

Call Paper

by Moch Lutfi

Submission date: 26-Jul-2023 10:06AM (UTC+0700)

Submission ID: 2136910468

File name: Call_Paper_Moch_Lutfi_Darmawan_1151900203.pdf (129.86K)

Word count: 3017

Character count: 19910

STRATEGI KOMUNIKASI LUNETTE VISUAL INDUSTRIE DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KLIEN

Moch. Lutfi Darmawan, Arief Darmawan, Novan Andrianto

Program Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : mlutfi@gmail.com

Abstract

Visual Industries such as Photos and Videos are indispensable in all fields of work from individuals, organizations to companies. Lunette Visual Industrie is one of the many Production Houses seeking their fortune in the visual industry. The communication strategy carried out by Lunette Visual Industrie gives the impression that it is respected by clients, this is what makes the relationship between clients and Lunette Visual Industrie continue to be well maintained. The Communication Strategy applied by Lunette Visual Industrie not only discusses how to find clients but the application of communication strategies to client loyalty is also considered. Based on this phenomenon, this study aims to find out how the communication strategy carried out by Lunette Visual Industrie in increasing client loyalty. The method used is descriptive qualitative with the concept of Polyphony theory. The data collection techniques used are in-depth interviews and observations. The results and conclusions show that the communication strategy carried out by Lunette Visual Industrie is quite good. In a group discussion conducted by the internal team of Lunette Visual Industrie with the topic of discussing client loyalty communication strategies resulted in 2 solution points, namely personalization of communication and loyalty programs. Communication strategies can be useful for long-term benefits, therefore it needs the right solution in devising a communication strategy.

Keywords: Communication Strategy, Production House, Customer Loyalty, Polyphony

Abstrak

Industri Visual seperti Foto dan Video sangat diperlukan di semua bidang pekerjaan dari individu, organisasi hingga perusahaan. Lunette Visual Industrie adalah satu dari sekian banyak Production House yang mencari peruntungan di dunia industri visual. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Lunette Visual Industrie memberikan kesan yang disegani oleh para klien, hal ini yang membuat relasi antara klien dengan Lunette Visual Industrie terus terjaga dengan baik. Strategi Komunikasi yang diterapkan Lunette Visual Industrie tidak hanya membahas tentang bagaimana mencari klien tetapi penerapan strategi komunikasi terhadap loyalitas klien juga diperhatikan. Berdasarkan fenomena tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Lunette Visual Industrie dalam meningkatkan loyalitas klien. Metode yang digunakan deskriptif kualitatif dengan konsep teori Polyphony. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam dan observasi. Hasil dan kesimpulan menunjukkan strategi komunikasi yang dilakukan Lunette Visual Industrie sudah cukup baik, Dalam diskusi kelompok yang dilakukan oleh tim internal Lunette Visual Industrie dengan topik pembahasan strategi komunikasi loyalitas klien menghasilkan 2 poin solusi yaitu personalisasi komunikasi dan program loyalitas. Strategi komunikasi dapat berguna untuk manfaat jangka panjang, oleh karena itu perlu solusi yang tepat dalam menyusun strategi komunikasi.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Production House, Loyalitas Pelanggan, Polyphony.

Pendahuluan

Industri Visual seperti Foto dan Video sangat diperlukan di semua bidang pekerjaan dari perusahaan kelas atas hingga usaha kelas bawah. Hal ini didasari karena aspek visual sangat mempengaruhi usaha seseorang dalam penjualan, promosi dan penyebaran informasi terkait dari produk atau jasa yang dipublikasikan di media atau platform digital. Pembuatan Karya visual seperti advertising, campaign, company profile, video event adalah contoh dari sekian banyak karya visual yang sering di buat oleh perusahaan melalui jasa *Production House*. *Production House* juga menjadi salah satu perusahaan penjual jasa berupa konseptor visual, photographer, videographer, scriptwriter dan lain sebagainya. Dari proses yang telah dilalui kemudian menghasilkan karya visual yang telah disepakati antara klien dengan production house tersebut. Dalam prosesnya ada beberapa tahapan yang harus dilewati sebelum ke tahap finalisasi. Pra produksi, Produksi dan Pasca produksi adalah tahapan yang harus dilalui sebelum ke tahap finalisasi.

