

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2010). *Strategic Market Management*. Chices: Wiley.
- Achmad, Y. (2024, November 08). *Peran dan Manfaat Zakat Infak dan Sedekah Untuk Sosial Ekonomi*. Retrieved from Dompot Dhuafa:  
<https://zakat.or.id/manfaat-zakat-dan-infak-dalam-perspektif-sosial-ekonomi/>
- Adisaputro, M. R. (2024, Oktober 29). *Semangat Literasi Dalam Pandangan Islam, Retrived From Jamaah Salahuddin, 2018*. Retrieved from Jamaah Shalahuddin Universitas Gajah Mada:  
<http://js.ugm.ac.id/2018/06/21/semangat-literasi-dalam-pandangan-islam/>
- Al-Hashimi, M. A. (2007). *The Ideal Muslim Society*. Riyadh: International Islamic Publusing House.
- Al-Jaziri, A. (2003). *Al-Fiqh Ala al-Madzahib al-Arba'ah. Juz 1*. Beirut: Daar al-Kutub alIlmiah.
- Amalia, C. (2017). *Strategic Markerting and Branding, (California: Sage Publication, 2017)*. California: Sage Publication.
- Amin, M. A. (2017). *Pelaksanaan Zakat Pada Lembaga Zakat Nasional di Indonesia,.* Jakarta: Grup Prenadamedia.
- Andriyanto, I. (2014). Pemberdayaan Zakat Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Umat. *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf Vol. 01 No. 02*.
- Anggoro, R. (2025, Februari 20). Wawancara dengan Bapak Reza Aditia Anggoro selaku Staff Bidang Administrasi, SDM dan Umum.
- Armstrong, G. (2017). *Marketing: An Introduction 13th Ed*. Harlow: Pearson Education.
- Atabik, A. (2015). Peranan Zakat Dalam Pengentasan Kemiskinan. *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf Vol. 02 No. 02*.

- Ayyubi, S. E. (2023). Peran Zakat Terhadap Proses Perubahan Sosial Melalui Pemberdayaan Masyarakat, *Al- Muzara'ah* Vol. 11 No. 01. *Al- Muzara'ah* Vol. 11 No. 01.
- Azam, A. (2010). *Fiqih ibadah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Basith, A. (2025, Februari 20). Wawancara dengan Bapak Drs. H. Abdul Basith, M.A selaku Wakil Ketua II Bidang Pendistribusian dan Pendayagunaan pada 20 Februari 2025.
- Beck, A. (1979). *Cognitive Therapy of Depression*. New York: Guilford Press,.
- Carkhuff, R. (1969). *Helping and Human Relations: Practice and Research*. New York:: Holt Rinehart and Winston.
- Corey, G. (2013). *Theory and Prattice of Counseling and Physiotherapy*. Belmont: Thomson Higher Education.
- Corey, G. (2016). *Theory and Practice of Counseling and Psychotherapy*. Boston: Cengage Learning.
- Cutlip, S. (2016). *Penerjemah: Tri Wibowo B.S, Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Febrianti, B. (2023). Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Lazis Nurul Falah Surabaya dengan Religiusitas Sabagai Variabel Moderasi, A-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Freud, S. (2021). *A General Introduction to Psychoanalysis*. Yogyakarta: Indoliterasi.
- Gibson, R. L. (2008). *Introduction to Counseling and Guidance 7E*. London: Pearson Education Limited.
- Glasser, W. (1988). *Choice Theory: A New Psychology of Personal Freedom*. New York: Harpen Collins.

- Gross, D. &. (2018). *Introduction to the Counseling Profession Eighth Edition*. San Diego: Cognella Academic Publishing.
- Grunig, J. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Hamka, d. (2013). *Panduan Zakat Praktis*. Jakarta: Kementrian Agama Republik Indonesia Direktorat Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan Zakat.
- Hasan, M. A. (2008). *Zakat dan Infak: Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Intruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 03 Tahun 2014 Tentang Optimalisasi Pengumpulan Zakat. (n.d.).
- Ismail, A. (2018). *Fikih Zakat Konseptual Indonesia*. Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional.
- Jannah, N. A. (2024). Strategi Public Relations Mewujudkan Kesuksesan Kolaboratif Tiktok Shop dan Tokopedia dengan Fokus Pada UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai Vol. 8 No. 2*.
- John, M. (2017). *The Handbook of Counselling (2nd. ed)*. London: Sage Publications.
- Kamal, Z. (2022). *ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf)*. Az-Zahra Media Society: Deli Serdang.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Boston: Pearson Education.
- Kovach, B. (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and The Public Should Expect*. New York: Three Rivers Press.

