

الأفعال الكلامية في إعلان منتجات المكيفة
(دراسة تداولية)

قدمتها:

منورة

رقم القيد: ٢٠٠٥٠٢٠٢٢
طالبة بكلية الآداب والعلوم الإنسانية
قسم اللغة العربية وأدبها



جامعة الرانيري الإسلامية الحكومية
دار السلام – بندا أتشييه
سنة ٢٠٢٤

رسالة

مقدمة لكلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة الرانيري الإسلامية الحكومية

دار السلام بندا أتشيه كمادة من المواد المقررة

للحصول على شهادة (S.Hum)

في اللغة العربية وأدبها

قدمتها

منورة

رقم القيد ٢٠٠٥٠٢٠٢٢

طالبة بكلية الآداب والعلوم الإنسانية قسم اللغة العربية وأدبها

موافقة المشرفين

المشرفة الثانية

جامعة الرانيري

المشرف الأول

AR - RANIRY

(جوت ريرين سورايا، الماجستير)

(الدكتور ذوالخير سفيال، الماجستير)

تمت مناقشة هذه الرسالة أمام اللجنة التي عينت للمناقشة
وقد قبلت اتماما لبعض الشروط والواجبات للحصول على شهادة (S.Hum)

تخصص اللغة العربية وأدبها

في التاريخ: ٣٠ محرم ١٤٤٦ هـ

٥ أغسطس ٢٠٢٤ م

دار السلام - بندا أتشيه

لجنة المناقشة

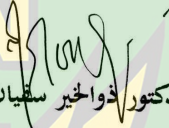
السكرتيرة


(شوت ريرن سوريا الماجستير)

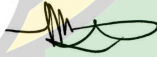
العضو الثاني


(أنصار ذوالحلم الماجستير)

رئيس اللجنة


(الدكتور ذوالخير سلقيان الماجستير)

العضو الأول

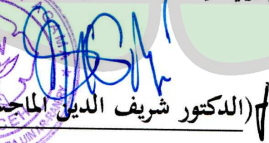

(رشاد الماجستير)

جامعة الرانيري

بمعرفة عميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية

جامعة الرانيري الإسلامية الحكومية دار السلام بندا أتشيه




(الدكتور شريف الدين الماجستير)

رقم التوظيف: ١٩٧٠٠١٠١٩٩٧٠٣١٠٠٥

SURAT PERNYATAAN DAN VALIDASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Muna Warah
2. NIM : 200502022
3. Prodi : Bahasa dan Sastra Arab
4. Fakultas : Adab dan Humaniora

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya ajukan kepada prodi Bahasa dan Sastra Arab (BSA) Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry dengan judul :

الأفعال الكلامية في إعلان منتجات المكيفة (دراسة تداولية)

Adalah **Hasil karya Sendiri dan Bukan Plagiat**. Apabila kemudian hari terbukti terdapat pelanggaran kaidah-kaidah akademik pada karya ilmiah saya, maka saya bersedia menerima sanksi-sanksi yang dijatuhkan karena kesalahan tersebut, sebagaimana diatur oleh Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No.17 tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi, dan saya menyatakan siap dan menerima apabila gelar akademik saya dicabut dan dibatalkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banda Aceh, 05 Agustus 2024
Yang membuat Pernyataan,



Muna Warah
NIM. 200502022



كلمة الشكر

بسم الله الرحمن الرحيم

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره ونعوذ بالله من شرور أنفسنا وسيئات أعمالنا من يهده الله فلا مضل له ومن يضل فلا هادي له، نشهد أن لا إله إلا الله ونشهد أن محمدًا عبده ورسوله.

فقد انتهت الباحثة بإذن الله وتوفيقه من كتابة هذه الرسالة تحت الموضوع: " الأفعال الكلامية في إعلان منتجات المكيفة (دراسة تداولية)". تقدمها لكلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الرانري الإسلامية الحكومية كمادة من المواد الدراسية المقررة على الطلبة للحصول على شهادة "S.Hum" في اللغة العربية وأدبها. وفي هذه الفرصة السعيدة، تقدمت الباحثة بالشكر على المشرفين الكريمين هما الأستاذ الدكتور ذوالخير سفيان الماجستير، والأستاذة شوت ريرن سوريا الماجستير، على مساعدتهما وجهودهما في إنفاق أوقاتها وأفكارهما في الإشراف على كتابة هذه الرسالة وتكميلها من البداية إلى النهاية.

