

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara bahasa dakwah berasal dari bahasa arab yakni, *da'a – da'watan* memiliki arti memanggil, mengajak, dan menyeru. Dakwah menurut Warson Munawir, adalah sebuah upaya dalam menyampaikan dakwah melalui ajakan atau berupa panggilan untuk berbuat kebaikan kepada setiap insan. Sehingga hal ini melibatkan tindakan yang mengundang, mengajak, menyeru, mendorong serta memohon kepada orang-orang untuk melakukan kebaikan.¹

Menurut Muhammad Al-Ghazali dalam bukunya yang berjudul “Fiqh al-Sirah” mengelompokkan dakwah menjadi 3 bagian yakni dakwah bil-lisan (dengan ucapan), dakwah bil-hal (dengan perbuatan), dan dakwah bil-qalam (dengan tulisan).² Dakwah secara istilah merupakan kegiatan ataupun aktivitas yang bertujuan untuk mengajak manusia kepada kebenaran Islam melalui berbagai metode yang sesuai dengan situasi dan kondisi.³

Brand Lokal Qaf Moeslem Apparel adalah sebuah brand yang menggabungkan berupa elemen-elemen busana dengan pesan dakwah dalam desain *t-shirt*. Qaf Moeslem Apparel juga memadukan gaya kontemporer dengan nilai-nilai agama untuk menciptakan pakaian yang tidak hanya *stylish* akan tetapi juga

¹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: AMZAH, 2013). hlm 1

² Muhammad Al-Ghazali, *Fiqh Al-Sirah* (Mesir: Dar al-Shorouq, 2002). hlm 145-147

³ Ahmad Syauqi Ibrahim, *Manhaj Al-Da'wah* (Lebanon: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 2004). hlm 20

mempromosikan pesan-pesan positif dan inspiratif. Qaf Moeslem Apparel juga mempersembahkan produk-produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fashion, tetapi juga menyampaikan sebuah pesan-pesan moral dan spiritual kepada para pelanggannya, sehingga menciptakan hubungan yang lebih dalam antara konsumen dan produsen.



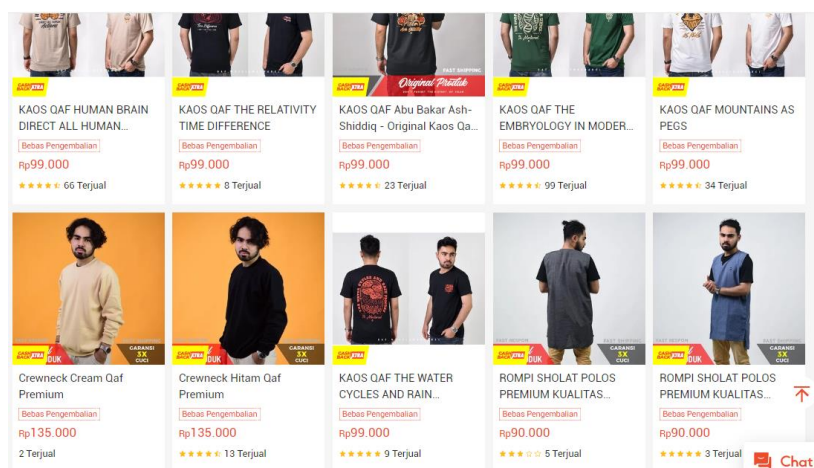
Gambar 1. 1 Qaf Moeslem Apparel

Kemunculan Brand ini didasari tidak sedikitnya para pemuda Indonesia yang lupa akan hal mengenai sejarah Islam, padahal banyak sekali pelajaran-pelajaran yang terdapat pada sejarah yang bisa diambil, dimana akan bisa menjadikan kebangkitan Islam.⁴ Melalui media visual *t-shirt*, Qaf Moeslem Apparel mengajak para pemuda muslim untuk mengingat dan tidak melupakan sejarah Islam.

⁴ 'Menjadi Pemuda Islam Masa Kini - Tsaqafah.Id' <<https://tsaqafah.id/menjadi-pemuda-islam-masa-kini/>> [accessed 29 May 2024].