Dalam industri kreatif seperti industri perfilman dan produksi video, persaingan yang ketat membuat *Production House* perlu mengadopsi strategi komunikasi yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas klien. Loyalitas klien merupakan faktor kunci dalam kesuksesan production house, karena klien yang puas cenderung menggunakan jasa produksi production house secara berulang, merekomendasikan production house kepada orang lain, dan berpotensi menjadi mitra jangka panjang. *Production House Lunette Visual Industrie* adalah salah satu production house yang telah berhasil menarik perhatian dalam industri ini. *Lunette Visual Industrie* telah membangun reputasi yang kuat dalam hal inovasi, kualitas produksi yang tinggi, dan pelayanan yang profesional. Namun, dengan adanya perkembangan teknologi dan semakin banyaknya pesaing di industri ini, *Lunette Visual Industrie* perlu memperkuat strategi komunikasi mereka untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas klien.

Lunette Visual Industrie adalah satu dari sekian banyak *Production House* yang mencari peruntungan di dunia industri visual. Persaingan pekerjaan tentunya menjadi masalah serius yang dihadapi *Lunette Visual Industrie*. Seiring berjalanya waktu banyak sekali *Production House* baru yang bermunculan dengan karakter dan harga yang beraneka ragam. Calon klien semakin memiliki banyak pilihan dalam memilih *Production House* yang sesuai dengan keinginan mereka. *Budgeting* menjadi tolak ukur pertama dalam menentukan *Production House* yang akan calon klien pilih. Dalam hal ini banya struktur dan kerangka teori yang dibuat. Struktur dan kerangka teori itu juga diharapkan mampu menjadi kajian dan referensi dalam melakukan penelitian yang sejenis.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh *Lunette Visual Industrie* dan dampaknya terhadap loyalitas klien mereka. Dengan memahami strategi komunikasi yang efektif, production house dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan klien, mempengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan, dan memperkuat loyalitas mereka. Penelitian ini juga akan mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas klien, seperti kepuasan klien, kepercayaan, komunikasi interpersonal, dan keandalan production house. Dengan memahami faktor-faktor ini, *Lunette Visual Industrie* dapat merancang strategi komunikasi yang tepat untuk meningkatkan loyalitas klien mereka. Selain observasi dan wawancara terhadap subyek terkait, peneliti juga ikut andil sebagai partisipan narasumber dikarenakan peneliti juga termasuk

karyawan di Lunette Visual Industrie. Penelitian ini menggunakan konsep teori Polyphony yang bertujuan untuk menemukan solusi dengan cara diskusi kelompok.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi PH dan industri kreatif secara umum dalam mengembangkan strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas klien. Dengan memahami cara terbaik untuk berkomunikasi dengan klien, PH dapat mempertahankan keunggulan kompetitif mereka dan menciptakan hubungan yang langgeng dengan klien yang loyal.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Metode penelitian deskriptif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Maleong, 2011:4). Menurut Sugiyono (2016:9), metode deskriptif kualitatif adalah: metode penelitian berdasarkan filosofi post-positivisme digunakan untuk memeriksa keadaan objek alami (seperti kebalikannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah instrumennya. Kunci teknik pengumpulan data adalah (gabungan) analisis, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih kualitatif fokus pada makna daripada generalisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Menurut Creswell (2016) Suatu jenis penelitian yang dikenal sebagai penelitian kualitatif berusaha untuk memahami isu-isu sosial penting yang berasal dari individu atau kelompok individu yang berbeda. Penelitian kualitatif biasanya dipergunakan dalam meneliti Individu atau kelompok, fenomena sosial, krisis sosial, konsep atau topik lainnya yang sejenis dan tidak membutuhkan kalkulasi angka. Sedangkan menurut Afrizal (2016) Metode kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmiah sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa perkataan dan tindakan manusia, peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasi data kualitatif yang diperoleh, dan karena itu tidak menganalisis angka.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam (*in depth interview*). Kerangka yang disusun peneliti menjadi panduan peneliti dalam melakukan penelitian yang tujuannya untuk menentukan alur dari penelitian. Sebelumnya peneliti menyusun pertanyaan terlebih dahulu yang akan di ajukan ke responden yang kemudian pertanyaan itu dikembangkan secara improvisasi seiring jawaban yang dikemukakan oleh responden. Penggalan informasi secara mendalam lebih efektif bila peneliti mengkritisi pertanyaan dan jawaban guna memberikan temuan baru yang dapat menjadi jawaban kongkrit. Peneliti melakukan observasi terhadap fokus penelitian yang dibahas. Selanjutnya peneliti menyusun langkah-langkah yang akan digunakan untuk mendapatkan data dan jawaban dari penelitian yang dilakukan. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa foto dan dokumen dari hasil kerja yang dilakukan oleh Lunette Visual Industrie seperti data klien dan dokumentasi lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Production House atau yang lebih dikenal dengan sebutan PH, merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang produksi visual seperti foto dan video. Hasilnya Production House yang sering kita temui seperti film, video komersil, acara TV dan masih banyak lagi. Di Indonesia sendiri banyak sekali Production House yang tersebar di berbagai macam kota seperti Surabaya. Banyak sekali Production House dari kelas atas hingga menengah kebawah yang mencari sumber penghasilannya di berbagai macam bidang seperti pernikahan, iklan, profil perusahaan dan video acara lainnya.

