



**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* MELALUI SAFARI DAKWAH YBM HASUNA  
DALAM MEMBANGUN *AWARENESS* WAKIF**

***PUBLIC RELATIONS STRATEGY THROUGH SAFARI DAKWAH PROGRAMS IN  
BUILDING WAQIF AWARENESS AT YBM HASUNA***

**Nova Yohana<sup>1\*</sup>, Ardelia Ramadhani<sup>2</sup>, Muhammad Nur Nabawi<sup>3</sup>**

<sup>1\*,2,3</sup> Universitas Riau, Ilmu Komunikasi, Pekanbaru, Indonesia

nova.yohana@lecturer.unri.ac.id

<sup>1\*</sup>ardeliua.ramadhani0489@student.unri.ac.id, <sup>2</sup>muhammad.nur1692@student.unri.ac.id

**Article History:**

Received: April 19<sup>th</sup>, 2026

Revised: June 10<sup>th</sup>, 2026

Published: June 15<sup>th</sup>, 2026

**Abstract:** *Waqf is an Islamic philanthropic instrument that has significant potential to support community development and empowerment. However, public understanding of productive waqf remains relatively limited, highlighting the need for educational efforts to enhance awareness and participation in waqf activities. This community service program aimed to optimize public understanding of waqf through the implementation of a Safari Dakwah program as a Public relations strategy. The methods employed included socialization, education, and community assistance activities integrated into the Safari Dakwah program organized by YBM Hasuna. The implementation stages consisted of observation, coordination, program execution, and evaluation. The activities were conducted during the month of Ramadan through religious lectures combined with productive waqf socialization, as well as interactive discussion and question-and-answer sessions. The results indicate that Safari Dakwah served as an effective communication medium for disseminating information about waqf to the community. The program contributed to increasing public understanding of the concept and benefits of productive waqf while strengthening the relationship between waqf management institutions and the community. Therefore, Safari Dakwah can be considered an effective communication strategy for enhancing waqf awareness and supporting the development of Islamic philanthropy within society.*

**Keywords:** *Islamic Philanthropy, Productive Waqf, Public relations, Safari Dakwah, waqf Awareness.*

**Abstrak**

Wakaf merupakan instrumen filantropi Islam yang memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan dan pemberdayaan umat. Namun, pemahaman masyarakat mengenai wakaf

produktif masih relatif terbatas sehingga diperlukan upaya edukasi yang mampu meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap wakaf. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemahaman masyarakat mengenai wakaf melalui penyelenggaraan Safari Dakwah sebagai strategi *Public relations*. Metode yang digunakan adalah sosialisasi, edukasi, dan pendampingan masyarakat yang dikemas dalam program Safari Dakwah YBM Hasuna. yang meliputi tahapan observasi, koordinasi, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi. Kegiatan dilaksanakan selama bulan Ramadan melalui penyampaian materi keagamaan yang dipadukan dengan sosialisasi wakaf produktif serta sesi diskusi dan tanya jawab. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Safari Dakwah menjadi media komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi mengenai wakaf kepada masyarakat. Kegiatan ini membantu memperluas pemahaman masyarakat mengenai konsep dan manfaat wakaf produktif serta memperkuat interaksi antara lembaga pengelola wakaf dan masyarakat. Dengan demikian, Safari Dakwah dapat menjadi salah satu alternatif strategi komunikasi yang efektif dalam mendukung peningkatan *awareness* wakif dan pengembangan filantropi Islam di masyarakat.

**Kata Kunci:** *Awareness* Wakif, *Public relations*, Safari Dakwah, Wakaf Produktif, Filantropi Islam.

## PENDAHULUAN

Perkembangan lembaga filantropi Islam di Indonesia menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya lembaga pengelola zakat, infak, sedekah, dan wakaf yang hadir untuk menjawab kebutuhan sosial masyarakat. Salah satu instrumen filantropi Islam yang memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan umat adalah wakaf. Wakaf tidak hanya dipahami sebagai bentuk ibadah, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan sosial, pendidikan, dan ekonomi masyarakat. Namun, tingkat *awareness* atau kesadaran masyarakat terhadap pentingnya berwakaf, khususnya sebagai wakif aktif dalam program-program lembaga sosial, masih tergolong rendah (Abd. Kadir Arno, 2018).