وتقدمت الباحثة شكرًا خاصًا لرئيس قسم اللغة العربية وأدبها ولجميع الأساتيد والأستاذات فيه، وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية لمساعدة كتابة هذه الرسالة .

وفي هذه الفرصة تقدمت الباحثة الشكر الجزيل لوالديها المحبوبين اللذين
قد ربّاهما تربية حسنة وهذباها تهديبا نافعا لعل الله أن يجزيهما أحسن الثواب في
الدنيا والآخرة.

وأخيرا، ترحو الباحثة من القارئین نقدا بنائيا وإصلاحا نافعا لإكمال هذه
الرسالة، وعسى الله أن يجعلها نافعة للباحثة خاصة وللقارئین عامة، رَبَّنَا تَقَبَّلْ مِنَّا
إِنَّكَ أَنْتَ السَّمِيعُ الْعَلِيمُ وَتُبْ عَلَيْنَا إِنَّكَ أَنْتَ التَّوَّابُ الرَّحِيمُ، وَالْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ
الْعَالَمِينَ.

دار السلام – بند آتشیه، ۲۷ يوليو ۲۰۲۴ م

الباحثة،

منورة

جامعة الرانری

A R - R A N I R Y

المحتويات البحث

أ	كلمة الشكر
ج	المحتويات البحث
هـ	تجريد
١	الباب الأول : المقدمة
١	أ. خلفية البحث
٤	ب. مشكلة البحث
٤	ج. غرض البحث
٤	د. معاني المصطلحات
٧	هـ. الدراسات السابقة
٧	و. منهج البحث
١١	الباب الثاني : ترجمة منتجات المكيفة في الإعلان المكيفات
١٩	الباب الثالث : الإطار النظري
١٩	أ. التداولية
١٩	١. مفهوم التداولية
٢٠	٢. نشأة التداولية
٢٢	ب. الأفعال الكلامية
٢٢	١. مفهوم الأفعال الكلامية

٢٣..... ٢. نظرية أفعال الكلام

٢٥..... ٣. أنواع الأفعال الكلامية

٢٧..... الباب الرابع : الأفعال الكلامية في الإعلان

٢٧..... أ. لمحة عن إعلان "منتجات المكيفة"

٢٧..... ب. تحليل الأفعال الكلامية في الإعلان

٣٩..... الباب الخامس : الخاتمة

٣٩..... أ. النتائج

٤٠..... ب. الاقتراحات

٤١..... المراجع



تجريد

اسم الطالبة	: منورة
رقم القيد	: ٢٠٠٥٠٢٠٢٢
الكلية / قسم	: كلية الآداب والعلوم الإنسانية / اللغة العربية وآدابها
موضوع الرسالة	: الأفعال الكلامية في إعلان منتجات المكيفة (دراسة تداولية)
تاريخ المناقشة	: ٥ أغسطس ٢٠٢٤ م
حجم الرسالة	: ٤١ صفحات
المشرف الأول	: الدكتور ذوالخير سفيان الماجستير
المشرفة الثانية	: شوت ريرن سوريا الماجستير

موضوع هذه الرسالة هو " الأفعال الكلامية في إعلان منتجات المكيفة (دراسة تداولية)". ويهدف هذا البحث لمعرفة الأفعال الكلامية في إعلان منتجات المكيفة، وأما منهج البحث الذي استخدمته الباحثة فيها المنهج الوصف والتحليل. ومن النتائج التي حصلت عليها الباحثة هي: أن أنواع الأفعال الكلامية تتضمن في إعلان منتجات المكيفة وهي: الفعل التعبيري (Locutionaryact) والفعل الوظيف (Illocutionaryact) والفعل التأثيري .- (Perlocutionaryact) والتداولية في عرض هذا الإعلان يكون ناجحًا لأن المستهلك قادرًا على فهم النية أو المعنى الذي ينقله المعلن. وفهم نجاح المستهلك في التقاط القصد أو المعنى من خلال النظر إلى الموقف الذي يجري فيه الكلام.

