

# Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya Pada Tayangan Puteri Indonesia 2020 Pasca Viral

*by Ratih Kumala*

---

**Submission date:** 19-Jan-2023 08:22PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1995346174

**File name:** FISIP\_Ratih\_Kumala\_1151800181\_2.pdf (168.64K)

**Word count:** 2592

**Character count:** 17201

# Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya Pada Tayangan Puteri Indonesia 2020 Pasca Viral

Ratih Kumala Puspa Wardhani<sup>1</sup>

<sup>1,2</sup> Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: [ratihkumala189@gmail.com](mailto:ratihkumala189@gmail.com)

## **Abstract**

The Puteri Indonesia 2020 beauty contest went viral because one of the finalists for Puteri Indonesia from West Sumatra, Kalista Iskandar, could not pronounce the five Pancasila precepts fluently. This sparked the virality of the Puteri Indonesia 2020 beauty contest and became a hot topic of discussion among the public. Netizens gave lots of negative comments when they found out about the broadcast, but there are also some netizens who give their support to Kalista. From the virality of the video, it creates perceptions related to the image of the Puteri Indonesia beauty contestants. Researchers are interested in conducting research on Untag Surabaya Communication Studies students regarding their perceptions of the image of Puteri Indonesia after the viral video of Puteri Indonesia finalists who did not memorize Pancasila. Researchers used social judgment theory as a support in observing the perceptions given by informants. The results of the study show that there are three perceptual attitudes in shaping the image of the Puteri Indonesia beauty contestants.

**Keyword:** Puteri Indonesia, Perception, Image, Viral

## **Abstrak**

Kontes kecantikan Puteri Indonesia 2020 viral dikarenakan salah satu finalis Puteri Indonesia dari Sumatera Barat, Kalista Iskandar tidak bisa menyebutkan kelima sila Pancasila dengan lancar ketika diberikan pertanyaan oleh Bapak Bambang Soesatyo. Hal ini memicu viralnya Kontes kecantikan Puteri Indonesia 2020 dan menjadi perbincangan hangat di kalangan masyarakat. Banyak sekali komentar-komentar negatif yang diberikan netizen ketika mengetahui tayangan tersebut, namun juga masih ada beberapa netizen yang memberikan dukungannya kepada Kalista. Dari viralnya video tersebut, menciptakan persepsi-persepsi terkait image dari Kontes kecantikan Puteri Indonesia. Dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya terkait persepsinya pada image Puteri Indonesia pasca viral video finalis Puteri Indonesia yang tidak hafal Pancasila. Peneliti menggunakan teori penilaian sosial (*social judgment theory*) sebagai pendukung dalam mengamati persepsi yang diberikan oleh informan. Hasil penelitian menunjukkan ada tiga sikap persepsi dalam membentuk image kontes kecantikan Puteri Indonesia.

**Kata Kunci:** Puteri Indonesia, Persepsi, Image, Viral

## Pendahuluan

Kontes kecantikan Puteri Indonesia, merupakan sebuah ajang pemilihan para puteri perwakilan dari berbagai provinsi di Indonesia untuk mendapatkan sebuah gelar sebagai “Puteri Indonesia” dan akan mewakili Indonesia ke ajang *Miss World*. Kontes kecantikan Puteri Indonesia digagas oleh pendiri PT Mustika Ratu, yaitu Mooryati Soedibyo dan sudah ada sejak tahun 1992. (Ayu 2021). Kontes kecantikan selalu menerapkan prinsip *brain, beauty, and behavior*. Para kontestan Puteri Indonesia harus melalui seleksi sesuai dengan prinsip yang sudah ditetapkan. Tidak hanya penampilan fisik tetapi wawasan dan juga etika juga menjadi hal utama dalam seleksi pemilihan.