Berdasarkan data dari Badan Wakaf Indonesia (BWI), potensi wakaf di Indonesia mencapai ratusan triliun rupiah setiap tahunnya, tetapi realisasi penghimpunan wakaf masih belum optimal. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan wakaf (Nugraha, 2025). Salah satu faktor yang memengaruhi kondisi tersebut adalah kurangnya strategi komunikasi dan pendekatan *Public relations* yang efektif dalam membangun pemahaman serta kepercayaan publik terhadap program wakaf. Masyarakat masih banyak yang memahami wakaf hanya sebatas wakaf tanah atau bangunan, sehingga program wakaf produktif dan sosial belum sepenuhnya dikenal secara luas.

Kegiatan safari dakwah menjadi salah satu strategi *Public relations* yang dinilai efektif dalam membangun *awareness* wakif. Safari dakwah tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian nilai-nilai keagamaan, tetapi juga menjadi sarana komunikasi langsung antara lembaga dan masyarakat. Melalui kegiatan ini, lembaga dapat membangun hubungan emosional, meningkatkan kepercayaan publik, serta memperkenalkan program-program wakaf secara lebih

persuasif dan humanis. Pendekatan komunikasi interpersonal dalam safari dakwah mampu menciptakan kedekatan dengan masyarakat sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima. Karena dalam kegiatan ini adalah masyarakat dan calon wakif yang menjadi sasaran program lembaga YBM Hasuna. YBM Hasuna dipilih karena lembaga ini aktif menjalankan berbagai program sosial dan keagamaan, termasuk program wakaf Al-Qur'an dan kegiatan safari dakwah. Meskipun demikian, berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pengelola lembaga, masih ditemukan beberapa kendala dalam membangun *awareness* masyarakat terhadap program wakaf. Sebagian masyarakat belum memahami manfaat wakaf secara berkelanjutan, kurang mengenal program yang dijalankan lembaga, serta masih rendahnya keterlibatan masyarakat sebagai wakif aktif. Permasalahan tersebut menjadi fokus utama dalam kegiatan ini, yaitu bagaimana strategi *Public relations* melalui event safari dakwah dapat meningkatkan *awareness* wakif terhadap program wakaf yang dijalankan oleh YBM Hasuna. Kegiatan ini difokuskan pada upaya edukasi, komunikasi persuasif, dan penguatan citra lembaga melalui pelaksanaan safari dakwah yang melibatkan masyarakat secara langsung. Melalui kegiatan tersebut diharapkan terjadi peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya wakaf, tumbuhnya kepercayaan terhadap lembaga, serta meningkatnya partisipasi masyarakat dalam program wakaf.

Secara teoritis, *Public relations* memiliki peran penting dalam membangun hubungan yang harmonis antara lembaga dan publiknya. Menurut Cutlip, Center, dan Broom, *Public relations* merupakan fungsi manajemen yang bertujuan membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publik yang memengaruhi keberhasilan organisasi (Satlita, n.d.). Dalam praktiknya, strategi *Public relations* dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan komunikasi, salah satunya event atau kegiatan langsung yang melibatkan masyarakat. Event menjadi media yang efektif untuk membangun engagement karena memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara lembaga dan audiens.

Teori *awareness* menjelaskan bahwa kesadaran masyarakat terhadap suatu program dapat terbentuk melalui proses komunikasi yang konsisten, menarik, dan relevan dengan kebutuhan publik. Semakin tinggi intensitas masyarakat menerima informasi dan pengalaman positif terhadap suatu program, maka semakin besar peluang terbentuknya *awareness* dan loyalitas publik. Dalam konteks wakaf, *awareness* wakif menjadi aspek penting karena memengaruhi minat, kepercayaan, dan keputusan masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan wakaf (Putra & Pratminingsih, 2025).

