

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini membahas tentang kaderisasi mahasiswa muslim di Indonesia melalui studi kualitatif deskriptif tentang strategi komunikasi dakwah Masjid Salman ITB dalam menjangkau mahasiswa muslim di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, strategi komunikasi yang dilakukan oleh Masjid Salman ITB ialah dengan konsep media dan tanpa media. Komunikasi yang dilakukan dalam proses dakwah di Masjid Salman ITB ini dimulai dari sumber pesan. Dalam hal ini dalam menyampaikan pesan melalui kaderisasi, terdapat mahasiswa yang menjadi komunikan atau penerima pesan pengajaran. Hingga pada proses komunikasi pada penerimaan mahasiswa yang telah melakukan kaderisasi. Sehingga terdapat timbal balik di sana, yaitu mahasiswa yang menerima nilai-nilai Islam dan spesifiknya nilai Salman.

Dalam proses komunikasinya melalui media untuk menunjang aktivitas dakwah, Masjid Salman ITB melakukan beberapa metode komunikasi. Komunikasi yang paling efektif ialah komunikasi yang dilakukan secara daring dengan menggunakan pesan *broadcast* melalui WhatsApp. Media yang kedua ialah Instagram yaitu dengan konten-konten yang beragam serta merepresentasikan BMKA Salman ITB melalui kaderisasinya. Kemudian adapula *website* yang menjadi media terpusat dalam semua kegiatan di BMKA Salman ITB. Namun, tidak hanya itu, BMKA Salman ITB juga menggunakan berbagai macam media sosial seperti Youtube, Tiktok, hingga podcast akan tetapi masih perlu dimaksimalkan.

Strategi komunikasi ini dikuatkan dengan ada kampanye sosial #BangunIndonesia yang menjadi turunan visi misi Masjid Salman ITB. #BangunIndonesia juga menjadi salah satu *branding* bagi kaderisasi Salman. Hal ini ditunjukkan representasi yang sangat kuat dalam publikasi kegiatan BMKA Salman ITB dalam medianya, khususnya yaitu Instagram.

Visi dan misi Masjid Salman ITB ini menjadi semakin efektif dengan dilakukan kerjasama dengan Asosiasi Masjid Kampus Indonesia (AMKI). Hal ini dapat mempermudah dalam pelaksanaan proses kaderisasi yang dilakukan di kampus-kampus di seluruh Indonesia. Tentunya dengan pemantauan dari Masjid Salman ITB.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil keseluruhan dari analisis penelitian ini, peneliti akan menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi rekomendasi positif sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Praktis**

- a. Memaksimalkan media sosial yang lain, khususnya TikTok, hal ini dikarenakan audiens cukup umum atau yang tidak cukup dekat dengan masjid.
- b. Perlu memaksimalkan Aktivistik Salman Daerah untuk agen informasi di setiap daerah di Indonesia.
- c. #BangunIndonesia perlu dimaksimalkan dalam penggunaan, termasuk dalam program-program luring.

### 5.2.2 Saran Teoritis

- a. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengukur keefektifan kampanye sosial #BangunIndonesia yang dilakukan oleh BMKA Salman ITB di media sosial. Hal ini dapat membantu *branding* dari kaderisasi Salman.