selatan,” *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisiplinier* 8, no. 12 (2024): 2118–7303.

²⁵ Siti Hajar Tuanany, Zulpahmi, and Arief Fitriyanto, “Pengaruh Digital Literacy Dan Persepsi Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan Fintech E-Zakat (Studi Kasus: Masyarakat Muslim Kota Jakarta),” *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman (JESM)* 3, no. 4 (2024): 190–200, <https://ejournals2.unmul.ac.id/index.php/JESM/article/view/1979>.

literasi digital masyarakat, banyak muzakki yang belum familiar atau percaya diri menggunakan layanan zakat berbasis *fintech* (*E-Zakat*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Komunitas Muslim di Kota Jakarta dijadikan populasi penelitian. Pengambilan sampel non-probabilitas bertujuan digunakan, dan ukuran sampel terdiri dari 250 responden. Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) dan alat analisis SmartPLS 3.0 digunakan dalam metode pengolahan dan analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa "Literasi Digital dan Persepsi Kepercayaan" secara signifikan dan positif memengaruhi keinginan warga Jakarta untuk menggunakan layanan *Fintech* *E-Zakat* dalam pembayaran zakat. Minat dalam membayar zakat ternyata sangat dipengaruhi oleh kedua faktor tersebut.

Keenam belas, Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rahma et al²⁶ yang membahas banyak organisasi pengelola zakat belum mengadopsi akuntansi zakat, infaq, dan sedekah, dan karena kurangnya studi tentang pelaporan keuangan akuntansi ini, maka perlu didiskusikan apakah sistem akuntansi ini layak diterapkan di LAZISMU. Penelitian ini dirancang untuk memetakan, mengevaluasi, serta mengkritisi berbagai kajian dan pemikiran yang telah dikembangkan oleh akademisi maupun praktisi terkait implementasi PSAK 109 tentang zakat, infaq, dan sedekah dalam penyusunan laporan keuangan. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui *systematic literature review*, sehingga analisis difokuskan pada sintesis temuan – temuan ilmiah yang relevan. Perolehan kajian mengindikasikan bahwasanya meskipun sebagian besar lembaga pengelola zakat telah mengadopsi PSAK 109, masih dijumpai sejumlah kendala dalam aspek pengukuran dan pengungkapan yang belum sepenuhnya selaras dengan ketentuan standar, terutama pada pencatatan penyaluran dana zakat, infaq, dan sedekah. Lembaga penghimpun zakat

²⁶ Dwi Rahma, Putri Maharani, and Marzadi Heki, "Dwi Rahma Analisis Penerapan PSAK 109 Zakat, Infaq, Sedekah Dalam Penyajian Laporan Keuangan," *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan* 2, no. 3 (2025): 794–806.

dituntut untuk melakukan konfirmasi atas penerimaan dana, sementara pihak penerima wajib mengakui dana tersebut sebagai liabilitas atau beban dalam laporan keuangannya. Selain itu, proses pemisahan antara infaq dan zakat dalam pencatatan arus penerimaan dan pengeluaran kerap menjadi lebih kompleks karena karakteristik keduanya yang relatif fleksibel dan tidak memiliki pembatasan penggunaan yang ketat.

Ketujuh belas, Penelitian yang dilakukan oleh Indri Dina Saputri et al²⁷ dalam rangka meningkatkan reputasi Badan Zakat Nasional (BAZNAS) di era media sosial, studi ini meneliti taktik komunikasi digital yang digunakan oleh organisasi tersebut. Untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap administrasi zakat, BAZNAS telah menerapkan strategi *Public Relations* berbasis digital sebagai respons terhadap meningkatnya tuntutan akan keterbukaan dan keterlibatan publik. Metodologi studi kualitatif deskriptif terdiri dari wawancara informan kunci dan analisis data dari dokumen resmi. Temuan mengindikasikan bahwasanya BAZNAS menggunakan bermacam teknik komunikasi digital, seperti mendirikan kantor digital, aktif menggunakan media sosial, serta secara terbuka memberikan laporan kepada publik. Taktik ini meningkatkan kredibilitas lembaga tersebut dan sangat meningkatkan kepercayaan publik. Namun, ditemukan bahwa variabel lain termasuk pendapatan dan tingkat kepercayaan terus berdampak pada kemampuan media sosial untuk memengaruhi niat pembayaran zakat. Berdasarkan hasil kajian tersebut, praktik komunikasi digital yang ditopang oleh trust menjadi elemen krusial dalam memperkuat *legitimacy* dan kredibilitas lembaga zakat pada konteks transformasi digital. Studi ini juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi BAZNAS perlu dikembangkan lebih lanjut dalam hal interaksi digital dan analisis data.

²⁷ Indri Dina Saputri et al., “Analisis Strategi Komunikasi Digital *Public Relations* BAZNAS Dalam Menumbuhkan Kredibilitas Di Era Media Sosial,” *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa* 2, no. 1 (2025): 1–7, <https://ejournal.amirulbangunbangsapublishing.com/index.php/jpnmb/index>.

Kedelapan belas, studi yang dilaksanakan oleh Huda²⁸ yang membahas terkait paradigma serta lingkungan pengelolaan zakat berubah pasca pandemi. Kebutuhan ini mendorong lembaga pengelola zakat di Indonesia untuk menerapkan pendekatan baru dan kreatif dalam administrasi zakat, termasuk pengumpulan, distribusi, dan penggunaan zakat serta struktur pengelolaannya. Metode pengumpulan zakat konvensional akan tergantikan oleh metode digital yang lebih mudah, cepat, dan transparan. Semakin banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan internet, sehingga donasi daring menjadi lebih mudah saat ini. Studi ini akan menghasilkan kemajuan ilmiah dan aplikasi yang bermanfaat dalam pengelolaan donasi zakat. Studi ini akan meneliti teknik penggalangan dana digital yang saat ini digunakan Muhammadiyah Jombang untuk membantu penggalangan dana zakat dan membuat rencana penggalangan dana digital yang efektif. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif dan bersifat kualitatif. Dengan kata lain, tujuan studi ini ialah guna mendeskripsikan bagaimana LAZISMU Jombang menggunakan penggalangan dana digital untuk mengumpulkan dana zakat dari muzaki, atau para pembayar zakat. Hasilnya adalah teknik penggalangan dana yang digunakan LAZISMU Jombang untuk mengumpulkan dana zakat, infaq, dan sedekah menggunakan cara organik, termasuk email kantor, pesan siaran WhatsApp, media sosial organik, dan optimasi mesin pencari (*Search Engine Optimization*).

Kesembilan belas, Penelitian yang dilakukan oleh Wafiq Ibnu Mubarok dan Rini Safitri²⁹ yang meneliti tentang ketidakmerataan distribusi pendapatan, yang telah meningkatkan jumlah individu yang hidup di bawah

²⁸ Fatkur Huda, “Strategi Digital Fundraising Dalam Peningkatan Zakat, Infaq, Dan Shadaqah Di Lazismu Jombang,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 115, <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12118>.