Melalui kegiatan ini, perubahan sosial yang diharapkan adalah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya wakaf, terbentuknya citra positif lembaga di mata publik, serta meningkatnya jumlah masyarakat yang berpartisipasi sebagai wakif. Selain itu, kegiatan safari dakwah diharapkan mampu menjadi media edukasi keagamaan sekaligus sarana penguatan hubungan sosial antara lembaga dan masyarakat. Dengan demikian, strategi *Public relations* melalui event safari dakwah tidak hanya berfungsi sebagai media promosi program, tetapi juga sebagai upaya membangun budaya wakaf yang lebih kuat di tengah masyarakat.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui metode sosialisasi, edukasi, dan pendampingan masyarakat yang dikemas dalam program Safari Dakwah YBM Hasuna. Kegiatan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan *awareness* masyarakat mengenai pentingnya wakaf, khususnya wakaf produktif, sebagai instrumen filantropi Islam yang berkelanjutan (Makhrus et al., 2021). Sasaran kegiatan adalah jamaah masjid dan masyarakat umum di Kota Pekanbaru yang menjadi lokasi pelaksanaan Safari Dakwah selama bulan Ramadan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

### **1. Tahap Persiapan**

Pada tahap ini tim melakukan koordinasi dengan pihak YBM Hasuna, pengurus masjid, dan tokoh masyarakat untuk menentukan lokasi, jadwal, serta teknis pelaksanaan kegiatan. Selain itu dilakukan identifikasi awal terkait pemahaman masyarakat mengenai wakaf sebagai dasar penyusunan materi sosialisasi.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

Kegiatan Safari Dakwah dilaksanakan dengan mengintegrasikan ceramah keagamaan dan edukasi wakaf produktif. Materi yang disampaikan meliputi pengertian wakaf, manfaat wakaf produktif, program-program wakaf yang dikelola YBM Hasuna, serta pentingnya partisipasi masyarakat sebagai wakif. Penyampaian materi dilakukan secara komunikatif dan persuasif agar mudah dipahami oleh peserta.

### **3. Tahap Diskusi dan Pendampingan**

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab. Pada tahap ini peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan, pendapat, maupun pengalaman terkait wakaf. Tim dan narasumber memberikan penjelasan serta pendampingan guna meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pengelolaan dan manfaat wakaf.

### **4. Tahap Evaluasi**

Evaluasi dilakukan melalui pengamatan terhadap tingkat partisipasi peserta, antusiasme selama kegiatan berlangsung, serta respons masyarakat terhadap materi yang disampaikan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas kegiatan Safari Dakwah dalam meningkatkan pemahaman dan *awareness* masyarakat mengenai wakaf.

Melalui tahapan tersebut, kegiatan Safari Dakwah diharapkan mampu menjadi media komunikasi yang efektif dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap wakaf serta memperkuat hubungan antara YBM Hasuna dan masyarakat sebagai bagian dari strategi *Public relations* lembaga.



*Gambar 1.* Koordinasi dengan pengurus masjid

## **HASIL**

Kegiatan Safari Dakwah dilaksanakan selama bulan Ramadan sebagai salah satu program edukasi dan sosialisasi wakaf kepada masyarakat. Program ini dirancang sebagai media komunikasi langsung yang mengintegrasikan kegiatan dakwah dengan penyampaian informasi mengenai wakaf, khususnya wakaf produktif. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di beberapa masjid yang menjadi lokasi Safari Dakwah dengan melibatkan jamaah masjid, tokoh agama, tokoh masyarakat, serta masyarakat umum sebagai peserta kegiatan.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, tim melakukan observasi dan koordinasi dengan pengurus masjid serta tokoh masyarakat di lokasi sasaran. Tahap ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi masyarakat dan tingkat pemahaman mereka terhadap wakaf. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa sebagian besar masyarakat telah mengenal wakaf sebagai salah satu bentuk ibadah yang memiliki manfaat jangka panjang. Namun, pemahaman masyarakat masih didominasi oleh konsep wakaf konvensional yang identik dengan penyerahan tanah atau bangunan untuk kepentingan ibadah. Pengetahuan mengenai wakaf produktif sebagai instrumen pemberdayaan sosial dan ekonomi masyarakat masih relatif terbatas.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim menyusun materi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Materi yang disampaikan dalam kegiatan Safari Dakwah meliputi konsep dasar wakaf, landasan hukum wakaf dalam Islam, jenis-jenis wakaf, manfaat wakaf produktif, serta berbagai program yang dapat dikembangkan melalui pengelolaan wakaf. Penyampaian materi dilakukan dengan pendekatan persuasif dan komunikatif agar lebih mudah dipahami oleh peserta yang berasal dari berbagai latar belakang.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan penyampaian tausiah keagamaan yang mengangkat tema mengenai keutamaan amal jariyah dan pentingnya kontribusi umat dalam pembangunan sosial. Materi tersebut kemudian dihubungkan dengan konsep wakaf sebagai salah satu bentuk amal yang manfaatnya dapat dirasakan secara berkelanjutan. Selanjutnya, narasumber menjelaskan

