

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai strategi komunikasi digital melalui *Blast Chat WhatsApp* dalam kegiatan *fundraising* di LAZISWA Qinthorul Barokah Pondok Pesantren Assalafie, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi digital yang diterapkan LAZISWA melalui *Blast Chat WhatsApp* dilakukan secara terencana dan terintegrasi. Pemilihan *WhatsApp* sebagai media utama didasarkan pada kemudahan akses serta jangkauan yang luas di berbagai segmen usia alumni. Strategi yang dilakukan meliputi penyusunan konten yang menarik (foto, video, dan flyer), pengiriman pesan secara rutin (seperti program sedekah subuh dan Jumat berkah), serta penggunaan pendekatan religius melalui dalil dan motivasi keagamaan. Selain itu, interaksi dua arah juga menjadi bagian penting, di mana admin aktif merespons pertanyaan, konfirmasi donasi, serta menyampaikan laporan bulanan sebagai bentuk transparansi.
2. Peran *Blast Chat WhatsApp* dalam meningkatkan partisipasi alumni terbukti signifikan. Media ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media edukasi keagamaan, pengingat (*reminder*), serta alat yang mempermudah akses donasi melalui penyediaan nomor rekening dan QR code. Interaksi yang bersifat personal serta transparansi laporan keuangan turut meningkatkan kepercayaan dan loyalitas alumni. Hal ini berdampak pada peningkatan partisipasi yang bersifat nyata, signifikan, dan terdata melalui database yang dimiliki oleh LAZISWA.
3. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi strategi LAZISWA berada pada kuadran I (*Growth*), yang berarti lembaga memiliki kekuatan internal yang besar serta peluang eksternal yang luas. Hal ini ditunjukkan dengan nilai selisih IFAS sebesar 0,72 dan Selisih EFAS

sebesar 0,59. Kondisi ini menandakan bahwa strategi yang diterapkan sudah tepat dan memiliki potensi untuk terus dikembangkan. Kekuatan seperti penggunaan teknologi digital, kedekatan dengan alumni, serta transparansi pengelolaan dana menjadi faktor pendukung utama. Sementara itu, kelemahan dan ancaman yang ada relatif dapat diatasi dengan strategi yang adaptif dan inovatif.

B. Implikasi

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi, baik secara teoritis maupun praktis:

1. Penelitian ini memperkuat kajian mengenai komunikasi digital dalam bidang *fundraising* lembaga sosial Islam. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan media digital, khususnya *Blast Chat WhatsApp*, dapat menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam membangun hubungan dengan donatur. Keadaan ini sejalan dengan *teori Computer Mediated Communication* (CMC) yang menjelaskan bahwa teknologi komunikasi mampu menciptakan interaksi yang tetap personal meskipun dilakukan melalui media digital.
2. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa lembaga pengelola ZISWAF perlu mengoptimalkan media digital sebagai sarana penghimpunan dana. WhatsApp Blast terbukti efektif karena memiliki jangkauan luas, biaya relatif rendah, serta mampu menjalin komunikasi langsung dengan alumni atau calon donatur. Oleh karena itu, lembaga sejenis dapat menjadikan strategi LAZISWA sebagai contoh dalam mengembangkan sistem *fundraising* digital.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya berdampak pada peningkatan dana yang terhimpun, tetapi juga memperkuat kepedulian sosial alumni terhadap pesantren dan masyarakat sekitar. Partisipasi alumni yang meningkat mencerminkan tumbuhnya solidaritas sosial serta kesadaran berbagi melalui program ZISWAF. Jika strategi ini terus dikembangkan, maka manfaatnya tidak hanya dirasakan oleh lembaga, tetapi juga oleh para penerima manfaat.

seperti santri dhuafa, masyarakat kurang mampu, dan kegiatan sosial lainnya.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan ke depan:

1. Bagi LAZISWA Qinthorul Barokah

penulis menyarankan agar LAZISWA Qinthorul Barokah Memanfaatkan strategi SO dari analisis SWOT yang didapat yaitu dengan mengoptimalkan penggunaan *Blast Chat WhatsApp* sebagai media utama fundraising dengan memanfaatkan tingginya penetrasi *WhatsApp* di berbagai kalangan alumni, dan dapat membuka platform baru seperti web dan campaign lainnya untuk memperluas jangkauan donasi. sekaligus mengembangkan konten visual seperti foto dan video yang lebih kreatif, persuasif, serta sarat nilai religius guna meningkatkan daya tarik dan emosi donatur. Tidak kalah penting, optimalisasi database alumni perlu dilakukan secara berkelanjutan agar jangkauan pesan semakin luas dan personalisasi ajakan donasi dapat tersampaikan dengan tepat sasaran, sehingga tercipta ekosistem fundraising digital yang efektif, transparan, dan sesuai prinsip syariah

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam dengan pendekatan kuantitatif atau mengkombinasikan metode (*mixed methods*) untuk mengukur secara lebih detail pengaruh *Blast Chat* terhadap peningkatan donasi.

3. Bagi Lembaga Filantropi Lainnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan strategi *fundraising* berbasis digital, khususnya dalam memanfaatkan *WhatsApp* sebagai media komunikasi yang efektif, personal, dan memiliki tingkat keterbacaan tinggi.