

Strategi Komunikasi Pendistribusian Zakat BAZNAS Kota Padang di Bulan Ramadhan

Fajri Ahmad¹, The Second Author's Name² and so on³

¹Universitas Islam negeri Sjech M, Djamil Djambek Bukittinggi

²University Affiliate

fajriahmad@uinbukittinggi.ac.id (Book Antiqua 10, Italic, line spacing 1)

Correspondent's Contact person (WhatsApp) : +6285365380707



©2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License-(CC-BY-SA) (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

Submission: date, month, year	Revised: date, month, year	Published: date, month, year
-------------------------------	----------------------------	------------------------------

Abstract (Book Antiqua 12, bold, center)

PENDAUULUAN (Book Antiqua 12, Bold, Line Spacing 1.15)

Zakat merupakan pilar agama Islam¹, hukumnya wajib dilaksanakan apabila sudah memenuhi rukun dan syarat yang di tentukan oleh agama melalui penjelasan Al-Qur'an dan hadist.² Sebagai suatu kewajiban zakat juga bertujuan untuk mewujudkan program pemerintah dalam memberantas kemiskinan dengan memberikan bantuan kepada kaum dhuafa yang membutuhkan.³ Syariat Islam memberikan perhatian sangat besar terhadap ibadah zakat karena kata shalat dan zakat selalu bergandengan dalam Al-Qur'an yang maknanya bahwa shalat dan zakat tak dapat dipisahkan.⁴

Zakat secara etimologi bermakna suci, berkah, tumbuh, dan berkembang.⁵ Sedangkan secara epstimologi zakat berarti mengeluarkan sebagian harta kepada orang yang duafa (membutuhkan).⁶ Menurut jenisnya zakat terbagi dua yaitu zakat

¹ Syafiq, A. (2016). Zakat ibadah sosial untuk meningkatkan ketaqwaan dan kesejahteraan sosial. *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 2(2), 380-400.

² Marimin, A., & Fitria, T. N. (2015). Zakat Profesi (Zakat Penghasila) Menurut Hukum Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(01).

³ Widiastuti, T. (2015). Model pendayagunaan zakat produktif oleh lembaga zakat dalam meningkatkan pendapatan mustahiq. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam | Journal of Economics and Business Islamic*, 1(1), 89-102.

⁴ Galuh, S. A. (2012). Pelaksanaan Zakat Profesi Pegawai Negeri Sipil di Kantor Unit Pengembangan Latihan Kegiatan Belajar Provinsi Kalbar. *Jurnal Hukum Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Untan (Jurnal Mahasiswa S1 Fakultas Hukum) Universitas Tanjungpura*, 1(1).

⁵ Romdhoni, A. H. (2017). Zakat dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 41-51.

⁶ Mardiana, A. (2014). Potensi Zakat di Provinsi Gorontalo. *Al-Mizan*, 10(1), 35-47.

fitriah dan maal.⁷ Zakat fitrah wajib dikeluarkan pada saat bulan Ramadhan yang keutamannya menjelang khatib naik mimbar untuk khotbah idul fitri. Sedangkan zakat maal ialah zakat yang wajib dikeluarkan sekali setahun apabila sudah mencapai nisabnya.

Indonesia memiliki lembaga resmi yang mencari, mengumpulkan dan mendistribusikan zakat yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) diatur dalam Undang-Undang yang disahkan oleh Presiden tahun 2011. UU tersebut menjelaskan kepada pemerintah daerah untuk membuka perwakilan BAZNAS yang memungut zakat dari ASN, lembaga dan masyarakat mampu.⁸

BAZNAS Kota Padang mersepon UU pemerintah tersebut, sehingga pada tanggal 11 April 2016 dibentuklah lembaga zakat secara resmi yang diturunkan melalui peraturan pemerintah daerah Kota Padang yang di tanda tangani langsung oleh Walikota. BAZNAS dibentuk disahkan melalui palantikan resmi walikota yang menjabat selama 5 tahun sekali. BAZNAS Kota Padang telah resmi dan di akui oleh pemerintah untuk mencari, mengambil zakat dari ASN, Perusahaan, Pengusaha dan masyarakat mampu di Kota Padang.⁹