²⁹ Wafiq Ibnu Mubarok and Rini Safitri, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzaki Membayar Zakat,” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance* 5, no. 2 (2022): 474–79, [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).9951](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).9951).

garis kemiskinan, merupakan pokok bahasan studi ini. Zakat telah menjadi alat untuk mengurangi kemiskinan dalam menghadapi kesulitan ekonomi ini. Tujuan studi ini adalah untuk mengidentifikasi variabel – variabel yang paling mempengaruhi kemauan para pembayar zakat untuk membayar zakat, seperti pengetahuan, religiusitas, kepercayaan, dan pendapatan. Ukuran sampel untuk penelitian lapangan kuantitatif ini adalah 57 responden dari komunitas Muslim di Kabupaten Trenggalek. Regresi berganda, regresi parsial, regresi simultan, dan koefisien determinasi semuanya dilakukan menggunakan SPSS. Hasil uji yang belum lengkap dalam studi ini menerapkan bahwasanya kepercayaan serta pendapatan zakat mempunyai dampak positif yang cukup besar terhadap minat para pembayar zakat, sedangkan pengetahuan dan agama tidak. Penilaian serentak menunjukkan bahwa minat para pembayar zakat dipengaruhi oleh pendapatan, pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan mereka.

Kedua puluh, Penelitian yang dilakukan oleh Sulistyandari³⁰ yang membahas langkah – langkah untuk meningkatkan penggalangan dana zakat di Kabupaten Bengkalis. Wawancara, observasi, dokumentasi, dan tinjauan pustaka digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian kualitatif ini yang menggunakan metode deskriptif. Berdasarkan temuan penelitian, Badan Zakat Nasional Kabupaten Bengkalis menggunakan berbagai strategi guna menumbuhkan jumlah dana zakat yang terkumpul. Strategi – strategi tersebut meliputi peningkatan kerja sama dengan lembaga pemerintah, peningkatan frekuensi sosialisasi dengan pelaksanaan seminar serta lokakarya zakat, peningkatan kompetensi relawan, UPZ (Unit Pengumpul Zakat), serta sumber daya manusia amil, serta pengembangan sistem Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk pengelolaan zakat. Sementara itu, ketidaktahuan masyarakat tentang zakat dan ketidakpercayaan terhadap Badan Zakat Nasional Kabupaten Bengkalis merupakan tantangan yang ada. Transparansi

³⁰ Sulistyandari, “Strategi Peningkatan Pertumbuhan Dana Zakat Pada LAZ Di Bengkalis,” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (2020): 347–59.

dalam pengelolaan, seperti modernisasi pengelolaan dan publikasi, adalah salah satu strategi yang digunakan oleh BAZNAS Kabupaten Bengkalis untuk mengatasi tantangan tersebut.

Dari berbagai penelitian dan literatur yang telah dikaji, penelitian ini didasarkan pada sejumlah persamaan dan perbedaan. Persamaan utama terletak pada pentingnya pola komunikasi, transparansi, dan akuntabilitas dalam membangun dan meningkatkan kepercayaan publik pada lembaga pengelola dana zakat, infaq, serta sedekah, termasuk Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta. Penelitian – penelitian sebelumnya menegaskan bahwa kepercayaan publik sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi yang dilakukan lembaga, baik dalam hal penyampaian informasi maupun keterbukaan dalam pengelolaan dana. Meskipun demikian, terdapat berbagai variasi dalam pendekatan dan fokusnya. Beberapa temuan lebih menitikberatkan pada masalah – masalah sebagai faktor utama pembentuk kepercayaan, sementara penelitian lain lebih menyoroti aspek komunikasi strategis sebagai upaya membangun citra dan meningkatkan partisipasi masyarakat. Selain itu, konteks geografis dan karakteristik masyarakat di Yogyakarta memberikan nuansa tersendiri yang perlu diperhatikan dalam mengkaji pola komunikasi BMM Yogyakarta.

Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengintegrasikan kedua aspek tersebut, yaitu komunikasi organisasi dan pengelolaan dana yang akuntabel, guna menyampaikan pemahaman yang lebih mendalam terkait bagaimana strategi komunikasi BMM Yogyakarta dapat berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan publik. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru sekaligus menjawab kekosongan yang ada dalam penelitian sebelumnya.

Tabel 1. 1 Penelitian Sejenis dan Relevan

| No | Judul/Peneliti/ Tahun | Masalah Penelitian | Teori | Metode Penelitian | Temuan Penelitian |
|----|--|---|---|-----------------------------------|--|
| 1. | “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas | Mengkaji dan menganalisis sejauh mana | Teori kepercayaan (<i>Trust Theory</i>) | Kuantitatif (<i>Regresi</i>) | Pentingnya kepercayaan dan pelayanan |

| | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|
| | Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Membayar ZIS di LAZ Rumah Zakat Pusat” Abdullah Mushlihuddin Khalwani (2024) | kepercayaan serta kualitas pelayanan berpengaruh pada minat masyarakat dalam membayar zakat, infak, serta sedekah (ZIS) di LAZ Rumah Zakat Pusat | dan teori kualitas pelayanan (<i>Service Quality Theory</i>) | Linear Berganda) | berkualitas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar ZIS. Kepercayaan dibangun melalui integritas, transparansi, dan akuntabilitas lembaga |
| 2. | “Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyaluran Dana Zakat (Studi Kasus Baznas Kota Pekanbaru)” Josse Andrea Putra dan Deni Irawan (2023) | Tingkat kepercayaan masyarakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Pekanbaru dalam mewujudkan kesejahteraan dan keadilan sosial, serta pentingnya menjaga kepercayaan publik dalam pengelolaan dana umat | Teori kepercayaan (<i>Trust Theory</i>) | Kuantitatif deskriptif dengan metode survey (Studi Kasus) | Kepercayaan masyarakat merupakan variabel kunci dalam keberhasilan lembaga zakat. Meski masih terdapat beberapa keterbatasan dari sisi metodologis dan analisis |
| 3. | “Transparansi dan Akuntabilitas: Kunci Utama dalam Membangun Kepercayaan Muzaki terhadap LAZIS” | Tentang bagaimana “transparansi” dan “akuntabilitas” laporan keuangan berpengaruh terhadap “kepercayaan muzaki” terhadap lembaga amil | Teori keagenan (<i>Agency Theory</i>) serta Teori legitimasi (<i>Legitimacy Theory</i>) | Kuantitatif (Regresi Linear Berganda) | Transparansi maupun akuntabilitas mempunyai dampak positif serta signifikan pada tingkat kepercayaan muzaki |

| | | | | | |
|----|---|---|--|---|---|
| | Roli Apriyansyah (2024) | zakat (LAZIS), khususnya di Kota Mataram | | | |
| 4. | “Membangun Kepercayaan Masyarakat: Strategi Komunikasi Organisasi BAZNAS Sumatera Utara dalam Penghimpunan Zakat” Azrai Harahap & Syukur Kholil (2024) | Berfokus pada strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh BAZNAS Sumatera Utara dalam usaha untuk membangun kepercayaan masyarakat dan mendorong partisipasi dalam pengumpulan zakat | Teori kredibilitas sumber (<i>Source Credibility Theory</i>) | Kualitatif (Studi Kasus), Wawancara | Strategi komunikasi organisasi yang efektif, kredibel, dan transparan memiliki peran yang sangat penting dalam memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS Sumatera Utara |
| 5. | “Lika – Liku Dalam Membangun Kepercayaan Muzakki terhadap Lembaga Amil Zakat” Arif Luthfianto dkk (2024) | Mengkaji pentingnya kepercayaan muzakki (pemberi zakat) terhadap lembaga amil zakat, dan bagaimana kepercayaan tersebut dapat dibangun dan dipertahankan oleh lembaga – Lembaga pengelola zakat | Teori kepercayaan (<i>Trust Theory</i>) dan Teori akuntabilitas (<i>Accountability Theory</i>) | Kualitatif (Studi Kepustakaan) | Akuntabilitas dan transparansi adalah kunci utama dalam membangun kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat |
| 6. | “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)” | Tentang mengetahui sejauh mana “kepercayaan masyarakat memengaruhi keputusan membayar zakat” melalui BAZNAS | Teori kepercayaan (<i>Trust Theory</i>) | Kuantitatif Asosiatif (mengukur hubungan antara dua variabel: kepercayaan dan keputusan | Kepercayaan berdampak signifikan serta positif pada ketetapan muzakki dalam membayar zakat melalui BAZNAS. Faktor – seperti |

