BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian

Temuan penelitian berupa data lapangan diperoleh melalui penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Ini sangat diperlukan sebagai hasil pertimbangan antara hasil temuan penelitian dilapangan dengan teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian. Dalam hal ini, peneliti menganalisis tentang media sosial twitter sebagai media komunikasi mahasiswa UIN Sunan Ampel.

1. Twitter Sebagai Media Pendekat Jarak

Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Menurut Ardiyanto Motif merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Motivasi adalah sebab, alasan dasar, pikiran dasar, dorongan bagi seseorang untuk berbuat atau ide pokok yang selalu berpengaruh besar terhadap tingkah laku manusia. Dengan kata lain motivasi adalah dorongan terhadap seseorang agar mau melaksanakan sesuatu. Dorongan disini adalah desakan alami untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan hidup.

Dalam definisi tersebut motif jika dihubungkan dengan konsumsi media berarti segala alasan dan dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan seseorang menggunakan media dan tujuannya menggunakan media tersebut. Seleksi terhadap media

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang dilakukan oleh khalayak disesuaikan dengan kebutuhan dan motif. McQuail membagi motif penggunaan media oleh individu ke dalam empat kelompok. Motif Informasi, Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia, mencari bimbingan berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan, memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum, Belajar, pendidikan diri sendiri, memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan. Motif Identitas Pribadi, menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain dalam media, meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri, motif Integrasi dan Interaksi Sosial, memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki, menemukan bahan percakapan dan interaksi social, memperoleh teman selain dari manusia, membantu menjalankan peran social, memungkinkan diri untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat. Motif Hiburan, melepaskan diri dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, penyaluran emosi.

Individu-individu menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu yang dicarikan pemuasannya melalui media tertentu pula, meski betapa pun kecilnya pemuasan yang dapat dilakukan media tersebut. Dari berbagai motif yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendorong menggunakan media, akan tumbuh semacam harapan yang dicarikan pemuasannya melalui media tersebut. Hal ini akan menimbulkan suatu pola perilaku penggunaan media sebagai perwujudan dari motif yang ada.[1]

Uno mengatakan Motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang untuk bertingkah laku. Dorongan ini berada pada diri seseorang yang menggerakkan untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan dorongan dalam dirinya. Motivasi juga dapat dikatakan sebagai perbedaan antara dapat melaksanakan dan mau melaksanakan. Motivasi lebih dekat pada mau melaksanakan untuk mencapai tujuan. Motivasi adalah kekuatan, baik dari dalam maupun dari luar yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Allan Rubin menemukan bahwa alasan atau motivasi orang menggunakan media dapat dikelompokkan kedalam sejumlah kategori yaitu untuk menghabiskan waktu, sebagai teman (*companionship*), memenuhi ketertarikan (*excitement*), pelarian, kesenangan, interaksi sosial, memperoleh informasi dan untuk mempelajari konten media tertentu.

Motif penggunaan social media juga dapat dikaitkan dengan alasan manusia dalam memenuhi kebutuhannya, salah satu yang mendasari pengguna social media adalah untuk pelepasan

[1]Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga massa* (Jakarta Prenadamedia Group)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

emosi. Pelepasan emosi termasuk ke dalam bentuk motif hiburan, motif hiburan dapat berbentuk tiga hal seperti pencarian untuk mengurangi rasa bosan atau melepaskan diri dari kegiatan rutin, pelarian diri dari tekanan / ketegangan dan masalah, atau pelepasan emosi dari perasaan dan energi yang terpendam. Twitter adalah salah satu media social yang digunakan banyak pihak, bukan hanya individu tetapi juga dalam sebuah kelompok, tujuan penggunaan media social twitter ini adalah untuk memposting apa yang khalayak rasakan seperti perasaan sedih, senang yang tidak dapat disampaikan secara langsung. Media social seperti twitter ini menjadi pelepasan emosi, yang mana pelepasan emosi merupakan bentuk dari penyaluran kondisi perasaan seseorang atau kelompok seperti dalam sebuah komunitas, twitter juga menjadi alat komunikasi yang dilakukan individu terhadap individu lain atau kelompok terhadap individu agar apa yang di rasa bisa tersalurkan dan dibagikan kepada khalayak luas. Kebanyakan orang memiliki motiv menggunakan media social twitter untuk berkomunikasi dengan sesama teman atau kelompok social yang tergabung dalam komunitas.

2. Twitter Sebagai media komunikasi Mahasiswa

Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Menurut Ardiyanto Motif merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Motivasi adalah sebab, alasan dasar, pikiran dasar, dorongan bagi seseorang untuk berbuat atau ide pokok yang selalu berpengaruh besar terhadap tingkah laku manusia. Dengan kata lain motivasi adalah dorongan terhadap seseorang agar mau melaksanakan sesuatu. Dorongan disini adalah desakan alami untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan hidup.

