

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi informasi yang begitu cepat, membuat manusia harus bisa menyesuaikan setiap pola aktivitasnya. Kemunculan era informasi telah berdampak pada reorganisasi kehidupan sehari-hari. Hal ini, bukan hanya disebabkan oleh informasi yang semakin termediasi, melainkan juga manusia itu sendiri yang semakin mengintegrasikan antara media lama dan teknologi media baru ke dalam kehidupan mereka.

Saat ini, saluran terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Hal tersebut disebabkan adanya kebutuhan akan informasi, pendidikan, hiburan, dan pengetahuan dari berbagai media informasi yang berbeda.

internet merupakan sebuah taman pustaka besar yang didalamnya terdapat jutaan bahkan milyaran informasi atau data yang dapat berupa teks, grafik, audio maupun animasi dan lain lain dalam bentuk media elektronik. Semua orang dapat mengakses ke taman pustaka tersebut kapan pun dan dimana pun.¹ Hadirnya internet dalam kehidupan manusia tidak dapat dihindari, karena sudah menjadi kultur baru dalam hal komunikasi dan informasi pada tingkat global. Adanya akses internet, membuat manusia dengan mudahnya mencari dan mendapatkan informasi

¹ Riska,dkk, *Studi tentang Penggunaan Internet Oleh Pelajar*, e-Journal Sosoatri-Sosiologi, Vo.1 No.1, 2013, hal.41

untuk kebutuhan pribadi, pendidikan, pekerjaan, bisnis dan lain sebagainya.

Tidak hanya internet, untuk dapat mengakses informasi-informasi yang dibutuhkan juga bisa dilakukan melalui media sosial. Kehadiran media sosial pun dapat memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk saling berbagi informasi atau peristiwa yang terjadi disekitar mereka. Karena bisa saja, jika pada institusi media menyembunyikan suatu peristiwa, namun sebaliknya melalui internet khalayak bisa mengetahui informasi peristiwa tersebut dari khalayak lain.

Media sosial adalah sebuah media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya untuk berinteraksi, bekerja sama, berbagi informasi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan menjalin hubungan sosial secara virtual². Kebutuhan untuk menjalin hubungan sosial di internet merupakan dasar utama yang dilakukan oleh khalayak dalam mengakses media. Maka, pantas saja jika kehadiran media sosial menjadi begitu fenomenal.

Media sosial, tidak sekedar digunakan untuk membagikan informasi yang bisa didesain oleh pemilik akun (*users*) itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan media untuk berbagi data, seperti audio atau video. Dengan kecanggihan yang dimiliki internet dan media sosial yang seperti

² Rully Nasrullah, *Media Sosial*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017. Hal:13

itu, maka saat ini kehadiran media sosial juga dapat dijadikan sebagai media dalam menyampaikan dakwah.

Internet atau media sosial sebagai media dakwah itu sendiri adalah alat yang menjadi jembatan penyampaian pesan dakwah pada sasaran dakwahnya. Pesan dakwah itu sendiri merupakan keseluruhan ajaran Islam yang terdapat dalam Al-Quran dan Sunnah Rasulullah, yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u³.

Dengan adanya media sosial, dakwah memainkan perannya dalam menebarkan pesan-pesan dakwah dengan cepat dan mudah. Pesan dakwah disebarkan ke semua orang diseluruh penjuru dunia tanpa mengenal waktu dan tempat. Dari berbagai kalangan, ras, dan suku, dan berbagai agama dapat mengaksesnya dengan mudah. Selain itu, dengan perkembangan teknologi yang pesat ini mengupayakan semua pihak, terkhusus para aktivis dakwah untuk senantiasa produktif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi tersebut untuk menyebarkan dan mengembangkan dakwahnya. Maka, media sosial sebagai media informasi juga menyediakan ruang bagi manusia untuk berkreasi.