ABSTRAK

Nama : Muna Warah
NIM : 20502022
Fakultas / Prodi : Adab dan Humaniora / Bahasa dan Sastra Arab
Judul : Al-Afālu al-Kalāmiyyah fī i'lān Muntajāt al-Mukayyafah (Dirāsaton Tadāwuliyatun)
Tanggal Sidang : 5 Agustus 2024
Tebal Skripsi : 41 Halaman
Pembimbing I : Dr. Zulkhairi Sofyan, M.A
Pembimbing II : Cut Ririn Soraya, M.Pd

Penelitian ini berjudul Al-Afālu al-Kalāmiyyah fī i'lān Muntajāt al-Mukayyafah (Dirāsaton Tadāwuliyatun)) Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna tindak tutur dalam iklan produk AC menurut perspektif J.L Austin, Adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, Adapun hasil penelitian yang diperoleh peneliti antara lain : tindak lokusi (Locationaryact), tindak ilokusi (Ilocutionaryact), dan tindak perlokusi (Perlocutionaryact). Keberhasilan pragmatik dalam iklan ini adalah konsumen mampu memahami maksud atau makna yang disampaikan pengiklan. Memahami keberhasilan konsumen dalam menangkap maksud atau makna dengan melihat situasi di mana tuturan tersebut berlangsung.

A R - R A N I R Y

الباب الأول

أ. خلفية البحث

اللغة هي إحدى الثقافات البشرية لها قيمة لأنها تستخدم كوسيلة للاتصال لنقل رسالة المتحددة و نيته إلى المستمع^١. يعبر ابن الجن أن اللغة هي أصوات يعبر بها كل القوم عن أغراضهم^٢. استخدام اللغة في الحياة الإجتماعية هو إقامة علاقات التفاعل أو تعاون والاتصال جيدة بين الأفراد والأفراد والجماعات. إن التواصل بين المتكلم والمخاطب تتشكل منها الأفعال الكلامية وأحداث الكلام. فكانت الأفعال الكلامية إحدى الدراسية في علم اللغة تسمى بالتداولية.

التداولية فقد عرفها شارل مورس بأنها "تعالج العلاقة بين العلامات وستعملي العلامات". وعند جورج يول بمعنى: "الدراسة كما يبلغه المتحدث أو الكاتب، ويفسره المستمع أو (القارئ)، فالتداولية دراسة المعنى الذي يقصد به المتكلم". من هذا شرح نفهم التداولية تعني بالدراسة الجانب الاتصالي للغة، حيث تقوم بدراسة اللغة أثناء التواصل الذي يحققه المتكلم يستجيب له المستمع، فالمتكلم

AR - RANIRY

^١ زينيلد. ازكي و نوفل فرس فبرينشة، "دراسة التداولية: تحليل لشكل ووظيفة أفعال الكلام

للتوجيه العربي في الرسم المتحركة " قصة الإمام الحسن البصري". ATHLA: jurnal of Arabic

teaching, linguistic and literature, vol. 3 No. 1, ص: ٧٦

^٢ ابن جني، الخصائص (الناشر: دار الحديث, ٢٠٠٨) \ ص ١٥.

يقوم بإبلاغ شيء ما يظهر من خلال السياق، والسامع يتأثر فيقوم بإنجاز فعل معين استجابة لما سمعه من المتكلم.^٣

نظرية الأفعال الكلامية هي جزء من دراسة التداولية. الأفعال الكلامية يعني "التصريف أو عمل الإجتماعي والمؤسسي للإنسان بالكلام." هذا المفهوم وضع أصوله الفيلسوف المعاصر ج. ل. أوستين *J. L. Austin* في كتابه "كيف نصنع الأشياء بالكلمات" (*how to do things with word?*)^٤. مفهوم الأفعال الكلامية أصبح نواة مركزية في كثير من الأعمال التداولية. وهو كل مافوض ينهض على نظام شكلي دلالي إنجازي تأثير. يفرق الجمل عند ج. ل. أوستين إلى قسمين : (١) الجمل الوصفية *constantiv* يعني الكلام تميل إلى وصف الحديث بعدم تغيير الأشياء يمكن الحكم عليها بالصدق أو الكذب. (٢) الجمل التقريرية (إنشاء) *performatif* يعني الكلام يحتاج إلى الفعل أو تغيير الأشياء وهذا الكلام لا يمكن الحكم عليها بالصدق أو الكذب.^٥

