



## Strategi Dakwah Salafidi Era Digital: (Kajian Literatur Terhadap Pendekatan Dan Media Dakwah)

Ummu Azka Amalia<sup>1</sup>

Muh. Nur Rochim Maksum<sup>2</sup>

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jl. A. Yani, Mendungan, Pabelan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57162

e-mail: [amaliazka@gmail.com](mailto:amaliazka@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi dakwah Salafi di era digital dengan fokus pada pendekatan dan media yang digunakan. Dalam era digital, teknologi informasi dan komunikasi mempunyai kedudukan yang sangat berguna dalam kehidupan masyarakat. Dengan adanya 185 juta pengguna internet di Indonesia, dakwah melalui media digital **menjadi** semakin relevan. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif, memanfaatkan studi pustaka dari berbagai literatur dan jurnal terdahulu. Hasil dan pembahasan pada penelitian menyatakan bahwa pemakaian media sosial seperti Instagram dan YouTube oleh tokoh Salafi, seperti Khalid Basalamah, berhasil menarik perhatian khalayak luas. Dakwah melalui media digital memungkinkan penyebaran ajaran Islam yang lebih efektif dan efisien. Kesimpulannya, teknologi digital memberikan peluang besar bagi penyebaran dakwah Salafi di Indonesia.

**Kata Kunci:** Dakwah, Digital, Salafi

### ABSTRACT

*This research examines Salafi da'wah strategies in the digital era with a focus on the approach and media used. In the digital era, information and communication technology has a very useful position in people's lives. With 185 million internet users in Indonesia, da'wah through digital media is becoming increasingly relevant. This research includes qualitative research using a descriptive approach, utilizing literature studies from various previous literature and journals. The results and discussion in the research state that the use of social media such as Instagram and YouTube by Salafi figures, such as Khalid Basalamah, has succeeded in attracting the attention of a wide audience. Da'wah through digital media allows the spread of Islamic teachings more effectively and efficiently. In conclusion, digital technology provides great opportunities for the spread of Salafi da'wah in Indonesia.*

**Keywords:** Dakwah, Digital, Salafi

### PENDAHULUAN

Di zaman digital ini, perkembangan teknologi terutama di bagian informasi dan komunikasi sangatlah signifikan *bagi* kehidupan masyarakat. Digitalis merupakan sebuah perkembangan teknologi yang dimanfaatkan untuk mendeskripsikan tentang suatu langkah perubahan dari media seperti gambar, audio, video, teks ke sistem digital. Berbagai kemudahan dalam mengakses informasi serta pendataan mengenai berbagai aspek kehidupan (Mubarok & Romdhoni, 2021). Begitu juga dengan pemakaian teknologi

*At Tawasul: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*



[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

di masyarakat, menurut informasi dari *We Are Social*, bulan Januari tahun 2024 termuat 185 juta jiwa menggunakan media internet di Indonesia, selaras dengan total penduduk Indonesia dengan presentase 66,5% yang berjumlah 278,7 juta jiwa (Putri et al., 2024). Teknologi modern menyerbu kita bagaikan air bah. Kreasi kreasi baru yang diharapkan masyarakat agar hidup menjadi lebih nyaman, sehat, bermanfaat (Sutrisno, n.d.). Salah satu dari kreasi yang bermanfaat bagi kehidupan bermasyarakat ialah penyebaran dakwah. Dakwah dapat menjadi aspek pengimbang antara kehidupan duniawi dengan kehidupan di akhirat, penyebaran dakwah ini juga sudah banyak dilakukan oleh kelompok dakwah islam lain, seperti kelompok salafi yang sudah melakukan penyebarannya melalui teknologi digital.

