

Cabin Fever

by Valiani Valiani

Submission date: 12-Jul-2021 02:56PM (UTC+0700)

Submission ID: 1618618483

File name: Kelompok_3A,_Jurnal_Cabin_Fever.docx (946.58K)

Word count: 2563

Character count: 16455

STRATEGI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN KESADARAN TENTANG *CABIN FEVER* BAGI REMAJA DI JAKARTA

Grivenna Lavender Putri¹, Virginia Aprilia Tanjaya², Valiani³, Olivia Halim Putri⁴,
Jennifer Nataline⁵, Anny Valentina⁶

¹Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: grivenna.625200005@stu.untar.ac.id

²Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: virginia.625200024@stu.untar.ac.id

³Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: valiani.625200030@stu.untar.ac.id

⁴Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: olivia.625200040@stu.untar.ac.id

⁵Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: jennifer.625200048@stu.untar.ac.id

⁶Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: annyv@fsrd.untar.ac.id

Masuk : dd-mm-yyyy, revisi: dd-mm-yyyy, diterima untuk diterbitkan : dd-mm-yyyy

ABSTRAK

Pandemi *Covid-19* yang mewabah di Indonesia menyebabkan dampak yang cukup besar bagi mereka yang diharuskan beraktivitas di luar rumah. Selain ekonomi yang terkena dampak, pendidikan juga terkena dampak yang cukup besar karena perubahan cara belajar-mengajar, terutama remaja yang sedang menempuh pendidikan. Pandemi ini juga menyebabkan adanya peraturan baru yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang membuat masyarakat melakukan aktivitas di rumah. Kondisi ini memicu munculnya perasaan tidak umum yang disebut *cabin fever*. *Cabin fever* adalah istilah untuk mengungkapkan perasaan sedih, sepi, takut, bosan, bingung, dan lesu secara berlebihan. Perlu diketahui bahwa *cabin fever* ini bukan merupakan gangguan jiwa atau gangguan mental. Namun, dampak dan gejala yang dialami juga bisa berbahaya jika tidak segera diatasi. Akan tetapi, *cabin fever* ini tidak berlaku pada orang yang memandang secara positif dan melakukan kegiatan yang membangun. Misalnya berolahraga, mencari hobi baru, mempertahankan pola makan normal, dan melakukan hal produktif lainnya. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara *focus group* pada remaja di Jakarta dengan rentang usia 14-16 tahun. Wawancara ini dilakukan secara virtual karena saat ini tidak memungkinkan untuk melakukan wawancara secara tatap muka. Penelitian ini juga bertujuan untuk menemukan strategi media komunikasi visual sebagai upaya membangun kesadaran tentang *cabin fever* bagi remaja di Jakarta.

Kata Kunci: *cabin fever*, pandemi, remaja, media, komunikasi visual

ABSTRACT

The *Covid-19* Pandemic around Indonesia causes a big impact for those who are required to have outdoor activities. Besides economics affected by the pandemic, education is also affected due to the changes in teaching and learning, especially for the teenager who needs an education. This pandemic also causes some new rules from the government called Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) that makes people have to do their activities at home. This condition triggers some unusual feeling known as *cabin fever*. *Cabin fever* is a term to show a feeling of sadness, loneliness, fear, boredom, confusion, and depression excessively. Needs to know that *cabin fever* isn't a mental disorder or mental illness either. However, the impact and symptoms that people experience can be dangerous if they don't take action for that. But then, *cabin fever* is not applied to

people who look at this positively and do activities that are useful for them. For example doing some exercises, looking for new hobbies, maintaining good eating habits, and doing other useful activities. Methods of this research is a focus group to discuss and interview teenagers in Jakarta with the age range between 16-16 years old. These interviews are a virtual meeting because it's impossible to do an interview face to face. The purpose of this research is to find a visual communication media strategy as an effort to build an awareness about cabin fever for the teenagers in Jakarta.

Keywords: cabin fever, pandemic, teenagers, media, visual communication

13 PENDAHULUAN

Latar Belakang

Akhir tahun 2019 dunia dikejutkan dengan adanya *new emerging infectious disease* di China yang disebabkan oleh *Coronavirus Disease (Covid-19)* (Suni 2020:13). Pada Maret 2020, Indonesia pertama kali mengkonfirmasi kasus Covid-19. Saat itu, Presiden Joko Widodo mengumumkan ada dua orang Indonesia positif terjangkit virus Corona. Berawal dari adanya kasus corona tersebutlah, hingga akhirnya membuat Indonesia masuk dalam peta persebaran virus corona jenis baru atau Covid-19 (Dewanti 2020).

