

Hubungan Parasosial Komunitas Virtual Budaya Populer K-Pop dengan Calon Presiden Anies Baswedan (Netnografi Media Sosial X)

by turnitin turnitin

Submission date: 19-Jun-2024 08:40AM (UTC+0700)

Submission ID: 2405073488

File name: Template_Wacana_Bahasa_Indonesia_Submit.docx (1.57M)

Word count: 5291

Character count: 35884

3

Hubungan Parasosial Komunitas Virtual Budaya Populer K-Pop dengan Calon Presiden Anies Baswedan (Netnografi Media Sosial X)

Alya Adninta^{1*}, Banna Rusydi S², Falcao³, Putri Chaerani Amalia⁴¹⁻⁴Universitas Indonesia, Depok, Indonesia[*adnintaalya@gmail.com](mailto:adnintaalya@gmail.com)**Artikel** 10

Submitted: xx-xx-20xx

Reviewed: xx-xx-20xx

Accepted: xx-xx-20xx

Published: xx-xx-20xx

DOI:https://doi.org/10.32509/_diisi
pengelola jurnalThis work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0.**Volume**
No.
Bulan
Tahun
Halaman**Abstract**

This research aims to understand the parasocial relationship between the virtual community of K-Pop fans and perceptions of presidential candidate Anies Baswedan through the social media platform X. The method used is netnography, which involves observation, downloading, and analyzing uploads on social media. Six procedural netnography movements are applied: initiation, investigation, immersion, interaction, integration, and incarnation. This research uses humanistic phenomenological, existential discourse, hermeneutic interpretation approaches, and thematic interpretation methods to explore themes that emerge from the data inductively. The research results show that parasocial relationships between the K-Pop fan community and Anies Baswedan can be formed and maintained through social media platforms such as @aniesbubble on X/Twitter. This supports the theory that mass and social media are important in forming parasocial relationships without requiring physical meetings. The findings show that interaction through social media content can create strong emotional bonds between fans and public figures. These findings indicate that the fandom phenomenon is not only limited to popular culture, but can also appear in a political context, and that support for Anies Baswedan via social media can impact people's political opinions.

Keywords: Political Parasocial Relations; K pop; Social media; Netnography**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan parasosial komunitas virtual penggemar K-Pop dengan persepsi terhadap calon presiden Anies Baswedan melalui platform media sosial X. Metode yang digunakan adalah netnografi, yang melibatkan observasi, pengunduhan, dan analisis unggahan di media sosial. Diterapkan enam gerakan prosedural netnografi yaitu inisiasi, investigasi, imersi, interaksi, integrasi, dan inkarnasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretasi humanistik fenomenologis, eksistensial wacana, dan hermeneutik, serta metode interpretasi tematik untuk mengeksplorasi tema-tema yang muncul dari data secara induktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan parasosial antara komunitas penggemar K-Pop dan Anies Baswedan dapat terbentuk dan dipelihara melalui platform media sosial seperti @aniesbubble di X/Twitter. Hal ini mendukung teori bahwa media massa dan sosial memainkan peran penting dalam membentuk hubungan parasosial tanpa memerlukan pertemuan fisik. Temuan menunjukkan bahwa interaksi melalui konten media sosial mampu menciptakan ikatan emosional yang kuat antara penggemar dan figur publik. Temuan ini mengindikasikan bahwa fenomena fandom tidak hanya terbatas pada budaya populer, tetapi juga dapat muncul dalam konteks politik, dan bahwa dukungan terhadap Anies Baswedan melalui media sosial dapat berdampak pada opini politik masyarakat.

Kata Kunci: Hubungan Parasosial Politik; K-Pop; Media Sosial; Netnografi

1

Terakreditasi Peringkat 3 berdasarkan Dirjen Diktiristek
No.204/E/KPT/2022.

1

PENDAHULUAN

14

Sejak pertengahan tahun 2000-an, K-Pop telah menjadi fenomena global yang didorong oleh ⁹kuatan jaringan penggemar anak muda di media sosial. Laporan media sosial X menyebutkan indonesia sebagai negara dengan penggemar k-pop terbesar di dunia dan paling banyak membicarakan tentang K-Pop di aplikasi tersebut (CNN Indonesia, 2022). Dengan semakin berkembangnya teknologi, pada akhirnya komunitas fans K-Pop atau fandom K-Pop menjadi sebuah komunitas virtual di media sosial. Secara umum ²⁴komunitas virtual dapat dilihat sebagai ruang dunia maya yang didukung oleh teknologi informasi, di mana sekelompok orang dengan minat dan tujuan yang sama berkumpul untuk pertukaran informasi sukarela dan/atau berbagi (Zhang et al., 2020). Dalam hal ini, media sosial menjadi wadah bagi komunitas virtual penggemar untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan mengekspresikan dukungan mereka terhadap idola mereka (Amalia & Tranggono, 2022).

Pada tahun 2024, Indonesia menggelar Pemilihan Umum Presiden. Dalam penyelenggaraan tersebut, pemilih muda mendominasi dengan persentase 60%, yang mencakup sekitar 113 juta pemilih dari total 204 juta pemilih terdaftar. Generasi milenial menyumbang 66 juta pemilih (33 persen) sedangkan generasi Z sekitar 46 juta (22 persen) (Komisi Pemilihan Umum, 2023). Kehadiran yang besar dari Gen Z dan milenial di media sosial telah membuka peluang kampanye di platform tersebut, dengan banyak tokoh politik mulai memanfaatkannya untuk meningkatkan elektabilitas mereka. Media sosial telah mengubah strategi kampanye politik, mempengaruhi persepsi masyarakat, dan bahkan memiliki potensi untuk mempengaruhi hasil pemilihan (Wulandari et al., 2023). Salah satu aspek positif dari pemanfaatan media sosial dalam proses pemilihan adalah kemampuannya untuk meningkatkan keterlibatan politik dan menyadarkan generasi muda yang sebelumnya mungkin kurang terlibat atau aktif.