Dakwah islam merupakan usaha orang-orang muslim untuk mendorong dan menarik hati umat muslim lainnya agar dapat mempelajari ajaran islam dalam faktor-faktor kehidupan. Menurut Amrullah Ahmad, untuk memperoleh tujuan tersebut, keimanan dari seorang muslim harus selalu ditingkatkan dan diimplementasikan di dalam kehidupan sehari-hari dengan menerapkan cara tertentu (Pimay & Savitri, 2021).

Tujuan dakwah terdapat beberapa macam diantaranya adalah, mengajak untuk bertakwa dan beribadah hanya kepada Allah; mengajak untuk berbuat baik dan meninggalkan perbuatan tercela; mempererat tali silaturahmi antara da'i dan mad'u; sebagai tempat dalam menyebarkan, mencari, dan memperdalam ilmu-ilmu keislaman; sebagai tempat mengutarakan dan mencari solusi atas permasalahan di dunia sekaligus sebagai bekal di akhirat kelak. Sedangkan salafi itu sendiri mempunyai makna yaitu orang terdahulu. Secara terminologis, salaf itu menjadi tiga generasi pertama setelah masa Rasulullah, yang pertama generasi para kerabat, generasi kedua para *tabi'in*, dan generasi yang terakhir adalah para *tabi'ut tabi'in*. Istilah Salafiyah sering dipertukarkan dengan reformasi (ishlah) dan pembaruan (tajdid) yang merupakan konsep fundamental menurut islam (Chozin, 2013).

Dalam pengembangan dakwahnya Muhammad bin Abdul Wahhab berpegang teguh pada kunci utama yaitu menumbuhkan pengetahuan tentang keislaman (al-ilmu); mengutamakan tauhid dan menyingkirkan kemusyrikan (at-tauhid); menumbuhkan sunnah dan menghilangkan bid'ah (as-sunnah); memurnikan islam pada semua bidang (at-tasfiyah); memperluas ideologi keislaman yang benar (ad-dakwah); mengajak berbuat baik dan melarang berbuat jahat (amar ma'ruf nahi munkar); tetap mempertahankan hukum Allah di dalam konteks pemerintahan dan kemasyarakatan (tath biqu syari'ah); berusaha semaksimal mungkin untuk mengetahui hukum-hukum islam (al-ijtihad); berjuang dengan sungguh-sungguh dalam rangka meninggikan kalimat Allah (jihad fi sabilillah) dan pembersihan jiwa (at-tazkiyah) (Chozin, 2013). Dalam penyebaran dakwah salafi, beberapa da'i salafi memilih untuk menggunakan teknologi digital yang dianggap mampu mengambil perhatian masyarakat. Salafi memilih media sebagai penyebaran dakwahnya agar dapat mengurangi perbedaan tradisi keislaman di kalangan masyarakat. Ini menjadi fenomena baru karena salafi biasa menggunakan tradisi khas tradisionalnya kemudian memulai peralihan ke pemanfaatan teknologi digital dengan menyakini dapat meningkatkan pengembangan dakwah salafi di masyarakat luas. Salah satu teknologi digital yang dimanfaatkan oleh da'i salafi yaitu media sosial. Dari penelitian Umi Kulsum

*At Tawasul: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*



[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

yang di kutip dari pernyataan ketua Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) Marsudi Suhud menilai bahwa dakwah salafi di era digital bisa diterima anak muda karena para ustadznya pintar menarik perhatian lewat jalur media (Kulsum & Mauli Darajat, 2021).

Dari paparan di atas menjelaskan pentingnya dari penelitian ini adalah dapat memanfaatkan teknologi digital ke dalam hal yang positif seperti penyebaran dakwah yang dilakukan kelompok salafi. Dan penelitian ini akan membahas lebih detail mengenai strategi dakwah salafi di era digital, serta pendekatan serta media dakwah yang digunakan dalam penyebaran dakwah salafi. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi dakwah salafi di era digital dan menganalisis pendekatan dan media yang digunakan dalam penyebaran dakwah salafi.