Para kandidat Puteri Indonesia diambil dari perwakilan perempuan yang ada di Provinsi Indonesia dari sabang sampai merauke. Dalam pemilihan kandidat tentunya terdapat beberapa kriteria untuk lolos di beberapa tahapan seleksi hingga dapat berdiri pada malam puncak pemilihan Puteri Indonesia. *Self-promotion* (promosi diri), yang dilakukan dengan menampilkan diri sebagai pihak yang kompeten melalui unjuk prestasi, penghargaan, serta hal-hal positif yang sudah dilakukan. (Romadhan 2021)

Pada video dengan judul “Puteri Indonesia Part 4” menampilkan ke enam finalis yang berasal dari Bali, Sumatera Barat, Jawa Timur, NTT, Maluku, dan Jawa Tengah. Ke-enam finalis mendapatkan sebuah kesempatan untuk menjawab pertanyaan dari dewan juri secara acak dengan menekan layar tablet yang disediakan oleh MC. Dalam tayangan YouTube diatas, terlihat Kalista Iskandar finalis dari Sumatera Barat menjawab pertanyaan yang diajukan oleh Bambang Soesatyo selaku ketua MPR RI. Pertanyaan yang diajukan oleh Bambang Soesatyo ialah “Apakah Kalista hafal lima sila yang terkandung dalam Pancasila?”. Kalista menjawab pertanyaan tersebut dengan lantang sila ke-satu sampai tiga. Pada sila ke-empat Kalista melafalkan sila pancasila dengan salah. Tetapi hal tersebut tidak menjadikan Kalista merasa kalah, dan tepukan tangan meriah dari para penonton saat itu menjadikan *support* bagi Kalista. Kalista yang memiliki nama lengkap Louise Kalista Wilson Iskandar merupakan gadis keturunan Tionghoa-Amerika Serikat. Ia mewakili Provinsi Sumatera Barat dalam kontes kecantikan Puteri Indonesia 2020. Dilansir melalui (Biodata Kalista Iskandar Puteri Indonesia Sumatera Barat 2020) pada 12 April 2022.

Peneliti tertarik menggunakan persepsi, karena peneliti ingin mencari tahu pendapat orang lain mengenai image kontes kecantikan Puteri Indonesia pasca video viral finalis tidak hafal pancasila. Persepsi bersifat subjektif tergantung pada kemampuan dan keadaan diri individu yang bersangkutan. Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang mengamati hal-hal di lingkungan mereka dengan panca indra, untuk memahami hal-hal yang ada di lingkungan tersebut. Pada tayangan video Puteri Indonesia Part 4 2020, terdapat *scene* Kalista Iskandar sebagai finalis enam besar salah dalam melafalkan sila Pancasila. Hal ini apakah dapat membuat persepsi seseorang akan berbeda dari sebelum video viral finalis tidak hafal pancasila. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan interview atau wawancara pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

## Tinjauan Pustaka<sup>4</sup>

### Teori Penilaian Sosial (*Social Judgment Theory*)

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh psikolog Muzafer Sherif dan rekannya. Setiap penilaian yang dilakukan seseorang tidak didasarkan pada referensi apapun, melainkan dibandingkan dengan standar yang ada. Proses sherif dalam “mempertimbangkan” suatu masalah atau objek sosial berdasarkan kerangka acuan orang tersebut. Kerangka acuan ini, pada gilirannya, menjadi jangkar untuk menentukan bagaimana seseorang menempatkan pesan persuasif yang mereka terima. Sherif menunjukkan bahwa pencarian dan pengklasifikasian pesan dilakukan oleh alam bawah sadar setelah proses perseptual. Menurut Sherif, ada 3 referensi dalam menanggapi rangsangan dan ketiganya terkait yaitu:

1. *Lattitude of acceptance*, terdiri dari opini-opini yang masih dapat diterima dan ditoleransi. Proses penilaian ini meliputi aspek fisik (misalnya berat) dan pengukuran terhadap sikap. Namun, ada perbedaan antara melihat situasi fisik dan sikap secara objektif. Dalam hal sikap, individu datang dengan klasifikasi mereka sendiri dengan mengevaluasi suatu objek dengan mempengaruhi penerimaan atau penolakan objek.
2. *Lattitude of rejection*, berisi ide-ide yang dianggap tidak masuk akal. Ketika seseorang terlibat dalam situasi yang mereka hargai sendiri, mereka menjadikan diri mereka sebagai titik perbandingan. Hanya hal-hal yang dekat dengan posisinya yang akan diterima. Semakin berkomitmen seseorang, semakin tinggi ambang penerimaan mereka dan semakin sedikit mereka menerima sesuatu.
3. *Lattitude of no commitment*, terdiri dari pendapat atau pesan persuasif yang ditolak dan tidak diterima. Menurut Sherif & Hovland, komunikasi dapat mendekatkan sikap individu dengan sikap orang lain, tetapi juga dapat menjauhkan mereka lebih jauh (Mukarom 2016).

### Persepsi<sup>9</sup>

Persepsi adalah pengalaman objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan mengumpankan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut lingkup penelitian (Teiford, 2008), persepsi sosial adalah studi tentang bagaimana orang membentuk kesan dan menarik kesimpulan tentang orang lain. (Meinarno and Sarwono 2018). Menurut (Gould, 2012:167) Persepsi dapat dipahami sebagai “proses pemberian respon yang diperoleh dari suatu objek yang menyebabkan diterimanya suatu stimulus oleh panca indera, tergantung bagaimana orang mempersepsikannya dari sudut pandang yang dimaksud dengan istilahnya sendiri.” (Putra 2021).

Dalam proses persepsi individu, penilaian terhadap objek harus dilakukan, yang bisa didapat positif atau negatif, bahagia atau tidak bahagia, dan lain-lain. Secara singkat, persepsi dapat didefinisikan sebagai cara orang menangkap suatu rangsangan dari lingkungan. Proses terbentuknya persepsi dimulai dengan menerima rangsangan dari berbagai sumber, kemudian diterima melalui panca indera seseorang, kemudian diberikan tanggapan evaluatif, dan rangsangan lain diberi makna. Setelah rangsangan dipilih, kerangka diproses pada langkah berikutnya. Setelah informasi diterima dan diperbaiki, individu menginterpretasikan informasi yang diterima dengan cara yang berbeda pada proses selanjutnya. Dikatakan bahwa setelah interpretasi stimulus muncul persepsi. Dikatakan bahwa setelah interpretasi stimulus, persepsi muncul.

### **Kontes Kecantikan**

Kontes kecantikan merupakan sebuah ajang untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa dalam diri perempuan terdapat suatu kelebihan yang dapat ditonjolkan, diantaranya *brain, beauty, behavior*. Kontes kecantikan adalah acara pemilihan ratu kecantikan. Kriteria kecantikan dari acara ini mengembalikan wanita ke feminitas tradisional. Di mana perempuan ditempatkan sebagai karakter yang mendambakan tubuh sempurna melalui kontes kecantikan. Menurut (Wolf, 2012), kecantikan didefinisikan sebagai kualifikasi yang diperlukan dan sah bagi perempuan untuk naik ke arena kekuasaan.

Yayasan Puteri Indonesia sebagai pemegang lisensi Miss Universe di Indonesia, memiliki wewenang untuk mengirimkan Puteri Indonesia ke kontes Miss Universe. Hal tersebut dapat dipahami sebagai suatu hal yang wajar untuk dapat mempromosikan Indonesia di dunia. Melalui upaya tersebut diharapkan wisatawan domestik dan wisatawan luar negeri tertarik menikmati keindahan pariwisata di Indonesia. Melalui kunjungan-kunjungan yang dilakukan para wisatawan internasional, negara mendapatkan keuntungan berupa penerimaan devisa dari wisatawan-wisatawan luar negeri dan Indonesia dapat dikenal luas di luar negeri sebagai salah satu destinasi pariwisata yang direkomendasikan untuk dikunjungi.