¹⁵Indonesia merupakan negara dengan penggemar K-Pop terbesar di dunia menawarkan pangsa pasar politik yang potensial melalui komunitas K-Pop. Pemilihan Umum Presiden 2024 menjadi ajang dalam penerapan strategi untuk meningkatkan elektabilitas calon presiden melalui komunitas K-Pop di sosial media. Strategi yang digunakan adalah menciptakan kesan kedekatan melalui hubungan parasosial, di mana politisi berusaha membangun citra diri mereka sebagai figur yang dekat dan dapat dipercaya dalam persepsi masyarakat, mirip dengan hubungan pseudo-friendship (Marmor-Lavie & Weimann, 2008). Hubungan parasosial tidak hanya terbatas pada interaksi antara tokoh politik dan pemilih, tetapi juga mencakup hubungan antara politisi dengan komunitas K-Pop. Terdapat berbagai jenis media sosial yang kerap digunakan oleh para penggemar K-Pop untuk berinteraksi dengan sesama penggemar dan mengikuti ⁵kehidupan para idolanya, salah satunya adalah media sosial Twitter yang sekarang dinamakan X. Penggemar K-Pop sebagian besar memiliki forum-forum khusus yang memungkinkan mereka untuk melakukan sharing, atau biasa dikenal dengan fanbase. Fanbase ini juga terdapat di platform X yang ⁶mudahkan para K-Popers dalam melakukan kegiatan fandom dan bertukar informasi tentang idola mereka (Caroline, 2023). Media sosial X dipilih karena platform yang efektif dalam menyebarkan informasi karena memiliki jaringan komunikasi terbuka, sehingga siapapun dapat menyebarkan, menerima, dan melihat informasi yang disebarluaskan (Efendi et al., 2023). Berdasarkan hal tersebut ²²indikasikan adanya usaha-usaha untuk membangun hubungan politik parasosial antara komunitas penggemar K-Pop di media sosial X/twitter dengan Calon Presiden 2024.

Parasocial relationship, atau hubungan parasosial, merupakan fenomena di mana individu merasakan ada ²¹hubungan dekat atau koneksi emosional dengan tokoh media, seperti selebriti atau karakter fiksi. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh (Horton & Richard Wohl, 1956) untuk menjelaskan bagaimana penonton menciptakan hubungan imajiner dengan karakter dalam media yang mereka konsumsi, seperti film atau acara televisi. Meskipun hubungan ini bersifat satu arah, mereka dapat merasakan perasaan keakraban dan keterlibatan yang kuat (Sastrit et al., 2023). Tidak hanya terbatas pada hubungan dengan selebritas, konsep *parasocial relationship* juga dapat diterapkan pada tokoh politik. Individu dapat merasakan adanya hubungan dekat atau koneksi emosional dengan tokoh politik ¹¹tentu, meskipun interaksi tersebut hanya bersifat satu arah dan tidak langsung (Permana & Alfian, 2023). Hubungan parasosial dalam bidang politik ini disebut dengan

⁴ *political parasocial relationship (PPSR)*. Hubungan PPSR dapat dibentuk melalui berbagai cara, salah satunya melalui paparan media seperti TV, media sosial, dan berita. Perluasan mengenai hubungan parasosial ke bidang politik didasari dengan asumsi bahwa para tokoh politik memiliki pendekatan yang sama dengan hubungan parasosial yang dilakukan oleh para artis (Marmor-Lavie & Weimann, 2008). Tokoh politik cenderung akan menunjukkan kedekatan dengan masyarakat dan memperlihatkan sisi pribadi mereka dengan memperkenalkan keluarga⁴ dan anak-anak mereka secara halus dan non-intimidatif. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan ikatan emosional antara kandidat dan pemilih, dengan tujuan meningkatkan elektabilitas saat pemilihan (Marmor-Lavie & Weimann, 2008). Mengingat pentingnya hubungan parasosial dalam politik dan dominasi pemilih muda di Pemilu 2024, penelitian ini penting untuk dilakukan untuk memahami pola dan bentuk hubungan parasosial antara komunitas virtual penggemar K-Pop dengan calon presiden di media sosial X/Twitter.

Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa politisi yang membangun hubungan parasosial kuat dengan pemilih terutama pemilih pemula, cenderung lebih dipilih. Strategi ini memanfaatkan media exposure untuk mendekatkan diri dengan masyarakat dan menciptakan interaksi relevan (Subandi & Ubaid, 2020). Penelitian lain mengemukakan bahwa politisi yang aktif dalam media sosial cenderung memiliki tingkat elektabilitas yang lebih tinggi. Hal tersebut dikarenakan media sosial mampu memperluas jangkauan, interaksi langsung dengan pemilih, serta pemberitaan secara *realtime* (Hasibuan et al., 2024). Fenomena hubungan parasosial dengan tokoh politik juga terjadi saat pemilihan presiden Amerika Serikat. Penelitian menunjukkan bahwa hubungan parasosial sangat berpengaruh terhadap pemilihan Donald Trump menjadi Presiden Amerika Serikat (Gabriel et al., 2018). Meskipun kajian tentang hubungan parasosial antara politisi dan pemilih telah banyak dilakukan, penelitian yang secara khusus meneliti hubungan parasosial antara tokoh politik dan komunitas virtual K-Pop masih relatif sedikit. Komunitas virtual K-Pop yang memiliki basis penggemar yang sangat loyal dan aktif di platform digital menawarkan dinamika yang unik dan potensi besar bagi politisi untuk membangun hubungan parasosial.

Penggemar K-Pop sering terlibat intens dalam aktivitas online yang menunjukkan bahwa mereka bisa menjadi target strategis bagi politisi. Kendati demikian, literatur yang ada belum banyak mengeksplorasi bagaimana politisi dapat memanfaatkan kedekatan emosional yang sudah ada dalam komunitas ini untuk tujuan politik. Penelitian ini bertujuan untuk memahami konstruksi sosial dari hubungan parasosial politik dengan komunitas virtual penggemar K-Pop. Menggunakan paradigma konstruktivis, penelitian ini ingin melihat bagaimana pola perilaku, bahasa, dan simbol yang diproduksi dalam interaksi membentuk realitas sosial. Sehingga penelitian ini dapat memperluas pemahaman tentang konsep hubungan parasosial dalam konteks politik di Indonesia, khususnya dalam komunitas virtual yang sangat aktif seperti penggemar K-Pop. Selain itu temuan dari penelitian ini dapat digunakan oleh praktisi politik untuk merancang strategi kampanye yang lebih efektif dalam menarik perhatian dan dukungan.