- Liebes , T. (1990). *The Export of Meaning: Cross Cultural Readings of Dallas*. Oxford: Oxford Univercity Press,.
- Makraja, F. (2024). Zakat Sebagai Instrumen Ekonomi Islam Dalam Upaya Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia. *Journal of Sharia and Law Vol. 3 No. 1*.
- McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory*,. London: Foundation Press.
- Mintzberg, H. A. (1998). *Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management*. New York: Tree Press.
- Mulyana, D. (2002). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nafi'ah, M. (2023). Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Pada BAZNAS Tulungagung Dengan Tingkat Kesadaran dan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Nizam, M. K. (2024). Strategi Public Relations Lembaga Amil Zakat dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Tulungagung, Jurnal Mas Mansyur. Surabaya: Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations Strategi PR Menghadapi Krisis,Mengelola Isu,Membangun Citra Lembaga dan reputasi Perusahaan*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Nugroho, A. P. (2024). Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, dan Literasi Zakat Terhadap Preferensi Muzakki Dalam Memilih Distribusi Zakat. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 5 No. 4*.
- Nuhasannah, E. (2023). Keputusan Membayar Zakat Maal Berdasarkan Literasi Zakat dan Teori Perilaku Terencana. *Maqdis: Jurnal Kajian dan Ekonomi Islam Vol. 08 No. 02*.

- Oktriyanto , S. (2025, Februari 20). Wawancara dengan Bapak Soni Oktriyanto selaku Staff Bidang Administrasi, SDM dan Umum.
- Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2014 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011. (n.d.).
- Perls, F. (1969). *Gesalt Therapy Verbatim*. Boulder: Real People Press.
- Porter, M. (1996). *What is Strategy? Harvard Business Review*. Boston: Havard Busin.
- PPID BRIN. (2024, November 08). *Periset BRIN Ungkat Potensi Zakat Sebagai Raksasa Tidur Indonesia*. Retrieved from <https://ppid.brin.go.id/posts/periset-brin-ungkat-potensi-zakat-sebagai-raksasa-tidur-indonesia>,
- Purbakusuma, A. I. (2019). Analisis Penyimpangan Tugas Dan Fungsi Public Relation dalam Membentuk Citra Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 4 No. 2*.
- Putri , I. M. (2024). Transformasi Etika dan Strategi Public Relations Di Era Artificial Intelligence. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmu Sosial dan Informasi Vol. 09 No. 02*.
- Rogers, C. (1961). *On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy*. Boston: Houghton Mifflin.
- Risnawati, dkk. (2023). Permasalahan dan Solusi Pengelolaan Zakat di Indonesia. *Innovative: Journal of Social Science Research Vol. 3 No. 3*.
- Rumelt, R. (2011). *Good Strategy Bad Strategy: The Difference and Why It Matters*. Leeds: Emerald Group Publishing Limited.
- Ruslan, R. (2008). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Seitel, F. (2017). *The Prattice of Public Relations Thirteenth Edition Global Edition*. New York: Pearson Education Limited.

- Seligman, L. (2010). *Theories of Counseling and Psychotherapy: An Integrative Approach*. New Jersey: Pearson Education.
- Subagiyo, R. (2017). *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta Timur: Alim's Publishing.
- Sujanto, R. Y. (2022). *Pengantar Public Relations di Era 4.0*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syafiq, A. (2018). Peningkatan Kesadaran Masyarakat Dalam Menunaikan Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf (ZISWAF). *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf Vol. 05 No. 02*.
- Tafsiruddin. (2020). Sistem Pengelolaan Zakat di Era Modern, Al-Mutharahah Vol. 17 No. 1. Pekanbaru: STAI Diniyah Pekanbaru.
- Tentang Profil BAZNAS*. (2024, November 08). Retrieved from BAZNAS: <https://baznas.go.id/baznas-profile>
- Toha, M. (2023). Strategi Public Relations Dalam Menangani Pemberitaan Negatif di Media Massa Atas Pengoperasian Teknologi Pionir Indonesia, Technomedia Journal (TMJ) Vo. 8 No. 2. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Undang- Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat. (n.d.).
- Yosephine, M. (2021). Strategi Public Relations Sinar Mas Land Dalam Membangun Brand Image Perusahaan. *PROfesi Humas Vol. 5 No. 2*.
- Zaeni, N. (2024). Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Menggunakan Platform Digital Pada BAZNAS di Provinsi Banten. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol. 09 No. 02*. Cognella Academic Publishing.
- Grunig, J. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.