### **Metode Penelitian**

Penelitian kualitatif (Creswell, 2004) adalah suatu pendekatan yang menyelidiki dan memahami suatu fenomena sentral. Untuk memahami gejala tersebut, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan para partisipan dengan menanyakan beberapa pertanyaan umum yang terencana. Informasi tersebut dikumpulkan dan dapat diolah sebagai kata ataupun teks. Lalu data tersebut dianalisis menjadi sebuah deskripsi. Pendekatan penelitian kualitatif melibatkan penilaian subjektif terhadap sikap, opini, dan perilaku. Penelitian dalam situasi seperti itu merupakan fungsi dari wawasan dan kesan peneliti.

Lexy J. Moelong menjelaskan bahwa menurut Kirk dan Miller (Samsu, 2017), istilah penelitian kualitatif pada mulanya berasal dari pengamatan kualitatif bukan pengamatan kuantitatif. Untuk Bogdan dan Taylor (1975:5) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai teknik penelitian yang menghasilkan informasi deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan tentang orang-orang dan perilaku yang diamati.

19

### **Subjek dan Objek Penelitian**

6

Subjek dari penelitian ini adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya. Dalam penelitian ini, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya sebagai informan dalam pengumpulan sumber data. Penelitian ini membutuhkan sebuah persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk melihat bagaimana image Kontes Kecantikan Puteri Indonesia. alasan peneliti menggunakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya, dikarenakan mereka mampu memahami pesan yang disampaikan oleh media dalam penayangan video finalis Puteri

20

Indonesia, Kalista Iskandar yang tidak hafal kelima sila Pancasila. Subjek dari penelitian ini berjumlah enam informan.

Yang dibedakan menjadi dua yaitu: Mahasiswa yang paham dan mengetahui kontes kecantikan Puteri Indonesia. Dan yang kedua, mahasiswa yang hanya sekedar menonton tayangan Puteri Indonesia tahun 2020. Objek dari penelitian ini adalah video tayangan Kontes Kecantikan Puteri Indonesia yang menayangkan finalis Puteri Indonesia, asal Sumatera Barat yaitu Kalista Iskandar yang menjawab pertanyaan dari Bapak Bambang Soesatyo terkait lima sila Pancasila

### Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Wawancara (*Interview*)

Menurut (Moeloeng,2007) Wawancara terbagi dalam tiga jenis, wawancara terstruktur, wawancara tidak terstruktur, dan wawancara semi terstruktur dalam (Shandi 2020). Dan penelitian ini menggunakan jenis wawancara semi terstruktur, dimana pertanyaan disiapkan oleh peneliti, dan informan bebas menjawab sesuai dengan pendapatnya. Berikut daftar informan yang akan diwawancarai oleh peneliti:

Nama	Keterangan
Yulian Ibra	Mengikuti seputar kontes kecantikan
Risma Wahyu	Mengikuti seputar kontes kecantikan
Cahaya Ramadhani	Mengikuti seputar kontes kecantikan
Mila Sugmawati	Hanya menonton
Elizabeth Dinda	Hanya menonton
Annisa Hafsyah	Hanya menonton

**Tabel 1. 1**  
Data Informan

#### 2. Observasi

Menurut Nawawi (1991), metode observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang terjadi pada objek pemeriksaan. (Asyari, 1983) juga menyatakan bahwa observasi adalah cara tertentu mengamati dan mencatat secara sistematis yang diarahkan pada satu atau lebih tahapan dari suatu masalah penelitian untuk memperoleh analisa data dan informasi yang diperlukan dalam pemecahan rumusan masalah. (Nawawi 1991) Dengan dilakukannya observasi, peneliti mendapatkan data dan informasi dari informan untuk memenuhi kepentingan penelitian.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata *document* yang berarti sesuatu yang tertulis. Para ahli sering menafsirkan dokumen dengan dua cara: Pertama, sumber informasi tertulis dari bukti lisan, artefak, dan lain-lain. Kedua, dokumen resmi seperti kontrak, undang-undang dan dokumen lainnya. Dokumentasi adalah cara untuk memperoleh informasi yang lebih rinci, yang kemudian diubah menjadi informasi tertulis yang informan pada saat wawancara. Metode dokumentasi ini memberikan informasi berupa catatan dan dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian.