حيث يتكون الجمل التقريرية (إنشاء) لفظ معين من ثلاثة أفعال مرتبطة. (١) الفعل التعبيري (*locutionaryact*) : هي إنشاء تعبير لغوي ذي معنى الذي يعتبر (بعد) فعل اللفظ الأساس، لا تقوم عادة بإنشاء ألفاظ صحيحة البنية دون

^٣ عبد الجابر عبد السميع علام. إيمان، "التحليل التداولي الأفعال الكلام في قصص المكتبة

الخضراء." مجلة الفنون و العلوم الإنسانية و الإجتماع، العدد ٨٥ ،٢٠٢٢، ص ١٣.

^٤ شداد محمد، أفعال الكلام بين الدرس التداولي الحديث و التراث البلاغي العربي، مجلة العلوم

اللغة العربية وآدابها، المجلد ١٢، العدد ١٠، ٢٠٢٠، ص ١٠٧٧

^٥Dian Safitri. Rizki, dkk, *teori tindak tutur dalam study pragmatic*, jurnal kabastra vol. 1 No. 2, (2021) hal 2

غاية فنصوغ لفظاً ليؤدي وظيفة نريد إتمامها. (٢) الفعل الوظيفي (*ilocutionaryact*) هي ينجز الفعل الوظيفي عبر قوة اللفظ التواصلية. (٣) الفعل التأثيري (*perlocutionaryact*) ونحن ال نشيء لفظاً ذا وظيفة معينة دون أن نقصد أن يكون له تأثير معين.^٦

الإعلان أو *advertisement* أو اليونانية *ad-vere* وفقاً جمرنيس و سوينتي كلمة الإعلان من اليونانية و الإعلان هو شكل من أشكال الإتصال بخلال وسائل الإعلام المختلفة التي تدفع بالشركات^٧. ووفقاً على فريتي وويوو الإعلان هو التقديم والترويج ليس عن السلعة أو الفضل الذي يدفع بجهة أخرى. وفقت الباحثة أن الإعلان إتصال غير المباشرة ويحتوي على معلومات حول التفوق المنتج الذي تألف بلغة جذابة حتى تسجيع الإنسان على الشراء. احتوت الأفعال الكلامية في الإعلان. يعرف الإعلان أو *advertisement* هو شكل من أشكال الإتصال بخلال وسائل الإعلام المختلفة التي تدفع بالشركات. تطور العصر وتطورت الإعلانات والآن ظهرت أنواع المختلفة من الإعلان أحده إعلان المكيفة.

جامعة الرانري

AR - RANIRY

^٦ حمود عثمان محمد. ميادة، أفعال الكلام التعبيرية في القرآن الكريم سور الحواميم أممؤدجا .

مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية. المجلد ٧، العدد ١٧، (٢٠٢١)، ص ٩٣.

^٧ Army Trilidia Devega, *Perencanaan Video Iklan Sebagai Media Promosi*, (Batam: CV. Batam Publisher), Hal. 8

وسبب اختيار الباحثة هذا المبحث لفحص الظاهرة التداولية في شكل الأفعال الكلامية في إعلان "منتجات المكيفة" هو أن في هذا الإعلان يذكر العديد من الجمل التي تم تضمينها في الأفعال الكلامية بشأن موقف وظروف تجعلهم يتواصلون باستخدام التعبيرات وسبب فضول المعلن لفهم معنى الكلام، لأن كل شخص لديه مهارات لغوية مختلفة، وكذلك في الأفعال الكلامية التي تتحدث بها المتحدثون. حيث أن الغرض من هذا البحث هو إظهار مختلف أنواع الأفعال الكلامية و معانيها في إعلان "منتجات المكيفة" في الدوال العربية.