Dalam menyampaikan pesan dakwah saat ini, tidak terbatas pada media massa atau media elektronik saja, melainkan dapat melalui internet yang menyediakan berbagai informasi tentang dakwah. Maka dari itu, lahirlah sebuah inovasi dalam mengemas pesan-pesan dakwah di media sosial dalam sebuah karya seperti vlog, video clip, dan film-film pendek

³ Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015, hal.

islami yang biasa disebut dengan web series. Web series adalah sebuah video berkelanjutan yang tayang dalam jangka waktu tertentu di internet. Web series atau webepisode⁴ adalah salah satu model dari praktik internet baru. Webepisode sama halnya dengan program televisi, yakni mengulang episode dalam mengembangkan cerita. Mirip dengan serial di televisi, hanya berbeda platform dan durasi penayangan yang cenderung lebih pendek. Di setiap episode nya dibuatkan ending atau akhir cerita yang berbeda-beda, yang membuat penonton semakin penasaran sehingga tertarik untuk menonton kelanjutan ceritanya.

Seperti acara tv pada umumnya, serial web juga memiliki konten fiksi dan non-fiksi. Konten fiksi, seperti yang kita ketahui memiliki beberapa genre seperti komedi, *action*, drama, dan lain sebagainya. Begitupun dengan konten non-fiksi dapat berupa *talkshow*, *reality*, dan lain sebagainya.

Sebuah tontonan, terkhusus film pendek dapat memberikan pengaruh yang besar bagi jiwa manusia. Karena pada saat menonton, seseorang akan terbawa suasana dan larut dalam alur cerita yang disajikan dalam film tersebut. Ada hal-hal absurd yang tak bisa diungkapkan dengan kata-kata. Melalui film, informasi atau pesan dakwah yang disuguhkan lebih mudah di ingat, efisien, dan menghilangkan keraguan, selain itu bagi penonton aktivitas menonton itu memberikan juga manfaat, salah satunya menghilangkan stres dan memiliki jiwa empati.

⁴ Matius, M.Syahriar, *Strategi Kreatif Iklan Dalam Pemanfaatan Webseries (Studi Kasus Axelerate: The Series Axe Indonesia Oleh Makna Creative)*, e-Proceeding of Management, Vol.4, No.1, 2017, hal.1153

Melihat dari pengaruh sebuah film sangat besar bagi jiwa manusia, maka dapat dikatakan bahwa film dapat digunakan sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah di era millennial ini. Maka, hal-hal yang berkaitan dengan film seperti penulisan naskah, skenario, dan diikuti dengan aktivitas *shooting* harus menjadi bagian pertama yang diisi oleh misi dakwah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis terinspirasi untuk meneliti tentang pesan dakwah dalam serial web Ramadhan Terakhir dengan mengangkat judul **Web Series Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Web Series Ramadhan Terakhir Episode 1-4 Tahun 2018)**.

Dengan pertimbangan, peneliti telah melihat banyak web series yang hanya menghibur penontonnya namun jauh dari nilai-nilai agamis, dan tidak banyak mengandung unsur pendidikan dan pesan dakwahnya. Di dalam serial ini kita akan sedikit banyak menemukan pesan dakwah yang disajikan dengan latar belakang mahasiswa yang sedang berusaha menjadi teman berfaedah yang selalu mengingatkan kebaikan bagi sahabat-sahabatnya, dimana saat ini telah memiliki kehidupan yang sangat berbeda dengan tiga tahun yang lalu. Berjuang dengan memanfaatkan aplikasi line, dan menularkan sikap-sikap positif dalam setiap episodenya. Selain itu, tayangan web series ini sudah ditonton lebih dari 1,6 juta kali. Dan akun youtube yang dimiliki oleh Line Indonesia ini telah memiliki 233 ribu *subscriber*.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, dengan pertimbangan bahwa semiotika adalah sebuah ilmu yang mengkaji tanda. Dan sebuah film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. Maka dari itu semiotika Roland Barthes lah yang memfokuskan semiotikanya terhadap tanda, meliputi penanda dan petanda dalam sebuah film. Tidak hanya itu, Barthes juga memfokuskan pada aspek denotasi dan konotasi, serta mitologi untuk dapat mengetahui makna-makna yang terkandung dalam film tersebut.