| | | | | | |
|----|--|---|---|---|--|
| | Ade Elpina dan Haniah Lubis (2022) | | | membayar zakat) | transparansi pengelolaan, akuntabilitas pelaporan, modernisasi manajemen, serta sosialisasi dan publikasi aktif di media sosial ditekankan sebagai strategi membangun kepercayaan publik |
| 7. | “Analisis Akuntabilitas, Transparansi dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara” Solahuddin Tanjung, Marliyah, dan Yenni Samri Juliati Nasution (2022) | Menganalisis dampak akuntabilitas, transparansi, dan kepercayaan pada minat masyarakat dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara. Menilai apakah ketiga variabel ini berdampak baik secara “parsial” maupun “simultan” terhadap minat membayar zakat | Teori akuntabilitas (<i>Accountability Theory</i>) dan Teori minat (<i>Interest Theory</i>) | Kuantitatif (Regresi Linear Berganda) | Akuntabilitas dengan faktor paling dominan dalam membentuk minat masyarakat. Masyarakat menginginkan adanya pertanggung jawaban yang jelas dan dapat diakses terhadap dana yang disalurkan |
| 8. | “Strategi Pengelolaan Dana Zakat, Infaq dan Shadaqah | Mengeksplorasi strategi pengelolaan dana zakat, infaq, serta | Teori kepercayaan (<i>Trust Theory</i>) | Kualitatif dengan pendekatan kajian Pustaka | Pengumpulan lebih efektif bila ada sosialisasi intensif, digitalisasi zakat, |

| | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|
| | (ZIS) Pada Lembaga Pengelola Zakat” Zakiul Fuady Muhammad Daud (2023) | sedekah (ZIS), meliputi: Pengumpulan dana, administrasi dan distribusi | | | crowdfunding, integrasi dengan masjid, dan strategi funding officer. Kepercayaan publik meningkat jika lembaga zakat dikelola secara transparan, akuntabel, berbasis IT, serta amil yang profesional. Model distribusi produktif (bukan hanya konsumtif) lebih berdampak pada kesejahteraan mustahik |
| 9. | “Analisis Peran Media Sosial dalam Penghimpunan dan Pelaporan Dana ZIS Kepada Muzakki Studi Kasus Lazismu Kabupaten Pati” Andrean Fajar Subkhan (2023) | Peranan media sosial dalam penghimpunan dan pelaporan dana ZIS kepada muzakki lazismu pati | Teori komunikasi pemasaran digital (<i>Digital Marketing Communication Theory</i>) | Kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi | Pemanfaatan media sosial mendorong peningkatan efektivitas dalam penghimpunan dana ZIS, sekaligus menyederhanakan mekanisme penyampaian laporan kepada para muzakki. Melalui kanal digital tersebut, transparansi pengelolaan dana dapat ditingkatkan karena donatur memperoleh akses informasi yang lebih jelas mengenai alokasi serta penggunaan |

| | | | | | |
|-----|--|--|--|--|---|
| | | | | | kontribusi yang telah mereka salurkan. |
| 10. | “Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan dan Pengelola Zakat Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu” Hendri, Yuli Yusnita (2024) | Dampak transparansi laporan keuangan serta kualitas pengelola zakat pada tingkat kepercayaan (loyalitas) muzakki pada BMH Bengkulu | Teori keagenan (<i>Agency Theory</i>) | Kuantitatif, Analisis Statistik Deskriptif, Regresi Berganda | Transparansi laporan keuangan berdampak positif signifikan pada kepercayaan muzakki ($p = 0,010$). Pengelola zakat (kompetensi/profesionalisme) juga berpengaruh positif signifikan |
| 11. | “Strategi Kampanye Zakat pada Akun Instagram @Dompet DhuafaOrg” Rahmi Hubbaka et al (2025) | Taktik storytelling, elemen interaktif, hashtag campaign untuk menjangkau generasi muda | Teori komunikasi pemasaran sosial (<i>Social Marketing Theory</i>) | Kualitatif: Analisis Isi, Observasi Engagement | Konten storytelling dan fitur interaktif (story, live, testimonial) signifikan meningkatkan awareness dan partisipasi |
| 12. | “Analisis Pelaporan Berbasis Website untuk Peningkatan Transparansi dan Akuntabilitas Organisasi Pengelola Zakat” Yessi Fitri (2024) | Sejauh mana komunikasi OPZ dalam laporan kegiatan dan keuangan melalui website; rekomendasi standardisasi pelaporan | Teori analisis konten (<i>Content Analysis</i>) | Analisis isi situs web + prioritas strategi (ANP dalam beberapa studi) | Banyak OPZ masih pada level “cukup/kurang” transparan; standardisasi dan peningkatan konten web dipandang prioritas untuk membangun kepercayaan |

| | | | | | |
|-----|---|---|--|--|--|
| 13. | “Strategi Komunikasi BAZNAS dalam Program “Rejang Lebong Taqwa” untuk Penghimpunan dan Pengelolaan Zakat Produktif Bidang Dakwah” Satria Wiranata (2024) | Perencanaan pesan, penggunaan multi – kanal (media massa, sosial, tokoh agama) dalam program penghimpunan zakat | Teori analisis konten (<i>Content Analysis</i>) dan Teori Akuntabilitas (<i>Accountability Theory</i>) | Kualitatif Deskriptif | Pendekatan bauran kanal dan pelibatan tokoh agama meningkatkan jangkauan dan partisipasi masyarakat |
| 14. | “Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Zakat Mal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Lembaga Baznas Kota Bone Sulawesi Selatan” Mildawati et al (2024) | Implementasi standar akuntansi zakat Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK 109) dan sistem informasi pelaporan | Teori analisis hirarki (<i>Hierarchy Analysis</i>) | Kualitatif: Studi Kasus | Kepatuhan terhadap PSAK 109 dan sistem pelaporan meningkatkan persepsi akuntabilitas menguatkan trust muzakki |
| 15. | “Pengaruh <i>Digital Literacy</i> dan Persepsi Kepercayaan Muzakki terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan Fintech E- | Pengaruh literasi digital dan persepsi keamanan/ kepercayaan pada minat membayar zakat via aplikasi/fintech | Teori literasi digital (<i>Digital Literacy</i>) dan teori kepercayaan (<i>Trust Theory</i>) | Kuantitatif: Analisis Regresi Berganda | Kepercayaan dan literasi digital berpengaruh positif pada niat bayar zakat online; faktor komunikasi keamanan sangat penting |

