

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan komunikasi di zaman sekarang ini sangat pesat dengan meningkatnya pengguna internet di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2017 pengguna internet lebih dari setengah penduduk di Indonesia yaitu 143 juta orang. Sebanyak 49,52 persen mereka yang berusia 19-34 tahun yaitu kalangan anak muda – dewasa muda, banyak yang memanfaatkan untuk bermain media sosial (Bohang, 2018). Media sosial (medsos) kini menjadi ruang sosial baru dalam berinteraksi dan berkomunikasi. Keberadaan internet sangat membantu dan mempermudah khalayak dalam melakukan segala urusan dan kebutuhan, mulai dari informasi, edukasi dan juga hiburan.

Media sosial menjadi tempat baru untuk melakukan interaksi antara satu dengan yang lainnya, karena seorang individu bisa menjadi pengirim juga penerima pesan sekaligus. Media sosial ini juga bisa memberikan kesempatan pada siapa saja dalam berinteraksi dan menjalin relasi dengan teman. Media sosial bisa juga digunakan sebagai media dalam bertukar informasi juga dalam menyampaikan pesan dakwah seperti pada *Instagram*, *WhatsApp*, *Facebook* dan juga *YouTube*.

Pengguna media sosial makin berkembang setiap tahun, hampir setengah penduduk Indonesia kini menggunakan media sosial. Pada Januari 2019 *We Are Social* menyebutkan bahwa *YouTube* menjadi media sosial terpopuler yang sering

digunakan dengan jumlah presentasi 88 persen, di tempat kedua ada *WhatsApp* dengan jumlah presentasi penggunaan 83 persen, lalu ada *Facebook* dengan jumlah penggunaan 81 persen dan *Instagram* dengan jumlah 80 persen (Haryanto, 2019).

Jika dilihat memang media sosial ini memberikan ruang kepada siapa saja untuk berkreasi dan juga merepresentasikan diri mereka masing-masing seperti dalam blog. Blog menjadi tempat representasi bagi siapa saja yang ingin menulis dan meluapkan emosinya dalam tulisan, ataupun menjadi ruang diskusi bagi pengguna internet. Tetapi kini kegiatan *blogging* kurang diminati oleh pengguna internet karena jarang dikunjungi dan bersaing dengan YouTube.

Kehadiran YouTube pada tahun 2005 menggeser penggunaan internet. Kegiatan *blogging* hanya 3,5 persen dari jumlah masyarakat yang menggunakan internet (Try dan Ruslan, 2015). Adanya YouTube juga mampu mengubah kegiatan masyarakat dalam mengakses media, sebelumnya banyak masyarakat membuat blog yang kini beralih ke YouTube, sebelumnya juga masyarakat menonton televisi yang kini beralih ke YouTube.

Vlog atau video blog merupakan istilah baru bagi pengguna YouTube untuk merepresentasikan dirinya dalam bentuk video. Representasi ini berkaitan dengan identitas dari seseorang, dan identitas berkaitan dengan konsep diri tentang bagaimana persepsi seorang individu terhadap dirinya sendiri dan memandang realitas (Liliweri, 2015: 149). *Vlog* menjadi media yang paling banyak digunakan saat ini, hingga tahun 2014 pun sebanyak 600 persen video yang di unggah ke akun YouTube (Aqmal dan Hani, 2016).

Vlog menjadi media yang banyak digunakan oleh generasi muda sebagai tempat untuk berkreasi dan mempresentasikan dirinya, dalam *vlog* mereka membentuk diri mereka yang diinginkan. Banyak artis yang menggunakan *vlog* untuk memperkuat *brand image* mereka seperti Ria Ricis, Raffi Ahmad, Zaskia Sungkar, selain artis banyak dari kalangan netizen yang menggunakan *vlog* sebagai tempat untuk menginspirasi juga berkreasi.

Sebuah *vlog* harus memiliki konten menarik biasanya tentang jalan-jalan, kuliner, opini, *beauty*, dan *life style*. Seperti Ria SW yang memilih konten kuliner dalam *channel* Youtube-nya, ada juga Arief Muhammad yang memiliki konten jalan-jalan juga *life style*, dan ada beberapa yang menggunakan *vlog* sebagai tempat untuk mengutarakan opini mereka juga informasi *beauty*. Dengan bermodalkan kamera dan keahlian dalam editing video maka *vlog* bisa di upload ke *channel* YouTube sehingga *vlog* dianggap sebagai media untuk hiburan.