Bulan Ramadhan tahun 2023 pendistribusian zakat BAZNAS Kota Padang mencapai 4 milyar. Hal ini disebabkan karena masyarakat kota Padang tidak hanya membayar zakat fitrah namun juga membayar zakat maal, karena menurut pemahaman mereka bahwa keutamaan beribadah di bulan Ramadhan baik itu mengeluarkan zakat fitrah atau zakat maal mendapat balasan pahala yang berlipat ganda.¹⁰ Namun dengan banyaknya penerima zakat maka menjadi tantangan bagi BAZNAS Kota Padang untuk mendistribusikannya, untuk pendistribusian zakat tersebut dilakukan awal Ramadhan artinya zakat yang dibayarkan oleh muzakki langsung disalurkan kepada mustahik yang membutuhkan. Tetapi tetap melalui mekanisme yang telah di buat oleh BAZNAS Kota padang dengan persyaratan administrasi seperti : membuat surat permohonan, melampirkan KTP Kota Padang, surat keterangan tidak mampu, KK, surat aktif jamaah masjid/mushalla, dan surat tidak merokok.

Staff pendistribusian BAZNAS Kota Padang IS mengatakan,¹¹ setelah semua persyaratan dimasukkan ke BAZNAS maka akan dikasih nomor antrian, nomor

⁷ Anis, M. (2020). Zakat Solusi Pemberdayaan Masyarakat. *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum*, 2(1 Juni), 42-53.

⁸ Nasution, E. Y. (2017). Pengaruh Pendidikan, Pendapatan dan Kesadaran Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS): Studi Kasus Kota Medan. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(2), 147-158.

⁹ Alesia, D., & Nurman, N. (2019). Peningkatan Akses Pendidikan oleh Baznas Kota Padang bagi Masyarakat Kurang Mampu Melalui Program Padang Cerdas. *Journal of Civic Education*, 2(4), 371-379.

¹⁰ SA Plt Pendistribusian BAZNAS Padang, Wawancara pada tanggal 2 September 2022

¹¹ IS Staf Pendistribusian BAZNAS Kota Padang, Wawancara 12 September 2022

antrian tersebut disimpan oleh penerima zakat nantinya untuk mengambil zakat di BAZNAS. Namun dengan terbatasnya tenaga dan wilayah kota Padang yang luas maka BAZNAS Kota Padang bekerjasama dengan pengurus Masjid/Mushala Kota padang untuk mendistribusikannya. Tahun 2024 BAZNAS Kota padang kembali meraih penghargaan dalam ajang BAZNAS Award yang diselenggarakan oleh BAZNAS Pusat di Jakarta, memperoleh penghargaan dengan kategori BAZNAS kota di Indonesia dengan penyaluran terbaik. Penghargaan ini tentu bagian dari apresiasi dari pemerintah atas kinerja BAZNAS Kota padang selama menyalurkan zakat masyarakat Kota padang kepada masyarakat di Kota padang.

LITERATURE REVIEW (Book Antiqua 12, Bold, Line Spacing 1.15)

Penelitian tentang zakat di BAZNAS Kota Padang yang sudah ada dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, mulai dari pengumpulan, pendistribusian, program dan peran BAZNAS. Diantara peneliti yang melakukan penelitian tentang zakat dengan berbagai judul dan permasalahannya tentu sangat menarik bagi penulis untuk mengetahui hasil yang didapatkan dan apa perbedaannya. Untuk lebih jelasnya maka akan diuraikan dibawah ini :

Penelitian Gusnita 2020 dengan judul pada pelaksanaan program Baznas padang Sejahtera dengan objek penelitian ialah masyarakat atau kepala keluarga kurang mampu di Kota Padang.¹² Hasil penelitiannya mengatakan belum optimalnya program padang sejahtera disebabkan modal usaha untuk menjalankan usaha harus banyak disamping itu perlu ada program pendampingan untuk menjalankan usahanya. Penelitian ini fokus kepada program Baznas Padang sejahtera dengan kendala yang dihadapi oleh muzakki dan mustahiq.