| | | | | | |
|-----|---|---|--|-----------------------|--|
| | Zakat (Studi Kasus: Masyarakat Muslim Kota Jakarta)” Siti Hajar et al (2024) | | | | |
| 16. | “Analisis Penerapan PSAK 109 Zakat, Infaq, Sedekah Dalam Penyajian Laporan Keuangan” Dwi Rahma (2025) | Teknik komunikasi fundraising melalui Instagram & <i>community outreach</i> di Yogyakarta | Teori <i>Systematic Literature Review (SLR)</i> | Kualitatif Deskriptif | Pengelolaan konten yang terstruktur, penggunaan testimoni dan dokumentasi penyaluran, serta interaksi rutin meningkatkan kepercayaan calon donatur & <i>engagement</i> |
| 17. | “Analisis Strategi Komunikasi Digital <i>Public Relations</i> BAZNAS dalam Menumbuhkan Kredibilitas di Era Media Sosial” Indri Dina et al (2025) | Strategi komunikasi digital (kantor digital, konten, interaksi publik) BAZNAS dalam membangun kredibilitas dan kepercayaan public | Teori komunikasi digital (<i>Digital Communication Theory</i>) | Kualitatif Deskriptif | Pemanfaatan aktif media sosial, penyajian laporan publik (laporan keuangan/ penyaluran) dan <i>engagement audience</i> meningkatkan persepsi transparansi dan kredibilitas; digital PR efektif memperkuat trust jika disertai bukti nyata penyaluran |
| 18. | “Strategi Digital Fundraising dalam Peningkatan Zakat, Infaq dan Shadaqah di Lazismu Jombang” | Strategi digital fundraising oleh Lazismu Jombang untuk menghimpun ZIS melalui metode organik seperti SEO, media sosial organik, email, | Teori <i>Digital Fundraising</i> | Kualitatif Deskriptif | Pendekatan digital yang terintegrasi, dengan pesan terstruktur dan personalisasi lewat WhatsApp, efektif meningkatkan partisipasi |

| | | | | | |
|-----|--|---|---|---|---|
| | Fatkur Huda (2024) | dan <i>WhatsApp broadcast</i> | | | donatur dalam ZIS. Transparansi platform dan konten meningkatkan kepercayaan |
| 19. | “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzaki Membayar Zakat” Wafiq Ibnu Mubarok & Rini Safitri (2022) | Menentukan dampak pengetahuan, religiusitas, kepercayaan (<i>Trust</i>), serta pendapatan terhadap minat muzakki untuk menunaikan zakat | Teori kepercayaan (<i>Trust Theory</i>) | Kuantitatif Lapangan dengan Analisis Regresi Berganda | Pengetahuan dan religiusitas saja tidak signifikan; <i>trust</i> dan pendapatan mempunyai dampak positif signifikan baik secara parsial maupun simultan |
| 20. | “Strategi Peningkatan Pertumbuhan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Bengkalis” Sulistyandari (2020) | Strategi BAZNAS Bengkalis untuk meningkatkan penghimpunan dana zakat melalui berbagai pendekatan | Teori manajemen strategi (<i>Strategic Management Theory</i>) | Kualitatif deskriptif | Strategi mencakup kolaborasi dengan instansi pemerintah, intensifikasi sosialisasi (seminar/ workshop), peningkatan kompetensi SDM, dan modernisasi melalui sistem ICT. Hambatan utama adalah kurangnya pemahaman dan kepercayaan masyarakat, yang diatasi lewat transparansi pengelolaan dan publikasi |

Adanya informasi dan hasil yang bervariatif dalam temuan penelitian sebelumnya, misalnya penelitian Zakiul Fuadi Muhammad Daud yang

menunjukkan kepercayaan publik meningkat jika lembaga zakat dikelola secara transparan, akuntabel, berbasis IT, serta amil yang profesional, sementara penelitian Fatkur Huda mendapatkan hasil bahwa pendekatan digital yang terintegrasi, dengan pesan terstruktur dan personalisasi lewat *WhatsApp*, efektif meningkatkan partisipasi donatur dalam ZIS. Transparansi platform dan konten meningkatkan kepercayaan. Perbedaan ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti jenis upaya yang dilakukan (dengan komunikasi dan interaksi yang berbeda), demografi dan karakteristik objek penelitian, serta metodologi penelitian yang diterapkan. Hal ini semakin memperkuat urgensi dilakukannya penelitian lebih lanjut yang lebih spesifik pada konteks tertentu, seperti pola komunikasi seperti apa yang cocok di implementasikan dari BMM Yogyakarta dalam mendapatkan kepercayaan publik. Diharapkan bahwa pemahaman yang lebih tepat dan relevan akan dihasilkan dari temuan – temuan yang lebih kontekstual.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN, akan menjelaskan beberapa poin dari penelitian ini, dimulai dari latar belakang masalah tentang bagaimana pola komunikasi yang digunakan BMM Yogyakarta untuk meningkatkan kepercayaan publik yang dalam hal ini ada kaitannya dengan pengelolaan dana zakat, infaq, serta sedekah, serta bagaimana tingkat kepercayaan itu diperoleh dari pihak mitra, donator kepada BMM Yogyakarta. Bab ini juga terdapat rumusan masalah, tujuan, serta kegunaan penelitian baik secara teoretis maupun praktis, tinjauan penelitian terdahulu untuk mengetahui posisi dan kebaruan riset pada penelitian ini.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR, Bagian ini akan menyajikan beberapa hal yaitu kerangka teori, kerangka berpikir yang menjelaskan tentang beberapa hal terkait dari judul penelitian, serta merumuskan penelitian melalui beberapa teori dan argumen dari peneliti, secara rinci baik dari penelitian terdahulu hingga saat ini.

BAB III METODE PENELITIAN, akan menjelaskan secara rinci tahapan teknis penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan

sosiometri. Pada bagian ini akan menetapkan subjek penelitian, yaitu responden sebanyak 30 orang yang terdiri dari 5 orang pihak internal BMM Yogyakarta dan 25 orang dari mitra dan donatur dengan menggunakan teknik analisis jaringan dan sosiometri yang akan di visualkan melalui sosiogram. Selanjutnya, diuraikan teknik pengumpulan data melalui angket. Bab ini juga akan mendefinisikan variabel – variabel penelitian Pola Komunikasi, Kepercayaan Publik, Pengelolaan Dana Zakat, Infaq, dan Sedekah, Pengelolaan Dana Sebagai Inovasi serta Baitul Maal Muamalat Yogyakarta.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, pada bagian ini, terdapat laporan yang akan menyajikan deskripsi data, hasil analisis sosiometri, serta pembahasan mendalam yang menginterpretasikan temuan – temuan tersebut dengan mengaitkannya pada landasan teori dan penelitian sebelumnya.