Vlog juga banyak digunakan sebagai media dakwah. Selain hiburan, media dakwah ini juga sebagai media informasi dan pendidikan. *Vlogger* yang memanfaatkan *vlog* sebagai media dakwah adalah Gita Savitri Devi. Gita adalah seorang muslim Indonesia yang kini tinggal di Jerman. Ia pindah ke Jerman sejak tahun 2010 untuk melanjutkan pendidikan di Berlin. Alasan Gita kuliah di Berlin karena orang tuanya dulu pernah tinggal di sana dan ada juga ada beberapa kerabat yang tinggal di Jerman.

Gita yang lebih akrab dikenal sebagai Gitasav memiliki *channel* YouTube yang memiliki 7 ratus ribu *subscriber*. Gita sendiri seorang muslimah yang tinggal di Jerman hampir 9 tahun. *Vlog* pertama yang ia upload ke *channel* YouTube itu

pada tahun 2016, terdapat beberapa konten dalam *channel* YouTube-nya yaitu tentang Jerman, beropini, pagi-pagi, serta *vlog* kesehariannya. Konten tentang jerman berisikan tentang kuliah di Jerman seperti apa, transportasi, bahasa, dan juga isu-isu politik. Konten kedua beropini yang berisikan opini dan pandangan dari Gita tentang isu yang sedang hangat di perbincangkan baik dalam negeri ataupun luar negeri. Konten pagi-pagi berisi obrolan tentang suatu masalah yang ia bicarakan dengan suaminya yaitu Paulus Andreas Partohap, durasi dari video ini cukup lama karena tidak ada editing dan musik *backsound*. Lalu konten terakhir berisikan *vlog* keseharian Gita, banyak juga *vlog* dia *travelling* ke luar negeri seperti Amerika, Dubai dan juga Paris.

Selain menjadi *vlogger* Gita juga ditunjuk sebagai *host* dalam acara Muslim Traveler NET TV. Berkat acara tersebut ia mendapatkan piagam penghargaan dari Menpora sebagai pemuda hebat dalam kategori *Host* Muda Inspiratif di ajang Anugrah Syiar Ramadhan 2015 yang di adakan oleh Menpora, KPI dan Kominfo MUI. Gita juga terpilih menjadi satu-satunya *youtubber* wanita dari Indonesia dalam *Youtube Creator for Change* yang diadakan oleh YouTube sebagai *Influencer* untuk membuat konten positif bagi warga dunia. Pada tahun 2017 tepatnya bulan September dia menerbitkan buku pertamanya yang berjudul Rentang Kisah, isi dari buku tersebut tidak jauh dengan apa yang ada dalam *vlog*-nya.

Menjadi seorang muslim di Jerman tentunya tidak mudah untuk seorang Gita, kehidupan berislam di negara Jerman berbeda dengan di Indonesia. Di Indonesia adzan selalu berkumandang di setiap sudut kota ketika waktu shalat

tiba, ketika ingin makanpun tidak harus pilih-pilih karena mayoritas penduduknya muslim. Di Jerman untuk waktu sholat sendiri selalu mengandalkan pada aplikasi yang kini sudah tersedia. Sebagian mahasiswa muslim di Jerman biasanya mereka melaksanakan shalat di satu sudut ruangan yang sepi atau di rumah yang mereka tinggal. Masjid di Jerman juga tidak banyak, waktu berpuasa di Jerman cukup lama yaitu 18 jam dengan suasana ramadhan yang tidak terasa. Terkadang hari raya besar seperti Idul Fitri dan Idul Adha berbenturan dengan jadwal kuliah.

Kini di Jerman banyak restoran timur tengah yang menyediakan makanan halal dan daging halal. Untuk makanan memang harus selektif dalam memilih karena bisa jadi kandungan yang terdapat makan tersebut tidak halal, tapi banyak makan vegan (sayuran) yang tidak mengandung komposisi haram yang bisa dibuat sendiri dengan membeli bahan-bahannya ke supermarket. Lalu banyak juga wanita muslim yang terhalang dengan hijabnya ketika mereka mencari kerja di Jerman, meskipun ada beberapa yang menerima dan tidak ada syarat khusus dalam melaksanakan pekerjaan mereka.