Dengan dibuatnya penelitian ini agar dapat memberikan pencerahan bahwa web series ramadhan terkahir juga mengandung pesan dakwah yang ingin disampaikan kepada pemirsanya.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana petanda dan penanda pesan dakwah yang terkandung dalam web series Ramadhan Terakhir episode 1-4 tahun 2018?
2. Bagaimana makna denotasi dan konotasi pesan dakwah yang terkandung dalam web series Ramadhan Terakhir episode 1-4 tahun 2018?
3. Adakah makna baru dari dakwah Islam yang terkandung dalam web series Ramadhan Terakhir episode 1-4 tahun 2018?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui petanda dan penanda pesan dakwah yang terkandung dalam web series Ramadhan Terakhir episode 1-4 tahun 2018?
2. Untuk mengetahui makna denotasi dan konotasi pesan dakwah yang terkandung dalam web series Ramadhan Terakhir episode 1-4 tahun 2018?
3. Untuk mengetahui makna baru dari dakwah Islam tahun 2018?

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan berguna untuk pengetahuan ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam bidang I'lam. Penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan teori-teori maupun konsep-konsep dalam memahami Web Series Sebagai Media Dakwah melalui Analisa Semiotika Roland Barthes.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan berguna bagi masyarakat terutama generasi muda saat ini yang akan menjadi calon-calon da'i agar bisa menyampaikan dan mempraktekan dakwah melalui ranah i'lam.

E. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Tabel 1 .1 Tinjauan Pustaka Dan Hasil Penelitian Sebelumnya

No	Profil Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Abdul Wafi Akbar, UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2018	Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Bangun Samudra Dalam Video Youtube Kajian Muallaf Hijrah Sepenuh Hati	Pesan dakwah dan media yang diteliti	Metode analisis, subjek, dan objek yang diteliti
2.	Yasyifa Fajaria Nursami, UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2017	Pesan Dakwah Pada Film Cinta dalam Ukhwah (Analisis Wacana Film Karya Komunitas Keluarga Film Makker Muslim)	Pesan dakwah dan media yang diteliti	Metode analisis, subjek, dan objek yang diteliti
3.	Riza Ahmad Zaini UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2018	Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Web Series Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 Di Youtube	Pesan dakwah, web series, dan media yang diteliti	Metode analisis dan objek yang diteliti
4.	Lia Dahlia, UIN Syarif Hidayatullah	Analisis Isi Terhadap Pesan Dakwah daalm	Pesan dakwah dan media yang	Metode analisis dan objek yang

	Jakarta tahun 2013	Film Mama Cake	diteliti	diteliti
5.	Dini Aprilita, Universitas Negeri Surabaya tahun 2016	Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @Mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @Papuan_girl).	Metode analisis yang digunakan	Pesan dakwah, media dan objek yang diteliti

2. Landasan Teori

a. Kerangka Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori analisis semiotika Roland Barthes. Semiotika adalah ilmu tentang tanda. Tanda adalah basis dari keseluruhan komunikasi⁵. Manusia dengan perantara tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya.

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji dan mempelajari tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya mencari jalan atau makna ditengah kehidupan manusia.

⁵ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, Bandung: PT Reamaja Rosdakarya, 2013.hal.15

Semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) dan memaknai sesuatu (*things*)⁶.

Jika semiotika Saussure berprinsip pada bahasa adalah sistem tanda yang terdiri dari penanda dan petanda, maka lain halnya dengan semiotika yang dipahami Barthes. Roland Barthes melihat signifikasi sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Signifikasi itu tidak terbatas pada bahasa, tetapi terdapat pula pada hal-hal yang bukan bahasa. Pada akhirnya Barthes menanggapi kehidupan sosial sendiri merupakan suatu bentuk dari signifikasi. Dengan kata lain, kehidupan sosial, apapun bentuknya, merupakan suatu sistem tanda tersendiri pula. Kehidupan sosial seringkali digambarkan dalam tayangan film. Dengan demikian simbol yang tersirat dalam film dapat ditransfer oleh penonton ke dalam kehidupannya⁷.