berbagai bentuk pemanfaatan wakaf produktif yang dapat mendukung sektor pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, serta kegiatan sosial kemasyarakatan. Untuk meningkatkan partisipasi peserta, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab. Pada sesi ini, masyarakat diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan maupun pandangan mereka terkait wakaf. Berbagai pertanyaan yang muncul umumnya berkaitan dengan tata cara berwakaf, pengelolaan aset wakaf, transparansi pengelolaan dana wakaf, serta manfaat yang dapat dihasilkan dari program wakaf produktif. Tingginya partisipasi peserta selama sesi diskusi menunjukkan adanya ketertarikan masyarakat untuk memahami wakaf secara lebih mendalam.

Selain sebagai sarana edukasi, Safari Dakwah juga menjadi media komunikasi antara lembaga pengelola wakaf dan masyarakat. Melalui interaksi yang terjalin selama kegiatan, masyarakat memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai program-program wakaf yang dijalankan, sementara lembaga pengelola wakaf memperoleh masukan terkait kebutuhan dan harapan masyarakat terhadap pengelolaan wakaf di masa mendatang.

## **PEMBAHASAN**

Pelaksanaan Safari Dakwah menunjukkan bahwa pendekatan dakwah dapat menjadi media yang efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai wakaf. Hal ini disebabkan karena pesan yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dikaitkan dengan nilai-nilai keagamaan yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Pendekatan tersebut membuat materi mengenai wakaf lebih mudah diterima dan dipahami oleh peserta.

Pemilihan bulan Ramadan sebagai waktu pelaksanaan kegiatan juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberhasilan program. Ramadan merupakan bulan yang identik dengan peningkatan aktivitas ibadah dan kepedulian sosial masyarakat. Kondisi tersebut menciptakan suasana yang kondusif bagi penyampaian pesan-pesan mengenai wakaf sebagai bentuk amal jariyah yang memiliki manfaat jangka panjang. Dengan demikian, masyarakat lebih terbuka untuk menerima informasi dan termotivasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang berkaitan dengan filantropi Islam.

Temuan selama kegiatan menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan pemahaman masyarakat mengenai konsep wakaf produktif. Sebagian besar peserta lebih familiar dengan wakaf yang digunakan untuk pembangunan sarana ibadah, sedangkan pemanfaatan wakaf untuk sektor pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi belum banyak diketahui. Kondisi ini menunjukkan bahwa edukasi mengenai wakaf produktif masih perlu dilakukan secara berkelanjutan agar masyarakat memiliki pemahaman yang lebih luas mengenai potensi dan manfaat wakaf.

Dari perspektif *Public relations*, Safari Dakwah berperan sebagai sarana komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara lembaga pengelola wakaf dan masyarakat. Komunikasi yang berlangsung selama kegiatan tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat.

Melalui kegiatan tersebut, lembaga dapat mendengar secara langsung tanggapan, kebutuhan, dan harapan masyarakat, sehingga program yang dijalankan dapat lebih sesuai dengan kondisi yang ada di lapangan.

Kehadiran tokoh agama sebagai narasumber juga menjadi faktor yang mendukung efektivitas penyampaian pesan. Dalam masyarakat yang religius, tokoh agama memiliki peran penting sebagai sumber informasi dan rujukan dalam memahami ajaran Islam. Oleh karena itu, penyampaian materi wakaf melalui kegiatan dakwah memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pesan yang disampaikan.

Secara keseluruhan, pelaksanaan Safari Dakwah menunjukkan bahwa kegiatan dakwah yang dipadukan dengan edukasi wakaf dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap wakaf. Selain memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai wakaf, kegiatan ini juga mampu memperkuat hubungan antara lembaga pengelola wakaf dan masyarakat. Hubungan tersebut menjadi modal penting dalam mendorong peningkatan partisipasi masyarakat sebagai wakif serta mendukung pengembangan program-program wakaf yang berorientasi pada pemberdayaan umat.

Berisi deskripsi tentang hasil dari proses pengabdian masyarakat, yaitu penjelasan tentang dinamika proses pendampingan (ragam kegiatan yang dilaksanakan, bentuk-bentuk aksi yang bersifat teknis atau aksi program untuk memecahkan masalah komunitas). Juga menjelaskan munculnya perubahan sosial yang diharapkan, misalnya munculnya pranata baru, perubahan perilaku, munculnya pemimpin lokal (*local leader*), dan terciptanya kesadaran baru menuju transformasi sosial, dan sebagainya.



