

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

1. Strategi 'Aisyiyah dengan menerapkan nilai-nilai keagamaan di lingkungan Jawa Barat sudah tepat mengingat kuatnya nilai agama yang dianut oleh masyarakat Jabar.
2. Pelibatan tokoh-tokoh berpengaruh (Influence Gorup) dalam kampanye sosial juga telah membangun sinergitas dalam kampanye sehingga proses perubahan perilaku tidak hanya dialami oleh konsumen tapi juga elemen-elemen pendukung perubahan lainnya.

4.2. Saran

Dari temuan dalam penelitian ini, saran peneliti adalah :

- Jika kampanye sosial dilakukan di daerah yang memiliki karakter seperti di Jawa Barat, maka startegi 'Aisyiyah dalam menerapkan nilai-nilai keagamaan masih akan efektif dan relevan dalam mengubah perilaku masyarakat. Jadi, strategi yang sama bisa diterapkan dengan sedikit modifikasi. Tapi strategi ini perlu perubahan besar jika diterapkan di lingkungan masyarakat yang ;ebih heterogen. Terutama dari segi kepercayaan yang dianut, sebagai organisasi masyarakat Islam, 'Aisyiyah tentu ingin memperluas eksistensinya tidak hanya di lingkungan dengan basis muslim yang kuat tapi di lingkungan yang didominasi masyarakat dari

kepercayaan yang lain. Untuk itu, perlu strategi yang lebih bisa diterima oleh kalangan umum.

- Sebagai organisasi dakwah, ‘Aisyiyah yang membawa nilai-nilai pencerahan Muhammadiyah, harus membuat strategi bagaimana agar nilai-nilai Islam bisa diterima di komunitas masyarakat dengan keyakinan yang berbeda. Strategi tersebut sebagai bentuk implementasi Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin*. Artinya, teologi Islam harus bisa dibumikan oleh dakwah pencerahan ‘Aisyiyah.
- Jika dilihat, proses refleksi program di internal ‘Aisyiyah belum diikuti sistem seperti layaknya kampanye. Untuk itu, peneliti menyarankan penting bagi ‘Aisyiyah untuk membuat sistem monitoring dan evaluasi ketika program kampanye direfleksikan tanpa bantuan donor