#### Hasil dan Pembahasan

Pembahasan dari penelitian ini yaitu menurut Muzafer Sherif, *latitude of acceptance* merupakan penerimaan atau setuju terhadap sebuah statement terhadap sesuatu kejadian atau peristiwa. Dalam hal ini, Elizabeth dan Cahaya setuju bahwa viralnya video tersebut dapat merubah image dari Kalista Iskandar sebagai Puteri Indonesia karena kelalaiannya dalam menyebutkan kelima sila Pancasila. Tentu saja Kalista Iskandar menjadi perbincangan masyarakat sebagai finalis Puteri Indonesia yang tidak hafal kelima sila Pancasila.

Selain itu, Ibra, Risma, dan Cahaya setuju bahwa pasca viralnya video tersebut, dapat merubah image dari kontes Puteri Indonesia. Karena tentu masyarakat juga akan memberikan pertanyaan mengapa seorang finalis enam besar tidak hafal kelima Pancasila. Bukankah seleksi peserta hingga berada di malam puncak final begitu ketat dan selektif.

Dalam “*brain, beauty, and behaviour*” yang sudah menjadi slogan dari Puteri Indonesia sendiri, dan jugas logan dari semua ajang *beauty pageant* diseluruh dunia. Viralnya video Kalista Iskandar memberikan interpretasi bagi seseorang yang menonton bahwa, Kalista Iskandar tidak memenuhi kategori dalam “brain” ketika ia tidak bisa menyebutkan kelima sila Pancasila dengan benar.

Menurut Muzafer Sherif, *latitude of rejection* merupakan sebuah penolakan terhadap statement atau suatu peristiwa tertentu. Hal ini dapat dilihat dari persepsi Ibra dan juga Mila bahwa mereka menolak bahwa pasca viralnya video Kalista Iskandar tidak bisa menyebutkan kelima sila Pancasila, tidak merubah image dari Kalista Iskandar sebagai finalis Puteri Indonesia asal Sumatera Barat. Hal ini dikarenakan, setiap finalis yang sudah terpilih sudah berusaha menampilkan yang terbaik yang ia miliki dihadapan dewan juri dan juga penonton. Selanjutnya, Elisaebeth dan Annisa memberikan penolakan terkait pasca viralnya video Kalista Iskandar, tidak merubah image dari kontes kecantikan Puteri Indonesia. Karena setiap malam puncak perebutan mahkota “Puteri Indonesia”, dewan juri selalu memberika pertanyaan-pertanyaan secara tidak terduga kepada setiap finalis, dan hal ini dianggap wajar untuk melihat bagaimana kemampuan menjawab dari seorang finalis tersebut

Terdapat perbedaan persepsi terkait informan yang memahami kontes kecantikan Puteri Indonesia dan hanya sekedar melihat tayangan Puteri Indonesia 2020. Mereka yang memahami kontes kecantikan Puteri Indonesia menerima bahwa pasca viralnya video tersebut dapat mempengaruhi image dari Puteri Indonesia. Ketiga informan yang paham akan Puteri Indonesia melihat bahwa selama beberapa tahun belakangan, belum pernah terjadi hal seperti ini, sehingga

video yang viral bisa berdampak kepada penilaian masyarakat terhadap kontes kecantikan Puteri Indonesia.