Dalam definisi tersebut motif jika dihubungkan dengan konsumsi media berarti segala alasan dan dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan seseorang menggunakan media dan tujuannya menggunakan media tersebut. Seleksi terhadap media yang dilakukan oleh khalayak disesuaikan dengan kebutuhan dan motif.

McQuail membagi motif penggunaan media oleh individu ke dalam empat kelompok. Motif Informasi, Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia, mencari bimbingan berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan, memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum, Belajar, pendidikan diri sendiri, memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan. Motif Identitas Pribadi, menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain dalam media, meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri, motif Integrasi dan Interaksi Sosial, memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lain, mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki, menemukan bahan percakapan dan interaksi social, memperoleh teman selain dari manusia, membantu menjalankan peran social, memungkinkan diri untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat. Motif Hiburan, melepaskan diri dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, penyaluran emosi.

Individu-individu menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu yang dicarikan pemuasannya melalui media tertentu pula, meski betapa pun kecilnya pemuasan yang dapat dilakukan media tersebut. Dari berbagai motif yang mendorong menggunakan media, akan tumbuh semacam harapan yang dicarikan pemuasannya melalui media tersebut. Hal ini akan menimbulkan suatu pola perilaku penggunaan media sebagai perwujudan dari motif yang ada.

Uno mengatakan Motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang untuk bertingkah laku. Dorongan ini berada pada diri seseorang yang menggerakkan untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan dorongan dalam dirinya. Motivasi juga dapat dikatakan sebagai perbedaan antara dapat melaksanakan dan mau melaksanakan. Motivasi lebih dekat pada mau melaksanakan untuk mencapai tujuan. Motivasi adalah kekuatan, baik dari dalam maupun dari luar yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Allan Rubin menemukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa alasan atau motivasi orang menggunakan media dapat dikelompokkan kedalam sejumlah kategori yaitu untuk menghabiskan waktu, sebagai teman *(companionship)*, memenuhi ketertarikan *(excitement)*, pelarian, kesenangan, interaksi sosial, memperoleh informasi dan untuk mempelajari konten media tertentu.

Motif penggunaan social media juga dapat dikaitkan dengan alasan manusia dalam memenuhi kebutuhannya, salah satu yang mendasari pengguna social media adalah untuk pelepasan emosi. Pelepasan emosi termasuk ke dalam bentuk motif hiburan, motif hiburan dapat berbentuk tiga hal seperti pencarian untuk mengurangi rasa bosan atau melepaskan diri dari kegiatan rutin, pelarian diri dari tekanan / ketegangan dan masalah, atau pelepasan emosi dari perasaan dan energi yang terpendam. Twitter adalah salah satu media sosial yang digunakan banyak pihak, bukan hanya individu tetapi juga dalam sebuah kelompok, tujuan penggunaan media social twitter ini adalah untuk memposting apa yang khalayak rasakan seperti perasaan sedih, senang yang tidak dapat disampaikan secara langsung. Media sosial seperti twitter ini menjadi pelepasan emosi, yang mana pelepasan emosi merupakan bentuk dari penyaluran kondisi perasaan seseorang atau kelompok seperti dalam sebuah komunitas, twitter juga menjadi alat komunikasi yang dilakukan individu terhadap individu lain atau kelompok terhadap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

individu agar apa yang di rasa bisa tersalurkan dan dibagikan kepada khalayak luas.

3. Twitter Sebagai Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan kebutuhan skunder dalam kehidupan, seperti halnya dalam hal berpakaian ataupun barang – barang yang dibutuhkan kedua dalam hidup sehari – hari. Terutama dalam kebutuhan alat komunikasi seperti *handphone* dan *internet*, Internet menawarkan solusi baru untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain tanpa harus bertatap muka. Solusi ini menjadi gaya hidup baru yang lebih kita kenal sebagai situs jejaring sosial. Ada banyak situs yang menawarkan fitur-fitur menarik yang membantu semua anggotanya untuk mencari orang tertentu, entah itu keluarga jauh atau teman lama, dalam waktu yang sangat singkat. Setiap orang bisa terhubung di internet dan mereka bisa berinteraksi satu sama lain tanpa batasan apapun. Kehadiran sosial media ini juga menjadi ladang bisnis baru bagi pemilik *website* untuk selalu menawarkan hal baru bagi pengunjung yang setia mengunjungi situs jejaring sosial setiap hari. Pengelola *website* akan terus berupaya untuk terus meningkatkan trafik *website*nya dan menambah jumlah anggota. Rekor situs jejaring sosial dengan anggota paling banyak dipegang oleh Twitter.