Jumlah muslim di Jerman kurang lebih mencapai tiga juta jiwa itupun di dominasi oleh orang-orang Turki (Al-Qardhawi, 2004: 13). Menjadi minoritas memang tidak mudah banyak sekali tantangan yang perlu dihadapi, seperti tempat ibadah lalu makanan dan juga lingkungan. Dalam *vlog*-nya Gita ingin menunjukkan bagaimana umat muslim yang notaben minoritas hidup di negara Jerman melalui video yang ia unggah, dan juga bagaimana pesan dakwah yang ia sampaikan dalam *vlog* tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penelitian ini mengambil judul **“Pesan Dakwah Minoritas dalam Vlog (Analisis isi terhadap Channel YouTube Gita Savitri Devi)”** untuk dijadikan penelitian.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka penelitian skripsi ini dapat dirumuskan dengan beberapa pertanyaan yakni :

1. Bagaimana pesan dakwah minoritas tentang akidah yang terdapat dalam *vlog* Gita Savitri Devi?
2. Bagaimana pesan dakwah minoritas tentang syariah yang terdapat dalam *vlog* Gita Savitri Devi?
3. Bagaimana pesan dakwah minoritas tentang akhlak yang terdapat dalam *vlog* Gita Savitri Devi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pesan dakwah minoritas tentang akidah yang terdapat dalam *vlog* Gita Savitri Devi.
2. Untuk mengetahui pesan dakwah minoritas tentang syariah yang terdapat dalam *vlog* Gita Savitri Devi.
3. Untuk mengetahui pesan dakwah minoritas tentang akhlak yang terdapat dalam *vlog* Gita Savitri Devi.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian mengenai Representasi pesan dakwah minoritas yang ada dalam *vlog* Gita Savitri ini di harapkan bisa berguna baik secara teoritik maupun praktik, sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dakwah tidak hanya dilakukan secara konvensional, namun juga mampu memanfaatkan media sosial khususnya pada media YouTube sebagai sarana penyampaian pesan dakwah. Selain itu penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang ingin melakukan penelitian dakwah melalui media massa YouTube.

2. Kegunaan Praktis

Melalui penelitian yang dilakukan ini, peneliti berharap dapat menjabarkan kepada khalayak agar mampu menggunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai media penyampaian pesan dakwah seperti yang ada dalam YouTube. Dan juga memberikan wawasan baru pada masyarakat tentang kegunaan *vlog* yang ada di YouTube hari ini.

E. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian mengenai YouTube yang telah dilakukan, namun tidak banyak yang membahas lebih khusus mengenai video blog atau *Vlog*. Penelitian ini memiliki kemiripan baik dari media yang di teliti atau objek yang diteliti dengan penelitian terdahulu. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang memiliki

kemiripan dan untuk terhindar dari kesamaan dengan penelitian yang telah ada sebelumnya, maka berikut penelitian terdahulu yang peneliti tinjau yaitu:

- a) Jurnal yang berjudul **“DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi”** karya dari Eko Sumadi mahasiswa STAIN Kudus. Jurnal tersebut membahas tentang konsep dakwah menurut Islam dan peran media sosial dalam berdakwah. Persamaan dari jurnal dan penelitian ini terletak pada dakwah di media sosial secara umum. Bagaimana seharusnya berdakwah di media sosial dan peran media sosial sebagai tempat untuk berdakwah. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, penelitian jurnal objeknya media sosial secara umum sedangkan peneliti memilih objek yang lebih spesifik yaitu *vlog* yang berada di dalam media sosial Youtube
- b) Jurnal yang berjudul **“Meme dan Vlog Sebagai Medium Dakwah Yang Efektif di Internet”** karya Mochammad Sinung Restendy dari Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Fokus penelitian milik Sinung yaitu meme dan *vlog* sebagai media dakwah. Persamaan dari jurnal dan penelitian ini yaitu pada fokus pembahasan *vlog* sebagai media dakwah. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, penelitian ini hanya fokus pada *vlog* milik Gita Savitri Devi.
- c) Jurnal yang berjudul **“Pengaruh Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Yufid.Tv Terhadap Motivasi Belajar Ilmu Agama Islam”** karya Yori Arfiko mahasiswa jurusan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Fokus penelitian ini

menganalisis pengaruh pesan dakwah pada *channel* Youtube Yufid.Tv. Persamaan penelitian dengan peneliti yaitu pada judul yang digunakan yaitu pesan dakwah. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.