Gambar 1 .1 Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFEID (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

⁶ Ibid.

⁷ Yoyon Mudjiono, *Kajian Semiotika Dalam Film*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.1 No.1, 2011, hal. 130

Semiotika Roland Barthes terdiri dari dua sistem pemaknaan, yakni denotasi dan konotasi. Dalam suatu tanda, terdapat apa yang disebut penanda dan petanda. Penanda adalah kesan indrawi suatu tanda. Sedangkan petanda adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep yang dimunculkan oleh sebuah tanda. Jadi petanda adalah aspek mental dari bahasa. Kedua aspek tersebut kemudian digabungkan dan membentuk sebuah tanda, yakni tanda atau makna denotasi. Makna denotasi tersebut kemudian akan menjadi penanda pada pemaknaan tingkat kedua, yang jika digabungkan dengan petanda yang lebih luas maka akan membentuk makna konotasi.

Dalam sistem pemaknaan tahap kedua, terdapat pula apa yang disebut Barthes dengan mitos. Mitos merupakan sekumpulan gagasan dan praktik yang mempertahankan dan secara aktif mempromosikan pelbagai nilai dan kepentingan kelompok dominan dalam masyarakat. Mitos diciptakan oleh kelompok dominan dan terinternalisasi pada masyarakat sebagai sesuatu yang dianggap alami atau wajar. Mitos juga berfungsi untuk memberikan pembenaran pada nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu

b. Kerangka Konseptual

Secara sederhana media bisa diartikan sebagai alat komunikasi. Media merupakan wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi⁸. Media juga didefinisikan sebagai alat yang digunakan sebagai perantara

⁸ Rully Nasrullah, *Media Sosial*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media 2017, hal.3

untuk melaksanakan suatu aktivitas. Media itu dapat berupa lisan, tulisan, visual, dan audio.

Sedangkan dakwah adalah dorongan kepada manusia untuk berbuat yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat⁹. Dakwah juga merupakan sebuah proses terhadap respon para da'i, mengenai fenomena-fenomena atau permasalahan-permasalahan yang terjadi di dalam sebuah masyarakat. Dakwah dapat disampaikan melalui lisan, tulisan, dan perbuatan.

Maka media dakwah dapat diartikan sebagai alat yang bersifat objektif yang bisa menjadi saluran untuk menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah yang keberadaannya sangat penting dalam menentukan perjalanan dakwah¹⁰.

Pada dasarnya, pesan-pesan dakwah dapat disampaikan menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indera-indera manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk penerima dakwah. Aktivitas dakwah sebenarnya, semakin tepat dan efektif media yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada komunikasi dakwah. Banyak sekali media dakwah yang dapat digunakan dari yang tradisional sampai yang modern, misalnya kentongan, beduk, pagelaran kesenian, surat kabar, papan pengumuman, majalah, radio, televisi, film, dan internet.

⁹ Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015, hal.8

¹⁰ Ibid, hal.27

Salah satu bentuk dari media dakwah adalah web series. Web series merupakan salah satu bentuk dari video online yang menggunakan internet sebagai mediumnya. Pada awal kemunculannya di perindustrian pertama kali diproduksi oleh Bullseye Art dengan konten serial animasi pendek. Web series tersebut didistribusikan secara independen menggunakan youtube dan memperoleh lebih dari 100 juta penonton¹¹. Web series merupakan program acara serial yang ditayangkan di sebuah media yang sedang berkembang pada web TV. Kebanyakan contoh web TV yang sedang populer di internet adalah Youtube dan Vimeo. Saat ini, memproduksi web series menjadikan sebuah trend kreasi baru dalam memunculkan beragam materi video yang sifatnya sangat unik, spesifik, khas, dan sangat pribadi. Pembuat web series membiaskan realitas dan fiksi dengan cara yang menarik, yakni memberikan alternatif tontonan yang baru dan berkesan bagi penonton.

