BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di paparkan pada bab-bab sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pesan dan komunikasi dakwah melalui akun fanspage facebook Ustadz Zulkifli Muhammad Ali,Lc MA selama periode 23 Januari 2019 sampai 4 Maret 2019 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian yang di teliti penulis pada pesan dan komunikasi dakwah yang terdapat dalam Fanspage Facebook Ustadz Zulkifli Muhammad Ali, Lc.MA 23 Januari 2019 sampai 4 Maret 2019 peneliti hanya memfokus kan penelitian materi yang berkenaan dengan Aqidah yaitu Iman Kepada Hari Akhir mengenai peristiwa-peristiwa tentang Hari Kiamat.
2. Komunikasi Dakwah yang digunakan Ustadz Zulkifli Muhammad Ali,Lc.MA bersifat persuasif yang dimana beliau dalam ceramahnya selalu mengajak mad'u nya untuk terhindar dari ancaman Dajjal pada Hari Kiamat agar tidak terjerumus ke dalam pengikutnya.

   Di fanspage facebook Ustadz Zulkifli Muhammad Ali beliau menggunakan Komunikasi dua araha yakni dengan membalas serta menanggapi komentar para mad'u yang bertanya dengan beliau.

B. Saran

1. Penelitian ini dapat lebih di kembangkan dan di teruskan lagi menjadi penelitian yang lebih kompleks bagi mahasiswa Fakuktas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin pada prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yaitu bukan lagi Komunikasi Dakwah melalui Facebook melainkan pengaruh atau hubungan komunikasi serta pesan dakwah tersebut terhadap perubahan tingkat religius atau pada minat menulis dengan pesan dakwah bagi mahasiswa KPI.
2. Perkembangan semakin yang semakin canggih menuntut tokoh agama harus bisa mengikuti perkembangan jaman untuk terus berdakwah sesuai dengan jamannya tanpa harus mengurangi nilai-nilai Keislaman yang sudah ada. Oleh sebab itu, sebaiknya para da'I bisa menyesuaikan diri dengan mad'u sesuai dengan masyarakat di era modern sepert sekarang dengan memanfaatkan teknologi canggih, dengan menggunakan berbagai media dakwah, seperti audio (radio), audio visual (televisi, film, dll), media cetak (majalah, koran, tabloid, dll) serta media sosial (facebook, whatsapp, instagaram, twitter, youtube dll).