MET¹⁶ODLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi. Peneliti melakukan observasi online terhadap pesan-pesan di komunitas virtual di media sosial X untuk mengumpulkan²⁵ dan mengkonfirmasi data. Melalui jejak digital, penelitian ini berusaha mendeskripsikan dan menafsirkan pola nilai, perilaku, kepercayaan, dan bahasa dalam kelompok virtual serta hubungan parasosial yang terbentuk di akun @aniesbubble. Objek penelitian adalah tweets atau kicauan dari komunitas virtual K-Pop di Twitter/X yang membahas tentang capres dan pemilihan presiden 2024. Penelitian ini difokuskan pada analisis penggunaan bahasa dan simbol baru terkait calon presiden dalam Pilpres 2024 yang diekspresikan melalui anonimitas dan identitas baru di media sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan netnografi yang melibatkan keterlibatan intelektual, budaya, dan emosional yang mendalam dalam pengumpulan dan analisis data (Annisa, 2019). Ini tidak hanya mencakup 'download dan code' analisis konten, tetapi juga melibatkan jurnal imersi untuk menangkap keterlibatan aktif dengan situs online. Untuk memenuhi praksis netnografi, penelitian ini

akan menjalankan prosedur etis, pengumpulan data, analisis integratif, dan teknik interpretasi untuk mengembangkan pemahaman budaya yang mendalam. Penelitian ini menerapkan enam gerakan prosedural netnografi: inisiasi, investigasi, imersi, interaksi, integrasi, dan inkarnasi (Rozanah & Fauzana, 2022).

Pada tahap inisiasi, dilakukan identifikasi pola bentuk hubungan parasosial antara komunitas virtual fans K-Pop di media sosial X/twitter dengan calon presiden 2024 nomor urut 1 Anies Baswedan dengan menggunakan bahasa dan simbol yang biasa digunakan oleh masyarakat pada tokoh idola K-Pop. Selanjutnya mendalami konstruksi teori hubungan parasosial yang berkembang menjadi hubungan parasosial politik. Tahap selanjutnya merupakan investigasi dimana besarnya pengguna media sosial aktif di dunia membuat penelitian ini harus mempersempit bidang komunikasi tidak hanya sebatas forum publik untuk berkomunikasi dan terkoneksi namun sebagai *cultural research site*. Untuk mencari dan menemukan jejak yang relevan dengan penelitian digunakan search engine (*mesin pencari*). Mesin pencari dapat mengungkapkan site serta percakapan individu, topik dan subtopik, tag seperti hashtag, dan gambar visual atau representasi non-teksual lainnya. Penelitian ini akan fokus dalam pencarinya untuk melihat percakapan individu yang menjadi indikator dalam hubungan parasosial. Pada tahap ketiga merupakan imersi dimana akan diterapkan strategi pengumpulan dan pengindeksan data. Hal ini untuk memastikan bahwa sejumlah besar data yang didapat akan diperiksa dan dicatat dalam catatan penelitian yang dimasukkan ke dalam jurnal imersi. Catatan ini terdiri dari berbagai jenis data tekstual dan grafik. Penelitian difokuskan pada imersi budaya seperti simbol-simbol dan bahasa yang terdapat di dalam data. Simbol-simbol dan bahasa yang terdapat unggahan sosial media diidentifikasi yang selanjutnya didefinisikan hal tersebut untuk masuk ke dalam indikator umum.

Tahap selanjutnya merupakan interaksi dimana peneliti sudah berinteraksi dengan site X, mencarinya, mengamatinya, mengunduh sebagian darinya, menulis catatan lapangan analitik dan observasional tentangnya (Priyowidodo, 2022). Selanjutnya tahap integrasi yang dilakukan dengan menentukan sub kategori yang mendukung indikator utama penelitian. Penelitian ini menyusun data, mengkodekannya, mengkategorikannya, dan menggunakan metode interpretasi humanistik, fenomenologis, eksistensial, wacana, dan hermeneutik. Namun, selain pendekatan deduktif, penelitian ini juga memanfaatkan metode interpretasi tematik untuk mengeksplorasi tema atau pola yang muncul dari data secara induktif. Fase integrasi ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang holistik dan mendalam tentang fenomena yang diteliti, memungkinkan peneliti untuk menyusun jawaban atas pertanyaan penelitian dan mengarahkannya menuju tahap penyelesaian yang lebih konklusif (Iskandar et al., 2023). Tahapan terakhir merupakan inkarnasi yang dilakukan dengan menganalisis secara mendalam untuk menemukan pola-pola yang terjadi di dalam komunitas virtual budaya populer K-Pop yang terdapat pada platform X dan memiliki hubungan dengan calon presiden Anies Baswedan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pencarian komunitas K-Pop melalui penggunaan kata kunci yang diposting secara masif di Platform X/Twitter, ditemukan beberapa tren kata kunci yang berkaitan dengan Anies Baswedan, yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Tren Kata Kunci

No	Kata Kunci	Jumlah (Tweet)	No	Kata Kunci	Jumlah (Tweet)
1	#AniesMuhamin2042	46.800	16	AniesFPI Sebarisan	4.522
2	anies keren	3.753	17	AniesFPI Sebarisan	4.522
3	#aniesramah	4.482	18	Rekam Jejak Anies Baswedan	5.096
4	#AniesPemberani	1.100	19	Anies Deserve Better	119.000
5	#aniesproduktif	4.352	20	#PahitManiesAlwaysWithAnies	49.000
6	Pak Anies	21.799	21	#UmpamMANies	9.818

No	Kata Kunci	Jumlah (Tweet)	No	Kata Kunci	Jumlah (Tweet)
7	Anies	311.000	22	#TakeAniesLookatJakarta	92.800
8	Anies Baswedan	30.400	23	#AniesFinalStage	27.400
9	WAKANDA NO MORE	21.000	24	Waktunya Perubahan	15.000
10	#AMINTerbaikNomor1	133.800	25	#PerubahanPastiMenang	22.200
11	#YukJadiJubirAMIN	13.000	26	Desak Anies Surabaya	75.000
12	#Anies2ndStage	2.817	27	#HumaniesTPSDay	29.600
13	ANIES ROCKS DEBAT CAPRES	2.704	28	#Tobeli	80.000
14	anies	448.000	29	Abel	103.000
15	aniesrizieq satubarisan	5.039	30	#AnieSpace	131.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Bermuara di @aniesbubble

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari tanggal 28 November 2023 hingga 30 April 2024, ditemukan bahwa selain kata kunci umum seperti "Anies Baswedan" dan "Anies", terdapat beberapa kata kunci unik seperti "Aniespace", "Abel", "Humanies", dan "AniesDeserveBetter". Kata kunci ini memiliki ciri khas bahasa dan simbol yang mirip dengan yang digunakan oleh penggemar K-Pop, yang berkaitan dengan akun pendukung Anies Baswedan, @aniesbubble.