## **METODE PENELITIAN**

Paradigma penelitian ini dapat dilihat dari judul penelitian bahwa penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang memiliki sifat deskriptif dan lebih memerlukan analisis yang terperinci serta landasan teori akan digunakan sebagai jalan agar penelitian dapat sesuai dengan fakta di lapangan ataupun lapangan (Kaharuddin, 2020). Kemudian jenis penelitian ini adalah library research, yaitu penelitian yang memanfaatkan literatur dan juga kepustakaan di beberapa buku, jurnal, dan penelitian terdahulu. Dan pendekatan yang di ambil pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis teori atau data yang telah diperoleh.

Kemudian studi pustaka ini lah yang akan menjadi teknik pengumpulan data pada penelitian, yaitu dengan mencari jurnal, buku, dokumen yang sesuai dengan judul penelitian. Serta sumber data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah buku dengan judul Internet dan Gerakan Salafi di Indonesia, serta beberapa buku, penelitian terdahulu, dan jurnal lainnya yang sebagai sumber data sekunder. Serta Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Teknik reduksi data, dengan cara mengambil data yang diperlukan dari data data yang telah diperoleh.

## **KAJIAN TEORI**

### **Dakwah dan Gerakan Salafi**

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a*, yang diartikan sebagai mengajak atau menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah dakwah dalam A-Qur'an diungkapkan dalam bentuk fi'il maupun mashdar sebanyak lebih dari seratus kata. Al-qur'an menggunakan kata dakwah untuk mengajak kepada kebaikan dengan risiko masing-masing pilihan. Pada susunan penyebaran dakwah wajib berisikan serta mengaitkan dengan tiga komponen, yaitu: memberikan informasi, penyampaian informasi yang sudah diberikan, dan memperoleh informasi. Akan tetapi, dakwah sendiri mempunyai pemahaman yang luas dari istilah tersebut yaitu dakwah merupakan suatu kegiatan yang memberikan ajaran islam, dan mengharuskan berbuat baik, dan menjauhi dari perbuatan tercela, serta senantiasa menyampaikan teguran kepada sesama muslim lainnya. (dkk, 2021)

Kemudian gerakan *as-salafiah*, awal mulanya muncul di negeri yang mempunyai julukan 'Seribu Menara' yaitu negeri Mesir yang masih dibawah naungan kolonial Inggris.

*At Tawasul: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*



[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Tokoh yang menggerakkan *as-salafiah* ini bernama Jamaluddin al-Afghani dan muridnya, Muhammad Abduh. Pada saat itu, ajaran *bid'ah* dan juga *khufarat* masih banyak dilakukan di seluruh pelosok Mesir. Ajaran Islam semakin menyimpang dan mengakibatkan ajaran *bid'ah* dan *khufarat* semakin menyebar di tengah masyarakat. Pada akhirnya, masyarakat Mesir itu terbelah menjadi dua kubu. Kubu pertama mengutarakan pendapatnya yaitu, bahwasannya menginginkan untuk berpacu pada peradaban barat, dan mengesampingkan dari segala peraturan, bahkan ajaran keislaman. Sedangkan pendapat dari kubu kedua adalah meluruskan masyarakat muslim yang sudah menyimpang dengan merujuk kepada ajaran Islam yang kaffah. Serta menghidupkan kembali ajaran islam agar sesuai dengan kegiatan sehari-hari. Syaikh Jamaluddin al-Afghani dan Muhammad Abduh adalah pemimpin dari kubu kedua. Kubu ini lah yang mengenalkan istilah *as-salafiah* kepada masyarakat muslim dengan tujuan menyingkirkan segala bentuk yang bersimpang dengan ajaran Islam, seperti ajaran *bid'ah* dan *khufarat*. (*Menjawab Dakwah Kaum Salafi - Prof Dr. Ali Jum'ah*, n.d.)