Sedangkan kedua informan yang hanya sekedar menonton tayangan Puteri Indonesia 2020, menolak bahwa peristiwa tersebut tidak merubah image dari kontes kecantikan Puteri Indonesia. Mereka beranggapan video viralnya Kalista Iskandar, tidak merubah image dari Puteri Indonesia. hal ini dikarenakan setiap tahunnya, panitia maupun dewan juri sudah mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan yang tidak terduga. Dan hal ini wajar dialami seseorang yang berada diatas panggung karena perasaan nervousnya dalam menjawab pertanyaan dari dewan juri. Dan satu informan yang juga sekedar menonton, memberikan persepsi netralnya bahwa tidak berdampak apapun pada kontes kecantikan Puteri Indonesia setelah viralnya video Kalista Iskandar.

### **Kesimpulan**

Dan peneliti menemukan ketiga sikap dari persepsi informan yang telah diwawancarai oleh peneliti. Yang pertama *lattice of acceptance* yang disikapi oleh Ibra, Risma dan Cahaya sepakat bahwa video viral Kalista Iskandar yang beredar dimedia sosial dapat merubah image dari kontes kecantikan Puteri Indonesia, ketiga informan menyayangkan mengapa pertanyaan tersebut yang diberikan kepada Kalista Iskandar. Menurut Ibra, pertanyaan sebenarnya sudah disiapkan oleh pihak penyelenggara, tetapi Bapak Bambang Soesatyo tidak menggunakan pertanyaan tersebut.

Yang kedua *lattice of rejection* yang disikapi Elisabeth dan Mila, sepakat bahwa video viral Kalista Iskandar tidak merubah image dari kontes kecantikan Puteri Indonesia. Hal ini dikarenakan Puteri Indonesia selalu memiliki pertanyaan yang menjebak kepada para finalisnya, dan dalam kontes kecantikan Puteri Indonesia juga selalu memberikan penampilan yang menarik dari setiap finalisnya.

Dan yang ketiga *lattice of no commitment* yang disikapi oleh Annisa pada image dari Kalista Iskandar. Bahwa persepsi netralnya dari video Kalista Iskandar yang tidak hafal Pancasila tidak merubah image ataupun bisa merubah image seorang Kalista sebagai finalis Puteri Indonesia. Karena Annisa berada pada kedua sudut pandang dari masyarakat yang melihat dan juga tidak melihat tayangan kontes kecantikan Puteri Indonesia 2020.

18

### **Saran**

Saran yang diberikan oleh peneliti melalui penelitian ini adalah, agar pembaca dapat melihat suatu peristiwa dari berbagai sisi, sehingga lebih berimbang dalam memmberikan pendapat terhadap sebuah fenomena. Dari persepsi positif dan negatif yang telah diberikan oleh narasumber, segala hal yang berbeda bukanlah menjadi permasalahan namun dapat menjadi sebuah wawasan akan perbedaan pandangan yang beragam.

Selain itu, melalui hasil penelitian ini dan menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya untuk melanjutkan penelitian ini dengan metode atau teori lain agar penelitian ini berkelanjutan dan komprehensif.



# Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya Pada Tayangan Puteri Indonesia 2020 Pasca Viral

## ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://eprints.undip.ac.id">eprints.undip.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	1%
4	<a href="http://communicationdomain.wordpress.com">communicationdomain.wordpress.com</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://publikasi.mercubuana.ac.id">publikasi.mercubuana.ac.id</a> Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%
7	<a href="http://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://repository.untag-sby.ac.id">repository.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	1%

9	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	1 %
10	<a href="http://journal.unair.ac.id">journal.unair.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	1 %
12	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	<1 %
13	<a href="http://pt.slideshare.net">pt.slideshare.net</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://sandri09a.blogspot.com">sandri09a.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://www.infonews.co.id">www.infonews.co.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://www.merdeka.com">www.merdeka.com</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://antarasulut.com">antarasulut.com</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://headtopics.com">headtopics.com</a>	

Internet Source

<1 %

21

[era.id](http://era.id)

Internet Source

<1 %

22

[repository.usd.ac.id](http://repository.usd.ac.id)

Internet Source

<1 %

23

[www.jurnalkommas.com](http://www.jurnalkommas.com)

Internet Source

<1 %

24

[www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On