Di setiap episodenya web series berdurasi sekitar dua hingga tujuh menit atau lima sampai lima belas menit. Berbeda dengan Sinetron (sinema elektronik) dan novel, sinetron adalah sebuah acara yang tayang di televisi dan membutuhkan beberapa seri atau episode untuk sampai pada akhir cerita.

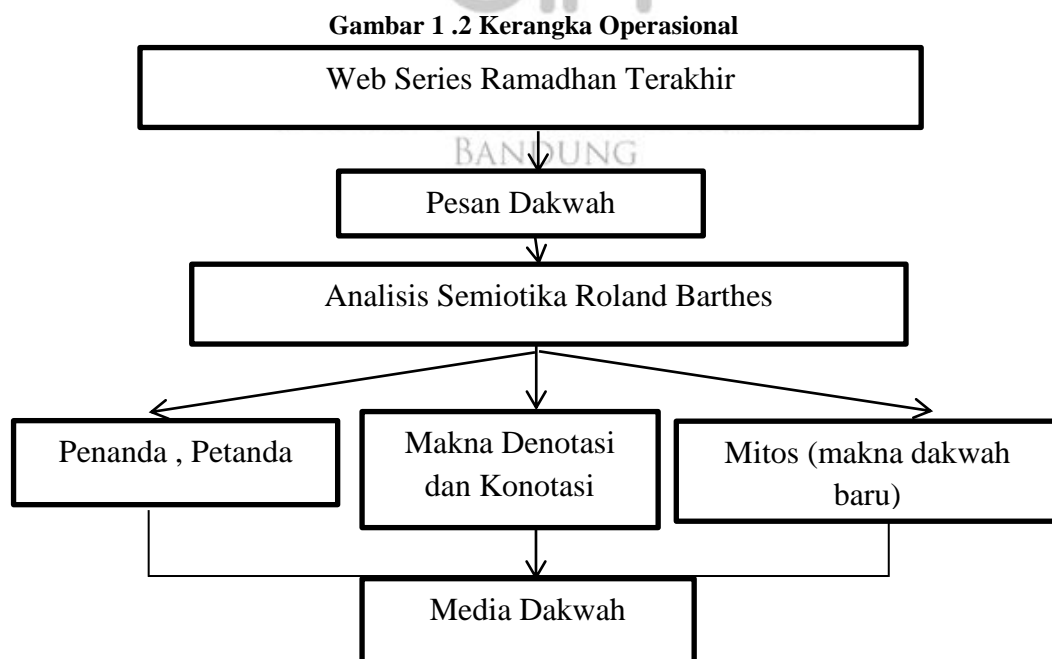
Seperti acara TV regular pada umumnya, konten pada web series terbagi menjadi dua, yaitu fiksi dan nonfiksi. Dalam kategori fiksi terdapat

¹¹ Iqbal A, Irfansyah, Budi I, *Analisis Web Series Dalam Format Film Pendek*, Komunikasi Visual & Multimedia, Vol.6 No.1, 2014, hal.30

genre – genre umum yang sudah biasa kita kenal, seperti action, thriller, drama, komedi, dan sebagainya. Pada genre nonfiksi juga terdapat keragaman acara yang tak kalah melimpah, seperti *talkshow*, *magazine*, *reality*, dan sebagainya.

Sebuah episode web series dapat diproduksi dengan budget yang relatif lebih rendah daripada memproduksi sebuah tayangan untuk televisi regular. Hal ini dikarenakan sudah semakin banyak produsen teknologi yang bersaing dikelas pro-sumer (*professional consumer*), dimana persaingan harga semakin sengit dan pada akhirnya menguntungkan konsumen. Kini, dengan adanya youtube , seorang filmmaker cukup mengunggah karyanya sendiri dari laptop dirumahnya. Dengan modal dasar kamera, microfon, sambungan internet, serta kreativitas.

c. Kerangka Operasional



F. Langkah-langkah Penelitian

1. Penentuan Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah web series Ramadhan Terakhir yang diteliti dari media dan pesan dakwah melalui studi analisis semiotika Roland Barthes. Web series Ramadhan Terakhir ini diproduksi oleh Line Indonesia yang dipublikasikan melalui chanel *youtube* nya pada 18 Mei 2018, dengan alasan web series ini dijadikan sebagai objek penelitian yaitu:

