

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdullah. 2018. *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*. Depok: RajawaliPers.
- Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grub.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Aziz, Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Azwar, Saifuddin. 2015. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Rajawali pers.
- Departemen Agama RI. 2006. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Surabaya: Karya Agung.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka
- DF, Fajar Nuraini. 2016. *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Quadrant.
- D.F, Fajar Nuraini. 2019. *The Guide Book Of SWOT*. Yogyakarta: QUADRANT.
- Fahmi, Irham. 2010. *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Hadhiri, Choiruddin. 2005. *Klasifikasi Kandungan Al-Qur'an Jilid 1*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hasan, Mohammad. 2013. *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila.
- Hunger, J. David. dan Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Ilaihi, Wahyu. 2013. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ilaihi, Wahyu. dan M. Munir. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Komaruddin. 2001. *Ensiklopedia Manajemen, Edisi 5*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Kotler, Philip. dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Masyhur, Syaikh Musthafa. 2005. *Fiqh Dakwah Jilid 2*. Jakarta: Al-I'tishom Cahaya Umat.
- Munzier dan Harjani. 2015. *Metode Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nilasari, Senja. 2014. *Manajemen Strategi Itu Gampang*. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Pearch, A. Jhon. dan Robinson. 2011. *Manajemen Strategi – Formulasi, Implementasi dan Pengendalian Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rohmadi, Arif. 2016. *Tips Produktif Bersosial Media*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sadiyah, Dewi. 2015. *Metode Penelitian Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Setiawan, Jemmy. dan Saleh Miftahussalam. 2016. *Problem Solver*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Siagian, P. Sondang. 2007. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 12
- Sulianta, Feri. 2015. *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: PT Gramedia.
- Wahid, Abdul. 2019. *Gagasan Dakwah: Pendekatan Komunikasi antar Budaya. Cet. 1*. Jakarta: Kencana.
- Waridah, Ernawati. 2017. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Bmedia.

JURNAL

- Aminuddin. “*Media Dakwah*”. Jurnal Al-Munzir. 2016.
- Diandra, Didip. dan Aslin Yuliana. “*Analisis Strategi Bisnis Busana Muslimah Merek Qanitana Pada CV.XYZ*”. Jurnal Ekonomika dan Manajemen. 2018.

Febrina, Siti Amalia. Dkk. *“Utilization Of Instagram As A Media For Da'wah In The Covid-19 Era”*. Jurnal UIN Antasari. 2021.

Oetomo, Hening Widi. dan Lilis Ardini. *“SWOT Analysis In Strategic Management”*. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi. 2012.

Suratman, Lusi Pujasari. *“Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native”*. Jurnal Ilmu Komunikasi. 2018.

WEB

Statista, <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-mostinstagram-users/>

Wikipedia, <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

ANALISIS SWOT PENYAMPAIAN DAKWAH USTAZ FELIX SIAUW MELALUI INSTAGRAM

Dalam rangka pemenuhan tugas akhir / skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan studi S1 saya, dengan segala kerendahan hati saya selaku peneliti dalam hal ini memohon kesediaan saudara/i dan teman-teman sekalian untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya sebagai bahan analisis data saya dalam melakukan penelitian ini. Segala informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis. Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu :

1. Masyarakat yang berusia lebih dari 17 tahun (Jika berusia di bawah 17 tahun tidak diperkenankan mengikuti penelitian ini).
2. Responden merupakan pengguna instagram dan pengikut akun instagram @felixsiauw

Cara Pengisian Kuesioner :

1. Baca pernyataan secara teliti
2. Jawablah setiap pernyataan sesuai dengan pandangan Anda dan kondisi yang sebenarnya terjadi
3. Berikan penilaian Anda dengan memilih salah satu dari 4 kriteria penilaian di bawah ini
 - 4 : Sangat Setuju
 - 3 : Setuju
 - 2 : Tidak Setuju
 - 1 : Sangat Tidak Setuju

Nama :
Jenis Kelamin :
Usia :
 17 – 23 Tahun
 23 – 30 Tahun
 > 30 Tahun
Jenjang Pendidikan :
 SD

- SMP
- SMA
- S1
- S2

Profesi :

- Pelajar/Mahasiswa
- Bukan Pelajar/Mahasiswa

Nama Akun Instagram :