- d) Jurnal yang berjudul **“Video Blogging (Vlogging) Sebagai Bentuk Presentasi Diri”** karya Aghnia Dian Lestari mahasiswa Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon. Fokus penelitian ini menganalisis *vlog* sebagai bentuk presentasi diri. Persamaan jurnal dan peneliti terdapat pada objek yang diteliti yaitu *vlog* dan Gita Savitri sebagai muslim minoritas.
- e) Jurnal yang berjudul **“Minoritas Muslim: Belajar dari Kasus Minoritas Muslim di Filipina”** karya dari Rina Rehayati dosen Fakultas Ushuluddin. Fokus penelitian ini menganalisis minoritas muslim yang ada di Filipina. Persamaan jurnal dan penelitian ini terdapat pada pembahasannya yaitu minoritas muslim. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek yang diteliti, serta negara yang diteliti, pada jurnal tersebut di negara Filipina sedangkan penelitian ini di negara Jerman.

2. Landasan Teoritis

Dakwah memiliki beragam definisi yang berarti seruan, ajakan, dan panggilan. Sedangkan dakwah dalam arti luas merupakan kegiatan untuk menyampaikan pesan keislaman yang bersumber dari Alquran dan Hadits dalam rangka mengajak, menyeru serta memanggil kepada jalan yang telah di ridhoi Allah demi mendapatkan rahmat-Nya dan kebahagiaan di dunia dan juga di akhirat.

Pertama, ajakan kepada jalan Allah Swt. *Kedua*, dilaksanakan secara berorganisasi. *Ketiga*, kegiatan untuk mempengaruhi manusia agar masuk jalan Allah Swt. *Keempat*, sasaran bisa secara fardiyah atau jama'ah (Ilaihi, 2010: 15).

Sesuai dengan firman Allah SWT QS. Ali Imran: 104:

Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebijakan, menyuruh (berbuat) yang ma'ruf dan mencehag dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung (Depag, 2002: 64).

Sedangkan dakwah menurut Syamsuddin RS. (2004: 5) untuk mewujudkan tujuan dari dakwah harus dilakukan secara terus menerus (*continue*) dari yang baik menjadi lebih baik, serta terus berkembang secara dinamis sesuai dengan ruang dan waktu. Adapun tiga kategori pesan dakwah menurut Wahyu Ilaihi (2010: 20) yaitu pesan akidah, pesan syariah, dan pesan akhlak.

Pembahasan tentang pesan dakwah minoritas terdapat dalam kaidah *Fiqh Aqalliyat* atau Fiqh Minoritas. Fiqh minoritas adalah model fiqh yang memelihara keterkaitan hukum syar'i dengan dimensi-dimensi suatu komunitas tertentu, yaitu masyarakat minoritas Muslim di Barat. Fiqh minoritas adalah sebuah produk hasil dari reinterpretasi atas dalil-dalil dasar yang menjadi spirit syariah. Permasalahan Fiqh *Aqalliyah* didasarkan pada *hujjiyah al-muqasid* (kekuatan nilai-nilai syara) yakni untuk mendapatkan kemaslahatan dan menghilangkan kemudaratatan (Nurhayati, 2013: 193-199).

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-A'raf: 86 yaitu :

Dan janganlah kamu duduk di setiap jalan dengan menakut-nakuti dan menghalang-halangi orang-orang yang beriman dari jalan Allah dan ingin membelokkannya. Ingatlah ketika kamu dulunya sedikit, lalu Allah memperbanyak jumlah kamu. Dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang berbuat kerusakan (Depag, 2002: 162).