Penelitian Joni Zuhendra 2017 juga membahas tentang Pendistribusian Zakat yang khususnya kepada majlis taklim Masjid Musahala di Kota padang yang ditinjau dari layaknya menurut Hukum Islam.¹³ Hasil penelitiannya mengatakan Pendistribusian zakat kepada majlis taklim binaan Baznas Kota Padang sudah sesuai dengan sasaran namun dari segi penyaluran majlis taklim ke mustahiq zakat belum secara optimal dikarenakan kelompok majlis taklim memberikan dalam bentuk pinjaman. Penelitian ini fokusnya kepada pendistribusian zakat melalui kelompok majlis taklim binaan Baznas Kota Padang namun beluam mengurai kendali dan solusi terhadap permasalahannya

¹² Gusnita, *Peranan Baznas Kota Padang Dalam Pelaksanaan Program Padang Sejahtera Untuk Mewujudkan Pemberian Bantuan Modal Usaha Bagi Keluarga Yang Tidak Mampu*, Padang, 2020, di akses pada tanggal : 1 Septmber 2022
<http://repository.umsb.ac.id/146/1/SKRIPSI%20FULL%20GUSNITA.pdf>

¹³ Zuhendra, J. (2017). Kajian Pendistribusian Zakat Oleh Baznas Kota Padang Kepada Majelis Taklim Binaan Ditinjau Dari Hukum Islam. *Normative Jurnal Ilmiah Hukum*, 5(1), 1-15.

Alesia Dena 2022 yang mengungkap judul dalam penelitiannya tentang Program Padang Cerdas Baznas Kota Padang untuk Meningkatkan Pendidikan anak sekolah dari keluarga kurang mampu di Kota Padang.¹⁴ Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa program cerdas Baznas Kota Padang sudah tepat sasaran namun ada beberapa kendala yang ditemukan ialah memberikan kepada sekolah hanya bentuk surat edaran namun belum sampai kepada tahap sosialisasi yang berkelanjutan sebab dengan hanya surat edaran ada beberapa sekolah yang telat informasi dikarenakan sekolahnya terletak di Padang Pinggiran Kota.

Terkait dengan strategi komunikasi dalam penyaluran zakat di BAZNAS Kota Padang belum ada peneliti sebelumnya yang secara detail membahas tentang ini maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh bagaimana strategi komunikasi penyaluran Zakat BAZNAS Kota Padang sehingga keberadaan BAZNAS sebagai lembaga umat sangat dirasakan oleh masyarakat kurang mampu dan mendapat penghargaan BAZNAS Award kategori penyaluran terbaik di Indonesia.

METHOD (Book Antiqua 12, Bold, Line Spacing 1.15)

Jenis penelitian ini ialah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan data sebenarnya dilapangan melalui lisan, tulisan serta perilaku yang diamati oleh peneliti terhadap masyarakat yang diteliti. Data yang didapatkan dijelaskan secara sistematis sesuai dengan kebutuhan peneliti.¹⁵ Sebelum penelitian ke lapangan peneliti melakukan observasi untuk mengumpulkan informasi yang dirumuskan dalam penelitian, penulis mengambil data ke lapangan ketika pendistribusian zakat dari BAZNAS Kota Padang kepada mustahik di bulan Ramadhan.

Subjek penelitian ialah pimpinan dan staf penyaluran zakat Baznas Kota Padang.¹⁶ Sedangkan objek dalam penelitian ini ialah mustahik penerima zakat Baznas Kota Padang di bulan Ramadhan. Peneliti berusaha mendapatkan data dalam penelitian ini yang meliputi mekanisme dan kendala-kendala dalam pendistribusian zakat di bulan Ramadhan.

Selanjutnya untuk memperoleh data di lapangan penulis melakukan tiga langkah yaitu : Melakukan Observasi sebagai langkah awal dalam penelitian kualitatif yaitu mengamati peristiwa dilapangan yang berkaitan dengan kegiatan penyaluran zakat kepada mustahiq di bulan Ramadhan. Data yang di ambil melalui

¹⁴ Alesia, Dena, *Pelaksanaan Program Padang Cerdas Oleh Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Padang Dalam Meningkatkan Akses Pendidikan Bagi Masyarakat Kurang Mampu*, UNP, Fakultas Ilmu Sosial, diakses pada tanggal 3 September 2022 diakses pada tanggal : <http://repository.unp.ac.id/id/eprint/25369>

¹⁵Lexy J. Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Terj. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 6

¹⁶ Ati, S., Nurdien, K., & Taufik, A. (2014). Pengantar Konsep Informasi, Data, dan Pengetahuan. *Univ. Terbuka*, 230.

pengamatan disimpan dalam bentuk foto, video kemudian dijadikan data pendukung dari hasil wawancara dan untuk menguatkan dokumentasi.¹⁷

Sumber data yang kedua ialah wawancara, untuk memperdalam data yang sudah dapat melalui observasi, penulis wawancara secara tatap muka menggunakan media online dan offline, peneliti mendengarkan secara langsung informasi dari informan yang dipilih dalam penelitian berkaitan dengan daftar pertanyaan yang diberikan ketika wawancara berlangsung.¹⁸ Wawancara ini penulis lakukan langsung kepada Pimpinan Baznas, Kepala Bidang Penyaluran, staff, dan Mustahiq zakat.