Gambar 1. Profil Akun X @aniesbubble

(Sumber: Akun X @aniesbubble, 2024)

Pada tahap pencarian, setelah mengidentifikasi akun @aniesbubble yang memiliki karakteristik serupa dengan akun komunitas penggemar K-Pop, penelitian ini menemukan bahwa ada pola dan hubungan antara komunitas virtual budaya populer K-Pop dengan tokoh politik calon presiden Anies Baswedan. Akun @aniesbubble, yang pertama kali dibentuk pada tahun 2016 di media sosial X, melakukan unggahan pertamanya pada 29 Desember 2023. Uggahan tersebut merupakan video tweet viral dari akun @mileophile yang menampilkan potongan video live TikTok dari akun pribadi Anies Baswedan. Video ini diunggah dengan caption berbahasa Korea dan penggunaan simbol binatang (burung hantu), seperti yang sering dilakukan oleh penggemar K-Pop untuk mengidentifikasi idola mereka. Postingan pertama ini cepat menarik perhatian fandom K-Pop di media sosial X, dilihat sebanyak 333.000 kali dan mendapatkan 4.300 likes.

Setelah unggahan pertama, akun @aniesbubble secara konsisten memberikan informasi terbaru tentang Anies Baswedan selama periode kampanye hingga saat ini. Penulis menilai bahwa @aniesbubble berfungsi sebagai komunitas virtual bagi penggemar K-Pop karena pola unggahannya yang mirip dengan fans idol Korea. Format unggahan dengan bahasa Korea serta penggunaan simbol-simbol unik menjadikan @aniesbubble bergerak seperti fandom, di mana terjadi budaya partisipasi. Pertama, bahasa dan format yang digunakan oleh @aniesbubble meniru gaya komunikasi yang umum di antara penggemar K-Pop. Penggunaan bahasa Korea dan simbol-simbol unik menciptakan kesan bahwa @aniesbubble adalah bagian dari komunitas penggemar K-Pop, yang memberikan pengalaman

akrab bagi audiens yang juga penggemar K-Pop. Kedua, konsistensi dalam menyediakan informasi terbaru tentang Anies Baswedan menyerupai perilaku penggemar yang selalu mengikuti perkembangan terbaru dari idola mereka. Seperti halnya penggemar K-Pop yang terus memperbarui diri tentang aktivitas dan proyek terbaru dari idola mereka, @aniesbubble juga memberikan pembaruan terus-menerus tentang Anies Baswedan. Ketiga, peran @aniesbubble sebagai wadah pencarian informasi seputar Anies Baswedan membuatnya menyerupai komunitas virtual bagi penggemar K-Pop yang tertarik dengan Anies Baswedan. Seperti dalam fandom K-Pop, di mana penggemar saling berbagi informasi, berdiskusi, dan menyuarakan dukungan mereka terhadap idola mereka, @aniesbubble menjadi tempat bagi pengikutnya untuk saling bertukar informasi, berdiskusi, dan mendukung Anies Baswedan.

Dengan demikian, @aniesbubble dapat dianggap sebagai sebuah komunitas virtual yang mirip dengan fandom K-Pop karena pola unggahan yang menyerupai perilaku penggemar K-Pop, konsistensi dalam memberikan informasi terbaru, dan peran sebagai wadah pencarian informasi dan interaksi antar penggemar. Ini menunjukkan bahwa fenomena fandom tidak hanya terbatas pada penggemar budaya populer seperti K-Pop, tetapi juga dapat ditemukan dalam konteks politik, seperti dalam kasus @aniesbubble. Setelah menentukan bidang investigasi, penelitian ini lebih lanjut menguji beberapa kata kunci dari setiap interaksi yang terjadi antara penggemar Anies Baswedan dalam merespons tweet @aniesbubble. Kata kunci ini didasarkan pada indikator hubungan parasosial, seperti "sayang", "abah", "ayah", "proud", "cape", dan "idola". Melalui pengkodean manual dan penggunaan data crawler, didapat 6.600 tweet yang kemudian dipilih dan disimpan untuk menganalisis hubungan parasosial antara komunitas virtual K-Pop dengan Anies Baswedan. Dalam menganalisis tweet ini, penulis memfokuskan pada 30 postingan @aniesbubble dengan engagement tertinggi untuk mengevaluasi respons komunitas akun virtual K-Pop terhadap Anies Baswedan, guna masuk ke dalam indikator umum untuk proses selanjutnya.