Di sisi lain, perkembangan salafi di Indonesia di mulai dengan kembalinya tiga tokoh dari Makkah yang dimana posisi Makkah sudah mendapati pemahaman *as-salafiah*. Ketika itu lah tiga tokoh tersebut menyebarkan ajaran salafi tentang ajaran Islam murni dan terhindar dari ajaran *bid'ah* dan penafsiran literal atas sumber hukum islam yaitu al-Qur'an dan Sunnah. Kelompok salafi ini lebih memilih mengelompokkan dirinya sendiri ke dalam suatu perkumpulan dan memisahkan diri dari mayoritas. Akan tetapi, mereka mempunyai keinginan untuk membuat masyarakatnya menjadi Masyarakat yang alternatif, yaitu yang memiliki perbedaan dari Masyarakat lainnya dengan cara menumbuhkan kembali dan turut serta dalam ajaran sunnah agar sesuai dan kembali pada kemurnian islam yang sudah dikembangkan Nabi dan Salaf (Iqbal, 2019).

### **Teknologi Digital dalam Dakwah**

Era digital adalah era dimana setiap orang dalam melakukan aktivitasnya sudah menggunakan media digital baik dalam bertindak, berkomunikasi, sosialisasi dan lain sebagainya. Era digital identic dengan teknologi yang berbasis komputer artinya segala bentuk kegiatan dilakukan melalui teknologi informasi berbasis komputer. Teknologi digital adalah sebuah teknologi informasi yang dalam aktivitasnya dilakukan secara komputer atau digital yang sistem pengoperasiannya dilakukan serba otomatis dan canggih dengan sistem komputeralisasi (Iman, 2022). Kemajuan teknologi digital ini terdapat beberapa dampak positif di kalangan masyarakat, seperti memudahkan urusan dalam melakukan aktivitas di rumah, di kantor, serta dalam penyebaran dakwah melalui digital menjadi lebih efektif dan efisien.

Pada era digital ini, dakwah digital biasanya dapat mengartikan berita-berita yang mempunyai sangkut pautnya dengan paham dan nilai-nilai Islam seperti berita tentang pendidikan, ekonomi, politik, gender, multi-kulturalisme dan sebagainya (Budiantoro, 2017). Di era digital dengan perkembangan teknologi yang sudah meningkat dengan pesat dapat menjadi peluang yang besar bagi dakwah Islam agar Masyarakat luas dapat lebih terbuka lagi tentang pandangan dan ideologi tentang ajaran Islam dan tidak menjadi perpecahan di antara umat muslim lainnya. Menurut sumber hukum Islam, yakni al-

*At Tawasul: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*



[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Qur'an di dalam surah ali-Imran ayat 110 menjelaskan bahwa agama Islam tidak menjadikan halangan bagi umatnya yang ingin maju dan berkembang. Justru sebaliknya, Islam sangat mendukung umatnya untuk menjadi manusia yang bermanfaat dan bergua di muka bumi ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi Dakwah oleh Salafi

Internet merupakan sebuah aspek yang memungkinkan kita dapat berinteraksi dengan banyak orang serta identitas yang digunakan dapat dilihat oleh banyak orang. Internet ini juga merupakan terobosan baru untuk memperluas hubungan lokal dengan global melewati dunia maya dan dapat menjaga batasan fisik. Selain menjadi terobosan baru, internet juga menjadi wadah baru yang akan menimbulkan konflik dan permasalahan yang berkaitan langsung dengan pengguna media itu sendiri. Pada penelitian ini akan membahas media yang digunakan tokoh salafi dalam penyebaran dakwahnya diantaranya adalah situs website dan beberapa media sosial lainnya seperti Instagram dan youtube. Pada pembahasan pertama dimulai dengan situs website pada komunitas salafi yaitu [www.salafy.or.id](http://www.salafy.or.id). Sudah pastinya situs tersebut dikoordinasikan oleh para pendukung salafi sendiri dengan maksud mengenalkan ideologinya. Dalam susunan penyelia dan kontributor di situs ini terdapat beberapa tokoh dari dalam negeri yaitu, Muhammad As-Sewed dan Lukman baabduh, kemudian beberapa tokoh yang berasal dari Timur Tengah yaitu, Ibn Baz dari Saudi arabia dan Rabi al-Makdkali dari Yaman yang menjadi sumber acuan para kontributor lokal. Kemudian komunitas salafi juga menganggap bahwa internet merupakan salah satu media dakwah yang dapat dimanfaatkan untuk menginformasikan profil salafi. Di dalam situs ini juga menyebarkan artikel-artikel yang berisikan keputusan dari prinsip-prinsip salafi dalam memutuskan masalah yang ada seperti aturan berpakaian dan berperilaku, jihad, politik, dsb.