Butir Kuesioner

Indikator Kekuatan					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya mengetahui bahwa ustadz Felix Siauw merupakan seorang muallaf dan aktivis dakwah				
2.	Saya merasa senang dan termotivasi dengan dakwah yang disampaikan ustadz Felix Siauw di instagram				
3.	Pesan yang disampaikan lewat akun instagram @felixsiauw mudah dipahami				
4.	Pesan yang disampaikan di akun instagram @felixsiauw menjawab permasalahan yang saya hadapi dalam hidup				
5.	Perasaan saya menjadi lebih baik setelah menyaksikan foto / video yang diunggah ustadz Felix Siauw di instagram				
6.	Saya senang dengan penyampaian dakwah ustadz Felix Siauw yang lemah lembut dan santun dalam membawakannya				
7.	Adanya caption pada postingan akun @felixsiauw membantu saya untuk memahami pesan yang disampaikan				
8.	Saya merasa dakwah yang dilakukan di instagram @felixsiauw efektif karena membuat saya fokus dan tidak melakukan pekerjaan lainnya				
Indikator Kelemahan					
9.	Ustadz Felix Siauw jarang me-reply pertanyaan yang diajukan oleh followers di kolom komentar				
10.	Penceramah lain lebih menarik menurut saya dalam membawakan dakwah di instagram daripada Ustadz Felix Siauw				
11.	Ustadz Felix Siauw jarang melakukan update konten terbaru di akun instagramnya				
12.	Saya merasa tampilan visual konten dakwah di akun instagram felixsiauw kurang variatif				
13.	Durasi video dakwah di akun instagram @felixsiauw seharusnya bisa lebih panjang dan tidak terlalu singkat				
14.	Akun instagram @felixsiauw tidak memaksimalkan semua fitur yang ada dalam penyampaian dakwahnya seperti IG TV, highlight, dan stiker Ask for Question				

15.	Pesan dakwah di dalam akun instagram @felixsiauw seharusnya disertakan dalil berupa Alquran dan Hadits agar lebih meyakinkan				
16.	Materi yang disampaikan di akun @felixsiauw sulit untuk dimengerti				
Indikator Peluang					
17.	Saya selalu menggunakan media sosial instagram untuk mencari informasi yang berkaitan dengan ajaran Islam				
18.	Sebagai followers, saya tidak pernah terlambat untuk melihat update terbaru dakwah ustadz Felix Siauw di instagramnya				
19.	Saya selalu aktif mengomentari postingan instagram ustadz Felix Siauw				
20.	Saya selalu membagikan video dakwah ustadz Felix Siauw dari instagram kepada teman saya yang lain				
21.	Gambar dan video yang diposting di akun instagram @felixsiauw menarik buat saya				
22.	Saya membenarkan pesan-pesan dakwah yang terdapat di akun instagram felixsiauw				
23.	Saya sangat mendukung sekali dakwah yang dilakukan ustadz Felix Siauw di akun instagramnya				
24.	Saya tidak bosan dengan konten yang ada di akun instagram felixsiauw karena konten yang disampaikan selalu membahas isu-isu yang tengah berkembang				
Indikator Ancaman					
25.	Adanya komentar negatif dari para haters yang menyudutkan dakwah ustadz Felix Siauw				
26.	Memberi label "Radikal" oleh sekelompok buzzer kepada Ustadz Felix Siauw, bisa menghilangkan kepercayaan mad'u (audiens dakwah)				
27.	Ustadz Felix Siauw menggunakan kata-kata yang kasar dalam menyampaikan ceramahnya				
28.	Saya tidak suka dengan adanya take-down dari pihak instagram terhadap beberapa konten karena bisa menghambat tersalurkannya informasi khususnya dakwah				
29.	Membagikan secara parsial video dakwah Ustadz Felix Siauw bisa menimbulkan penafsiran yang berbeda-beda				
30.	Sulit menemukan ciri khas yang membedakan dakwah yang ada di instagram @felixsiauw dengan di akun dakwah lainnya.				

Hasil Uji Validitas Dengan SPSS

Strength

		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	ST
S1	Pearson Correlation	1	.101	.080	-.019	.105	.051	.034	-.085	.085
	Sig. (2-tailed)		.293	.403	.842	.276	.597	.724	.375	.375
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
S2	Pearson Correlation	.101	1	.551**	.370**	.461**	.240**	.322**	.035	.556**
	Sig. (2-tailed)	.293		.000	.000	.000	.012	.001	.714	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
S3	Pearson Correlation	.080	.551**	1	.449**	.474**	.236**	.488**	.186	.663**
	Sig. (2-tailed)	.403	.000		.000	.000	.013	.000	.051	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
S4	Pearson Correlation	-.019	.370**	.449**	1	.698**	.345**	.576**	.265**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.842	.000	.000		.000	.000	.000	.005	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
S5	Pearson Correlation	.105	.461**	.474**	.698**	1	.414**	.546**	.240**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.276	.000	.000	.000		.000	.000	.011	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
S6	Pearson Correlation	.051	.240**	.236**	.345**	.414**	1	.471**	.194	.592**
	Sig. (2-tailed)	.597	.012	.013	.000	.000		.000	.042	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
S7	Pearson Correlation	.034	.322**	.488**	.576**	.546**	.471**	1	.192	.742**
	Sig. (2-tailed)	.724	.001	.000	.000	.000	.000		.045	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
S8	Pearson Correlation	-.085	.035	.186	.265**	.240**	.194	.192	1	.557**
	Sig. (2-tailed)	.375	.714	.051	.005	.011	.042	.045		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
ST	Pearson Correlation	.085	.556**	.663**	.777**	.803**	.592**	.742**	.557**	1
	Sig. (2-tailed)	.375	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Weakness