Pola-Pola Interaksi di Sekitar Akun @aniesbubble

Berdasarkan hasil seleksi data yang telah dilakukan, penulis menyeleksi cuitan atau tweet yang berasal dari akun @aniesbubble untuk mengevaluasi adanya hubungan parasosial. Data yang terkumpul kemudian ditafsirkan, dianalisis, dan dikategorikan hampir bersamaan dengan penentuan situs atau topik penelitian ini.¹⁸ Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan metode perhitungan mode untuk mengekspresikan pilihan atau nilai yang paling sering muncul. Kata kunci yang paling sering disebutkan menjadi dasar dalam mendefinisikan kelas dan subkelas. Penulis mengadopsi pendekatan top-down dalam mendefinisikan kelas dan subkelas, dimulai dari konsep umum dan kemudian merinci ke konsep yang lebih spesifik. Dari data sebelumnya, penulis berhasil mengidentifikasi lima kelas yang menggambarkan hubungan parasosial komunitas K-Pop dengan calon presiden Anies Baswedan:

- Kayak Bapak Aku



Gambar 2. Interaksi di Unggahan akun @aniesbubble

(Sumber: Akun X @fauzia_95119 dan @kayinpie, 2024)

Dalam interaksi di unggahan @aniesbubble, penggemar calon presiden Anies Baswedan mengekspresikan persepsi bahwa Anies adalah seperti figur ayah bagi mereka. Melalui serangkaian tweet, mereka menunjukkan bahwa mereka merasa dekat dengan Anies seolah-olah berkomunikasi dengan seorang ayah. Contohnya, tweet pertama mencatat pengalaman mendengarkan Anies dengan perasaan diajak berbincang, menciptakan kenyamanan dan kedekatan. Sebagai contoh lain, tweet kedua menggambarkan penggemar merasa akrab dengan Anies melalui kesamaan dalam kebiasaan sehari-hari, seperti perhatiannya terhadap burung

mandi. Dalam kedua contoh ini, penggemar mengekspresikan penghargaan dan keterikatan mendalam terhadap Anies, melihatnya bukan hanya sebagai seorang pemimpin politik, tetapi juga sebagai figur paternal yang mereka kagumi dan percaya.

b) Abah Anies Rocks Debat Capres



Gambar 3. Interaksi di Unggahan akun @anesbubble

(Sumber: Akun X @mbakentank, 2024)

Selain menyajikan konten terkait Anies Baswedan, unggahan @anesbubble juga memunculkan tagar yang mendukung Anies selama debat capres. Tagar ini diterima dengan baik oleh pendukung Anies yang mengikuti akun tersebut. Mereka tidak hanya menggunakan tagar ini, tetapi juga menambahkan kalimat-kalimat positif yang memuji performa Anies selama debat. Beberapa di antara mereka bahkan mengunggah cuplikan video dari debat tersebut, menunjukkan dukungan aktif. Ini menyoroti hubungan parasosial yang kuat antara penggemar dan Anies, di mana penggunaan kata "Abah" semakin memperkuat kedekatan emosional dan identifikasi mereka terhadap Anies.

c) He Paved The Way

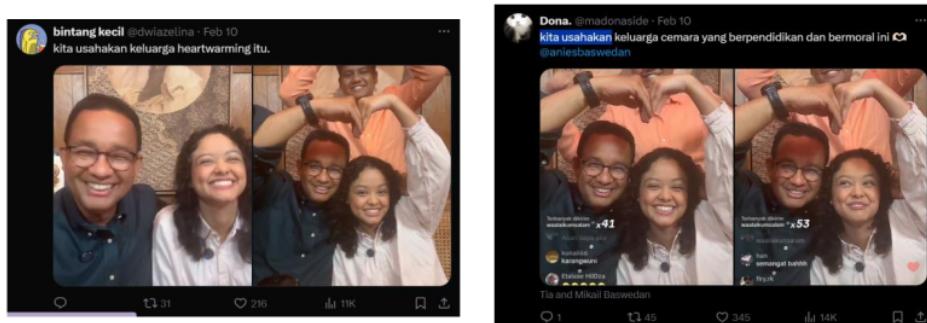


Gambar 4. Interaksi di Unggahan akun @anesbubble

(Sumber: Akun X @chocolateysc dan @kafvibes, 2024)

Banyak interaksi di unggahan @anesbubble mengenai prestasi Anies. Banyak komentar mengatakan bahwa "Anies paved the way," istilah yang sering digunakan oleh komunitas fandom K-pop untuk mengakui peran penting sekelompok artis dalam membuka jalan bagi seniman K-pop di panggung global. Dalam konteks hubungan parasosial, ungkapan ini menunjukkan peran Anies Baswedan dalam membawa perubahan dan kemajuan dalam politik. Pengikut @anesbubble yang menggunakan frase ini secara tidak langsung mengakui kontribusi Anies dalam mengubah paradigma politik dan meruntuhkan stereotip yang melekat pada politisi.

d) Kita Usahakan Keluarga Itu



Gambar 5. Interaksi di Unggahan akun @anesbubble

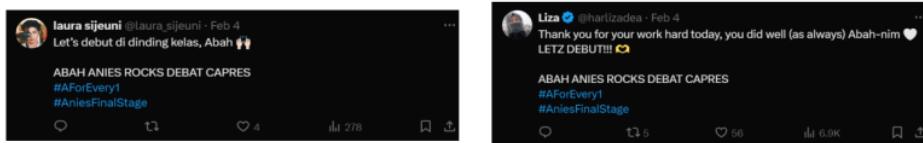
(Sumber: Akun X @dwiazelina dan @madonaside, 2024)

Ungkapan "Kita Usahakan Keluarga Itu" mencerminkan pengaguman dan identifikasi penggemar ¹³ terhadap Anies Baswedan dan keluarganya. Melalui unggahan di media sosial, Anies dipandang bukan hanya sebagai seorang politisi, tetapi juga sebagai seorang ayah dan suami yang mewakili

² dul Artikel Ditulis Dengan Huruf Calibri (body) 9pt
Nama Penulis 1, Nama Penulis 2, Nama Penulis 3

nilai-nilai keluarga yang positif. Respons positif dari masyarakat terhadap interaksi Anies dengan keluarganya menunjukkan bahwa Anies berhasil membangun citra sebagai pemimpin yang tidak hanya peduli pada tugas-tugasnya sebagai politisi, tetapi juga sebagai anggota keluarga yang bertanggung jawab dan memberikan contoh yang baik.

- e) Let's Debut



Gambar 6. Interaksi di Unggahan akun @aniesbubble

(Sumber: Akun X @laura_sijeuni dan @hartlizadea, 2024)

Ungkapan "Let's debut" yang digunakan oleh penggemar di @aniesbubble mencerminkan dukungan kuat mereka untuk Anies Baswedan ²³ sebagai calon presiden. Istilah ini diadopsi dari industri hiburan Korea di mana peserta bersaing untuk mendapatkan kesempatan debut sebagai anggota grup idola. Dalam konteks politik, penggemar melihat proses pemilihan presiden sebagai kompetisi di mana mereka mendukung "favorit" mereka, yaitu Anies. Dengan menggunakan ungkapan ini, mereka menyatakan dukungan mereka dan keyakinan bahwa Anies adalah pilihan terbaik untuk menjadi presiden.