Artikel yang di publish dalam situs ini sudah dalam berbahasa Indonesia oleh tokoh salafi yang diantaranya, Umar As-Sewed, Luqman Baabduh, dan Abu Hamzah serta tokoh salafi yang dari luar negeri sebagai acuan dan referensi. Dan sudah disebutkan di dalam situs bahwa tulisan yang didalamnya merupakan terjemahan dari tokoh salafi Timur Tengah yaitu, Muhammad Nashirudin al-Albani, Rabi al-Madkhali, Abdullah bin Baz, Syaikh Utsaimin, Muqbil bin Sulaiman, dan Fauzan Salih (Iqbal, 2019).

Selain penggunaan website dalam penyebaran dakwah, terdapat beberapa tokoh salafi yang menggunakan media sosial seperti Instagram, Youtube, yang menjadikan media dalam penyebaran dakwahnya. Seperti pembahsan selanjutnya pada penelitian ini yaitu, tokoh salafi yaitu Khalid Basalamah yang menggunakan media *Instagram* sebagai media penyebaran dakwahnya. Dari jurnal Umi Kulsum (2021) yang di kutip dari *We Are Social* bahwa pada bulan Januari tahun 2020 menunjukkan bahwa pemakaian *Instagram* mencapai 79% dari jumlah penduduk di Indonesia. Jika di akumulasikan pengguna Instagram di periode ini tercatat mencapai 63 juta orang. Jika di dibandingkan dengan tahun 2017 instagram baru memiliki 45 juta pengguna aktif. Dengan jumlah pemakaian *Instagram* yang sebanyak ini, maka ini akan menjadikan peluang besar bagi tokoh pendakwah untuk digunakan sebagai alat penyebaran dakwahnya agar dapat menjangkau

*At Tawasul: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*



[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

ke masyarakat luas.

Khalid Basalamah (KHB) Digital Studio merupakan kanal digital yang dibuat oleh Khalid Basalamah dan temannya Bernama Diarto pada tahun 2013 yang merupakan lembaga nonprofit. KHB Digital Studio masih di bawah naungan PT Gazwah Enterprise. Adapun bisnis yang terdapat di perusahaan tersebut ialah, Uhud Tour, Ajwad Store, Ajwad Resto, Pustaka Ibnu Zaid. Tim KHB Digital Studio terbagi menjadi tiga bagan tim, diantaranya adalah timproduksi studio, tim lapangan dna tim kreatif. Sementara lembaga non profit yang didirikan oleh Khalid Basalamah sendiri ialah, Sedekah Kreatif, dan Mawaddah Indonesia.

