

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan dengan menggunakan teori yang sudah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka peneliti akan memaparkan kesimpulan terkait strategi komunikasi organisasi divisi fundraising Daarut Tauhiid Peduli Cirebon, yaitu secara garis besar dari hasil penelitian yang peneliti lakukan di Daarut Tauhiid Peduli Cirebon bahwa untuk meningkatkan dana zakat mal dan profesi, selaku pengelola dana zakat sudah menyusun strategi komunikasinya secara sistematis, sebagai upaya untuk merubah pengetahuan, sikap dan tingkah dari sasaran dalam peningkatan dana zakat mal dan profesi.

Kesimpulan tersebut terdapat dari hasil penelitian yang menyertakan:

1. Penyusunan dan Pelaksanaan Strategi Komunikasi Divisi Fundraising dalam Penghimpunan Zakat Mal dan Profesi yaitu dengan langkah:
  - a) Menentukan Komunikator
  - b) Menyusun Pesan
  - c) Menentukan Khalayak
  - d) Memilih Media yang Digunakan
  - e) Menentukan Tujuan
2. Faktor-faktor Pendukung dalam Memaksimalkan Strategi Komunikasi Divisi Fundraising Daarut Tauhiid Peduli Cirebon, yaitu:
  - a) Perlengkapan dan Perlengkapan Fundraising yang Memadai
  - b) Pengadaan Event-event
  - c) Para Donatur tetap Daarut Tauhiid Peduli Cirebon.
3. Divisi fundraising Daarut Tauhiid Peduli Cirebon dalam mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi pada strategi komunikasi

Hambatan strategi komunikasi yang dialami divisi fundraising yaitu:

  - a) Hambatan dalam Proses Penyampaian/Teknik
  - b) Hambatan Semantik/Bahasa

c) Hambatan Manusiawi/Pribadi.

Divisi fundraising mengatasi hambatan-hambatan itu dengan selalu intropeksi setiap individunya, mengatur ulang jadwal, selalu berupaya untuk sosialisasi, menambah media untuk sosialisasi dan penawaran.

4. Hasil dari Pelaksanaan Strategi Komunikasi Organisasi yang dilakukan divisi fundraising Daarut Tauhiid Peduli Cirebon dalam penghimpunan dana zakat mal, profesi dan pendistribusiannya.

Hasil dari pelaksanaan strategi komunikasi divisi fundraising ini sudah berjalan sistematis dan dengan baik serta stabil dengan:

- a) Meningkatnya para muzakki
- b) Kepuasan donatur karena pendistribusian dilakukan dengan tepat dan sesuai
- c) Kembali stabilnya para donatur yang dimana pada masa pandemi mengalami penurunan donatur pada tahun 2019 dengan total 1.400 kemudian di tahun 2020 mengalami penurunan yaitu menjadi 1.249 dan kemudian mulai stabil kembali di tahun 2021 yaitu sebanyak 1.300 donatur.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis, sebagai berikut:

### 1. Implikasi Teoritis

- a) Strategi komunikasi yang tepat dalam pelaksanaan penghimpunan akan memberikan kemudahan bagi para calon donatur dan donatur.
- b) Meningkatnya pemahaman bagi khalayak sasaran terkait hal-hal yang disampaikan dalam pengenalan adalah bagian dari strategi komunikasi yang diterapkan oleh divisi fundraising Daarut Tauhiid Peduli Cirebon.

### 2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi divisi fundraising di Daarut Tauhiid Peduli Cirebon, masyarakat dan penelitian selanjutnya. Sebagai bentuk acuan yang diterapkan agar pada saat sosialisasi dan pelaksanaan penghimpunan, penyampaian pesan bias lebih efektif.

### C. Saran

Berdasarkan dari penelitian strategi komunikasi organisasi divisi fundraising Daarut Tauhiid Peduli Cirebon, terdapat beberapa saran dari penulis yaitu:

1. Kepada divisi fundraising Daarut Tauhiid Peduli Cirebon, sudah seharusnya dan kewajibannya menjaga kepercayaan yang sudah didapatkan dari muzakki dan perusahaan, instansi, lembaga yang sudah bekerjasama dengan Daarut Tauhiid Peduli Cirebon. Diharapkan juga untuk BAZNAS Daarut Tauhiid Peduli Cirebon untuk tetap melakukan inovasi dan kreasi guna menarik minat dan ketertarikan para muzakki agar selalu istiqomah untuk berzakat serta memperluas kerjasama dengan instansi-instansi lainnya.
2. Kepada Akademis, peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis juga berharap kepada para peneliti berikutnya supaya bisa memperbanyak referensi terkait model komunikasi agar dapat melakukan penelitian yang lebih baik lagi dan membuat inovasi penelitian yang baru.
3. Bagi para pembaca, terkhususnya mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon bahwa strategi komunikasi organisasi merupakan suatu cara yang penting untuk diterapkan dalam organisasi dalam lingkungannya. Alangkah lebih baiknya bisa untuk diterapkan dan dikembangkan guna memberikan sebuah perubahan serta dapat diambil manfaatnya.