Strategi komunikasi yang dilakukan Lunette Visual Industrie tidak hanya diterapkan kepada klien dan keluarga. Lunette Visual Industrie menerapkan strategi komunikasi untuk menjalin relasi dengan vendor yang terlibat dengan project yang di kerjakan seperti contoh Event Organizer atau Wedding Organizer, Dekorasi, pengisi acara, pihak venue, dan para vendor pendukung dalam suatu acara. Strategi komunikasi yang dilakukan berawal dari berbincang santai kemudian menunjukkan hasil karya atau project yang sudah di kerjakan. Pada saat menunjukkan hasil karya juga dijelaskan proses-proses yang dilalui kemudian menjelaskan tujuan dari karya tersebut. Setelah itu tim Lunette Visual Industrie menanyakan bagaimana tanggapan terkait dengan hasil karya tersebut. Kemudian tim Lunette Visual Industrie memberikan ide gagasan project yang ingin dibuat sekaligus menawarkannya kepada vendor tersebut dari penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa pendekatan yang dilakukan Lunette Visual Industrie bertujuan untuk menarik perhatian calon klien dengan menggabungkan komunikasi yang informatif dan persuasif.

Strategi komunikasi menjadi kunci Lunette Visual Industrie dalam mendapatkan klien dan menjalin keakraban bersama klien tersebut dengan harapan menjaga relasi yang tujuannya agar klien puas dengan kinerja dan pelayanan Lunette Visual Industrie. Relasi merupakan hal yang penting guna mendapatkan klien yang loyalitas. Loyalitas yang dimaksud adalah menjalin kerjasama yang secara terus menerus dilakukan untuk berbagai proyek yang di tawarkan klien kepada Lunette Visual Industrie.

Strategi komunikasi Lunette Visual Industrie.

Teknik strategi komunikasi yang dilakukan Lunette Visual Industrie adalah sebagai berikut:

a. Informatif

Teknik Informatif merupakan teknik menyampaikan pesan kepada calon klien yang isi pesanya mengandung informasi yang jelas dengan fakta-fakta yang sebenarnya.

“Biasanya waktu pertama kali meeting dengan calon klien, mereka selalu menanyakan portofolio yang sesuai mereka inginkan. Contohnya seperti calon klien prewedd ini ingin prewedd di luar negeri, jadi aku langsung tunjukkan mantan-mantan klien lunette yang sudah pernah prewedd di luar negeri. Kemudian aku jelaskan kalo dijepang itu tempat yang bagus dibuat prewedd disini dan disini”. Ujar Denny pada saat sesi wawancara.