ب. مشكلة البحث

أما المشكلة البحث التي تحاولت الباحثة أن تبثها في هذه الرسالة فهي: ما الأفعال الكلامية في إعلان "منتجات المكيفة"؟

ج. غرض البحث

بناء على مشكلة البحث السابقة أن غرض البحث من هذه الرسالة هي :

لمعرفة الأفعال الكلامية في إعلان "منتجات المكيفة".

د. معاني المصطلحات

قبل أن تستمر هذا البحث تفضلاً أن تشرح مصطلحات التي تتضمن في الموضوع، لكي يسهل للقارئ معرفة المعاني المقصودة. المصطلحات التي تريد الباحثة شرحها لتركيز الدراسة في هذا البحث فهي:

١. الأفعال الكلامية : الفعل الكلامي يعني التصريف أو العمل الإجتماعي أو المؤسساتي الذي ينجزه الإنسان بالكلام، ومن ثم فالفعل الكلامي يراد به الإنجاز الذي يؤديه المتكلم بمجرد تلفظه بملفوظات معينة.^٨
٢. الإعلان : الإعلان يأتي من اللاتينية، *advertere* وهو "جذب انتباه شخص ما إلى شيء".^٩ والإعلان هو شكل من الأشكال غير الشخصية للاتصال يجري عبر طريق وسيلة متخصصة.^{١٠} والوسيلة اتصال مدفوعة من مصدر محدد ويهدف إلى إقناع المتلقي إلى اتخاذ بعض الإجراءات.^{١١}
٣. المنتجات : منتجات لغة جمع من منتج. منتجات اصطلاحاً شيء يمكن للمستهلك شرائها لتلبية حاجة أو رغبة معينة. مثل السلع أو الخدمات.
٤. التداولية : هي واحدة من فروع اللغويات التي تحتوي على العلاقة بين خارج اللغة والقصد من الكلام، في حين أن التداولية نفسها هي علم لغوي يدرس استخدام اللغة التمرطة بسياق استخدامها.^{١٢} اصطلاحاً أن التداولية تراعى في المقام طربي العلمية الإتصالية. إذا ترتبط بالمستمع والمتكلم وهو مفهوم ينظر إلى

جامعة الرانري

^٨ مسعود صحراوي، التداوليات عند العلماء العرب، (بيروت : دار الطليعة (٢٠٠٥)، ص.

^٩ المرجع السابق، ص ٨

^{١٠} محمد الصيرفي، الإعلان-أنواعه ومبادئه وطرق إعدادة، (دار المهج للنشر والتوزيع، د.ت)

ص ١٠

^{١١} إسترورسون، ما رغب، عصر الإعلان، (عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون، ٢٠١٥) ص

٨

^{١٢} المرجع السابق ص ١٣

الظرف الإجتماعية والمذهبية والحضارية ومختلف السياقات الخاصة بعملية التواصل.^{١٣}

هـ. الدراسات السابقة

كان البحث السابق الذي فحص الإعلان و باستخدام نظرية الأفعال الكلام فهو كما يلي:

١. إنده أسمىلدا، أفعال الكلام التعبيرية "ليل وقضبان" لنجيب الكيلاني (دراسة تداولية)، ٢٠٢٢م. والنتائج التي تم الحصول عليها من البحث هي أن الباحثة وجدت أنواعا مختلفة من أفعال الكلام التعبيري مثال الاعتزاز، والتهنئة، والشكر، واللوم، والثناء، والتعبير عن الغضب.
٢. كريمة قسيموري، الأفعال الكلامية غير المباشرة من خلال شعر الحكمة - ديوان زهير ابن أبي سلمى أمودجا -، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، سنة ٢٠١٦. نتائج البحث من هذا المقال هي استطاعة رصد الأفعال اللغوية داخل النص الشعري، تمثلت الأفعال اللغوية في نص زهير في: الأفعال الحكمية، الأفعال التمرسية، الأفعال التكليف، الأفعال العرضية والأفعال السلوكيات.
٣. بغجا نوغراها، إعلان البرنامج الوطني للتوعية بداء السكري لوزارة الصحة المملكة العربية السعودية، (دراسة تحليلية سيميائية)، بهدف البحث معرفة معنى الرمز

^{١٣}سامية بن يامنة، الإتصال اللساني وآلياته التداولية في كتاب الصانعين لأبي هلال

اللغوي يستخدم في الإعلان البرنامج الوطني للتوعية بداء السكري، جامعة شريف هداية لله الإسلامية الحكومية جاكرتا، سنة ٢٠١٧.