- a. Youtube menjadi salah satu bagian dari media dakwah yang efektif.
- b. Aktivitas dakwah melalui media baru lebih banyak diminati masyarakat.
- c. Web series Ramadhan Terakhir menjadi salah satu media yang memuat pesan-pesan dakwah.
- d. Web series Ramadhan Terakhir merupakan media dakwah yang banyak digemari dan mudah dijangkau oleh peneliti.
- e. Web series Ramadhan Terakhir mengemas pesan-pesan dakwah dengan cara yang berbeda, yakni melalui adegan-adegan dari para pemeran yang menggambarkan realitas kehidupan arti seorang teman yang mampu menjadi *uswah* dan memberikan banyak manfaat untuk orang lain.
- f. Web series Ramadhan Terakhir ini telah ditonton lebih dari 1,6 juta kali, dan channel youtube Line Indonesia ini *subscriber* nya telah mencapai 233 ribu.

2. Jenis Data

Secara kualitatif, jenis data dalam penelitian ini adalah:

- a. Data petanda dan penanda yang terkandung dalam web series Ramadhan Terakhir
- b. Data makna konotasi dan denotasi pesan dakwah dalam web series Ramadhan Terakhir
- c. Data mitos atau makna baru dari dakwah Islam yang ada dalam web series Ramadhan Terakhir

3. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data pokok yang yang didapatkan untuk kepentingan penelitian yang merupakan data utama yaitu file video web series Ramadhan Terakhir 2018.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder ini yaitu sebagai literatur atau rujukan berupa buku referensi yang relevan dengan topik penelitian, Instagram, Blog, Twitter, website, internet, dan lain-lain. Data ini diperlukan untuk memperkuat dari data primer.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Dalam analisis semiotika Barthes ini seperti yang dinyatakan Alex Sobur¹² merupakan ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-

¹² Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, Bandung: PT Reamaja Rosdakarya, 2013.hal.95

peristiwa, dan seluruh kebudayaan sebagai tanda. Alasan penulis menggunakan metode ini adalah mengamati isi pesan dalam web series Ramadhan Terakhir melalui berbagai tanda-tanda atau lambang-lambang yang secara konvensional memiliki arti. Karena pada dasarnya, film dibangun semata-mata dengan tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Selain itu, gambar yang dinamis dalam sebuah film, merupakan ikonis bagi realitas yang dinotasikannya.

Maka, teori semiotika Roland Barthes, memfokuskan gagasan semiotiknya terhadap tanda, yang meliputi penanda dan petanda, aspek denotasi dan konotasi, serta mitologi untuk dapat mengetahui makna-makna yang tergantung dalam film tersebut.

5. Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, catatan lapangan, dan materi-materi lain yang telah dikumpulkan. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis sesuai dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Memahami data berupa keseluruhan isi web series Ramadhan Terakhir episode 1-4.
- b. Mengidentifikasi bagian-bagian cerita dalam web series Ramadhan Terakhir episode 1-4 sesuai dengan tujuan penelitian.
- c. Mengkategorisasikan petanda dan penanda pesan dakwah, makna denotasi dan konotasi pesan dakwah, dan makna baru dari dakwah

yang terdapat dalam web series Ramadhan Terakhir episode 1-4 tahun 2018, dengan cara mengungkapkan dan memaparkan muatan materi dalam web series tersebut sesuai dengan kategori materi Aqidah, Akhlak, dan Ibadah.

- d. Mengambil Kesimpulan dari hasil analisa dan interpretasi data yang dilengkapi dengan saran-saran dan juga intisari dari hasil eksperimen yang dinyatakan dengan hipotesis. Fungsi dari pengambilan keputusan ini sangat berguna untuk merangkum hasil penelitian dan sebagai landasan rumusan pengambilan keputusan bagi peneliti sebagai acuan penelitian selanjutnya.