Ungkapan-ungkapan ini mencerminkan antusiasme dan dedikasi para penggemar terhadap Anies sebagai figur publik dan pemimpin yang diharapkan. Ini juga menciptakan rasa solidaritas di antara komunitas penggemar yang memiliki pandangan politik yang serupa. Dengan demikian, unggahan dan interaksi di @aniesbubble tidak hanya mencerminkan dukungan politik, tetapi juga menguatkan hubungan parasosial di antara penggemar dengan Anies Baswedan.

Hubungan Parasosial di Akun @aniesbubble

Pola interaksi yang teramat di akun @aniesbubble mengindikasikan adanya hubungan parasosial yang signifikan antara penggemar dan Anies Baswedan, yang tercermin melalui komentar dan tanggapan yang mereka sampaikan. Berdasarkan indikator hubungan parasosial, terdapat tiga jenis respon yang muncul dari interaksi tersebut: respons kognitif, respons afektif, dan respons perilaku.

1. **Respons Kognitif:** Penggunaan frasa "Abah Anies Rocks Debat Capres" menunjukkan adanya pemahaman dan persepsi kognitif yang kuat dari penggemar terhadap Anies Baswedan. Mereka menganggap Anies sebagai figur ayah atau pemimpin yang berpengaruh, terutama dalam konteks debat capres.
2. **Respons Afektif:** Ungkapan seperti "Kita Usahakan Keluarga Itu" dan "Let's debut" mencerminkan perasaan pengaguman, penghargaan, dan dukungan emosional yang mendalam terhadap Anies. Ungkapan ini menunjukkan bahwa penggemar tidak hanya menghargai Anies sebagai tokoh publik, tetapi juga merasakan ikatan emosional yang kuat dengan beliau.
3. **Respons Perilaku:** Frasa "Anies paved the way" dan "Let's debut" mencerminkan sikap atau perilaku yang menunjukkan dukungan nyata terhadap Anies. Penggemar tidak hanya mengungkapkan perasaan mereka, tetapi juga siap untuk bertindak sesuai dengan dukungan mereka, seperti memberikan dukungan aktif melalui partisipasi dalam pemilihan presiden.

Pembahasan

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa hubungan parasosial antara komunitas penggemar K-Pop dan Anies Baswedan dapat terbentuk tanpa adanya interaksi langsung dengan Anies Baswedan sendiri, melainkan melalui akun media sosial seperti @aniesbubble sebagai perantara. Hubungan parasosial terbentuk melalui konten yang dihasilkan oleh akun tersebut, menunjukkan bahwa interaksi tidak selalu harus langsung antara figur publik dan anggota komunitas untuk membangun hubungan

parasosial. Hal ini menegaskan bahwa hubungan antara tokoh publik dan penontonnya dapat terbentuk melalui media massa tanpa perlu adanya kontak langsung (Gillespie, 2010). Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan akun media sosial memainkan peran penting dalam memfasilitasi hubungan parasosial di platform daring.

Tidak hanya itu, media sosial juga berperan sebagai katalisator dalam pembentukan hubungan parasosial yang terjadi dengan cepat dan tiba-tiba. Sifat dinamis dari media sosial, terutama platform microblogging seperti X atau Twitter, di mana informasi dapat menyebar dengan kecepatan yang luar biasa, juga memfasilitasi munculnya hubungan parasosial secara spontan. Temuan ini menyoroti bahwa hubungan parasosial dapat terbentuk secara instan dan tiba-tiba, dalam hal ini akun @aniesbubble berperan sebagai saluran komunikasi yang mempercepat pembentukan hubungan parasosial antara penggemar K-Pop dan Anies Baswedan.

Peran @aniesbubble dalam memprakarsai hubungan yang signifikan menyoroti pentingnya media massa dalam membentuk persepsi dan keyakinan masyarakat (Gerbner et al., 2002). Dalam konteks penelitian ini, konten yang disajikan oleh akun @aniesbubble dapat dianggap sebagai salah satu bentuk kultivasi yang mempengaruhi persepsi dan keyakinan anggota komunitas penggemar K-Pop terhadap Anies Baswedan. Hubungan parasosial yang terbentuk melalui media sosial juga menjadi faktor penting dalam membentuk opini dan dukungan politik di kalangan masyarakat. Penelitian ini menemukan menemukan bahwa konten yang dihasilkan oleh akun @aniesbubble juga membentuk persepsi dan keyakinan masyarakat dan pada akhirnya membentuk hubungan parasosial. Melalui beragam konten seperti video, gambar, dan teks, akun tersebut berhasil menciptakan ikatan emosional dan afiliasi antara komunitas penggemar K-Pop dan Anies Baswedan.

Konten yang dihasilkan oleh akun @aniesbubble sangat berkaitan erat dengan budaya K-Pop di sosial media X. Dalam penelitian ini, kami menemukan bahwa akun media sosial @aniesbubble memanfaatkan bahasa dan simbol budaya populer K-Pop untuk membangun hubungan parasosial dengan anggota komunitas penggemar. Hal ini sesuai dengan teori simbolis (Blumer, 2012), yang menekankan bahwa simbol-simbol bukan hanya sekadar representasi objek atau gagasan, tetapi memiliki makna sosial yang dibangun melalui interaksi manusia. Melalui penggunaan simbol-simbol yang dikenal, seperti emoji, frasa, dan istilah yang populer dalam budaya K-Pop, akun ini berhasil menciptakan resonansi emosional di antara anggota komunitas, memperkuat ikatan mereka dengan Anies Baswedan. Resonansi emosional ini, yang dipicu oleh penggunaan simbol-simbol yang familiir, menjadi pendorong utama dalam pembentukan hubungan parasosial yang kuat dan berkelanjutan antara komunitas penggemar K-Pop dan Anies Baswedan.