Kemunculan Brand ini didasari tidak sedikitnya para pemuda Indonesia yang lupa akan hal mengenai sejarah Islam, padahal banyak sekali pelajaran-pelajaran yang terdapat pada sejarah yang bisa diambil, dimana akan bisa menjadikan kebangkitan Islam.⁵ Melalui media visual *t-shirt*, Qaf Moeslem Apparel mengajak para pemuda muslim untuk mengingat dan tidak melupakan sejarah Islam.

Qaf Moeslem Apparel memiliki produk dengan beberapa kategori yakni; series kisah sahabat, series kisah nabi, dan series kisah perang. Pada 4 tahun yang lalu brand ini diliput oleh beberapa media yaitu: Tribun Lifestyle, Lintas Bisnis, JPNN, dan VIVA. Sehingga membuat peneliti tertarik akan hal ini dalam melakukan penelitian tersebut. Dalam pembuatan produk yang dilakukan oleh brand lokal Qaf Moeslem Apparel tidak selalu membuat *t-shirt* tentang pesan dakwah. Akan tetapi, ada juga pembuatan baju seperti rompi sholat dan *t-shirt* biasa.



Gambar 1. 2 Shopee Qaf Moeslem Apparel

⁵ 'Menjadi Pemuda Islam Masa Kini - Tsaqafah.Id'.

Pesan dalam model *shannon-Weaver* dijelaskan bahwa sesuatu yang dikirim maupun diterima dalam proses komunikasi yang tiada lain adalah berupa fakta, data, kata, simbol, dan isyarat.⁶ Jadi, pesan adalah sesuatu yang disampaikan dari komunikator (sumber) berupa tulisan maupun simbol kepada komunikan untuk menerima sebuah informasi.

Pentingnya dakwah pada desain *t-shirt* terletak pada potensi untuk menyebarkan pesan-pesan positif dan inspiratif kepada para pemuda-pemuda yang dilakukan secara visual. Desain *t-shirt* yang mengusung pesan-pesan dakwah dapat menjadi media yang efektif untuk membangun kesadaran akan hal nilai-nilai positif yang memiliki kandungan pesan dakwah.

Selain itu, dakwah melalui *t-shirt* juga dapat menjadi metode cara untuk menjangkau para khalayak yang lebih luas diluar lingkungan kelompok agama. *T-shirt* dengan pesan-pesan dakwahnya dapat menarik perhatian dari berbagai latar belakang seseorang. Dalam penyampaian pesan dakwah pada *t-shirt* ini bentuk dakwahnya yakni; *Dakwah bil kitabah* yaitu aktivitas dakwah yang dilakukan secara penulisan.

Pada generasi milenial mengharapkan informasi yang mudah dan cepat diakses. Namun, usaha dakwah belum maksimal sepenuhnya dalam mengoptimalkan penggunaan berbagai media yang selalu terus menerus berkembang. Oleh karenanya, maka diperlukan peningkatan penggunaan media baru dalam penyampaian pesan dakwah. Hal ini penting mengingat sasaran dakwah yang dituju memiliki keragaman yang kompleks jika dilihat dari berbagai sudut pandang.

⁶ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019). hlm. 108

Sehingga dari dampak tersebut menimbulkan problematika yang dapat dilihat dari adanya perubahan pada nilai-nilai agama dan budaya, yang terlebih terjadinya fenomena percampuran budaya (akulturasi budaya) yang disebabkan oleh adanya kemajuan teknologi di era sekarang. Untuk memecahkan permasalahan ini tidak cukup dengan hanya melalui sebuah dakwah yang bersifat bertatap muka. Sehingga dari itu dakwah diharapkan mampu melakukan sebuah inovasi dan pengemasan dalam menunjang penyampaian pesan dakwah pada Mad'u melalui *t-shirt*. Dengan demikian hal tersebut menjadikan sebuah pendekatan yang menyentuh pada era milenial yang menjadi sasaran dakwah.