		W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	WT
W1	Pearson Correlation	1	.306**	.423**	.314**	-.021	.362**	.107	.154	.516**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.001	.824	.000	.267	.109	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
W2	Pearson Correlation	.306**	1	.371**	.483**	.117	.305**	.178	.337**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.224	.001	.063	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
W3	Pearson Correlation	.423**	.371**	1	.629**	.282**	.479**	.349**	.391**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.003	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
W4	Pearson Correlation	.314**	.483**	.629**	1	.293**	.465**	.274**	.558**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.002	.000	.004	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
W5	Pearson Correlation	-.021	.117	.282**	.293**	1	.268**	.375**	.141	.495**
	Sig. (2-tailed)	.824	.224	.003	.002		.005	.000	.143	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
W6	Pearson Correlation	.362**	.305**	.479**	.465**	.268**	1	.201	.378**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.005		.035	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
W7	Pearson Correlation	.107	.178	.349**	.274**	.375**	.201	1	.191	.536**
	Sig. (2-tailed)	.267	.063	.000	.004	.000	.035		.045	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
W8	Pearson Correlation	.154	.337**	.391**	.558**	.141	.378**	.191	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.109	.000	.000	.000	.143	.000	.045		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
WT	Pearson Correlation	.516**	.598**	.780**	.794**	.495**	.696**	.536**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Opportunities

		O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	OT
O1	Pearson Correlation	1	.378**	.119	.220	.176	.207	.156	.275**	.558**
	Sig. (2-tailed)		.000	.214	.021	.067	.030	.103	.004	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
O2	Pearson Correlation	.378**	1	.358**	.428**	.322**	.326**	.182	.281**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.001	.057	.003	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
O3	Pearson Correlation	.119	.358**	1	.451**	.014	.079	.005	.116	.493**
	Sig. (2-tailed)	.214	.000		.000	.884	.415	.961	.227	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
O4	Pearson Correlation	.220	.428**	.451**	1	.234	.289	.136	.264**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.021	.000	.000		.014	.002	.157	.005	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
O5	Pearson Correlation	.176	.322**	.014	.234	1	.439**	.320**	.438**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.067	.001	.884	.014		.000	.001	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
O6	Pearson Correlation	.207	.326**	.079	.289	.439**	1	.626**	.565**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.030	.001	.415	.002	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
O7	Pearson Correlation	.156	.182	.005	.136	.320**	.626**	1	.686**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.103	.057	.961	.157	.001	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
O8	Pearson Correlation	.275**	.281**	.116	.264**	.438**	.565**	.686**	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.004	.003	.227	.005	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
OT	Pearson Correlation	.558**	.704**	.493**	.658**	.575**	.663**	.550**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Threat

		T1	T2	T3	T4	T5	T6	TT
T1	Pearson Correlation	1	.456**	.364**	-.068	.110	.380**	.654**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.479	.252	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
T2	Pearson Correlation	.456**	1	.291**	.106	.403**	.380**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.271	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
T3	Pearson Correlation	.364**	.291**	1	-.050	.215	.291**	.573**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.601	.024	.002	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
T4	Pearson Correlation	-.068	.106	-.050	1	.223	-.225	.273**
	Sig. (2-tailed)	.479	.271	.601		.019	.018	.004
	N	110	110	110	110	110	110	110
T5	Pearson Correlation	.110	.403**	.215	.223	1	.187	.614**
	Sig. (2-tailed)	.252	.000	.024	.019		.050	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
T6	Pearson Correlation	.380**	.380**	.291**	-.225	.187	1	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.018	.050		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
TT	Pearson Correlation	.654**	.780**	.573**	.273**	.614**	.582**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas Dengan SPSS*Strength*

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	8

Weakness

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	8

Opportunity

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	8

Threat

Cronbach's Alpha	N of Items
.615	6

Tampilan Profil Akun Instagram @felixsiauw



Bukti Penyerahan Izin Riset Kepada Pemilik Akun @felixsiauw



Bukti Sebaran Kuesioner Melalui *Direct Message* (DM) Instagram

The image shows two screenshots of Instagram Direct Messages (DM) and a survey form. The DMs are from 'Aravi Zalsa' and 'Vicky Rahman Sambas', both requesting help with a research task. The survey form is titled 'Kuesioner Penelitian' and is about 'ANALISIS SWOT PENYAMPAIAN DAKWAH USTAZ FELIX SIAUW MELALUI INSTAGRAM'.