BAB V PENUTUP, akan merangkum keseluruhan hasil penelitian dalam bentuk kesimpulan, mengemukakan keterbatasan yang ada, serta memberikan saran – saran praktis dan akademis untuk penelitian selanjutnya. Terakhir, laporan ini akan dilengkapi dengan Daftar Pustaka dan Lampiran – lampiran yang relevan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan temuan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola komunikasi yang terbentuk dalam jaringan komunikasi *stakeholder* Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta menunjukkan karakter terpusat dengan aliran komunikasi yang dominan bersifat searah. Pola ini terlihat dari posisi aktor internal yang menempati pusat jaringan dan menjadi rujukan utama dalam penyampaian informasi, sementara aktor lain berada pada posisi penerima komunikasi dengan intensitas hubungan yang tidak merata. Data sosiogram menunjukkan bahwa hubungan komunikasi lebih banyak berupa pilihan satu arah dan minim hubungan timbal balik, sehingga tidak terbentuk klik komunikasi yang kuat antaraktor. Kondisi ini menggambarkan bahwa pola komunikasi yang terjadi bersifat formal dan struktural, di mana aliran informasi dikendalikan oleh aktor pusat dan belum berkembang menjadi pola komunikasi yang terbuka serta dialogis. Dengan demikian, pola komunikasi dalam jaringan komunikasi *stakeholder* BMM Yogyakarta berfungsi efektif sebagai sarana penyebaran informasi, namun belum sepenuhnya mendorong interaksi dua arah dan keterlibatan aktif antaraktor dalam jaringan komunikasi.
2. Hasil dari analisis tingkat keterhubungan klik dalam jaringan komunikasi *stakeholder* Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta masih tergolong rendah. Hal ini ditunjukkan oleh minimnya hubungan komunikasi timbal balik antaraktor serta tidak terbentuknya kelompok komunikasi (klik) yang kuat dan stabil dalam jaringan. Sebagian besar hubungan komunikasi berlangsung secara satu arah dan terpusat pada aktor inti, sehingga interaksi antaraktor di luar pusat jaringan relatif terbatas. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa rendahnya keterhubungan klik

berdampak pada tingkat keterbukaan jaringan komunikasi yang belum optimal. Jaringan komunikasi cenderung bersifat struktural dan tertutup dalam praktik interaksi, meskipun secara formal melibatkan berbagai aktor. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pertukaran informasi dan makna antaraktor belum berlangsung secara intensif, sehingga jaringan komunikasi belum berkembang menjadi jaringan yang terbuka dan partisipatif. Dengan demikian, keterhubungan klik yang rendah mencerminkan keterbatasan dalam keterbukaan jaringan komunikasi stakeholder BMM Yogyakarta.

3. Hasil analisis data dan pembahasan penelitian, komunikasi dalam jaringan *stakeholder* Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta memiliki peran khusus dalam meningkatkan kepercayaan publik, yaitu sebagai penyampai informasi resmi, pengendali konsistensi pesan, dan pembentuk kepercayaan awal publik. Peran komunikasi sebagai penyampai informasi resmi tercermin dari pola komunikasi terpusat, di mana aktor internal BMM menjadi sumber utama informasi terkait program, pengelolaan dana, dan pertanggungjawaban lembaga. Kondisi ini membuat publik menjadikan lembaga sebagai rujukan informasi yang sah dan kredibel. Selain itu, komunikasi berperan sebagai pengendali konsistensi pesan, karena informasi yang disampaikan berasal dari pusat komunikasi yang sama dan disalurkan secara terstruktur. Konsistensi tersebut mengurangi ketidakpastian informasi dan membentuk persepsi keteraturan serta profesionalisme lembaga, yang secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan publik. Berdasarkan hasil pembahasan, peran ini efektif dalam menjaga stabilitas kepercayaan publik terhadap lembaga. Komunikasi juga berperan sebagai pembentuk kepercayaan awal (*initial trust*). Informasi yang disampaikan secara konsisten dari sumber yang memiliki otoritas meningkatkan penerimaan awal publik terhadap praktik dan kebijakan yang dijalankan oleh BMM Yogyakarta.

B. Saran

1. Baitul Maal Muamalat

Meningkatkan konsistensi transparansi informasi dengan menjaga konsistensi, baik dari segi informasi terkait pengelolaan dana zakat, infaq, dan sedekah dengan berbagai saluran komunikasi. Memberikan laporan, mempermudah akses, karena hal ini akan memperkuat persepsi keterbukaan lembaga dalam meningkatkan kepercayaan publik.

Memanfaatkan media digital sebagai sarana informasi yang cepat dan akurat, BMM disarankan untuk mengembangkan strategi komunikasi digital yang lebih terintegrasi. Hal ini dapat dilakukan memanfaatkan fitur interaktif seperti *live update*, *Q&A*, dan *storytelling* program pemberdayaan.

Memperkuat hubungan dan komunikasi interpersonal antara amil, mitra, dan donatur yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan kepercayaan. Oleh karena itu, BMM perlu meningkatkan kapasitas SDM dalam hal kemampuan komunikasi, pelayanan, serta etika profesional dan memperluas jaringan kemitraan komunikasi dengan berbagai *stakeholder* baik pemerintah, lembaga pendidikan, komunitas lokal, maupun media supaya memperluas jangkauan informasi dan mempercepat distribusi pesan dakwah maupun laporan pengelolaan dana ZIS. Kolaborasi ini juga dapat meningkatkan kredibilitas lembaga di mata publik.

2. Masyarakat (Mitra dan Donatur)

Meningkatkan partisipasi dalam akses informasi terhadap mitra dan donatur supaya lebih aktif dalam mencari informasi terkait program – program BMM, baik melalui media digital maupun komunikasi langsung. Partisipatif akan membantu terciptanya hubungan komunikatif dua arah yang lebih sehat. Membangun pola komunikasi responsif dengan Lembaga publik untuk memberikan umpan balik secara konstruktif terhadap pelayanan dan transparansi yang diberikan BMM. Interaksi yang terbuka

antara muzaki dan lembaga dapat membantu BMM memperbaiki pola komunikasi serta meningkatkan kualitas pengelolaan dana ZIS.

3. Peneliti Selanjutnya

Mengembangkan variabel dan model penelitian selanjutnya agar dapat memperluas variabel, misalnya menambahkan literasi digital, budaya organisasi, kepemimpinan komunikasi, atau efektivitas strategi komunikasi digital sehingga menghasilkan kajian yang lebih komprehensif. Menggunakan metode atau pendekatan yang berbeda untuk melihat dinamika komunikasi BMM dalam lanskap digital secara lebih mendalam. Memperluas lokasi dan responden penelitian mengingat BMM memiliki jaringan nasional, penelitian selanjutnya dapat melibatkan kantor BMM di berbagai wilayah Indonesia untuk mendapatkan gambaran pola komunikasi yang lebih luas dan representatif.

C. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini telah berupaya menggambarkan pola komunikasi dalam meningkatkan kepercayaan publik pada pengelolaan dana zakat, infaq, dan sedekah di Baitul Maal Muamalat (BMM) Yogyakarta, namun peneliti menyadari bahwa terdapat sejumlah keterbatasan yang memengaruhi keluasan dan kedalaman hasil penelitian seperti ruang lingkup lokasi penelitian hanya dilakukan pada satu lokasi BMM Yogyakarta, yaitu pada cabang tertentu yang menjadi fokus penelitian.

Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian relatif terbatas, khususnya dari kategori amil dan mitra maupun donatur yang hanya terdiri dari beberapa orang. Hal ini membuat representasi informasi dari sisi internal lembaga masih terbatas. Penggunaan metode ini dapat menimbulkan bias subjektivitas responden, terutama ketika mereka memberikan jawaban yang dianggap “aman” atau sesuai harapan sosial (*social desirability bias*). Selain itu, keterbatasan waktu penelitian menyebabkan peneliti tidak dapat melakukan observasi mendalam secara berkelanjutan terhadap aktivitas komunikasi internal maupun eksternal lembaga.