Dengan demikian *t-shirt* menjadi media dalam berdakwah dengan menerapkan sebuah inovasi baru dari cara menyampaikan isi pesan dakwah yang lebih kreatif dan unik sehingga dakwah melalui desain *t-shirt* lebih menyentuh kepada era milenial ini. Asmuni Syukur mengatakan terkait media dakwah, yakni merupakan segala bentuk yang dapat dimanfaatkan sebagai alat dalam mencapai sasaran dakwah yang telah ditetapkan.⁷

T-shirt juga merupakan salah satu bagian yang menjadi kebutuhan primer pada manusia dalam membuat produsen *t-shirt* aktif dalam memproduksi guna memenuhi keinginan konsumen (pengguna). Saat ini, *t-shirt* juga menjadi salah satu alat ataupun media dalam menyampaikan pesan dakwah dengan desain yang kreatif sehingga para konsumen akan merasa lebih tertarik dan bangga pada saat mengenakan *t-shirt* dengan desain yang pilih. Namun, sayangnya beberapa desain

⁷ Humaira Salma Supratman and Hendi Suhendi, 'Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan', *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam (JRKPI)*, 2 (1) (2022), hlm. 10 <<https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRKPI/article/view/748/570>>.

t-shirt saat ini malah menciptakan desain mengandung pesan negatif sehingga menuai banyak pertentangan bagi masyarakat Indonesia terkhususnya di Kota Banjarbaru.

Berlandaskan pada faktor-faktor diatas, sehingga peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul: “ **Pesan Dakwah Pada Desain T-shirt Brand Lokal Qaf Moeslem Apparel (Analisis Semiotika Roland Barthes)**”

B. Fokus Penelitian

Dari informasi yang telah disampaikan dalam latar belakang masalah, peneliti melakukan penetapan fokus penelitian bagaimana makna pesan dakwah pada desain *t-shirt* brand lokal Qaf Moeslem Apparel dalam menggunakan teori Semiotika Roland Barthes.

C. Tujuan Penelitian

Dari informasi yang telah disampaikan pada latar belakang dan fokus penelitian, peneliti melakukan penetapan pada tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana makna pesan dakwah pada desain *t-shirt* brand lokal Qaf Moeslem Apparel dalam menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

D. Signifikansi Penelitian

1. Secara Teoritis

Peneliti menginginkan dengan ini bisa memberikan sebuah sumbangsih dalam perkembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dakwah. Tentunya cara dalam menyampaikan pesan dakwah melalui *Dakwah Bil-Kitabah* yakni; berdakwah dengan melalui tulisan dengan sertai visual ataupun gambar. Peneliti berharap dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan

sumbangan bagi ilmu pengetahuan yang terkait dengan program studi komunikasi dan penyiaran Islam.

2. Secara Praktis

Peneliti menginginkan dengan adanya penelitian ini orang-orang dapat membuat inovasi baru dalam berdakwah. Terkhususnya dalam berdakwah pada bidang fashion dari segi desain yang diberikan tanpa mengurangi nilai dakwah tersebut.

E. Definisi Operasional

1. Pesan Dakwah

Pesan dakwah merupakan makna pesan yang terkandung pada setiap desain *t-shirt* yang disajikan oleh peneliti, pesan dakwah disini memiliki nilai-nilai Islam yang dimana nantinya tiap desain *t-shirt* akan dianalisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

2. Desain *T-shirt*

Desain *t-shirt* merupakan sebuah kaos yang memiliki visual gambar dimana di dalamnya mengandung pesan dakwah. Desain *t-shirt* disini memiliki beberapa kategori yang telah disediakan oleh peneliti yakni desain series kisah Nabi, series kisah Sahabat Nabi, dan kisah Perang. Sehingga pada nantinya desain yang memiliki visual gambar akan dianalisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk menemukan pesan dakwah.

3. Analisis Semiotika

Analisis semiotika sendiri merupakan sebuah metode penelitian yang berfokus pada tanda-tanda yang nantinya akan mengkaji makna dibalik visual gambar pada desain *t-shirt* yang telah dikelompokkan. Analisis semiotika ini menggunakan analisis teori semiotika Roland Barthes yang berfokus pada makna denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi merupakan sebuah makna atau pesan langsung, konotasi merupakan makna tambahan dari hasil denotasi, dan mitos merupakan makna yang diambil dari denotasi dan konotasi untuk memperkuat ideologi nilai-nilai, serta keyakinan sebelumnya.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai sebuah landasan dan referensi dalam memahami konteks serta metodologi yang digunakan dalam penelitian ini. Melalui kajian terhadap penelitian sebelumnya, dapat dilihat bagaimana topik pembahasan yang sejenis telah dibahas dan dianalisis oleh para peneliti lainnya.