Pandemi Covid-19 di Indonesia pun membuat banyak orang membatasi pergerakan dan lebih banyak melakukan aktivitas di rumah. Kondisi ini dapat memicu munculnya perasaan yang tidak umum dirasakan atau biasa disebut dengan *cabin fever*. *Cabin fever* mengacu pada iritabilitas claustrophobic atau kegelisahan yang dialami ketika seseorang, atau kelompok, terjebak di lokasi yang terisolasi atau di tempat terbatas untuk waktu yang lama (Firmansyah et al. 2020:444). Keadaan terisolasi di dalam ruangan atau merasakan hal-hal negatif selama melakukan isolasi diri di rumah ini dapat menyebabkan munculnya perasaan khawatir secara berlebihan yang justru akan memicu tindakan irasional dan bahkan bisa membuat keadaan seseorang yang mengalami *cabin fever* menjadi lebih buruk. Menurut dr. Gina Anindyajati, SpKJ, dari Departemen Psikiatri FKUI-RSCM, mungkin awalnya seseorang menganggap bekerja di rumah (*working from home/WFH*) semasa pandemi virus corona layaknya liburan sehingga bawaannya malas atau santai-santai. Sayangnya jika ini dilakukan dalam jangka waktu yang lama, kita akan mudah merasa bosan dan terjebak dalam *cabin fever* (Wanda 2020).

Menurut Dr. Diana Setiyawati, *cabin fever* adalah istilah untuk mengungkapkan perasaan sedih, sepi, takut, bosan, bingung, dan lesu saat anda terperangkap atau terkurung di suatu tempat selama beberapa jam atau beberapa hari. *Cabin fever* bukan diagnosis gangguan jiwa, namun kondisi ini nyata dan jika dibiarkan begitu saja dapat mempersulit kehidupan sehari-hari. *Cabin fever* tidak sama halnya dengan perasaan bosan pada umumnya. Orang yang mengalami *cabin fever* bisa sampai mengalami kelelahan, kesulitan berkonsentrasi, dan keluhan lainnya dan lebih mungkin terjadi pada saat jauh dari interaksi sosial atau karantina diri selama pandemi (Gloria 2020). Selain itu, Paul Rosenblatt, salah satu psikolog yang pernah mempelajari kondisi *cabin fever* mengatakan, mereka yang melihat masa-masa karantina mandiri sebagai kesempatan demi hal positif seperti meningkatkan potensi diri, membersihkan dan menata rumah, akan lebih minim terkena ancaman *cabin fever* (Tim CNN Indonesia 2020).

Kesadaran akan *cabin fever* sendiri sebagai dampak dari pembatasan interaksi sosial ini masih sangat minim di Jakarta terutama dalam lingkungan remaja. Padahal dampak dari *cabin fever* ini cukup berbahaya terhadap kehidupan sehari-hari dan dapat mempengaruhi

interaksi sosial remaja khususnya di Jakarta. Terlihat dari peningkatan drastis kasus Covid-19 di Jakarta, Pemprov DKI Jakarta menunda pelaksanaan uji coba Pembelajaran Tatap Muka (PTM) tahap kedua yang seharusnya akan dilaksanakan pada bulan Juni 2021 (Febriani 2021). Hal ini mengakibatkan banyak remaja yang bosan dan minim komunikasi karena terlalu lama di rumah. Oleh sebab itu dibutuhkan strategi media komunikasi visual yang sesuai guna dimanfaatkan untuk sarana edukasi dan meningkatkan kesadaran tentang *cabin fever* agar remaja di Jakarta agar terhindar dari bahaya *cabin fever* tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan di atas, metode penelitian pertama yang dilakukan adalah survei media habits menggunakan *google form* dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai kebiasaan remaja di Jakarta dalam menggunakan media. Selanjutnya, untuk mengetahui wawasan dari pemikiran remaja di Jakarta terkait *cabin fever* dilakukan penelitian menggunakan metode *focus group discussion* yaitu wawancara secara virtual melalui aplikasi *zoom*. Metode ini digunakan karena kondisi Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) akibat Pandemi Covid-19 yang tidak memungkinkan untuk melakukan wawancara secara tatap muka. Target penelitian ini adalah seluruh remaja yang berusia 14 hingga 16 tahun di Jakarta, yang sedang *Study From Home* (SFH). Prosedur wawancara ini terbagi menjadi beberapa sesi dengan kurun waktu dua hari yaitu pada 27 - 28 April 2021.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Cabin fever adalah istilah untuk mengungkapkan perasaan sedih, sepi, takut, bosan, bingung, dan lesu saat Anda terperangkap atau terkurung di suatu tempat selama beberapa jam atau beberapa hari (Gloria 2020).