Yusuf Al-Qardhawi (2004) dikenal sebagai orang pertama yang mengenalkan Fiqh Minoritas, menurutnya islam bisa menjawab semua yang berkaitan dengan persoalan hidup masyarakat muslim minoritas yang hidup di Barat. Beliau berpendapat bahwa persoalan hukum kontemporer muslim di barat tidak mungkin bisa di lakukan dengan mengirinkannya ke negara-negara muslim, akan tetapi kurang memadainya fiqh klasik yang bisa menjawab persoalan mereka.

Tujuan dan kosep yang digunakan oleh Yusuf Al-Qardhawi

Fiqh ini diharapkan agar dapat membantu mereka dalam menjaga ‘esensi kepribadian muslim’ yang baik lengkap dengan akidah, syariah, nilai-nilai, akhlak, moral pemahaman universal. Juga memudahkan minoritas muslim untuk menjalankan kewajiban mereka seperti agama, budaya sosial dan aspek lainnya, serta menjawab pertanyaan dan memberikan solusi atas persoalan yang dihadapi oleh minoritas muslim dengan mengacu pada ijthihad syar’i yan baru dan bersumber dari ahli fiqh yang mengerti dunia realitas (Al-Qardhawi, 2004: 37-38).

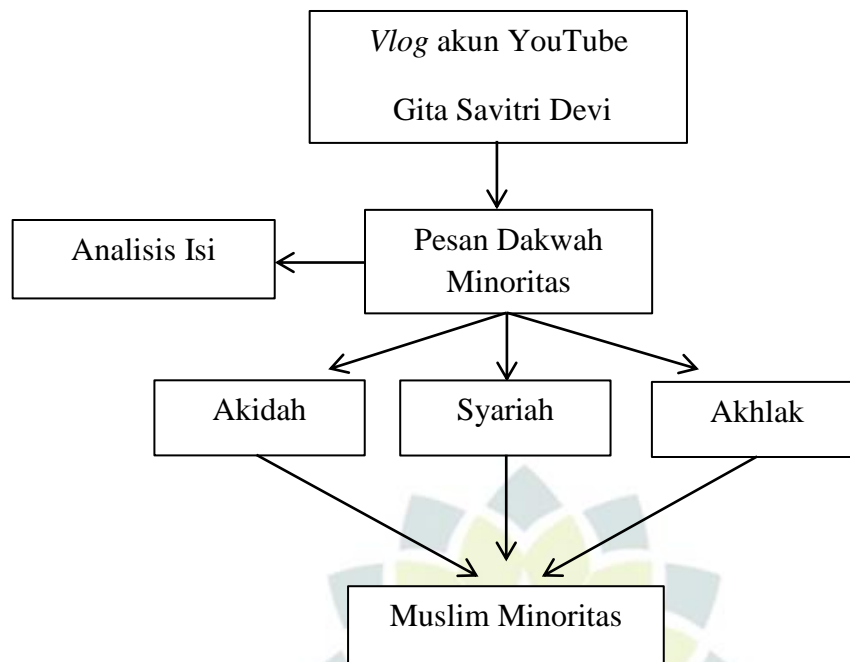
Fiqh minoritas berada di negara-negara minoritas muslim, dimana di negara tersebut perkembangan teknologi sudah demikian pesat. Media sosial sebagai produk dari perkembangan teknologi dan informasi yang masuk kedalam media baru. Media sosial itu tempat bagi para pengguna internet untuk mempresentasikan dirinya ataupun berinteraksi, berbagi, berkerja sama, berkomunikasi dengan pengguna lain, serta membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017: 11).

Sedangkan produk dari media sosial salah satunya yaitu YouTube. YouTube adalah sebuah situs *web video sharing* yang populer, dimana para pengguna bisa memuat, menonton, dan berbagi klip secara gratis. Rata-rata video yang ada di YouTube adalah video klip film, acara TV, serta video buatan para

penggunanya sendiri (Azmil, 2013). Adapun *vlog* merupakan salah satu jenis video yang di unggah oleh pengguna kedalam akun YouTube yang mereka miliki.

Dalam mengkaji pesan dakwah dalam *vlog* digunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan analisis isi. Analisis isi adalah metode yang digunakan untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara objektif, sistematis dan kualitatif terhadap pesan yang nampak (Kriyantono, 2010: 232). Pendekatan analisis isi bisa berbentuk kualitatif atau kuantitatif sebagaimana yang digunakan peneliti.