Dalam pembuatan *content* video-video yang akan di unggah di Instagram tim KHB Digital Studio mempersiapkan *content* video tersebut agar menarik perhatian dan juga konsiste dalam pembuatan video tersebut. *Pertama*, pemilihan judul dengan bahasa persuasif dan tidak kontroversial. Khalid Basalamah berusaha mengajak pengikutnya untuk kebaikan dan tidak membalas kburukan serta mengambil judul yang menghindari polemik di antara masyarakat lainnya. Serta judul dibuat dengan mempertimbangkan pengetahuan penonton agar dapat dipahami oleh kalangan yang awam. *Kedua*, pemelihan materi dakwah yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Tim KHB Digital Studio juga berkomitmen akan menyebarkan dakwah yang bersifat diperlukan oleh pengikutnya sehingga inti sari yang di dalam konten tersebut bisa tersampaikan dengan baik. *Ketiga*, Tampilan konten yang kebaruan Tim KHB Digital Studio berkomitmen untuk menciptakan konten yang sesuai dengan syari'at, akan tetapi hal ini menjadi rintangan dalam pembuatan konten namun tetap pada jalan yang dibolehkan dalam ajaran salafi. *Keempat*, menampilkan identitas salafi melalui penggunaan *hashtag*. Tim KHB Digital Studio membuat identitas tersebut dengan maksud untuk memudahkan pengguna saat mencari konten megenai dakwah salafi. *Kelima*, menentukan jadwal unggahan konten. Dalam memproduksi konten, tim KHB Digital Studio konsisten dalam menentukan jadwal konten. Tim meilih konsisten dalam mengunggah kontennya di waktu terbaik untuk mngunggah konten sehingga membantu keberhasilan dalam menjaring penonton (Kulsum & Mauli Darajat, 2021).

## SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mengungkapkan strategi dakwah yang dilakukan salafi di zaman digital berhasil memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dengan menggunakan media sosial seperti Instagram dan YouTube, tokoh-tokoh salafi seperti Khalid Basalamah mampu menarik perhatian dan menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Penggunaan situs web, artikel, dan video dakwah yang menarik dan konsisten juga menunjukkan bahwa keberadaan media digital di zaman sekarang ini sangat berpengaruh dalam menyampaikan ajaran islam. Dakwah melalui media digital tidak hanya memungkinkan penyebaran pesan yang lebih cepat tetapi juga menyediakan platfrom bagi interaksi dan diskusi yang lebih dinamis antara pemberi materi dan masyarakat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ali. (2013). *Menjawab Dakwah Kaum Salafi—Prof Dr. Ali Jum’ah*. Retrieved June 9, 2024, from <http://archive.org/details/menjawab-dakwah-kaum-salafi>
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 263–281. <https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1369>
- Chozin, M. A. (2013). *STRATEGI DAKWAH SALAFI DI INDONESIA. 1*.
- Munir, dkk. (2021). *Manajemen Dakwah*. Prenada Media.
- Iman, S. B. (2022). SISTEM KOMUNIKASI DAKWAH DI ERA DIGITAL. *Al Amin: Jurnal Kajian Ilmu dan Budaya Islam*, 5(01), Article 01. <https://doi.org/10.36670/alamin.v5i01.139>
- Kaharuddin, K. (2020). Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v9i1.4489>
- Kulsum, U., & Mauli Darajat, D. (2021). STRATEGI KONTEN DAKWAH SALAFI DI INSTAGRAM. *Al-Mubin; Islamic Scientific Journal*, 4(1), 9–27. <https://doi.org/10.51192/almubin.v4i1.91>
- Mubarok, M. F., & Romdhoni, M. F. (2021). *Digitalisasi al-Qur’an dan Tafsir Media Sosial di Indonesia. 1(1)*.
- Pimay, A., & Savitri, F. M. (2021). Dinamika dakwah Islam di era modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 43–55. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847>
- Putri, A. A., Hariyati, F., & Khohar, A. (2024). *Campur Tangan Presiden Dalam Pemilihan Umum Presiden 2024 Dalam Editorial Tempo (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Pada Editorial Tempo Edisi 10 Januari 2024)*.
- Sutrisno, E. (2021). *Dakwah Digital Di Era Milenial*. GUEPEDIA.
- Iqbal, Asep Muhammad. (2019). *Internet dan Gerakan Salafi di Indonesia: Sebuah Kajian Awal*. Diandra Kreatif.

