

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan penulis pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Sosialisasi wakaf uang yang dilakukan oleh Badan Wakaf Indonesia.  
Sosialisasi wakaf uang yang di Badan Wakaf Indonesia bertujuan untuk memberikan publikasi dan edukasi tentang wakaf uang. Sosialisasi yang dilakukan adalah jenis sosialisasi sekunder yang lebih memanfaatkan kondisi sosial, seperti melakukan sosialisasi ketika bulan Ramadhan dan masyarakat dengan kondisi ekonomi menengah keatas dengan usia 30 tahun keatas, dan prioritas selanjutnya masih berbasis mitra lingkungan kerja seperti *nazhir* Perwakilan Badan Wakaf Indonesia, *Nazhir* Wakaf Uang yang terdaftar, dan Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU).
2. Jenis media massa yang digunakan untuk sosialisasi.  
Media massa yang digunakan adalah media elektronik (televisi, radio), media cetak (buku, jurnal, dan koran), media internet (website, media sosial facebook dan twitter). Kegunaan masing-masing media massa dalam mensosialisasikan wakaf uang mempunyai pengaruh yang berbeda, seperti berpengaruh netral yang dirasakan dari dampak penggunaan televisi, radio, dan koran dimana penggunaannya tidak berdampak baik terhadap sosialisasi masyarakat dikarenakan membutuhkan anggaran yang besar untuk melakukan sosialisasi menggunakan media tersebut. Berbeda dengan pengaruh yang diberikan oleh penggunaan buku, jurnal, website, dan media sosial facebook dan twitter, penggunaan media tersebut menguntungkan karena pemanfaatan media tersebut lebih ringan dalam pembiayaannya, dan lebih memiliki kegunaan lebih baik dalam menyimpan informasi.

3. Peran media massa terhadap dampak capaian wakaf uang

Adapun peran media massa yang didapat menjadikan Badan Wakaf Indonesia sebagai sumber informasi wakaf uang, interaksi sosial tentang wakaf uang dengan masyarakat, dan mendapatkan umpan balik yang menguntungkan berupa penambahan asset wakaf uang yang berdampak positif dari sosialisasi menggunakan media massa secara keseluruhan, yaitu meningkatnya penerimaan wakaf uang dari sebelumnya Rp 2.912.038.711 di tahun 2014 menjadi Rp 3.019.118.581 di tahun 2015.

**B. Saran**

**1. Untuk Badan Wakaf Indonesia**

- a. Perlu ditingkatkan lagi jangkauan sosialisasi wakaf uang yang dilakukan Badan Wakaf Indonesia kepada seluruh lapisan masyarakat. Alternatif alat bantu untuk penerimaan wakaf uang juga bisa menjadi salah satu solusi dalam melakukan sosialisasi wakaf uang yang bekerja sama dengan pengelola masjid untuk menyediakan kotak amal khusus wakaf tunai, atau dengan sistem mengkonversi uang infaq yang didapat masjid menjadi wakaf uang yang nantinya akan dikelola secara professional oleh Badan Wakaf Indonesia
- b. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia harus dari segi kualitas maupun kuantitas untuk melakukan sosialisasi wakaf uang dengan membuat standar sosialisasi yang harus dilakukan oleh seluruh nazir wakaf tunai Perwakilan Badan Wakaf Indonesia seperti jadwal sosialisasi, standar materi, objek sosialisasi, kualitas sumber daya manusia yang mempuni. Standar tersebut kedepan nya juga bisa menjadi acuan untuk seluruh *nazir* wakaf uang yang ada di Indonesia
- c. Lebih memaksimalkan penggunaan media massa terutama dalam bentuk media sosial seperti youtube, instagram, dll, dalam melakukan sosialisasi.

- d. Lebih memperlebar jaringan kerja sama dengan media massa dalam hal sosialisasi wakaf uang.

## **2. Untuk Penelitian Selanjutnya**

Penelitian yang penulis teliti ini hanya meliputi sosialisasi menggunakan media massa dan menganalisis capaian wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia. Untuk penelitian yang akan datang, disarankan untuk mencari lembaga keuangan syariah berbentuk lainnya yang menggunakan media massa untuk sosialisasi ataupun melaksanakan marketing, atau pembahasan bisa dipersempit dengan sudut pandang media sosialnya saja.