Keterbatasan akses terhadap dokumen dan data internal terkait strategi komunikasi, laporan teknis, serta data operasional yang lebih detail tidak dapat diakses sepenuhnya karena kebijakan kerahasiaan lembaga. Kondisi ini membatasi peneliti dalam memahami pola komunikasi organisasi secara menyeluruh, khususnya yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan dan mekanisme koordinasi internal.

Keterbatasan analisis pada aspek komunikasi digital, Meskipun BMM Yogyakarta telah menggunakan media digital sebagai salah satu sarana komunikasi dengan publik, penelitian ini belum sepenuhnya menggali analisis mendalam terhadap seluruh platform digital yang digunakan, seperti aktivitas media sosial secara kuantitatif, analisis konten, dan alur komunikasi digital. Keterbatasan ini membuat pemahaman mengenai efektivitas komunikasi digital masih belum sepenuhnya komprehensif.

Keterbatasan perspektif *stakeholder* yang diteliti, penelitian ini lebih banyak berfokus pada pola komunikasi antara lembaga dan para muzaki/mitra. Sementara itu, perspektif *stakeholder* lain seperti pemerintah daerah, tokoh agama, komunitas lokal, dan media belum digali secara mendalam. Padahal, pihak – pihak tersebut berpotensi memberikan pandangan penting mengenai bagaimana komunikasi BMM Yogyakarta mempengaruhi reputasi dan kepercayaan publik secara lebih luas. Dan yang terakhir waktu atau durasi penelitian yang relatif singkat membuat peneliti belum dapat memotret dinamika komunikasi lembaga dalam jangka panjang.

Daftar Pustaka

- Ajami, Nuha. "Populasi Dan Sampel." *Ejournal* 2, no. 2 (2020): 1–6.
- Amaliya, Nashiroh Dini. "Peran Komunikasi Dalam Pendidikan." *Journal Of Educational Technology* 1, no. 1 (2025). <https://journal.uinsu.ac.id/index.php/jedutech/article/view/10>.
- Andrea, Josse. "Website : <Https://Journal.Unilak.Ac.Id/Index.Php/Respublica> Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyaluran Dana Zakat (Studi Kasus Baznas Kota Pekanbaru) Di Indonesia , Zakat Tidak Hanya Diatur Oleh Agama , Tetapi Juga Sudah Diserap Dalam Hukum Negara.," 2023, 130–45.
- Andri Purwanugraha, Popy Nur Elisa Anggy Giri Prawiyogi Tia Latifatu Sadiyah. "Penggunaan Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa Di Sekolah Dasar." *Jurnal Basicedu* 5, no. 1 (2021): 446–52.
- Apriyansyah, Roli. "Transparansi Dan Akuntabilitas : Kunci Utama Dalam Membangun Kepercayaan Muzaki Terhadap LAZIS." *Jamek (Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Dan Kewirausahaan)* 04, no. 02 (2024): 140–47.
- Benny S. Pasaribu, Atty Herawati, Kabul Wahyu Utomo, and Rizqon Halal Syah Aji. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis. UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*, 2022. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi_Penelitian.pdf.
- Caniago, Aspizain. "Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Lentera Bisnis* 11, no. 3 (2022): 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>.
- Cindoswari, Ageng Rara. "Analisis Struktur Jaringan Komunikasi Dalam Adaptasi Ekonomi, Sosial Dan Budaya Pada Paguyuban Babul Akhirat Di Kota Batam," 2016.
- Daud, Z F M. "Strategi Pengelolaan Dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah (ZIS) Pada Lembaga Pengelola Zakat." *El-Wasathy: Journal of Islamic Studies* 1, no. 2 (2023): 186–202. <https://doi.org/10.61693/elwasathy.vol12.2023.186-202>.
- Dianita, Retha, Jumrahayani, and Alfauzan Amin. "Proses Keputusan Inovasi Program Bahan Ajar Buku Saku Takhasus Di SD Islam Plus Karakter." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5, no. 2 (2023): 4215–27.
- Dytihana, Zahra Aqilah, Yetty Sembiring, Rozali Ilham, and Fitri Yul Dewi Marta. "Penerapan Teori Difusi Inovasi Pada Pembaruan Website Kecamatan Tanjung Raya Untuk Membangun Platform Smart Dan Partisipatif." *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau* 5, no. 1 (2025): 19–31.
- Effendy, OU. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek.* Bandung: Remaja Rosdakarya., 2003.
- Elpina, Ade, and Haniah Lubis. "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas)." *Journal of Sharia and Law* 1, no. 1 (2022): 35–50.

- [https://finansial.bisnis.com/read/20210301/231/1362228/potensi-zakat-.](https://finansial.bisnis.com/read/20210301/231/1362228/potensi-zakat-)
- Firdausi, Zid Hartsa. "Penyaluran Dana Zakat Melalui Beasiswa Di Baitul Maal Muamalat." *Az Zarqa'* 10, no. 1 (2018): 51–72.
- Fitri, Yessi, Rini Rini, and Amilin Amilin. "Transparansi Dan Akuntabilitas Organisasi Pengelola Zakat." *Jurnal Bimas Islam* 17, no. 1 (2024): 215–43. <https://doi.org/10.37302/jbi.v17i1.1013>.
- Ghayati, Rahmi Hubbaka, Lathifa Prima Ghanistyana, Neneng Widya Nengsih, and Eka Septika. "Strategi Kampanye Zakat Pada Akun Instagram @ DompetDhuafaOrg" 4, no. 2 (2025): 315–25. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4316>.
- Gischa, Serafica. "Pengertian Ilmu Sosiometri, Ruang Lingkup Dan Tujuannya." *Kompas.com*, 2022. https://www.kompas.com/skola/read/2022/07/05/150000369/pengertian-ilmu-sosiometri-ruang-lingkup-dan-tujuannya?utm_source.
- Hanafi, Abdillah. *Memasyarakatkan Ide-Ide Baru*. Edited by Alwan Bukhori. 3rd ed. Surabaya: Usaha Nasional - Surabaya - Indonesia, 1986. <https://id.scribd.com/document/919791029/Memasyarakatkan-Ide-Ide-Baru-Abdillah-Hanafi-z-lib-org>.
- Harahap, Azrai, and Syukur Kholil. "Membangun Kepercayaan Masyarakat Strategi Komunikasi Organisasi BAZNAS Sumatera Utara Dalam Penghimpunan Zakat." *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 10 (2024): 4337–51. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i10.2765>.
- Harahap, Fachry Fauzy, Fatimah Lubis, Mita Fitria, Nora Khairani, Islam Negeri, and Sumatera Utara. "Jenis Dan Karakteristik Inovasi Pembelajaran." *Jurnal Pendidikan Dan Riset* 1, no. 2 (2023): 82–90.
- Hasanah, Hasyim. "Teknik - Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)." *Jurnal At-Taqaddum* 8, no. 1 (2016): 21–46.
- Hendri, Hendri, and Yuli Yusnita. "Pengaruh Laporan Keuangan Dan Pengelola Zakat Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Baitul Maal Hidayatullah Bengkulu." *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business* 4, no. 2 (2024): 539–54. <https://doi.org/10.54373/ifi Jeb.v4i2.1234>.
- Huda, Fatkur. "Strategi Digital Fundraising Dalam Peningkatan Zakat, Infaq, Dan Shadaqah Di Lazismu Jombang." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 115. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12118>.
- Ibnu Mubarok, Wafiq, and Rini Safitri. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzaki Membayar Zakat." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5, no. 2 (2022): 474–79. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).9951](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).9951).
- Ibrahim. "Kepercayaan Publik Pada Program Bantuan Modal Bagi Pelaku Usaha Ekonomi Produktif Di Desa Manggalung Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep." *Tesis* 3, no. 5 (2021): 130.