Gambar 2. Acara pelaksanaan safari dakwah

## KESIMPULAN

Kegiatan Safari Dakwah yang dilaksanakan selama bulan Ramadan merupakan salah satu bentuk implementasi strategi *Public relations* yang efektif dalam meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap wakaf. Melalui pendekatan dakwah yang dikombinasikan dengan edukasi

mengenai wakaf, masyarakat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai konsep wakaf, khususnya wakaf produktif sebagai instrumen pemberdayaan umat yang dapat memberikan manfaat berkelanjutan dalam bidang sosial, pendidikan, kesehatan, dan ekonomi.

Pelaksanaan kegiatan yang diawali dengan tahapan observasi, koordinasi, pelaksanaan Safari Dakwah, serta evaluasi menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi langsung melalui kegiatan keagamaan mampu menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai wadah interaksi antara lembaga pengelola wakaf dan masyarakat dalam membangun pemahaman serta kepercayaan terhadap program-program wakaf yang dijalankan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat memiliki ketertarikan yang cukup tinggi terhadap materi yang disampaikan, terutama terkait konsep dan pemanfaatan wakaf produktif. Antusiasme peserta selama sesi diskusi dan tanya jawab menunjukkan adanya kebutuhan masyarakat terhadap edukasi yang lebih luas mengenai wakaf. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kegiatan Safari Dakwah mampu menjadi media edukasi yang relevan dalam meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya wakaf sebagai bagian dari filantropi Islam.

Dengan demikian, Safari Dakwah dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif strategi komunikasi yang efektif dalam mendukung upaya peningkatan *awareness* wakif. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan sasaran yang lebih luas agar pemahaman masyarakat mengenai wakaf semakin meningkat dan partisipasi masyarakat sebagai wakif dapat terus berkembang dalam mendukung pemberdayaan dan kesejahteraan umat.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan serta penyusunan artikel ini. Secara khusus, ucapan terima kasih disampaikan kepada YBM Hasuna yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan Safari Dakwah sebagai bagian dari upaya meningkatkan *awareness* wakif. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para pengurus masjid, tokoh masyarakat, serta seluruh peserta kegiatan yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan respons positif selama kegiatan berlangsung.

Penulis juga mengapresiasi seluruh pihak yang telah memberikan masukan, saran, dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan strategi komunikasi dan pengelolaan wakaf, khususnya dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi sebagai wakif.

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada YBM Hasuna atas dukungan dan kerja sama yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan dan proses pengumpulan data

penelitian. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pengurus masjid, peserta Safari Dakwah, serta pihak-pihak terkait yang telah berkontribusi dalam menyukseskan kegiatan ini. Dukungan dan partisipasi yang diberikan menjadi bagian penting dalam penyelesaian penelitian yang berjudul "*Strategi Public relations Melalui Safari Dakwah YBM Hasuna dalam Membangun Awareness Wakif*". Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan program wakaf dan strategi *Public relations* pada lembaga filantropi Islam.

## DAFTAR REFERENSI

- Abd. Kadir Arno. (2018). WAKAF PRODUKTIF SEBAGAI INSTRUMEN KESEJAHTERAN SOSIAL DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI UMAT (POTENSI DAN TANTANGAN). *Journal of Islamic Management And Bussines*, 1(2), 41–51.
- Makhrus, M., Mukarromah, S., & Istianah, I. (2021). Optimalisasi Edukasi Wakaf Produktif dalam Mendorong Kesejahteraan Masyarakat. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*, 21(1), 1–20. <https://doi.org/10.21580/dms.2021.211.7989>
- Nugraha, F. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENGELOLAAN WAKAF UANG. *Penerbit Erlangga*, 7(2), 956 Halaman.
- Putra, Y. D., & Pratminingsih, S. A. (2025). *Amwaluna : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah The Impact of Social Media Advertising and Brand Awareness on Waqf Re-Interest Mediated by Waqif Satisfaction*.
- Satlita, L. (n.d.). *REPOSISI PERAN DAN FUNGSI STRATEGIS PUBLIC RELATIONS DALAM ORGANISASI*.