Hal ini membantu peneliti dalam mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan serta memperkuat argumen dan temuan dalam penelitian yang akan dilakukan. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan analisis pesan dakwah pada desain *t-shirt* sebagai berikut.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1.	Pesan-Pesan Dakwah Pada Kaos Muslim Mosclot Analisis Media	Cut Andyna	Memiliki persamaan pada bagian analisis yang	Perbedaan nya terletak pada subjek penelitian yang diteliti.

No	Judul Penelitian	Peneliti	Persamaan	Perbedaan
	Komunikasi Dalam Perspektif Semiotika		digunakan yakni semiotika Roland Barthes serta juga memiliki kesamaan objek penelitian	
2.	Analisis Semiotika Rubrik <i>Fashion Style</i> Majalah <i>Kawanku</i>	Trigustina Pusporini	Memiliki persamaan di bagian analisis semiotika Roland Barthes	Memiliki perbedaan di bagian subjek dan objek penelitian yang diteliti
3.	Pesan Dakwah Dalam Syair Lagu “ <i>Man Ana Laulakum</i> ” (Analisis Semiotik Menurut Charles Morris)	Fathimatuz Zahroh	Persamaan terletak pada bagian objek penelitian yakni “Pesan Dakwah”	Perbedaannya terletak pada pada bagian subjek dakwah dan juga pada analisis penelitian yakni Charles Morris
4.	Pesan Dakwah Pada Desain Kaos Alknown (Analisis Semiotika Roland Barthes)	Tsabit Syauqi	Memiliki persamaan pada bagian objek penelitian	Memiliki perbedaan pada bagian subjek penelitian yang diteliti.

No	Judul Penelitian	Peneliti	Persamaan	Perbedaan
			<p>yaitu terkait tentang pesan dakwah pada kaos (<i>t-shirt</i>).</p> <p>Selain itu, dari bagian analisis sama-sama menggunakan semiotika Roland Barthes</p>	
5.	<p>Pesan Dakwah Dalam Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @ISLAMPOSCOM</p>	<p>Muhammad Abdurrauf Nasrullah</p>	<p>Memiliki Persamaan pada bagian objek penelitian yakni “pesan dakwah”</p>	<p>Memiliki Perbedaan pada objek penelitian yang diteliti, dan juga pada bagian analisis semiotika yang digunakan yaitu Charles Sanders Peirce</p>

G. Kerangka Teori

Peneliti menggunakan teori analisis semiotika Roland Barthes dalam mencapai sebuah hasil dari tujuan penelitian. Menurut Roland Barthes terdapat dua tingkat atau tataran makna dalam tanda yakni terdiri dari denotasi dan konotasi. Adapun penjelasan makna denotasi dan konotasi sebagai berikut:

1. Denotasi

Makna denotatif adalah makna yang paling dasar atau literal dari suatu tanda. Maksudnya adalah apa yang tanda tersebut tunjukkan secara langsung. Misalnya, foto seekor anjing hanya menandakan “anjing” pada tingkat denotatif.

2. Konotasi

Makna konotatif adalah makna tambahan atau makna yang lebih dalam yang diasosiasikan dengan tanda tersebut berdasarkan konteks budaya atau sosial. Jadi, foto seekor anjing mungkin saja menandakan kesetiaan, persahabatan, atau perlindungan pada tingkat konotatif, tergantung pada konteks dimana foto itu di lihat.