- Juwita, Rina, Muhammad Taqiyuddin, Syarifah Syarifah, Ivan Sunata, Ummy Chairiyah, Dina Carolina Hapsari, Hayu Lusianawati, Endah Andriani Pratiwi, and Emmy Hamidah. *TEORI-TEORI Komunikasi*, 2024.
- Khalwani, Abdullah Mushlihuddin. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar ZIS Di LAZ Rumah Zakat Pusat." *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal* 4, no. 1 (2024): 18–31. <https://doi.org/10.15575/likuid.v4i1.28124>.
- Kiswanto, Anggita May Putri, Marissa Krianayanti Bunga Putri, Vivi Charunia Wati, Regi Rizki Fauzi, and Irvan Arif Kurniawan. "Inovasi Layanan Kependudukan Melalui Program Jemput Bola Di Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kabupaten Tangerang." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 2 (2025): 407–15. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v5i2.6963>.
- Kusumajaya, Robby Andika, Puteri Anindya Maulan, and Muhamat Maulana Akbar. "Pemetaan Interaksi Jaringan Perilaku Knowledge Sharing Peserta Didik Melalui Social Network Analysis (SNA)." *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (Dinamika)* 3, no. 2 (2023): 252–61.
- Lahfah, Aurellia Khairunnisa, and Moch. Armien Syifaa Sutarjo. "Strategi Komunikasi Eksternal Humas PT Len Industri (Persero) Dalam Membangun Hubungan Dengan Stakeholder." *Jurnal E-Proceeding of Management* 12, no. 3 (2025): 1786–97.
- Lasswell, H. D. *The Structure and Function Of Communication In Society: The Communication Of Ideas*. Edited by Ommunication Of. L. Bryson. New York: Harper and Row, 1948.
- Lestari, Ulfha, and Ofi Hidayat. "Jaringan Komunikasi Masyarakat Sumbawa Dalam Melestarikan Satera Jontal Sebagai Aksara Asli Sumbawa." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2023): 306–17.
- Lubis, Arnan. "Jaringan Komunikasi Organisasi (Studi Analisis Di Kantor Kementerian Agam Nias Utara)." *Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Keagamaan* 5, no. 2 (2022).
- Luthfianto, Arif, Ataya Aisyah Inshira, and Bagus Satria Maulana. "Lika-Liku Dalam Membangun Kepercayaan" 10, no. 1 (2024): 81–97.
- Mahera, Rofiqo Meili, and Khairunnas Jamal. "Penerapan Prinsip Keadilan Sosial Dalam Pengelolaan Zakat , Infak , Dan Sedekah : Perspektif Ekonomi Islam Kontemporer." *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 2, no. 1 (2025): 318–24.
- Mahmud, Dzulfikar, and Aminah Swarnawati. "Pola Jaringan Komunikasi Organisasi Pada Havara Organizer PT. Havara Ruhama Ramadhani Di Tangerang Selatan." *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis* 4, no. 1 (2020): 50–60.
- Mildawati, Ghina Raudatul Jannah, and Hartas Hasbi. "Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Zakat Mal Dalam Meningkatkan

- Kepercayaan Muzakki Pada Lembaga Baznas Kota Bone Sulawesi Selatan.” *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisiplinier* 8, no. 12 (2024): 2118–7303.
- Morissan. *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa.* (Jakarta : Kencana), 2013.
- Mulyana, Dedy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar.* Bandung: Remaja Rosdakarya., 2010.
- Mulyani, Sri. “Analisis Sistem Laporan Dana ZIS Pada Baitul Maal Muamalat (BMM).” *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis* 5, no. 2 (2008): 75–192.
- Mulyati, Iis, Mohammad Mansyuruddin, Adrianus, Yohanes Bahari, and Warneri. “Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan Proses Difusi Inovasi Dalam Penerapan Metode Pengajaran Baru.” *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 5, no. 6 (2023): 2425–33.
- Musliamin. “Pengaruh Komunikasi Dalam Organisasi Untuk Kelancaran Kerja Di Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten Bone.” *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 4, no. 2 (2018): 1–12. <https://ejournal.iain-bone.ac.id/index.php/aldin/article/view/655>.
- Nabilah, Ariska, Ulen Bangun, and Gadis Arniyati Athar. “Analisis Strategi Pengelolaan Dana Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Langkat.” *Jurnal El Rayyan: Jurnal Perbankan Syariah* 2, no. 1 (2024): 1–7. <https://doi.org/10.59342/jer.v2i1.132>.
- Nasution, Arman Hakim, and Hermawan Kartajaya. *Inovasi.* Edited by Lusi Zafriana and Marcella Kika. 1st ed. Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI), 2018. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Q_BuDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=inovasi&ots=qO1KK5cZ2D&sig=YmK8TK5LIMKIOxpcqb9LY2Icq&redir_esc=y#v=onepage&q=inovasi&f=false.
- Nurarafah, Nurarafah, and Istika Ahdiyanti. “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Pengelolaan Dana Zakat Profesi Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Bima.” *Sosioreligius: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama* 6, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.24252/sosioreligius.v6i1.24191>.
- Nurhayani, Siti, and Lilit Suryani. “Peran Kepala Desa Dilihat Dari Aspek Informasional Dalam Meningkatkan Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor Desa Kambitin Raya Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong.” *Jurnal Mahasiswa Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis* 4 (2022): 386–401.
- Nurjannah, Gita Faradilla Rizki. “Analisis Jaringan Komunikasi Organisasi Perempuan Kopri Dan Kohati Cabang Purwokerto.” *Tesis* 3, no. 2 (2023): 91–102.
- Orr, Greg. “Diffusion of Innovations , by Everett Rogers (1995),” no. 1995 (2003). https://www.academia.edu/1988400/Diffusion_of_innovations_by_Everett_Rogers_1995_.
- Pradana, Hendri Leo. “Pola Hubungan Sosial Anak Di Kelas Berdasarkan Sosiometri.” *Jurnal Wahana Konseling* 2, no. 2 (2019): 148. <https://doi.org/10.31851/juang.v2i2.3750>.