- Hamka, d. (2013). *Panduan Zakat Praktis*. Jakarta: Kementrian Agama Republik Indonesia Direktorat Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan Zakat.
- Hasan, M. A. (2008). *Zakat dan Infak: Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Intruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 03 Tahun 2014 Tentang Optimalisasi Pengumpulan Zakat. (n.d.).
- Ismail, A. (2018). *Fikih Zakat Konseptual Indonesia*. Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional.
- Jannah, N. A. (2024). Strategi Public Relations Mewujudkan Kesuksesan Kolaboratif Tiktok Shop dan Tokopedia dengan Fokus Pada UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai Vol. 8 No. 2*.
- John, M. (2017). *The Handbook of Counselling (2nd. ed)*. London: Sage Publications.
- Kamal, Z. (2022). *ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf)*. Az-Zahra Media Society: Deli Serdang.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Boston: Pearson Education.
- Kovach, B. (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and The Public Should Expect*. New York: Three Rivers Press.
- Liebes, T. (1990). *The Export of Meaning: Cross Cultural Readings of Dallas*. Oxford: Oxford Univercity Press,.
- Makraja, F. (2024). Zakat Sebagai Instrumen Ekonomi Islam Dalam Upaya Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia. *Journal of Sharia and Law Vol. 3 No. 1*.

- McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory*,. London: Foundation Press.
- Mintzberg, H. A. (1998). *Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management*. New York: Tree Press.
- Mulyana, D. (2002). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nafi'ah, M. (2023). Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Pada BAZNAS Tulungagung Dengan Tingkat Kesadaran dan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Nizam, M. K. (2024). Strategi Public Relations Lembaga Amil Zakat dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Tulungagung, Jurnal Mas Mansyur. Surabaya: Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations Strategi PR Menghadapi Krisis,Mengelola Isu,Membangun Citra Lembaga dan reputasi Perusahaan*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Nugroho, A. P. (2024). Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, dan Literasi Zakat Terhadap Preferensi Muzakki Dalam Memilih Distribusi Zakat. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 5 No. 4*.
- Nuhasannah, E. (2023). Keputusan Membayar Zakat Maal Berdasarkan Literasi Zakat dan Teori Perilaku Terencana. *Maqdis: Jurnal Kajian dan Ekonomi Islam Vol. 08 No. 02*.
- Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2014 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011. (n.d.).
- Perls, F. (1969). *Gesalt Therapy Verbatim*. Boulder: Real People Press.
- Porter, M. (1996). *What is Strategy? Harvard Business Review*. Boston: Havard Busin.



- PPID BRIN. (2024, November 08). *Periset BRIN Ungkat Potensi Zakat Sebagai Raksasa Tidur Indonesia*. Retrieved from <https://ppid.brin.go.id/posts/periset-brin-ungkat-potensi-zakat-sebagai-raksasa-tidur-indonesia>,
- Purbakusuma, A. I. (2019). Analisis Penyimpangan Tugas Dan Fungsi Public Relation dalam Membentuk Citra Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 4 No. 2*.
- Putri , I. M. (2024). Transformasi Etika dan Strategi Public Relations Di Era Artificial Intelligence. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmu Sosial dan Informasi Vol. 09 No. 02*.
- Risnawati, dkk. (2023). Permasalahan dan Solusi Pengelolaan Zakat di Indonesia. *Innovative: Journal of Social Science Research Vol. 3 No. 3*.
- Rogers, C. (1961). *On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy*. Boston: Houghton Mifflin.
- Rumelt, R. (2011). *Good Strategy Bad Strategy: The Difference and Why It Matters*. Leeds: Emerald Group Publishing Limited.
- Ruslan, R. (2008). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Seitel, F. (2017). *The Prattice of Public Relations Thirteenth Edition Global Edition*. New York: Pearson Education Limited.
- Seligman, L. (2010). *Theories of Counseling and Psychotherapy: An Integrative Approach*. New Jersey: Pearson Education.
- Subagiyo, R. (2017). *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta Timur: Alim's Publishing.
- Sujanto, R. Y. ( 2022). *Pengantar Public Relations di Era 4.0*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Syafiq, A. (2018). Peningkatan Kesadaran Masyarakat Dalam Menunaikan Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf (ZISWAF). *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf* Vol. 05 No. 02.

Tafsiruddin. (2020). Sistem Pengelolaan Zakat di Era Modern, Al-Mutharahah Vol. 17 No. 1. Pekanbaru: STAI Diniyah Pekanbaru.

*Tentang Profil BAZNAS*. (2024, November 08). Retrieved from BAZNAS:  
<https://baznas.go.id/baznas-profile>

Toha, M. (2023). Strategi Public Relations Dalam Menangani Pemberitaan Negatif di Media Massa Atas Pengoperasian Teknologi Pionir Indonesia, *Technomedia Journal (TMJ)* Vo. 8 No. 2. Jakarta: Universitas Esa Unggul.

Undang- Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat. (n.d.).

Yosephine, M. (2021). Strategi Public Relations Sinar Mas Land Dalam Membangun Brand Image Perusahaan. *PROfesi Humas* Vol. 5 No. 2.

Zaeni, N. (2024). Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Menggunakan Platform Digital Pada BAZNAS di Provinsi Banten. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* Vol. 09 No. 02.