Website yang semula dibuat untuk tujuan yang tidak terlalu penting ini telah mengubah dunia maya. Selain itu, facebook dan Twitter menjadi salah satu situs yang paling sering dikunjungi di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dunia maya. Sebagian orang menggunakan media sosial sebagai bagian dari gaya hidup mereka untuk terlihat lebih modern.

Komunikasi dalam media sosial relatif mudah sehingga siapapun bisa mengaksesnya tanpa harus membedakan status, karena mudahnya mengakses media sosial, twitter menjadi gaya hidup kawula muda saat ini. Seperti halnya dengan mahasiswa UIN Sunan Ampel menjadikan twitter sebagai media komunikasi dan media informasi bagi mereka untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka agar tidak ketinggalan informasi yang mereka butuhkan.

B. Temuan teori

Hasil penelitian yang sudah terpetakan sebelumnya akan dicari relevansinya dengan teori-teori yang sudah ada. Hal ini dilakukan sebagai langkah lanjutan untuk peneliti mengkonfirmasi atau membandingkan temuan dengan teori sehingga didapatkan jawaban dari rumusan masalah. Dalam penelitian ini, pemaparan mengenai temuan data terkait motif mahasiswa UIN Sunan Ampel menggunakan media social twitter sebagai media komunikasi dengan Teori Penggunaan dan Kepuasan.

Teori ini didasarkan pada konsep-konsep komunikasi, realitas sosial, dan makna dengan asumsi

1. Audien Akif dan Berorientasi pada Tujuan Ketika Menggunakan Media

Dalam perspektif teori penggunaan dan kepuasan, audien dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Dengan kata lain, tingkat keaktifan audien merupakan varieabel. Perilaku komunikasi audien mengacu pada target dan tujuan yang ingin dicapai serta berdasarkan motvasi; audien melakukan pilihan terhadap isi media berdasarkan motivasi, tujuan dan kebutuhan personel mereka.

Audien memiliki sejumlah alasan dan berusaha mencapai tujuan tertenu ketika menggunakan media. McQuail dan rekan (1972) mengemukakan empat alasan mengapa audien menggunakan media.

a. Pengalihan (diversion) ; yaitu melarikan diri dari runtinitas atau masalah sehari-hari mereka yang sudah lelah bekerja seharian membutuhkan media sebagai pengalih perhatian dan rutinitas.
b. Hubungan personal; hal ini terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman.
c. Identitas personal; sebagai cara untuk memperkuat nilai-nilai individu. Misalnya banyak pelajar yang merasa lebih bisa belajar jika ditemani alunan musik dari radio.
d. Pengawasan (*surveillance*); yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu menvapai sesuatu. Misal, orang menonton program

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

siaran agama di televisi untuk membantunya memahami agamanya secara lebih baik.

2. Inisiatif untuk Mendapatkan kepuasaan Media Ditentukan Audien

Asumsi kedua ini berhubungan dengan kebutuhan terhadap kepuasan yang dihubungkan dengan pilihan media tertentu yang ditentukan oleh audien sendiri.

Karena sifatnya yang aktif, maka audien mengambil inisiatif. Dengan demikian, audien memiliki kewenangan penuh dalam proses komunikasi massa.

S.Finn (1992) menyatakan bahwa motif seseorang menggunakan media dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori, yaitu proaktif dan pasif. Dengan kata lain, pengguna media secaraaktif mencari informasi dari media berdasarkan atas kehendak, kebutuhan dan motif yang dimilkinya.

3. Media Bersaing dengan Sumber Kepuasan Lain

Media dan audien tidak berada dalam ruang hampa yang tidak menerima pengaruh apa-apa. Keduanya menjadi bagian dari masyarakat yang lebih luas, dan hubungan antara media dan audien dipengaruhi oleh masyarakat. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasai lainnya dalam hal pilihan, perhatian dan pengunaanuntuk memuaskan kebutuhan dan keinginan seseorang. Misalnya, diawal hubungan yang romantis, banyak pasangan memilih menonton bioskop daripada menonton televisi dirumah. Seseorang yang jarang mengkonsumsi media dan lebih suka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbincang dengan teman atau keluarga karena dirasa lebih bisa memberikan kepuasan akan menggunakan media lebih sering untuk mendapatkan informasi mengenai pemilu karena ia ingin menjadi calon legislatif (caleg). Penonton harus memberikan perhatian kepada pesan media untuk dapat dipengaruhi, pilihan personal dan perbedaan individu merupakan pengaruh kuat untuk mengurangi efek media. Individu yang tidak memiliki inisiatif diri yang cukup kuat akan mudah dipengaruhi media.