Informasi yang benar akan membuat calon klien tertarik dan muncul rasa percaya kepada Lunette Visual Industrie. Tetapi jika sebaliknya informasi yang diberikan merupakan tidak benar atau portofolio yang ditunjukkan ternyata adalah karya milik orang lain maka hal itu membuat calon klien menjadi lebih tidak percaya kepada Lunette Visual Industrie.

b. Edukatif

Teknik Edukatif merupakan teknik mempengaruhi calon klien dari pertanyaan menjadi jawaban yang berbentuk pesan edukasi yang tujuannya untuk mendidik dan membina terkait pertanyaan tersebut. Dalam penerapannya calon klien adalah orang yang tidak tahu menahu tentang bidang foto dan video, jadi wajar saja bila ada klien yang menawar harga terlalu rendah dari harga awal karena mereka tidak mengetahui alokasi dana kemudian SDM yang terlibat dan juga proses produksi dari awal sampai tahap finalisasi.

Edukasi terhadap klien juga sangat penting, terlebih bila membahas terkait dengan konsep dan lokasi. Penjelasan tentang kelebihan dan kekurangan juga harus di jelaskan agar calon klien dapat menentukan pilihan yang sesuai dengan keinginannya.

“Banyak klien yang perlu di edukasi terkait konsep foto dan video jujur aja kebanyakan orang-orang itu masih ikut-ikutan dengan konsep yang udah banyak orang pakai. Aku juga sebagai fotografer bosan kalau yang difoto secara konsep sama kayak orang lain. Maka dari itu aku selalu menawarkan konsep-konsep baru yang sekiranya cocok dengan klien itu. ”

Pada penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa edukasi kepada calon klien perlu dilakukan untuk memberikan calon klien sudut pandang baru mengenai konsep foto dan video.

c. Persuasif

Teknik persuasif merupakan teknik mempengaruhi persepsi calon klien dengan cara membujuk dengan kalimat yang mengarah keinginan kita. Dalam kata lain persuasif adalah cara kita memimpin jalannya komunikasi dengan memberi sugesti-sugesti yang dapat mereka terima dengan tujuan untuk mencapai keinginan kita. Dengan cara persuasif ini kita mampu merubah pemikiran calon klien yang awalnya tidak tertarik dengan kita menjadi tertarik, atau yang awalnya tidak setuju menjadi setuju sesuai dengan apa yang kita inginkan.

Strategi Komunikasi Kepada Tim Internal

Komunikasi dengan tim Lunette Visual Industrie juga perlu diperhatikan karena komunikasi yang baik akan melahirkan tindakan yang baik pula. Komunikasi yang baik dapat dibentuk melalui komunikasi yang efektif. Production House tidak hanya berbicara 1 atau 2 orang saja yang terlibat melainkan banyak orang yang menduduki disetiap bagian-bagian yang diperlukan. Pada tim internal Lunette Visual Industrie terdapat 4 bagian yang mengelola internal kantor. CEO dan Manager bertugas untuk mencari klien dan bertemu klien untuk meeting dan pembahasan konsep. Kemudian tim marketing communication bertugas di bagian sosial media, promosi, invoice. Selanjutnya tim fotografer dan videografer yang bertugas untuk mengambil gambar di lokasi acara. Yang terakhir tim editor foto dan video yang bertugas untuk mengedit foto atau video.

Strategi komunikasi yang efektif antara production house dan tim internalnya sangat penting untuk meningkatkan kerja sama dan kinerja keseluruhan tim.

Diskusi Kelompok Menggunakan Konsep Teori Polyphony.

Konsep teori polyphony dalam strategi komunikasi mengacu pada penggunaan beberapa suara atau perspektif yang berbeda dalam komunikasi untuk menciptakan kompleksitas dan keberagaman dalam pesan yang disampaikan. dalam komunikasi organisasi konsep polyphony dapat merujuk pada inklusi suara-suara yang beragam dan berbeda dalam diskusi atau perdebatan. Ini mencakup memungkinkan dan mendorong partisipasi banyak orang dengan sudut pandang yang berbeda-beda dalam proses pengambilan keputusan atau dalam penyusunan kebijakan. Dalam lingkungan yang polyphony, suara-suara yang berbeda dihargai dan dianggap penting untuk mencapai pemahaman yang lebih baik dan pengambilan keputusan yang lebih komprehensif.