Analisis isi dipakai untuk menganalisis media cetak atau media elektronik, analisis isi juga digunakan untuk mempelajari isi konteks komunikasi baik komunikasi antar pribadi, kelompok, ataupun organisasi. Tujuan analisis isi terbagi menjadi lima yaitu; (1) Menggambarkan karakteristik pesan. (2) menggambarkan secara detail isi pesan. (3) Melihat pesan pada khalayak berbeda. (4) melihat pesan dari komunikator yang berbeda. (5) menarik kesimpulan dari penyebab suatu pesan. Untuk menjawab tujuan dari analisis isi peneliti menggunakan rumusan masalah dengan pesan dakwah akidah, syariah, dan akhlak dalam *vlog* Gita Savitri Devi. Dari teori yang digunakan terbentuk skema seperti dibawah ini:



Gambar 1.1. Kerangka Operasional

F. Langkah-langkah Penelitian

Untuk meneliti dan mengkaji pesan dakwah minoritas yang ada dalam *vlog* Gita Savitri, menggunakan langkah-langkah berikut:

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan terhadap pesan dakwah minoritas yang terdapat dalam *vlog* Gita Savitri. Pemilihan *channel* YouTube Gita Savitri sebagai objek penelitian karena terdapat pesan dakwah yang bisa di ambil sebagai seorang minoritas muslim yang tinggal di Jerman, selain itu masih sedikit penelitian tentang *vlog*.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi untuk mengungkap isi melalui data dokumentasi. Kaitannya dengan penelitian ini, dengan menggunakan analisis isi bisa memaparkan secara

jelas objek yang diteliti, yaitu tentang pesan dakwah umat muslim minoritas yang ada di Jerman melalui *vlog* Gita.

3. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah jenis data kualitatif. Dalam penelitian ini, karena video yang berisikan gambar serta pemaparan pesan dakwah yang ada dalam *vlog* Gita, baik dalam segi penyampaiannya atau dari segi tindakan yang dilakukan. Dari segi teknis, jenis data ini akan diangkat melalui penelaahan terhadap video blog yang di *upload* dalam *channel* YouTube Gita Savitri, yaitu mengenai isi pesan dakwah dan juga minoritas muslim di Jerman.

b. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari *channel* YouTube *vlog* Gita Savitri. Secara keseluruhan berjumlah 331 video dari bulan Maret 2016 – Juni 2019, yang diteliti menjadi sumber data primer sejumlah 22 video dengan 32 tema pesan dakwah.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini akan didasarkan pada berbagai literatur seperti buku dan media sosial lain yang menunjang dan berkaitan dengan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Dalam sebuah penelitian, diperlukan sebuah fakta atau kenyataan hidup sebagai suatu alat dan cara yang baik sehingga mendapatkan data yang valid, reliable, dan akurat (Suyanto, 2005: 83). Observasi ini akan dilakukan langsung dengan mengamati dan menonton setiap *vlog* Gita Savitri sejumlah 22 video.

b. Dokumentasi

Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis data, berupa dokumen media atau arsip dimana melihat isi dari sebuah video dan makna yang di publikasikan dalam media sosial.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian di lapangan. Mulai dari pengumpulan data kemudian di olah menjadi informasi kemudian dijadikan kesimpulan. Karena penelitian menggunakan metode kualitatif, sesuai dengan masalah dalam penelitian ini yaitu tentang proses penyampaian pesan dakwah minoritas muslim di dalam *vlog* Gita. Langkah yang akan digunakan untuk menganalisis data sebagai berikut:

1. Pengolahan data dengan mengklasifikasi dan mengkategorisasikan data *vlog* yang di *upload* dalam *channel* YouTube Gita Savitri Devi sesuai dengan jenis dan masalah yang akan dijawab dalam penelitian.
2. Melakukan analisis data yang telah diklasifikasi kemudian di jelaskan dengan pesan dakwah dalam fiqh minoritas.
3. Kesimpulan sementara terhadap hasil pembahasan dan penelitian.
4. Melakukan verifikasi data dan di analisis.
5. Kesimpulan hasil penelitian.