Studi dokumentasi, studi dokumentasi diperlukan oleh peneliti untuk mendapatkan data pendukung dari dokument kegiatan pendistribusian zakat di bulan Ramadhan sebelumnya di Baznas Kota Padang seperti : buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, video rekaman dan data yang relevan tentang penelitian.

LANDASAN TEORI

Dalam penelitian ini penulis memakai konsep/teori yang berkaitan dengan zakat dan strategi komunikasi. Kata strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategos*, yang berarti Jenderal. Secara harfiah berarti "Seni dan Jenderal". Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Sedangkan menurut istilah Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya.¹⁹

Demikianlah pula strategi komunikasi yang merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktik yang harus dilakukan. Dalam arti lain bahwa pendekatan dapat berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.²⁰

¹⁷ Cholid Nurbuko, *et.al.*, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 70

¹⁸ Nurbuko Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h.70.

¹⁹ Efendi Arianto, *Pengantar Manajemen, and Strategi Kontemporer*, "Efendi Arianto, *Pengantar Manajemen Strategi Kontemporer, Strategi Di Tengah Operasional*, Jakarta: Kencana, 2017, h 63 1 10," n.d., 11-23.

²⁰ Novera Annisa Puspasari et al., "Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media," N.D., 1-19.

Strategi adalah pendekatan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi untuk mencapai tujuannya, strategi merupakan rencana besar dan rencana penting pada setiap organisasi yang dikelola secara baik.

Penting sekali untuk memuatkan perhatian pada strategi komunikasi, karena berhasil atau tidaknya suatu komunikasi sangat ditentukan oleh strategi komunikasi, khususnya dalam kegiatan komunikasi massa. Tanpa strategi, komunikasi massa, media massa sudah semakin modern dan kini banyak digunakan dalam pembangunan Negara karena mudah di dapat dan relative mudah digunakan.

Bentuk-bentuk Strategi

Harold Laswell seorang ahli komunikasi mengatakan bahwa cara yang efektif untuk menerangkan proses strategi komunikasi dengan "*Who Says What Which Channel To Whom With What Effect?*". Dalam menentukan strategi, penulis memberikan penekanan pada 3 elemen komunikasi, yaitu :

a. Strategi Pemilihan Khalayak

Mengenal dengan baik khalayak sebagai target sasaran komunikasi adalah cara efektif dan efisien untuk tercapainya tujuan. Identifikasi terhadap khalayak dapat dilakukan dengan berbagai faktor, diantaranya: demografis, tujuan dan latar belakang.

b. Strategi Penyusunan Pesan

Pesan diartikan sebagai segala sesuatu yang berbentuk simbol, dipersepsikan khalayak penerima, disampaikan melalui media. Pesan dapat disampaikan melalui verbal dan nonverbal. Sebuah pesan yang baik tentu saja harus dapat dengan mudah dipahami dan diterima oleh khalayak yang dituju. Pendekatan pesan dapat dilakukan melalui 3 pendekatan: *Rasional Appeal* (nilai), *Emotional Appeal* (manfaat) dan kombinasi dari kedua pendekatan.

c. Strategi Pemilihan Media

Media menjadi faktor penting terhadap sampainya pesan kepada khalayak yang dituju. Media itu sendiri secara garis besar dibedakan menjadi dua kategori, yaitu media lini atas (*above the line*) dan media lini bawah (*below the line*). Media lini atas ini adalah keputusan terhadap pemilihan media yang

digunakan sebagai saluran dengan alokasi budget terbanyak. Sebaliknya media lini bawah menggunakan budget yang rendah dan sebagai supporting media utama. Namun yang paling penting dalam strategi pemilihan media adalah mencari media dengan budget termurah namun tetap memiliki tingkat efektivitas tinggi.²¹

Selanjutnya teori Komunikasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu *communication* sedangkan bahasa Latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, yaitu sama makna. Kesamaan makna ini mengandung pengertian bahwa antara komunikator dan komunikan memiliki persepsi yang sama tentang apa yang sedang dikomunikasikan atau dibicarakan. Pihak komunikator dan komunikan memiliki sifat komunikatif.