Melalui diskusi kelompok yang dilakukan oleh tim Lunette Visual Industrie, pada permasalahan yang dihadapi. Denny Kurniawan selaku CEO Lunette Visual Industrie mengakhiri diskusi tersebut dengan menghasilkan 2 poin penting dalam upaya mempertahankan loyalitas klien. Terdapat perubahan target yang ingin dicapai, pada awalnya berfokus pada pembahasan jumlah klien, tetapi pada diskusi yang dilakukan terjadi perubahan menjadi upaya mempertahankan loyalitas klien.

Dalam mencapai target yang diinginkan, Denny Kurniawan menggabungkan pendapat semua partisipan menjadi 2 poin solusi dalam upaya mempertahankan loyalitas klien.

1. Meningkatkan Personalisasi Komunikasi

Personalisasi komunikasi adalah proses menyampaikan pesan atau informasi dengan cara yang disesuaikan dan relevan dengan penerima. Hal ini melibatkan penggunaan pendekatan yang mempertimbangkan karakteristik, preferensi, dan kebutuhan individu yang sedang diajak berkomunikasi. Personalisasi komunikasi merupakan upaya untuk mempersonalisasi komunikasi dengan klien.

Bentuk personalisasi komunikasi yang dimaksud adalah menjaga relasi atau hubungan baik dengan klien. Contohnya: pada momen penting seperti hari raya Idul Fitri dan Natal kita memberi bingkisan kepada klien tersebut. Kemudian juga bisa dengan cara mengadakan pertemuan non formal antara klien dengan tim Lunette Visual Industrie. Hal tersebut membantu menciptakan hubungan yang lebih kuat antara klien dengan Lunette Visual Industrie.

2. Program Loyalitas

Program loyalitas memberikan kesan yang spesial kepada para klien, hal ini karena program loyalitas bersifat eksklusif dan menarik untuk memberikan insentif kepada klien loyalitas. Bentuk program loyalitas yang menarik akan menjadi perhatian lebih bagi klien. Contohnya: klien yang loyalitas mendapatkan penawaran eksklusif berupa potongan harga, dan bonus lainnya seperti penambahan unit kamera, bonus konten foto ataupun video. Dengan cara ini, klien merasa dihargai dan memiliki insentif untuk terus menjalin kerja sama dengan Lunette Visual Industrie.

Program loyalitas klien merupakan strategi yang digunakan Lunette Visual Industrie untuk mempertahankan dan memperkuat hubungan dengan klien yang sudah ada. Tujuan dari program ini adalah untuk memberikan insentif dan manfaat khusus kepada klien setia agar mereka tetap loyal dan memilih Lunette Visual Industrie untuk kebutuhan produksi mereka.

Dari hasil diskusi kelompok tim internal Lunette Visual Industrie dapat disimpulkan bahwa Denny Kurniawan selaku CEO Lunette Visual Industrie menyebutkan bahwa terdapat 2 poin penting yang menjadi jawaban dalam upaya mempertahankan loyalitas klien. Solusi yang Denny bikin berdasarkan penggabungan dari semua pendapat partisipan yang kemudian diringkas menjadi 2 poin yang dapat digunakan dalam upaya mempertahankan loyalitas klien. Setelah mendapatkan solusi dari diskusi kelompok, langkah selanjutnya adalah mencoba dan menerapkan hasil tersebut kepada klien yang dalam seminggu ini memiliki kontrak project dengan Lunette Visual Industrie. Klien yang sebelumnya sudah menggunakan jasa Lunette Visual Industrie menghubungi Tintin selaku manager untuk meminta bantuan tim Lunette Visual Industrie mendokumentasikan project selanjutnya.

Sunardi bersama Melani adalah klien wedding Lunette Visual Industrie pada bulan Februari 2023. Pada tanggal 31 Mei Sunardi menghubungi Tintin untuk meminta mendokumentasikan acara ulang tahun dari orangtua Sunardi yang ke 70. Setelah dilakukan negosiasi akhirnya terjadi kesepakatan antara Sunardi dengan Lunette Visual Industrie.