Identifikasi identitas bersama di antara penggemar K-Pop dan Anies Baswedan juga memainkan peran penting dalam pembentukan hubungan parasosial ini. Melalui interaksi dengan konten yang disajikan oleh @aniesbubble, anggota komunitas penggemar K-Pop dan Anies Baswedan menemukan nilai-nilai dan identitas bersama yang mereka anut. Identitas sosial adalah hasil dari interaksi antara individu dengan orang lain, dan dapat berkembang melalui proses komunikasi yang melibatkan simbol-simbol sosial (Blumer, 2012). Hal ini menciptakan rasa solidaritas dan persatuan di antara mereka, yang pada gilirannya memperkuat ikatan mereka dengan calon presiden. Dengan demikian, hubungan parasosial antara komunitas penggemar K-Pop dan Anies Baswedan tidak hanya didorong oleh resonansi emosional, tetapi juga oleh identifikasi diri dengan nilai-nilai dan identitas yang sama.

Hal ini menunjukkan bahwa hubungan parasosial dapat terjadi bahkan jika komunitas penggemar K-Pop awalnya tidak tertarik pada politik. Namun, ketika informasi disajikan dalam bahasa dan simbol yang dikenal oleh komunitas tersebut, terjadi empati dan hubungan terbangun, memungkinkan hubungan parasosial untuk terbentuk secara cepat, melintasi batas minat. Pembentukan dan keberlanjutan hubungan parasosial dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk penggunaan simbol-simbol dan identifikasi identitas bersama, yang semuanya dipengaruhi oleh pengaruh budaya populer, seperti budaya K-Pop, dalam membentuk interaksi sosial di era digital.

Salah satu temuan menarik adalah ketika komunitas yang mengidentifikasi diri mereka sebagai pendukung calon partai politik ini kemudian bergerak seperti penggemar idola K-Pop. Artinya, terjadi

pergeseran parasosial dari idola ke calon presiden Anies Baswedan. Dalam hal ini, penggemar K-Pop yang juga mendukung Anies Baswedan menggunakan platform media sosial X untuk menyuarakan dukungan mereka melalui berbagai cara, termasuk menyebarkan konten dari akun @aniesbubble. Melalui partisipasi aktif ini, penggemar tidak hanya mengekspresikan dukungan mereka kepada Anies Baswedan, tetapi juga memperkuat jaringan dan ikatan komunitas mereka dengan sesama penggemar yang memiliki minat yang sama.

Pada akhirnya meskipun Anies Baswedan mengalami kekalahan dalam pemilu, akun @aniesbubble tetap aktif dalam membuat konten seputar Anies Baswedan. Ini menunjukkan bahwa hubungan parasosial antara komunitas penggemar K-Pop dan Anies Baswedan tidak terputus setelah berakhirnya masa pemilu. Meskipun hasilnya tidak sesuai dengan harapan, dukungan dan kehadiran penggemar Anies yang terus aktif menunjukkan bahwa hubungan ini tidak hanya bersifat sekali jalan atau sementara. Bahkan setelah berakhirnya periode kampanye, komunitas penggemar Anies Baswedan yang terbentuk melalui akun @aniesbubble terus bertahan dan bahkan berkembang lebih lanjut. Hal ini menegaskan bahwa hubungan parasosial yang terjalin di platform media sosial tidak hanya bergantung pada momen atau peristiwa tertentu, tetapi dapat berkembang menjadi sesuatu yang lebih berkelanjutan. Dengan keberlanjutan konten yang dihasilkan oleh akun @aniesbubble dan interaksi yang berkelanjutan antara anggota komunitas, hubungan ini terus memperkuat ikatan antara publik dan tokoh politik seperti Anies Baswedan. Kesinambungan ini mencerminkan peran penting media sosial dalam membentuk dan memelihara hubungan antara masyarakat dan tokoh-tokoh publik, menandakan bahwa platform ini tidak hanya menjadi alat untuk menyebarkan informasi politik, tetapi juga untuk memperkuat ikatan komunitas yang dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang.¹²

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa hubungan parasosial antara komunitas penggemar K-Pop dan Anies Baswedan dapat terbentuk dan dipelihara melalui platform media sosial seperti @aniesbubble di X/Twitter. Temuan menunjukkan bahwa interaksi melalui konten media sosial mampu menciptakan ikatan emosional yang kuat antara penggemar dan figur publik, meskipun tidak ada interaksi langsung. Ini mendukung teori bahwa media massa dan sosial memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan hubungan parasosial tanpa memerlukan pertemuan fisik. Selain itu, akun @aniesbubble berfungsi sebagai saluran penting untuk menyebarkan informasi dan memperkuat hubungan parasosial ini. Pola unggahan dan interaksi yang mirip dengan fandom K-Pop menunjukkan bahwa fenomena fandom tidak hanya terbatas pada budaya populer, tetapi juga dapat muncul dalam konteks politik. Dukungan berkelanjutan terhadap Anies Baswedan melalui berbagai tagar dan konten menunjukkan bahwa hubungan ini dapat berkembang menjadi sesuatu yang berkelanjutan dan berdampak pada opini politik di kalangan masyarakat. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam bidang komunikasi politik dan studi media sosial dengan menunjukkan bagaimana komunitas virtual penggemar K-Pop dapat dimobilisasi dalam konteks kampanye politik. Temuan ini membuka wawasan baru bagi para praktisi politik tentang pentingnya memanfaatkan hubungan parasosial dan platform media sosial untuk menjangkau pemilih muda yang aktif secara digital. Dengan memahami pola interaksi dan simbol yang digunakan oleh komunitas K-Pop, politisi dapat merancang strategi kampanye yang lebih efektif dan personal, serta membangun ikatan emosional yang kuat dengan pemilih. Penelitian ini juga memperkaya literatur tentang hubungan parasosial dengan mengaplikasikan konsep ini dalam konteks politik Indonesia, serta memberikan dasar bagi penelitian lebih lanjut tentang pengaruh media sosial terhadap dinamika pemilihan umum di negara-negara lain.¹³