و. منهج البحث

١. نوع البحث

تستخدم هذه الدراسة منهج تحليل الوصفية. البحث النوعي هو طريقة لجمع البيانات بشكل طبيعي لشرح الموقف الفعلي أو الحقائق التي تحدث بشكل وصفي باستخدام طرق مختلفة.^{١٤} هذا البحث وصفي من حيث أن نموذج البيانات في شكل وصف أو وصف لكائن كلمات البحث والصور والأرقام التي لم يتم الحصول عليها من خلال المعالجة الإحصائية. الغرض من البحث الوصفي هو جعل الأوصاف أو الرسومات أو اللوحات بشكل منهجي وحقائق وبدقة فيما يتعلق بالحقائق أو السمات أو العلاقات بين الأحداث أو الظواهر التي تم تحليلها.

٢. مصادر البيانات

أما الحصول على مصادر البيانات المستخدمة في هذه الدراسة من مصدرين، هما : مصادر البيانات الأولية والثانوية.

أ. مصادر البيانات الأولية

البيانات المرتبطة مباشرة بالكائن في هذه الرسالة هي إعلان المكيفة في وسائل التواصل الاجتماعي.

ب. مصادر البيانات الثانوية

¹⁴ Albi Anggita & Setiawan. **Metodologi Penelitian Kualitatif** (Jawa Barat: CV Jejak 2018), hal. 9

تم الحصول على البيانات الداعمة في هذه الدراسة من الإعلانات المختلفة على وسائل التواصل الاجتماعي والكتب التداولية والمجالات والكتب المنشورة على الإنترنت.

٣. طريقة جمع البيانات

تعد طريقة جمع البيانات في إحدى الدراسات أمراً مهماً في نجاح الدراسة، لأن صحة قيمة الدراسة تحددها إلى حد كبير للبيانات باستخدام أدوات جمع البيانات المناسبة والملائمة. ستكون البيانات التي تم الحصول عليها أكثر اكتمالاً ودقيقة للتحليل. لذلك استخدم الباحث في هذه الدراسة طريقتين على النحو التالي:

أ. طريقة توثيقية

طريقة توثيقية هي طريقة لجمع البيانات عن طريق عرض وتحليل الوثائق في شكل كتابات أو رسومات أو أعمال ضخمة. تستخدم هذه الطريقة المعلومات التي تم الحصول عليها من كتابة الصور والتسجيلات من خلال وسائط مكتوبة وغيرها من المستندات والحصول عليها. وتم تنفيذ طريقة توثيقية في هذه الدراسة من خلال عرض واتخاذ على وسائل التواصل الاجتماعي في إنستغرام.

ب. طريقة الإطلاع وتدوين الملاحظات

طريقة الإطلاع هي طريقة تستخدم لتعرف واكتشاف العناصر التداولية. تستخدم طريقة الإطلاع في هذه الدراسة تقنية مقدمة تعرف بتقنية تدوين الملاحظات، وهي تقنية لتدوين بعض العناصر التداولية على إعلانات المكيفة.

٤ . طريقة تحليل البيانات

أما طريقة تحليل البيانات في هذه الدراسة هي طريقة تحليل المضموم ويعتمد هذه الباحثة على وجه نظرية ج.ل أوستين في التداولية الإعلانات. وتحليل البيانات في هذه الدراسة تكون في الخطوات التالية:

- ١ . تحميل الصور وملصق الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي.
- ٢ . تصنيف مدلولات الصور التي تعتمد على نظرية ج.ل أوستين.
- ٣ . تحليل إعلانات باستخدام نظرية الأفعال الكلامية ج.ل أوستين.

٥ . كيفية كتابة هذه الرسالة

وأما كيفية الكتابة لهذه الرسالة فتعتمد على الكتاب الذي قررته كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة الرانري الإسلامية دار السلام، وهو الكتاب:

“Pedoman Penulisan Skripsi Untuk Mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh 2021”

جامعة الرانري

AR - RANIRY