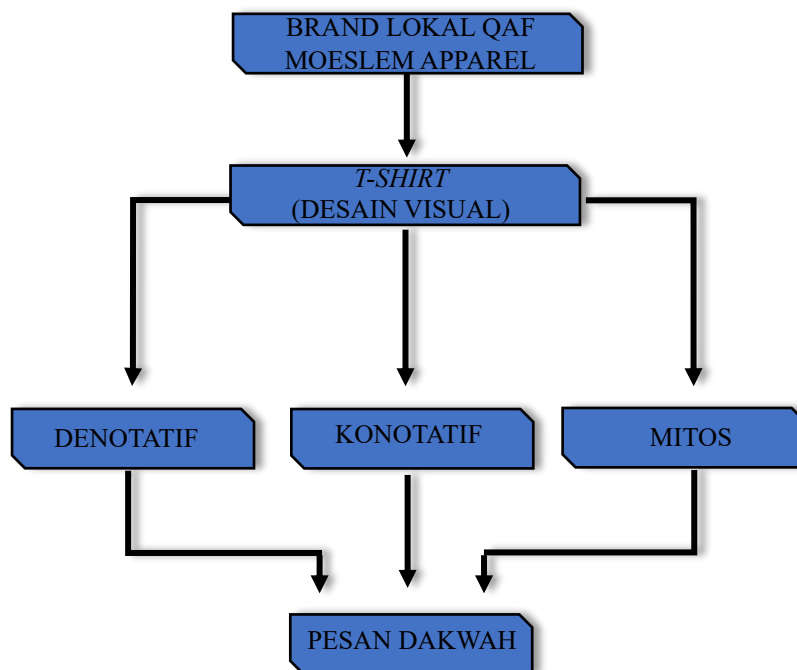
3. Mitos

Mitos menurut Barthes sendiri adalah sebuah cara dimana konotasi digunakan untuk mendukung ideologi atau kepercayaan yang lebih besar dalam masyarakat. Mitos bukanlah cerita fiksi, tetapi pemahaman yang diterima secara luas dan dianggap sebagai kebenaran oleh masyarakat. Misalnya, sebuah gambar apel mungkin membawa mitos “ **Amerika sebagai negeri yang subur dan makmur**”. Karena apel adalah buah yang melimpah disana. Mitos seperti ini menciptakan gambaran positif tentang negara tersebut.

Oleh karena itu, dengan menerapkan analisis semiotika Roland Barthes, peneliti lebih bisa memahami bagaimana suatu tanda-tanda bisa bekerja dalam komunikasi dan bagaimana brand tersebut membawa suatu makna yang lebih dalam dari pada yang terlihat pada pandangan pertama.

Dalam penelitian ini, pesan dakwah pada *t-shirt* akan diuraikan berdasarkan dari sumber data penelitian yaitu Brand Lokal Qaf Moeslem Apparel dimana analisis difokuskan tiga aspek utama yakni: makna denotasi, konotasi, dan mitos.

Gambar 1. 3 Kerangka Berpikir



H. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, digunakan bertujuan untuk memahami dan menginterpretasikan makna dibalik tanda-tanda pada desain *t-shirt*. Pendekatan ini membuat peneliti dapat menggali suatu makna yang lebih mendalam dan kompleks sehingga kemungkinan tidak bisa diukur secara kuantitatif. Pendekatan kualitatif adalah penerapan metode alami dalam meneliti berbagai masalah yang berhubungan dengan individu, fenomena, tanda-tanda, dokumen, dan gejala sosial.⁸

b. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian (*Library Research*) dengan literatur bertujuan mengkaji berbagai buku, dan literatur yang dimana berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Penelitian literatur (*Library Research*) adalah Serangkaian kegiatan mengenai tentang teknik pengumpulan data yang diambil dari literatur, membaca, mencatat dan mengolah substansi penelitian.⁹

⁸ Eko Murdiyanto, *Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)* (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press, 2020). hlm. 19

⁹ Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014). hlm. 3

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan suatu pihak hal yang akan menjadi sebagai bahan dalam penelitian. Pada penelitian ini yang digunakan sebagai subjek penelitian merupakan Desain *T-shirt* Brand Lokal Qaf Moeslem Apparel.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi fokus utama dari penelitian. Objek penelitiannya adalah pesan dakwah pada *t-shirt* yang mencakup gambar, tulisan, simbol, warna dan elemen lainnya pada *t-shirt*.

3. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer, menurut penjelasan dari Umi Narimawati (2008) merupakan sebuah data yang diperoleh dari sumber utama atau aslinya.¹⁰ Dalam penelitian ini sumber data primernya yakni adalah sosial media instagram Brand Lokal Qaf Moeslem Apparel yang mencakup desain *t-shirt*, dengan beberapa kategori yang telah disediakan yakni series kisah sahabat, series kisah nabi, dan series kisah perang.

¹⁰ Umi Narimawati, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi*. (Bandung: Agung Media, 2008). hlm. 98

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder, menurut penjelasan Hasan (2002) adalah sebuah data akan dikumpulkan atau diperoleh oleh peneliti dengan menggunakan referensi yang telah ada sebelumnya.¹¹ Data ini digunakan untuk melengkapi informasi data primer dan bisa didapatkan dari berbagai sumber seperti bahan pustaka, literatur, penelitian sebelumnya, buku, dan lainnya.