- Pradesta, Diemas Aji Myas. "Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq Dan Shadaqah Di PW NU CARE-LAZISNU DIY Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat." *Skripsi: UIN Sunan Kalijaga*, 2020.
- Priyono, Susilo, and Muhamad Muhamad. "Analisis Tingkat Kepercayaan Dan Tingkat Pendapatan Muzaki Terhadap Minat Membayar Zakat Kepada Amil Zakat Di Yogyakarta." *IBSE Sharia Economic Journal* 2, no. 1 (2023): 27–39. <https://doi.org/10.62708/ibsej.v2i1.29>.
- Putri, Dhelittiya Finaliyani. "Analisis Jaringan Komunikasi Pada Organisasi Ipemi (Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia)" 02, no. 2 (2021).
- Putri, Heni Julaika, and Sri Murhayati. "Metode Pengumpulan Data Kualitatif." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9 (2025): 13074–86.
- Rahma, dwi, Putri Maharani, and Marzadi Heki. "Dwi Rahma Analisis Penerapan PSAK 109 Zakat, Infaq, Sedekah Dalam Penyajian Laporan Keuangan." *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan* 2, no. 3 (2025): 794–806.
- Ramadhani, Bagas Noval, Aulia Ranny Priyatna, Jesica Firlyyanka, Hidayati Soleha, and Vivi May Saputri. "Efektivitas Pengelolaan Dana Zakat, Infak, Dan Sedekah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat." *Al Mujib : Jurnal Multidisipliner* 1, no. 02 (2024): 133–49. <https://ejournal.amypublishing.com/ojs/index.php/almujib/article/view/127/80>.
- Ridwan, Lubena Yasyfin, and Wahid Pekalongan. "Analisis Dampak Korupsi Pajak Terhadap Persepsi Jurnal Administrasi Publik (JAP)." *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 11, no. 1 (2025): 54–65.
- Rogers, E. M., & Kincaid, D. L. *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. New York: Free Press., 1981.
- Rossevelt, Franklin Asido, Dara Aisyah, Salsa Rachelia Butar-Butar, Wulan Ananda Melri, Sastri Dea Keren Ginting, Mariana Juni Arta Sinaga, Alya Azwa Purba, Ella Winta Manik's, Aldy Wiganda, and Rizky Pangihutan Sijabat. "Analisis Pengaruh Tingkat Kepercayaan Publik Terhadap Kinerja Kepolisian (Studi Kasus: Pencurian Kendaraan Bermotor (Curanmor) Di Kota Medan)." *SAJJANA: Public Administration Review* 1, no. 2 (2023): 1–11. <https://doi.org/10.32734/sajjana.v1i2.19626>.
- Saffanatuss'idiyah. "Transformasi Zakat Di Era Digital Inovasi Dalam Pengelolaan Dan Distribusi." Baznas Kota Yogyakarta, 2025. <https://baznas.jogjakota.go.id/detail/index/38300>.
- Safitri, Bela, and Nendi Sahrul Mujahid. "Komunikasi Efektif Dalam Organisasi." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 1, no. 3 (2024): 309–16. <https://doi.org/10.59996/cendib.v1i3.318>.
- Saputri, Elza, Hamidah, and Trisiah Anita. "Analisis Komunikasi Eksternal Dalam Mempertahankan Citra Lembaga Bahasa LIA Palembang." *Journal Communication Science* 1, no. 4 (2025): 1–13.

- Saputri, Indri Dina, Awalia Oktarinah, Fitri Nafisa Suhanda, and Ayu Febriani Riska. "Analisis Strategi Komunikasi Digital Public Relations BAZNAS Dalam Menumbuhkan Kredibilitas Di Era Media Sosial." *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa* 2, no. 1 (2025): 1–7. <https://ejournal.amirulbangunbangsapublishing.com/index.php/jpnmb/index>.
- Sari Novita, Rida. "Kepercayaan Masyarakat Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Kecamatan Rumbia." *Iain Metro*, 2020, 17. https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/3524/1/RIDA_NOVITA_SARI.pdf.
- Shih, Mei-chiang. "Trust And Transparency In Network Governance : The Implication Of Taiwan ' S Anti-." *International Public Management Review* 11, no. 2 (2010).
- Sihombing, Ester Hervina. "Strategi Komunikasi Internal Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di POLITEKNIK Unggul LP3M." *Jurnal Dharmawangsa* 19, no. April (2025): 697–704.
- Simarmata, Monika, and Sholihul Abidin. "Pola Komunikasi Yang Efektif Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT. Asuransi Sinarmas Kota Batam." *Jurnal UP Batam*, 2021.
- Soenar, Hainun Mardhiyyah. "Analisis Jaringan Komunikasi Dan Eksistensi Dalam Komunitas X Kota Bandung." *Jurnal Riset Public Relations* 1 (2021): 96–103.
- Subkhan, Andrean Fajar. "Analisis Peran Media Sosial Dalam Penghimpunan Dan Pelaporan Dana Zis Kepada Muzakki Studi Kasus Lazismu Kabupaten Pati." *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2023): 36–47. <https://doi.org/10.33650/profit.v7i2.7205>.
- Sugita, Ades, and Sri Intan Wulandari. "Analisis Peranan Pengelolaan Dana ZISWAf Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat Pada LAZISNU Kabupaten Cirebon." *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, No. 1 Juli 1 (2020): 1–11. <https://www.neliti.com/publications/332194/analisis-peranan-pengelolaan-dana-ziswaf-dalam-pemberdayaan-ekonomi-umat-pada-la>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. 19th ed. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sukinem, Muslimah, and Tutut Sholihah. "Urgensi Karakteristik Inovasi Pendidikan Tinggi Islam." *Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi* 9, no. 2 (2022): 859–73.
- Sulistyandari. "Strategi Peningkatan Pertumbuhan Dana Zakat Pada LAZ Di Bengkalis." *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (2020): 347–59.
- Sutisna, Nana, Muhaemin, and Aditya Ramadhan. "Difusi Inovasi Aplikasi Siputeri Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik Di Pemerintah Kabupaten Pandeglang." *Jurnal Ilmu Politik Dan Pemerintahan* 8, no. November (2022):

62–77.

- Syahputri Zahra Addini, Fallenia Della Fay, and Syafitri Ramadani. “Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran.” *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran* 2, no. 1 (2023): 161–66. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah>.
- Tanjung, Marliyah, Sholahudin. “Analisis Akuntabilitas, Transparansi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 894. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4487>.
- Tengkeran, Nurbiya, Moh. Afan Suyanto, Deby R Karundeng, and Universitas Gorontalo. “Peran Komunikasi Dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat.” *Journal Economy And Currency Study (JECS)* 5, no. 1 (2023): 80–91. <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jecs>.
- Tuanany, Siti Hajar, Zulpahmi, and Arief Fitriyanto. “Pengaruh Digital Literacy Dan Persepsi Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan Fintech E-Zakat (Studi Kasus: Masyarakat Muslim Kota Jakarta).” *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman (JESM)* 3, no. 4 (2024): 190–200. <https://e-journals2.unmul.ac.id/index.php/JESM/article/view/1979>.
- Winoto, Yunus, Program Studi, Ilmu Perpustakaan, and Fikom Universitas Padjadjaran. “The Application of Source Credibility Theory in Studies about Library Services” 5, no. 2 (2015): 1–14.
- Wiranata, Satria. “Strategi Komunikasi BAZNAZ Dalam Program ‘Rejang Lebong Taqwa’ Untuk Penghimpunan Dan Pengelolaan Zakat Produktif Bidang Dakwah.” Tesis: UIN Sunan Kalijaga, 2024.
- Wulandari, Eka, Hafidz Faturrohman, Susilo Tri Widodo, Nur Indah Wahyuni, and Fitria Ningsih. “Pengaruh Penggunaan Media Interaktif Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Mata Pelajaran Pendidikan Pancasila Kelas Ii Sdit Insan Mulia Semarang.” *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang* 9, no. 5 (2023): 1415–24. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v9i5.2086>.
- Yuliana, Adelia, Adzra Ardelia Tuasalamony, Al Fath, Alizcia Dora Parhusip, Anggie Febriani, and Handar Subhandi Bakhtiar. “Analisis Tingkat Kepercayaan Publik Terhadap Mahkamah Konstitusi Pasca Putusan Nomor 90/PUU-XXI/2023,” 2023, 74–91.