DM from Aravi Zalsa:

Dalam rangka pemenuhan tugas akhir / skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan studi S1/ **S.Sos** (Sarjana Sosial) saya, saya selaku peneliti dalam hal ini memohon kesediaan saudara/ i dan teman-teman sekalian untuk mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya sebagai bahan analisis data saya dalam melakukan penelitian ini.

Adapun kriteria responden yang saya butuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Responden yang mengisi survey adalah masyarakat yang berusia lebih dari 17 tahun (Jika berusia di bawah 17 tahun tidak diperkenankan mengikuti penelitian ini).
- 2) Responden merupakan pengguna instagram dan pengikut akun instagram @felixsiauw

Jika Anda termasuk dalam kriteria tersebut, bisa langsung diisi yah di link ini : <https://forms.gle/s7Mm4daKVfsVRQkv8>

mohon bantuannya ya

DM from Vicky Rahman Sambas:

Dalam rangka pemenuhan tugas akhir / skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan studi S1/ **S.Sos** (Sarjana Sosial) saya, saya selaku peneliti dalam hal ini memohon kesediaan saudara/ i dan teman-teman sekalian untuk mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya sebagai bahan analisis data saya dalam melakukan penelitian ini.

Adapun kriteria responden yang saya butuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Responden yang mengisi survey adalah masyarakat yang berusia lebih dari 17 tahun (Jika berusia di bawah 17 tahun tidak diperkenankan mengikuti penelitian ini).
- 2) Responden merupakan pengguna instagram dan pengikut akun instagram @felixsiauw

Jika Anda termasuk dalam kriteria tersebut, bisa langsung diisi yah di link ini : <https://forms.gle/s7Mm4daKVfsVRQkv8>

mohon bantuannya ya

Kuesioner Penelitian

ANALISIS SWOT PENYAMPAIAN DAKWAH USTAZ FELIX SIAUW MELALUI INSTAGRAM

Halo, saya Abdurrahman. Mahasiswa UIN Sumatera Utara

Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka pemenuhan tugas akhir / skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan studi S1 saya. Dengan segala kerendahan hati saya selaku peneliti dalam hal ini memohon kesediaan saudara/i dan teman-teman sekalian untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya sebagai bahan analisis data saya dalam melakukan penelitian ini. Segala informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis. Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Biografi Pemilik Akun

Nama	: Felix Yanuar Siauw	
Tempat Lahir	: Palembang	
Tanggal Lahir	: 31 Januari 1984	
Alumni	: Institut Pertanian Bogor	
Aktivitas	: Penulis, Ustadz, Pebisnis	
Kebangsaan	: Indonesia	
Agama	: Islam (2002 s/d sekarang)	
Istri	: Ummu Alila (m. 2006)	
Anak	: Alila Shaffiya Asy-Syarifah (2008), Shirf Muhammad Al-Fatih 1453 (2010), Ghazi Muhammad Al-Fatih 1453 (2011), dan Aia Shaffiya Asy-Syarifah (2013).	
Karya-karya	: Beyond the Inspiration (2010), Yuk Berhijab (2013), Udah Putusin Aja (2013), Khilafah Remake (2015), dan The Art of Dakwah (2017).	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri :

Nama Lengkap : Abdurrahman
 NIM : 0104181015
 Tempat, Tanggal Lahir : Kisaran, 12 Desember 2000
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Alamat : Jl. Ir. Sumantri No. 54
 Kelurahan Selawan, Asahan
 Nama Ayah : Edi
 Nama Ibu : Sayyidatul Bariah
 Anak Ke- : 1 dari 3 bersaudara



Jenjang Pendidikan Formal :

TK : RA Bunayya (2006)
 SD : MIN Kisaran (2012)
 SMP : MTs. Negeri Kisaran (2015)
 SMA : MAN Kisaran (2018)
 Strata 1 : UIN Sumatera Utara (2018 s/d. 2022)

Riwayat Organisasi Kampus

- LDK Al Izzah UINSU
- KAMMI Merah Saga
- IKMA UINSU