Pada dasarnya tidak terlepas dari substansi komunikasi itu sendiri sebagai suatu proses pengalihan informasi (pesan) dari seseorang kepada orang lain atau sebaliknya. Banyaknya pengertian dan definisi komunikasi semakin menambah kompleksitas permasalahan definisi komunikasi dalam berbagai dimensi kehidupan manusia.

Komunikasi sebagai ilmu yang multidisiplin mempunyai banyak pengertian dan makna sesuai dengan latar belakang bidang ilmu yang memberi pengertian. Sehingga komunikasi dapat diartikan dalam perspektif sosiologi, psikologi, psikologi Komunikasi Antarmanusia sosial, antropologi, politik, dan sebagainya.

Startegi komunikasi dalam penyaluran Zakat di Bulan Ramadhan pada bulan Ramadhan ialah sebagai suatu program pemberdayaan masyarakat yang kurang mampu sebagai wujud dari implementasi Pancasila yaitu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Penyaluran zakat dimulai dari memberikan motivasi dan bantuan supaya masyarakat yang kurang mampu bisa berdaya dan hidup mandiri.

Dalam al-Quran secara detail menjelaskan bahwa orang yang berhak menerima zakat disebut dengan asnaf delapan terdapat dalam surat At Taubah, 60

"Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (mu'alaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui, Mahabijaksana."

Kegiatan Penyaluran zakat di Kota Padang BAZNAS mengutamakan terhadap fakir, miskin dan kaum dhuafa seperti yang terlilit hutang dengan berbagai pertimbangan penyaluran harus secara merata yang dilakukan secara bertahap untuk lebih jelasnya akan dibahas pada pembahawan di bawah ini

²¹ "6_smInEI. Komunikasi Korporat," n.d.

Hasil dan Pembahasan

Sepanjang tahun 2023 BAZNAS Kota Padang menyalurkan Zakat kepada masyarakat di Kota Padang yang diterima sebanyak 41.706 mustahik (penerima zakat). Hal ini diungkapkan oleh ketua BAZNAS Kota Padang Yusparidi zakat yang disalurkan tersebut berasal dari zakat ASN, CSR, pengusaha dan swasta. Dalam pendistribusian nya BAZNAS Kota Padang menggunakan startegi komunikasi yang di kelompokkan kepada tiga bagian yaitu :

- a. Stratagi Pemilihan Muzakki
- b. Strategi Pemilihan Pesan
- c. Strategi Pemilihan Media

KESIMPULAN

Conclusions should

DAFTAR KEPUSTKAAAN

Prepare references following **American Psychological Association (APA)** style. Cite recent scientific publications (within the past 10 years) that you have actually read (Primack & Escobar-Viera, 2017) . It is mandatory for every citation process to use citation automation tools from **Zotero, Mendeley, or Endnote**. Ensure that your citations are relevant to your work and avoid excessive self-citations or citations from the same region (Campbell & Bellar, 2022). Double-check each reference for accuracy against the original source, including authors' names, volume, issue, year, and **digital object identifier (DOI) number**. Your reference list should consist of primary sources, mainly scientific journals (at least 80% of the bibliography) published within the last 10 years. The remaining 20% may include research articles, reports, theses, books, and relevant publications.

Journal Article:

Primack, B. A., & Escobar-Viera, C. G. (2017). Social Media as It Interfaces with Psychosocial Development and Mental Illness in Transitional Age Youth. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, 26(2), 217-233. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chc.2016.12.007>

Buku:

Campbell, H., & Bellar, W. (2022). *Digital Religion: The Basics*. Taylor & Francis Group. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781003058465>

Thesis or Dissertation:

Johnson, M. L. (2020). The Role of Social Media in Shaping Political Discourse (Doctoral dissertation). Sample University.

Website:

World Health Organization. (2021). COVID-19 Dashboard. <https://www.who.int/covid19/dashboard> (Make sure to include the full URL and access date if relevant)

Research Report:

United Nations. (2020). Global Sustainable Development Goals Report 2020. <https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/>

Articles from Popular Journals or Magazines:

Smith, P. (2022). The future of space exploration. *National Geographic*, 241(4), 34-47.