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan studi dengan melibatkan lebih banyak platform media sosial dan berbagai komunitas fandom lainnya untuk menguji apakah temuan ini berlaku secara umum di berbagai konteks budaya populer. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat menginvestigasi dampak jangka panjang dari hubungan parasosial terhadap perilaku pemilih, termasuk loyalitas pemilih dan partisipasi politik aktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Y. F., & Tranggono, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Remaja Pada Budaya Korean Pop Di Kota Surabaya. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 299–310. <https://doi.org/10.32509/wacana.v21i2.2278>
- Annisa, S. (2019). Studi Netnografi Pada Aksi Beat Plastic Pollution Oleh United Nations Environment Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Aspikom*, 3(6), 1109–1123.
- Blumer, H. (2012). Symbolic interactionism [1969]. *Contemporary Sociological Theory*, 62.
- Caroline, N. (2023). *K-Pop dan Koneksi Digital: Peran Media Sosial X Sebagai Wadah Interaksi Fanbase K-Pop di Indonesia*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/nidyacaroline5484/6512fecc08a8b54567717872/k-pop-dan-koneksi-digital-peran-media-sosial-x-sebagai-wadah-interaksi-fanbase-k-pop-di-indonesia>
- CNN Indonesia. (2022). *Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter*. Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter>
- Efendi, A. L., Fadilla, A., Khoirunnisa, A. C., Bakry, G. N., & Aristi, N. (2023). Analisis Jaringan Komunikasi #Pilpres2024 Pada Platform Twitter. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(2), 219–232. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i2.2976>
- Gabriel, S., Paravati, E., Green, M. C., & Flomsbee, J. (2018). From Apprentice to President: The Role of Parasocial Connection in the Election of Donald Trump. *Social Psychological and Personality Science*, 9(3), 299–307. <https://doi.org/10.1177/1948550617722835>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. In *Media effects* (pp. 53–78). Routledge.
- Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms.' *New Media & Society*, 12(3), 347–364.
- Hasibuan, N. E.-K., Sidabalok, U. F., Afandi, R., & Manurung, M. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Elektabilitas Bakal Calon Presiden Dan Wakil Presiden. *Jurnal Terapung : Ilmu - Ilmu Sosial*, 6(1), 14. <https://doi.org/10.31602/jt.v6i1.13323>
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.
- Iskandar, A., Fitriani, R., Ida, N., & Sitompul, P. H. S. (2023). *Dasar Metode Penelitian*. Yayasan Cendekian Inovasi Digital Indonesia.
- Komisi Pemilihan Umum. (2023). *55% Pemilih Didominasi Generasi Muda, Bantu KPU Dalam Penyelenggaraan Pemilu 2024*. Kpu.Go.Id. <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11684/55-pemilih-didominasi-generasi-muda-bantu-kpu-dalam-penyelenggaraan-pemilu-2024>
- Marmor-Lavie, G., & Weimann, G. (2008). Intimacy appeals in Israeli televised political advertising. *Political Communication*, 25(3), 249–268.
- Permana, L. K., & Alfian, I. N. (2023). Asal Terkenal, Bisa Terpilih: Peran Political Parasocial Relationship terhadap Voting Tendencies Pada Pemilih Pemula. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 3(1 SE-Articles), 1–15. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v3i1.46970>
- Priyowidodo, G. (2022). *Monograf Netnografi Komunikasi: Aplikasi pada Tiga Riset Lapangan*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Rozanah, H., & Fauzana, R. (2022). Interaksi pada Content Marketing TikTok@ vieraoleholeh Pekanbaru. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 4(2), 136–150.
- Sastrit, F., Khayla, H., & Khalda, S. (2023). Strong Parasocial Relationships Due to the Role of Celebrities and Media Personalities in the Digital Age. *Digicommtive: Jurnal of Communication Creative Studies, and Digital Culture*, 1(3), 113–120.
- Subandi, H. H., & Ubaid, A. H. (2020). Selebritis Menjadi Politisi: Studi tentang Bagaimana Selebritis Menang atau Kalah dalam Pemilu Legislatif. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 21–45. <https://doi.org/10.14710/jiip.v5i1.7311>

- Wulandari, C. D., Muqsith, M. A., & Ayuningtyas, F. (2023). Fenomena Buzzer Di Media Sosial Jelang Pemilu 2024 Dalam Perspektif Komunikasi Politik. *Avant Garde Jurnal Ilmu Komunikasi*, 134–145.
- Zhang, M., Gao, Y., Sun, M., & Bi, D. (2020). Influential Factors and the Realization Mechanism of Sustainable Information-Sharing in Virtual Communities from a Knowledge Fermenting Perspective. *SAGE Open*, 10(4), 2158244020974002.

Hubungan Parasosial Komunitas Virtual Budaya Populer K-Pop dengan Calon Presiden Anies Baswedan (Netnografi Media Sosial X)

ORIGINALITY REPORT

11 %	11 %	3 %	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.journal.moestopo.ac.id Internet Source	2%
2	it.ukrim.ac.id Internet Source	2%
3	drive.google.com Internet Source	1%
4	e-journal.unair.ac.id Internet Source	1%
5	www.kompasiana.com Internet Source	1%
6	jurnal.syntax-idea.co.id Internet Source	<1%
7	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1%
8	jurnalbaca.pdii.lipi.go.id Internet Source	<1%
	www.popbela.com	

9	Internet Source	<1 %
10	ejournal.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
11	buletin.k-pin.org Internet Source	<1 %
12	ocs.unud.ac.id Internet Source	<1 %
13	pintugudangilmu.blogspot.com Internet Source	<1 %
14	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
15	repository.iiq.ac.id Internet Source	<1 %
16	ejournal.undiksha.ac.id Internet Source	<1 %
17	ejournal.upi.edu Internet Source	<1 %
18	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1 %
19	journal.stmikjayakarta.ac.id Internet Source	<1 %
20	kaltim.tribunnews.com Internet Source	<1 %

21

Muhammad Haikal, Bagus Prayogi, Nathanael Putra Ganatha, Muhammad Rivan Ferdiansyah, Nur Aini Rivan Rakhmawati. "ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT DUNIA TERHADAP VIRTUAL YOUTUBER YANG MENAWARKAN PENGALAMAN KEKASIH", E-Link: Jurnal Teknik Elektro dan Informatika, 2024

<1 %

Publication

22

journal.budiluhur.ac.id

Internet Source

<1 %

23

mrgalaxyfanfan.wordpress.com

Internet Source

<1 %

24

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

<1 %

25

www.coursehero.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes

Off

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

On