Lunette Visual Industrie mencoba menerapkan point memberi bonus konten diluar kontrak kerja. Hasilnya pada proyek advertising brand Sleepysheep, editor tim Lunette Visual Industrie memberikan 1 video tambahan, yaitu video behind the scene. Kemudian respon klien tersebut setelah diberikan bonus konten itu merasa senang, dilain sisi konten tersebut juga bisa di upload di platform media sosial Instagram dan Tiktok.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, Strategi Komunikasi yang dilakukan Lunette Visual Industrie sudah cukup baik, tetapi seiring berjalanya waktu perlu ada perubahan strategi komunikasi dengan menyesuaikan keadaan di masa sekarang. Lunette Visual Industrie berani dalam membuka peluang pasar baru, dalam 4 tahun ini jumlah klien di 2 bidang baru tersebut cukup konsisten. Teknik strategi komunikasi yang digunakan Lunette Visual Industrie bersifat informatif, edukatif dan persuasif. Penggunaan teknik strategi komunikasi disesuaikan dengan lawan bicara yang dihadapi.

Strategi komunikasi yang sudah dijalankan Lunette Visual Industrie

Dalam diskusi kelompok yang dilakukan oleh tim internal Lunette Visual Industrie menghasilkan 2 poin solusi dalam meningkatkan loyalitas klien.

1. Personalisasi komunikasi

Personalisasi adalah upaya untuk mempersonalisasi komunikasi dengan klien. Bentuk personalisasi komunikasi yang dimaksud adalah menjaga relasi atau hubungan baik dengan klien.

2. Program loyalitas

Program loyalitas memberikan kesan yang spesial kepada para klien, hal ini karena program loyalitas bersifat eksklusif dan menarik untuk memberikan insentif kepada klien loyalitas.

Alasan utama klien memilih Lunette Visual Industrie sebagai production house yang sering mereka pakai adalah karena hasil karya foto dan videonya memuaskan. Kemudian cara Denny Kurniawan dalam membangun kepercayaan terhadap klien juga diapresiasi oleh para klien.

Saran

Rekomendasi akademis untuk penelitian selanjutnya adalah dapat menerapkan strategi komunikasi pada production house dan dapat melanjutkan penelitian yang sejenis dengan mengisi celah pada penelitian ini. Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, diharapkan memberikan manfaat untuk menambah ilmu pengetahuan terutama dibidang ilmu komunikasi terkait strategi komunikasi dalam meningkatkan loyalitas klien pada production house.

diharapkan penelitian ini dapat menjadi evaluasi bagi organisasi atau perusahaan dalam menerapkan strategi komunikasi khususnya Lunette Visual Industrie. Juga dapat menjadi acuan untuk penelitian di kemudian hari yang berkaitan dengan fenomena sejenis yang relevan.

Daftar Pustaka

Call Paper

ORIGINALITY REPORT

11%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|---|-----|
| 1 | repository.untag-sby.ac.id Internet Source | 2% |
| 2 | www.ejournal.uby.ac.id Internet Source | 2% |
| 3 | jurnal.amikom.ac.id Internet Source | 1% |
| 4 | core.ac.uk Internet Source | 1% |
| 5 | Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper | 1% |
| 6 | repository.uinbanten.ac.id Internet Source | 1% |
| 7 | jurnal.unitri.ac.id Internet Source | 1% |
| 8 | repository.unj.ac.id Internet Source | <1% |
| 9 | repository.unair.ac.id Internet Source | <1% |

| | | |
|----|---|------|
| 10 | etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source | <1 % |
| 11 | kicknews.today Internet Source | <1 % |
| 12 | blackbast.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 13 | text-id.123dok.com Internet Source | <1 % |
| 14 | opengovasia.com Internet Source | <1 % |
| 15 | vdocuments.mx Internet Source | <1 % |
| 16 | afidburhanuddin.wordpress.com Internet Source | <1 % |

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On