Dalam penelitian, sebuah data sekunder yang akan digunakan berasal dari artikel, jurnal dan website yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Sebagian dari sumber data sekunder juga diambil dari sosial media Brand Lokal Qaf Moeslem Apparel dengan cara melakukan observasi.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah suatu metode pengumpulan informasi dan digunakan untuk membuat kesimpulan atau diagnosis. Teknik observasi terutama berfokus pada fenomena sesuatu yang dapat langsung diamati oleh peneliti¹²

Pengamatan yang difokuskan terhadap penelitian ini yakni berupa desain-desain pada tiap *t-shirt* dengan tujuan utama menemukan dan

¹¹ M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002). hlm. 58

¹² Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Selemba Humanika, 2014). hlm. 131

memahami pesan dakwah yang terkandung di dalamnya di sosial media instagram Brand Lokal Qaf Moeslem Apparel.

b. Dokumentasi

Studi Dokumentasi menurut Sukmadinata (2007) merupakan metode dalam pengumpulan data dengan melibatkan proses mengumpulkan dan menganalisis berbagai macam dokumen, termasuk yang tertulis, gambar, maupun dalam format elektronik.¹³ Dalam konteks penelitian ini, dokumentasi yang dimaksud berfokus berupa tangkapan layar yang diperoleh dari instagram Brand Lokal Qaf Moeslem Apparel yakni pada tiap Desain *T-shirt* nya. Kemudian dikelompokan dengan beberapa kategori yang sebelumnya telah disebutkan.

c. Studi Pustaka

Tinjauan pustaka adalah aktivitas yang berfokus pada penghimpunan data pustaka, membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian. Dalam penelitian ini studi kepustakaan yang digunakan adalah dari berbagai teori dan konsep yang terdapat dalam buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang ada pada penelitian.

¹³ Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007). hlm. 220

5. Teknik Analisis Data

Permasalahan yang telah dikemukakan pada bagian fokus penelitian, peneliti akan melakukan pemecahan masalah melalui teori semiotika Roland Barthes dengan menafsirkan tanda desain yang terdapat pada *t-shirt* Brand Lokal Qaf Moeslem Apparel. Konsep teori yang digunakan disini terbagi tiga (3) yakni menemukan makna denotasi, konotasi, dan mitos. Adapun tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam pencarian dan interpretasi data sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan dan menyusun data penelitian dari ketiga kategori diambil tiap-tiap desain *t-shirt* 5 sehingga apabila digabung akan menjadi 15 data desain *t-shirt* Brand Lokal Qaf Moeslem Apparel.
- b. Melakukan pengelompokan dan mengkategorikan data yang sudah terkumpul untuk dijadikan sumber data primer.
- c. Melakukan penafsiran atau interpretasi dengan menerapkan tentang konsep Roland Barthes untuk mengungkap makna denotasi, konotasi, dan mitos
- d. Menarik kesimpulan pada setiap desain *t-shirt* yang telah dipilih sebelumnya.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan elemen dari penelitian sehingga sebagai pembaca dapat memahami dari setiap yang disusun. Dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) Bab yaitu sebagai berikut:

BAB I. Pendahuluan: Berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, kerangka teori, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II Deskripsi Tentang Konsep Pesan Dakwah, Desain Grafis, dan Semiotika Roland Barthes: Bagian ini Bab ini berisi tentang Konsep Pesan Dakwah, Desain Grafis, dan Teori Semiotika Roland Barthes.

BAB III Gambaran Umum Qaf Moeslem Apparel: Bagian Bab ini berisikan tentang Deskripsi Brand *Qaf Moeslem Apparel*, dan Digitalisasi Kreatif: Proses Penggunaan Software.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan: Bagian Bab ini berisikan tentang hasil penelitian, data penjualan desain *t-shirt*, dan pembahasan terkait dengan desain *t-shirt* dari brand Qaf Moeslem Apparel.

BAB V Penutup: Pada bagian Bab ini berisikan tentang kesimpulan, dan rekomendasi yang berkaitan dengan penelitian ini.