

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Parman. (2012). *Pengelola Zakat (Disertai Contoh Perhitungannya)*. Cet. 1. Alauddin University Press: Makassar.
- Anwar Arifin. 1994. *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico.
- Anwar, A. (1984). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico.
- Arni, M. (2017). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Prenadaedia Group.
- Asep, S. S. (2016). *Komunikasi Persuasif*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka .
- Aula, M. (2019). *Strategi Komunikasi Customer Relations Coordinator (CRC) Kepada Penumpang Terkait Keterlambatan Penerbangan Maskapai Lion Air (Studi Kasus Bandar Udara Internasional Kualanamu)* . Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi politik : Konsep,Teori,dan Strategi* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada .
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Aksara.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar.
- Devito, J. A. (2010). *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- DeVito, J. A. (2015). *The Interpersonal Communication Book*. New York: Person Education.
- Duha, T. (2018). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dzakirah, F. (2021). *Efektivitas Komunikasi Interpersonal Orangtua Terhadap Anak dalam Keluarga Pasca Perceraian di Wilayah Kelurahan Pisangan, Kecamatan Ciputat Timur*. Jakarta: Universitas Islam Syarif Hidayatullah .
- Effendy, O. U. (1981). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: PT. Alumni.
- Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy., O. U. (2009). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Faules, R. W. (2010). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kerja perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Foss, S. W. (2009). *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Gibson, I. d. (1995). *Organisasi, alih bahasa Nunuk Adiarni, edisi Kedelapa*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Goldhaber, G. M. (1990). *Organizational Communication (5th ed)*. Wm. C. Brown Publishers.
- Gumelar, H. M. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Hafriza, R. H., M.H, F., & Chuzairi, A. (2018). Manajemen Zakat Sebagai Penyeimbang Perekonomian Umat. *Perada Vol 1 No.1, 45–58*. <https://doi.org/10.35961/perada.v1i1.6>
- Harrison, L. (2009). *Metode penelitian politik*. Jakarta: Kencana.
- Hendra. (2017). Strategi Komunikasi Organisasi dalam Membentuk Karakter Kepemimpinan pada Pimpinan Wilayah Gerakan Pemuda Ansor Sulawesi Selatan (PW. GP. ANSOR SUL-SEL) . *Tesis Universitas Hasanuddin*.
- Herdiyan Maulana, G. g. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* . Jakarta: Akademia Permata.
- Isnuyunisafna Diah Delima, M. d. (2021). Strategi Komunikasi Customer Service JNE Tangerang dalam Menangani Keluhan Pelanggan (Studi Kasus Kehilangan Barang Periode Desember 2019) . *Dialektika Komunika : Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah Vol.9 No.2*.
- Jauhar, A. S. (2013). *Pengantar Teori & Perilaku Organisasi*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Judge, S. P. (2017). *Organizational Behaviour* . Jakarta: Salemba Empat.
- Larasati, S. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lestari, M. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menarik Minat Kreditur Untuk Melakukan Kredit di PT. Adira Finance. *Jurnal JOM FISIP, Vol.4. No. 2, 5*.
- Liliweri, A. (2014). *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Matthew B. Miles, A. M. (2018). *Qualitative Data Analysis (Terjemahan)*. USA: SAGE Publication. Ltd.
- Maulana, C. &. (2019). Iklim Komunikasi, Iklim Organisasi dan Iklim Komunikasi Organisasi. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Vol.10 No.2*.

- Morissan, M. (2009). *Teori Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Muhammad Nabawi, E. E. (2018). Peran komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Vol. 6 No.3*, 677.
- Muhammad, A. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad Hasan. 2011. *Manajemen Zakat: Model Pengelolaan Zakat Yang Efektif*. Penerbit Idea Press: Yogyakarta.
- Mulyana, D. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pertiwi, D. (2019). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Jumlah Debitur PT. BNI Kantor Cabang Padang. *Jurnal JOM FISIP, Vol.6. No.1*, 7.
- Rory Fudha Rayasa, S. R. (2019). Strategi Komunikasi Customer Service PT. JNE Cabang Utama Samarinda dalam Menangani Kasus keluhan Pelanggan. *eJournal Ilmu Komunikasi, Vol.7 No.2*.
- Roudhonah, H. (2007). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakarta.
- Ruliana, P. (2016). *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rustandi, R. W. (2020). Komunikasi Interpersonal Sales dengan Konsumen pada Proshop Speedo Siliwangi . *Komversal: Jurnal Komunikasi Universal Vol.6 No.1*.
- Septia, L. N. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Sales Promotion Oppo Smarthphone Area Wonogiri dalam Mendorong Keputusan Pembeli*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Seta, P. M. (2014). Strategi Komunikasi PT. Kaha Event Management dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Summers, D. (2003). *Longman Dictionary of Contemporary English*. Person Education Limited.
- Sunarjo, D. d. (1983). *Istilah Komunikasi*. Yogyakarta: Edisi 2 Liberty.

- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: MedPress.
- Suyanto, B. (2006). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Thamrin, M. A. (2020). Strategi Komunikasi Laznas Izi Kantor Baznas Perwakilan Riau dalam Rangka Sosialisasi Zakat. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian Vol.6 No.2*, 461-473.
- Turner, R. W. (2009). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi (Introducing Communication Theory: Analysis and Application)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Umar, H. (1998). *Riset Sumberdaya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wardani, R. W. (2017). Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional dalam Pengumpulan Zakat Maal. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies Vol.11 No.1*, 151-176.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widasarana Indonesia.
- Yasya, D. R. (2020). Komunikasi Persuasif dalam Menghimpun Dana Zakat di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis Vol.4 No.1*, 1-10.

Lampiran 1. Dokumentasi



Wawancara bersama Muzakki Zakat Usaha



Wawancara bersama Muzakki dan Pimpinan Baznas di Kantor Baznas Kabupaten Barru



Wawancara bersama Pimpinan Baznas Kabupaten Barru di Kantor Baznas Kabupaten Barru



Wawancara bersama Wakil Ketua Baznas Kabupaten Barru di Kantor Baznas Kabupaten Barru

Lampiran 2. Pedoman Wawancara

Identitas informan

Nama :
Umur :
Pekerjaan :

Strategi komunikasi organisasi badan amil zakat nasional (Baznas) Kabupaten Barru dalam meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat untuk berzakat di Kabupaten Barru.

1. Apakah kinerja amil sesuai harapan dari tujuan dari Baznas itu sendiri?
2. Apa saja program kerja Baznas dalam peningkatan dana zakat profesi?
3. Bagaimana cara komunikasi yang dilakukan pemimpin untuk memotivasi staf yang ada di Baznas Kabupaten Barru untuk bekerja dengan amanah dan jujur?
4. Bagaimana cara amil zakat menentukan kriteria muzakki dan mustahiq?
5. Bagaimana metode pendekatan amil zakat dengan masyarakat untuk membina hubungan yang baik?
6. Bagaimana cara amil zakat menyadarkan masyarakat akan pentingnya membayar zakat melalui perantara amil zakat bukan secara langsung kepada pihak yang bukan pengelola zakat?
7. Bagaimana komunikasi yang dilakukan Baznas terhadap instansi yang sudah memenuhi kriteria zakat profesi tapi belum membayar zakat profesi?
8. Bagaimana strategi komunikasi Baznas untuk meningkatkan jumlah muzakki profesi?
9. Bagaimana manajemen pengelolaan dana zakat profesi?

Bagaimana faktor pendukung dan penghambat badan amil zakat nasional (Baznas) Kabupaten Barru dalam meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat untuk berzakat di Kabupaten Barru.

1. Apa yang membuat masyarakat percaya bahwa zakat dikelola dengan baik?
2. Apa saja hambatan dalam mengelola dana zakat profesi amil zakat?
3. Apa saja hambatan dalam pengumpulan dana zakat profesi?
4. Apa saja hambatan dalam pengumpulan dana zakat usaha?
5. Apa saja hambatan dalam menyadarkan masyarakat akan pentingnya mengeluarkan zakat?
6. Apa saja faktor yang mendukung dalam meningkatkan dana zakat profesi?
7. Bagaimana cara amil zakat menjaga kepercayaan masyarakat terkait zakat yang terkumpul dikelola dengan baik dan memenuhi standar pengelolaan zakat?
8. Apakah program-program pendistribusian zakat Baznas Kabupaten Barru membantu perekonomian masyarakat?
9. Bagaimana tingat kesadaran masyarakat dalam membayar zakat?

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Muawwanah, Lahir di Pare pare Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 02 Oktober 1997. Penulis berusia 25 Tahun saat menyelesaikan Tesis ini. Penulis adalah anak dari bapak (almarhum) Usman dan Ibu St. Mardawiah dan merupakan anak bungsu dari empat bersaudara. Penulis menjalani pendidikan formal di SD Inpres Pekkae, SMPN 1 Tanete Rilau, Man 1 Barru lalu menempuh pendidikan S1 di Universitas Hasanuddin Jurusan Ilmu Hubungan Internasional dan melanjutkan pendidikan di Pascasarjana Ilmu komunikasi Universitas Hasanuddin. Penulis sangat menyukai sejarah, media dan penelitian karena dengan kegemaran ini menjadikan penulis lebih mengetahui banyak hal secara luas dan mendalam. Oleh karena itu semasa menempuh pendidikan di Pascasarjana ilmu komunikasi penulis mengambil konsentrasi media. Penulis juga aktif pada organisasi daerah yaitu Gappembar, Organisasi Kampus sewaktu S1 Himahi Fisip Unhas dan organisasi Kemanusiaan Berbuatbaik.id.

Penulis yang sibuk menempuh pendidikan dan bekerja sejak kuliah di Pascasarjana Ilmu Komunikasi akhirnya berhasil menyelesaikan S2 bidang studi Ilmu Komunikasi pada bulan Juli 2023.

