

DAFTAR PUSTAKA

- Abibakrin, M. (2015). *Upaya Edukatif pada Program Tentara Manunggal Membangun Desa (TMMD) dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Andriyani, S. (2013). *Minat Kerja Mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri FPTK UPI*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Arikunto, S., & Jabar, C. S. A. (2010). *Evaluasi Program Pendidikan* (2nd ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Azizah, N. (2019). Fenomena Zakat dan Status Hukum Zakat di Negara Muslim dan Beberapa Wilayah di Indonesia. *Tasharruf: Journal Economic and Business Of Islam*, 4(1), 22.
- Diah, H. (2021). *Wawancara Pribadi dengan Koordinator Digital Campaign BAZNAS*. Jakarta, 29 April 2021.
- El-madani. (2013). *Fiqih Zakat Lengkap* (1st ed.). Yogyakarta: Diva Press.
- Elvira, H. (2021). *Wawancara Pribadi dengan Manager Digital Fundraising BAZNAS*. Jakarta, 29 April 2021.
- Fitriani, S. (2011). *Promosi Kesehatan* (1st ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Handoko, L., Ashari, M. L., Dermawan, D., Ari, M., & Paidi. (2017). Edukasi Masyarakat dalam Upaya Pencegahan dan Penanggulangan Kebakaran pada Kawasan Pesisir. *Seminar Master PPNS*, 2(1).
<https://journal.ppns.ac.id/index.php/SeminarMASTER/article/view/294>

- Khadzi, L. (2013). *Cara Mudah Mengenal dan Membaca Karakter dan Kepribadian Orang Lewat Media Sosial*. Yogyakarta: Mantra Books.
- Khairani, H. M. (2014). *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Lichtman, M. (2013). *Qualitative Research in Education* (3rd ed.). SAGE Publications. [Google Scholar]
- Mu'is, F. (2016). *Zakat A-Z Panduan Mudah, Lengkap, dan Praktis tentang Zakat* (1st ed.). Surakarta: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Muhajir, N. (1996). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasia.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rieka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan* (Revisi). Jakarta: Rieka Cipta.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Puskas. (2020). *Efektivitas Kampanye Zakat terhadap Brand Lembaga dan Pengumpulan Zakat 2020*. Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).
- Putri, E. A. (2013). *Aplikasi Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop* [Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur]. <http://eprints.upnjatim.ac.id/5020/1/file1.pdf>

- Rofiqoh, S. (2018). *Pengelolaan Zakat secara Produktif sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Sabiq, S. (2013). *Fiqih Sunnah Jilid 4* (2nd ed.). Jakarta: Tinta Abadi Gemilang.
- Setiadi, H. (2014). Dasar-dasar Teori Perencanaan. *Modul 1 Dasar-Dasar Teori Perencanaan*, 1–47.
- Sianipar, A. P. (2013). Pemanfaatan Youtube di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW*, 2(3).
<https://jurnal.usu.ac.id/index.php/flow/article/view/9930/4418>
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*. Jakarta: CV. Rienka Cipta.
- Soraya, I. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi BSI*, 4(1), 12.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Tenia. (2017). *Fungsi Media Sosial. (Mencari Berita, Mendapat Hiburan, Komunikasi Online, Menggerakkan Masyarakat)*.
- Zuhri, S. (2012). *Zakat di Era Reformasi (Tata Kelola Baru)*. Semarang: Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo.