STRATEGI MARKETING POLITIK FIGUR MINORITAS DALAM PILKADES DESA DERU BOJONEGORO

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.) dalam bidang Ilmu Politik

Aminatuh Zuhriya

NIM 10040122087

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

JUNI, 2026

PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama	: Aminatuh Zuhriya
NIM	: 10040122087
Program Studi	: Ilmu Politik
Judul Skripsi	: Strategi Marketing Politik Figur Minoritas dalam Pilkades Desa Deru Bojonegoro

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun,
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain,
3. Apabila Skripsi ini di kemudian hari terbukti sebagai karya plagiat, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Surabaya, 10 Mei 2026

Yang menyatakan



Aminatuh Zuhriya

NIM 10040122087

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan terhadap Skripsi yang ditulis oleh:

Nama	: Aminatuh Zuhriya
NIM	: 10040122087
Program Studi	: Ilmu Politik

Berjudul ***"Strategi Marketing Politik Figur Minoritas dalam Pilkades Desa Deru Bojonegoro"***, saya berpendapat bahwa Proposal Skripsi tersebut dapat diujikan agar mahasiswa yang bersangkutan memperoleh izin untuk melanjutkan ke tahap penelitian skripsi.

Surabaya, 18 Mei 2026
Dosen Pembimbing,

Prof. Dr. H. Abdul Chalik, M. Ag
NIP: 197306272000031002

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh Aminatuh Zuhriya dengan judul ***"Strategi Marketing Politik Figur Minoritas dalam Pilkades Desa Deru Bojonegoro"*** telah dipertahankan dan dinyatakan oleh Tim Penguji Skripsi pada tanggal 10 Juni 2026.

Tim Penguji Skripsi

Penguji I	Penguji II
Prof. Dr. H. Abd. Chalik, M.Ag.	Dr. H. Moh Syaeful Bahar, S.Ag, M.Si
NIP 197306272000031002	NIP 197803152003121004
Penguji III	**Penguji IV**
Muchammad Ismail, M.A	Dr. Noor Rokhman, M.A
NIP 198005032009121003	NIP 198510192015031001

Surabaya, 10 Juni 2026

Mengesahkan,

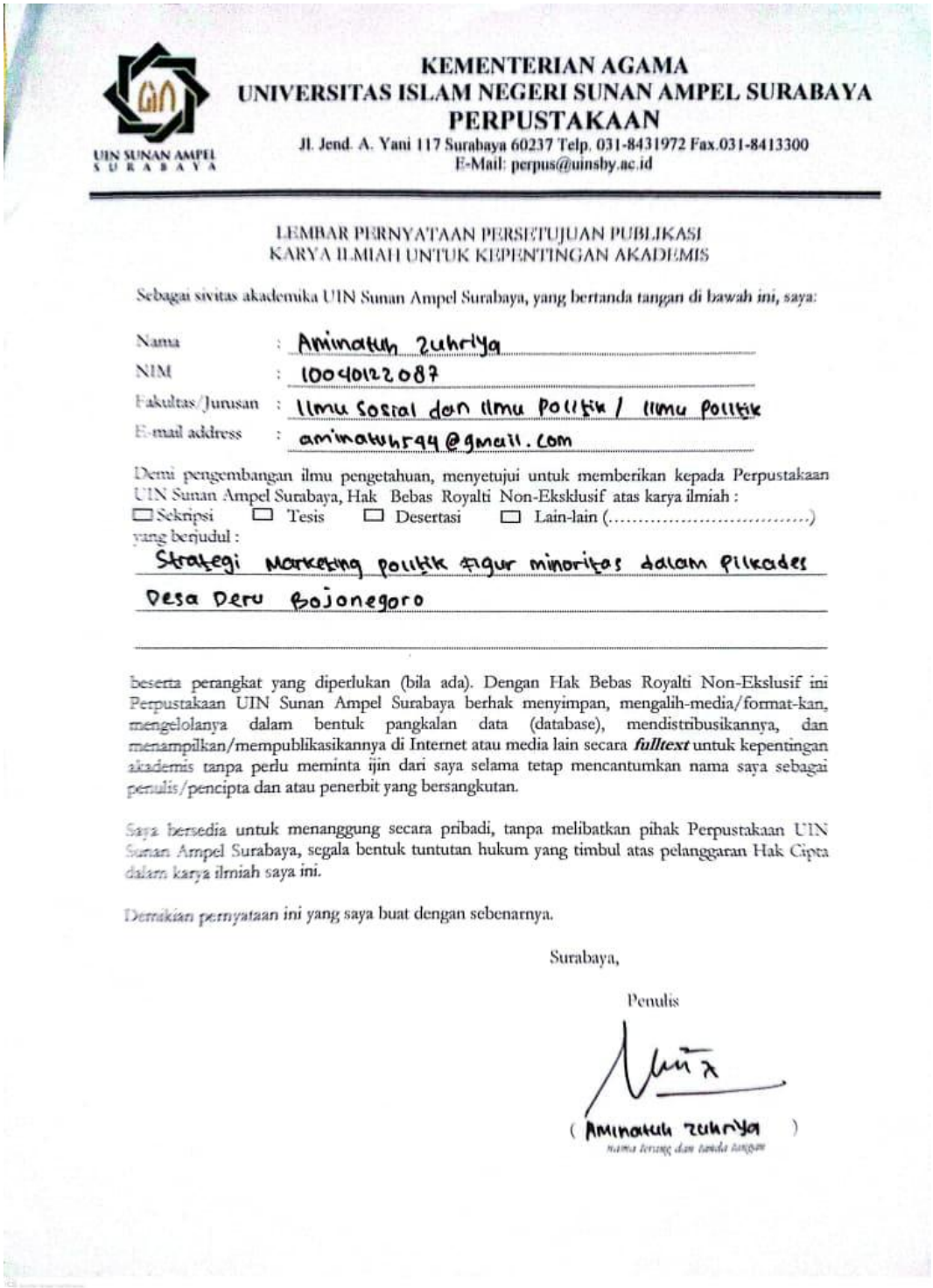
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan

Prof. Dr. H. Abd. Chalik, M.Ag.

NIP 197306272000031002

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aminatuh Zuhriya
NIM : 100401220 87
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ilmu Politik
E-mail address : aminatuhr44@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☐ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
Strategi Marketing politik figur minoritas dalam Pilkades Desa Deru Bojonegoro

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

(Aminatuh Zuhriya)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Zuhriya, Aminatuh. 2026. Strategi Marketing Politik Figur Minoritas dalam Pilkades Desa Deru Bojonegoro. Skripsi, Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kemenangan figur minoritas dalam kontestasi politik lokal merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji, terutama ketika terjadi di tengah masyarakat yang mayoritas memiliki afiliasi keagamaan berbeda dengan kandidat yang terpilih. Fenomena tersebut terjadi dalam Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) Desa Deru, Kecamatan Sumberrejo, Kabupaten Bojonegoro, di mana Mulyono yang berasal dari Muhammadiyah berhasil memenangkan kontestasi di tengah masyarakat yang mayoritas berafiliasi dengan Nahdlatul Ulama (NU). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor kemenangan figur minoritas, strategi marketing politik yang digunakan, serta peran aktor-aktor lokal dalam mendukung kemenangan tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teori marketing politik Jennifer Lees-Marshment yang meliputi *market intelligence, product design, dan communication.*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemenangan Mulyono dipengaruhi oleh citra dirinya sebagai sosok yang humble, egaliter, dan merakyat, menurunnya sentimen keagamaan dalam perilaku memilih masyarakat, serta kemampuannya memanfaatkan peluang politik yang berkembang dalam kontestasi Pilkades. Strategi marketing politik dilakukan melalui kemampuan membaca kebutuhan masyarakat, membangun citra politik yang inklusif dan dekat dengan warga, serta mengomunikasikan citra tersebut melalui silaturahmi, warung kopi, dan komunikasi dari mulut ke mulut (*getok tular*). Selain itu, kemenangan Mulyono juga didukung oleh peran tokoh agama, tim sukses, dan jaringan kekerabatan yang membantu memperluas dukungan politik di masyarakat.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kemenangan figur minoritas dalam Pilkades Desa Deru tidak ditentukan oleh kesamaan identitas keagamaan, melainkan oleh keberhasilan strategi marketing politik yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat serta dukungan aktor-aktor lokal yang kuat. Temuan ini menunjukkan bahwa kedekatan sosial, kepercayaan masyarakat, dan komunikasi politik yang efektif memiliki pengaruh penting dalam menentukan pilihan politik masyarakat.

Kata Kunci: Marketing Politik, Figur Minoritas, Pilkades, Politik Lokal.

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

ABSTRACT

Zuhriya, Aminatuh. 2026. Political Marketing Strategy of Minority Figure in the Village Head Election of Deru Village, Bojonegoro. Thesis, Political Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

The victory of a minority figure in local political contests is an interesting phenomenon to study, especially when it occurs in a community where the majority holds a different religious affiliation from the elected candidate. This phenomenon occurred in the Village Head Election (Pilkades) of Deru Village, Sumberrejo Subdistrict, Bojonegoro Regency, where Mulyono, a member of Muhammadiyah, successfully won the election amidst a community where the majority are affiliated with Nahdlatul Ulama (NU). This study aims to analyze the factors behind the victory of a minority figure, the political marketing strategies employed, and the role of local actors in supporting that victory.

This study employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and analyzed using Jennifer Lees-Marshment's political marketing theory, which encompasses market intelligence, product design, and communication.

The research findings indicate that Mulyono's victory was influenced by his image as a humble, egalitarian, and down-to-earth figure; the decline in religious sentiment among voters; and his ability to capitalize on political opportunities that arose during the village head election. Political marketing strategies were implemented through the ability to identify community needs, build an inclusive political image that is close to the people, and communicate that image through social gatherings, coffee shops, and word-of-mouth communication. Additionally, Mulyono's victory was supported by the role of religious leaders, his campaign team, and kinship networks that helped expand political support within the community.

This study concludes that the victory of a minority figure in the Deru Village Pilkades was not determined by shared religious identity, but rather by the success of a political marketing strategy oriented toward community needs and the support of strong local actors. These findings indicate that social closeness, public trust, and effective political communication have a significant influence on determining the political choices of the community.

Keywords: Political Marketing, Minority Figures, Village Head Election, Local Politics.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A
http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
MOTTO ..... **ii**
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI.....**v**
ABSTRAK ..... **vi**
ABSTRACT..... **vii**
KATA PENGANTAR..... **viii**
DAFTAR ISI..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
BAB I.....**1**
PENDAHULUAN.....**1**
A. Latar Belakang Masalah..... **1**
B. Rumusan Masalah **8**
C. Tujuan penelitian..... **9**
D. Manfaat penelitian..... **10**
E. Definisi Operasional..... **11**
F. Sistematika Pembahasan..... **14**
BAB II **17**
KERANGKA TEORI DAN KONSEP **17**
A. Penelitian Terdahulu..... **17**
B. Teori dan Konsep..... **27**
1. Marketing Politik..... 27
2. Teori Pertukaran Jaringan (*Network Exchange Theory)*..... 31
C. Kerangka Pemikiran **36**
BAB III.....**40**
METODE PENELITIAN.....**40**
A. Jenis Penelitian..... **40**
B. Lokasi dan Waktu Penelitian..... **41**
C. Subjek Penelitian **41**
D. Instumen dan Teknik Pengumpulan Data **43**
E. Teknik Validasi Data **44**
F. Teknik Analisi Data **45**
BAB IV **48**
PEMBAHASAN **48**

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

A. Gambaran umum lokasi penelitian 48

1. Kondisi Geografis dan tata wilayah 48
2. Kondisi Demografis dan sosial keagamaan 54
3. Profil Informan penelitian 57

B. Faktor Kemenangan Figur Minoritas di tengah Isu Politik Identitas Pilkades Desa Deru 59

1. Profil Mulyono sebagai sosok humble, egaliter dan merakyat 60
2. Menipisnya sentiment keagamaan di Desa Deru 63
3. Tarik Menarik kepentinngan dan kemampuan memanfaatkan celah peluang 67

C. Strategi Marketing Politik Figur Minoritas dalam Membangun Dukungan 70

1. Tahap Market Intelligence: Membaca Kebutuhan Pragmatis Pemilih 72
2. Tahap Product Design: Konstruksi Figur yang Inklusif dan Merakyat 76
3. Tahap Communication: Jalur Silaturahmi, Warung, dan "Getok Tular" 81

D. Peran Aktor-Aktor Lokal dalam Mendukung Kemenangan Figur Minoritas 85

1. Peran tokoh kunci 86
2. Agregrasi kepentingan oleh tim sukses 91
3. Jaringan kekerabatan sebagai perekat dukungan 93

BAB V 105

PENUTUP 105

A. Kesimpulan 105

B. Saran 107

DAFTAR PUSTAKA 109

LAMPIRAN-LAMPIRAN 115

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kerangka Pemikiran..... 39
Tabel 3. 1 Informan Penelitian..... 42
Tabel 4. 1Keterangan Informan Penelitian 58

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 2 Peta Desa Deru Kec Sumberrejo 49
Gambar 4. 3 Jumlah Penduduk berdasarkan Dusun..... 51
Gambar 4. 4 Kegiatan rutinan tahlil warga basis massa NU..... 56
Gambar 4. 5 Dokumentasi Pemilihan Kepala Desa 60
Gambar 4. 6 Mulyono Bersama para kiyai dan tokoh masyarakat 88

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Aceh, Khairatun Niswa, and Nur Kholisoh. "Political Marketing Communication Strategy to Be Elected as a Member of The Indonesia's Parliament." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, no. 204 (2023): 178–189.

Agustus, Received, Revised Agustus, and Accepted Agustus. "Fokus Pada Fenomena Langit-Langit Kaca (Glass Ceiling) Di Dalam" 11, no. 3 (2025).

Amin, Khairul. "Elite Dan Kekuasaan Pada Masyarakat Desa:Studi Relasi Antara Pemerintah Dan Masyarakat Di Desa Rias Toboali Kabupaten Bangka Selatan Provinsi Kep. Bangka Belitung." *Jurnal Sosiologi USK* 11, no. 2 (2017): 167–187.

Anam, Rifqi Khairul. "Pentingnya Teori Pertukaran Sosial Peter M. Blau Di Era Masyarakat 5.0." *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 1, no. 3 (2025): 130–148.

Ariana, I Wayan, and M. Ridwan Said Ahmad. "ANALISIS AKTOR DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA SEJATI KECAMATAN TOBADAK KABUPATEN MAMUJU TENGAH" 3, no. 2 (2023): 10–19.

Azzahra, Nabila, Mohammad Ali Andrias, Faisal Fadilla Noorikhsan, Komang Jaka Ferdian, and La Ode Muhamad Muliawan. "Klientelisme Dalam Pemilihan Kepala Desa Di Desa Purwadadi Kabupaten Ciamis." *Journal of Political Issues* 7, no. 1 (2025): 71–86.

Blau, Peter M. "Exchange and Power in Social Life." In *Exchange and Power in Social Life*, 1–352. Taylor and Francis, 2017.

Bojonegoro, Berita, and Imam Nurchayo. "Inilah Hasil Pilkades Serentak 2020,

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

Kecamatan Sumberrejo Bojonegoro." *Https://Beritabojonegoro.Com/Read/19357-Inilah-Hasil-Pilkades-Serentak-2020-Kecamatan-Sumberrejo-Bojonegoro.Html?Utm_source=chatgpt.Com*. Bojonegoro, February 2020.

Choirul Anam, Muhammad Felani, Muhammad Nurkhoiron, Nurrahman Aji, Nurul Firmansyah, Renata Arianingtyas, Wahyu Effendi, Yossa A. P. Nainggolan, Zainal Abidin. *Upaya Negara Di Indonesia Kelompok Minoritas Menjamin Hak-Hak: Sebuah Laporan Awal*, 2016.

Danugroho, Agus. "Defects of Democracy: The Continuity of Identity Politics in Post-Reform Regional Elections." *Jurnal Sosiologi Dialektika* 19, no. 1 (2024): 89–101.

Deng, Yunrui. *The Power of Identity*. *Beyond Identities in Modernity*, 2024.

Dull, Eric, and Steven P. Reinhardt. "An Analytic Approach for Discovery." *CEUR Workshop Proceedings*. Thousand Oaks: International Educational and Professional, 2014.

Emerson, Richard M. "Social Exchange Theory." *JSTOR* 2, no. 1976 (2008): 335–362.

Evendi, Farkhan, and Denny Arinanda Kurnia. "STRATEGI KAMPANYE POLITIK PEMILIHAN KEPALA DESA DALAM UPAYA MENGGIRING OPINI PUBLIK (Studi Pada PILKADES Serentak Kabupaten Blitar 2019)." *Jurnal Translitera* 9, no. 2 (2020): 12–23.

Hidayatullah, Danang Fatih, Asdaf Kabupaten Kampar, Provinsi Riau, Pembimbing Skripsi, Andi Pitono, S Sos, and M Si. "Strategi Penanganan

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A
http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

Politik Identitas Dalam Pemilihan Kepala Desa Di Desa Pancuran Gading, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar" (2024): 1–10.

Jeanne, Charlan. "Working Paper Series Title Minority Influence Theory Permalink" (2010). https://escholarship.org/uc/item/1pz676t7.

Julita, Esra, Latifah Hannum Gultom, Yunita Tri Carnova, and Julia Ivanna. "Politik Identitas Pada Pemilihan Kepala Desa :Studi Kasus Desa Perdamean Kecamatan Tanjung Morawa." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 4, no. 1 (2024): 12066–12075.

Lees-Marshment, Jennifer. *Political Marketing Priciples and Applications*. 2nd Editio. London: Routledge, 2014.

Lees Marshment, Jennifer. *Political Marketing and British Political Parties The Party's Just Begun*. *Https://Books.Google.Co.Id/Books/about/Political_Marketing_and_British_Politica.Html?Id=U7DnfqMdmUYC&redir_esc=y*. Manchester and New York: Manchester University, 2001.

Liang, Baowen, and Allison Harell. "Understanding the Electoral Participation Gap: A Study of Racialized Minorities in Canada." *Politics and Governance* 13 (2025): 1–21.

Manullang, Sardjana Orba. "Understanding of Identical Politics in the Indonesia Local Election: Critical Analysis of Political Election Context Literature." *International journal of social sciences* 4, no. 1 (2021): 131–140.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. *Https://Perpustakaan.Binadarma.Ac.Id/Opac/Detail-Opac?Id=40*. Edisi revi.

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.

Monge, Peter R., and Noshir Contractor. “Theories of Communication Networks.” In *Theories of Communication Networks*. New York: Oxford University Press, 2003.

Muhazir, A. “Strategi Political Marketing Kandidat Dalam Pilkades Serentak Periode III Di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah.” *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2020): 1–19.

Nasution, M. Imaduddin. “Demokrasi Dan Politik Minoritas Di Indonesia.” *Politica* 4 (2013): 320.

Nurhidayat, Ipan. “Marketing Politik Dalam Pemilihan Umum Di Indonesia.” *E-Gov Wiyata: Education and Government* 1, no. 1 (2023): 53–63. https://journal.wiyatapublisher.or.id/index.php/e-gov.

Pertukaran, Teori, George Caspar, Homans Wardani, Fakultas Ushuluddin, Dan Humaniora, and Iain Antasari Banjarmasin. “MEMBEDAH TEORI SOSIOLOGI: Teori Pertukaran (Exchange Theory) George Caspar Homans.” *Studia Insania* 4, no. 1 (2016): 19–38.

Puansah, Irman, Darman Syah Pulungan, and Ali Sahbana. “Politik Identitas Pada Pemilihan Kepala Desa.” *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora* 8, no. 1 (2024): 340.

Putra, Jery Meidriansyah, and Eceh Trisna Ayuh. “Komunikasi Politik Pemilihan Kepala Desa Di Desa Tengah Padang Kabupaten Bengkulu Tengah.” *Jurnal MADIA* 4, no. 1 (2023): 2023. http://jurnal.umb.ac.id/index.php/madia.

Rahmaini, Putri. “Strategy Political Marketing Dalam Pemilihan Kepala Desa.”

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

Jurnal Polinter Prodi Ilmu Politik FISIP UTA '45 Jakarta 7, no. 1 (2021): 3. http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/polhi/article/download/4584/1817.

Rahmawati, D N. "Penggunaan Politik Identitas Pada Pemilihan Kepala Desa Periode 2022-2027 Di Desa Sumber Jaya Kecamatan Lalembuu." *Selami Ips* 17, no. 1 (2024): 7–12. http://selami.uho.ac.id/index.php/PPKN_IPS/article/view/57%0Ahttp://selami.uho.ac.id/index.php/PPKN_IPS/article/download/57/88.

Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, Iryanto Irvan Jaya. "Power-Dependence Relations" 2, no. 1 (2024): 306–312.

Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Edited by Papong Kreatif. 1st ed. Medan: KBM INDONESIA, 2021.

Tawaang, Felix. "Representasi Aktor Politik Dalam Agenda Media (Analisis Agenda Setting Terhadap Headline Suratkabar Ibukota)." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 20 No. 2, no. Vol. 20 No. 2 (2016): Jurnal Studi Komunikasi dan Media (2016): 227–240.

Walker, Henry A., and Pamela Emanuelson. "Exchange Network Theory." In *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. Wiley, 2015.

Widagdo, Suwignyo, and Lucio Ximenes. "Political Marketing in Legislative Election in Indonesia" (2024): 349–354.

Yuliani, Krista, and Hendra Try Ardianto. "Bagaimana Kandidat Minoritas Memenangkan Pilkada: Analisis Strategi Politik Dalam Bingkai Bourdieusian." *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan* 5, no. 1 (2020): 58–69.

Yus, Hermansyah. "Politik Identitas Dalam Proses Demokrasi Indonesia."

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A
http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/