4. Audien sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media

   Kesadaran diri yang cukup akan adanya ketertarikan dan motif yang muncul dalam diri yang dilanjutkan dengan penggunaan media memungkinkan peneliti mendapatkan gambaran yang tepat mengenai penggunaan media oleh audien. Audien melakukan pilihan secara sadar terhadap media tertentu yang akan digunakannya.

5. Penilaian isi media ditentukan oleh audien

   Menurut teori penggunaan dan kepuasan ini, isi media hanya dapat dinilai oleh audien sendiri.

C. Temuan data dengan Al – Qur'an dan Hadits

Pengharaman media sosial facebook sebagai jaringan social online oleh Majelis Ulama Indonesia. Pro dan kontra pun terjadi terhadap fatwa ini. golongan pro berpikir bahwa berdasarkan fakta di Indonesia,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keberadaan facebook membuat angka perceraian akibat selingkuh semakin tinggi, selain itu terjadi banyak penculikan dan praktek-praktek asu sila yang diawali dari penggunaan facebook. Sedangkan dari kelompok kontra berpikiran bahwa memang teknologi disamping memberikan nilai positif tentu disisi lain juga memberikan pengaruh negative, namun pada dasarnya facebook hanya sebagai alat sedangkan apapun hasilnya itu semua kembali kepada diri masing - masing.

Pernyataan bahwa media social diharamkan dalam islam merupakan sebuah pertanyaan yang sangat disayangkan dan kurang bijak. Sebelum mengutarakan sesuatu hal itu halal atau haram maka sangatlah dibutuhkan dalil naqli dan dalil aqli serta perpaduan keduanya yang kuat dalam mendukung pernyataan tersebut. Dalil naqli adalah dalil yang berdasarkan alquran dan hadits, dalil aqli adalah dalil yang berdasarkan "akal sehat" sedangkan perpaduan antar keduanya seperti ijtihad dan qiyas. Dalam perpaduan antar keduanya ini salah satu hal yang paling utama diketahui adalah definisi. Sebelum media social dijustifikasi, selayaknya diketahui terlebih dahulu apa definisinya secara etimologi dan *terminology*. Berdasarkan definisi tersebut, kemudian hal tersebut dikaitkan dengan apa yang tercantum dalam al-Quran dan hadits.

Ketika menggunakan definisi secara sempit, maka akan susah menemukan ayat-ayat al-Quran maupun hadits yang secara tekstual berkenaan dengan media sosial. Namun ketika menggunakan definisi media sosial secara umum, maka dengan sangat mudah dan banyak ditemukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ayat-ayat al-Quran maupun hadits yang menyebutkan dan membicarakan media social.

Sosial (hablumminannas) merupakan salah satu ajaran islam yang sangat diperhatikan dan ditekankan karena lebih kompleks dan komprehensif. Sangat tidak heran ketika Rasulullah bersabda bahwa beliau diutus kemuka bumi ini untuk menyempurnakan akhlak (salah satunya akhlak dalam interaksi sosial) manusia. dan juga dapat dilihat betapa Islam melarang umatnya untuk memutuskan hubungan sosial sebagaimana dalam haditsnya yang diriwayatkan Bukhari dan Muslim, yakni Rasulullah bersabda bahwa tidak masuk surge bagi orang yang memutuskan silaturahim.

Terkait media sosial sendiri, salah satu ayat dari banyak ayat yang sering digunakan adalah Surat Al-Hujuratayat 13, yang artinya "Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa – bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal."

"Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu."Potongan ayat tersebut kaitannya dengan media social dapat pula diartikan sebagai penekanan dan penegasan bahwa dalam berinteraksi social tetap harus disertai dengan ke taqwaan. Taqwa ini disini menjadi etika, aturan, batasan, dan prinsip

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

praktek-praktek berinteraksi social. Sehingga upaya-upaya memediasi perbedaan social senantiasa disertai dengan ketaqwaan.

Terkait dampak yang ditimbulkan oleh media sosial yang terkadang positif dan juga negatif, berdasarkan dalil di atas maka yang menentukan baik tidaknya media sosial yang dilakukan bukanlah berdasarkan hasilnya apakah positif atau negatif melainkan berdasarkan proses dan praktek pelaksanaannya yang menggunakan ke taqwaan atau tidak. Dengan demikian, jika yang dipermasalahkan adalah prosesnya, maka secara langsung yang dipermasalahkan adalah subjek atau pelaku yang melakukan proses tersebut yang menjadi factor penentu sesuatu itu baik atau tidak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id