5. Analisis Situasi *Cabin Fever* dengan SWOT

Menurut Rangkuti (2006), analisis SWOT adalah analisis yang berguna untuk memperoleh formulasi strategi yang tepat. Analisis SWOT memiliki beberapa kelebihan, diantaranya model analisis ini mampu mendeteksi setiap kelemahan dan kelebihan sebuah institusi sehingga bermanfaat dalam meminimalisasikan dampak atau konsekuensi yang akan terjadi dimasa akan datang (Subaktilah et al. 2018:108).

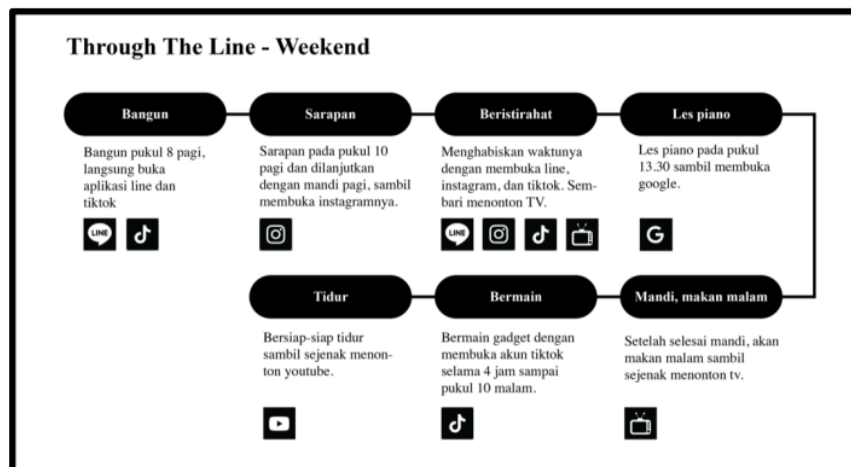
Selama jangka waktu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), seseorang dibatasi untuk beraktivitas di luar rumah karena suatu kondisi bahaya kesehatan yang mengancam kesehatan (Wanda 2020). Hal tersebut bisa meredam penyebaran virus *Covid-19*, memiliki waktu lebih dengan orang-orang sekitar, dan bisa memanfaatkan banyak waktu untuk hobi sehingga lebih produktif (Nugroho 2020). Orang yang mengalami *cabin fever* bisa merasa kebosanan, *irritable* (mudah marah dan tersinggung), rasa putus asa, dan berbagai emosi lain yang tidak mengenakkan. Selain itu gejala lain yang bisa dirasakan adalah lemah lesu, sulit percaya pada orang di sekitar, tidak sabaran, merasa sedih dan depresi untuk waktu yang lama (Wanda 2020).

Asal muasal *cabin fever* sebenarnya bisa berasal dari kurang aktifnya seseorang ketika harus menjalani isolasi di rumah sehingga akhirnya merasa bosan. Menurut dr. Fadhli Rizal Makarim, dampak yang dapat ditimbulkan dari orang yang terkena *cabin fever* adalah antisosial, komunikasi menjadi kurang lancar, menjadi lebih sensitif, emosional, kurang produktif, dan mudah stress. *Cabin fever* dapat diatasi dengan cara tetap produktif, mencari hobi dan kesibukan yang baru dan menyenangkan, membuat rutinitas baru, seperti

berolahraga atau berkarya, dan menjaga komunikasi tetap lancar dengan orang sekitar (Tim CNN Indonesia 2020).

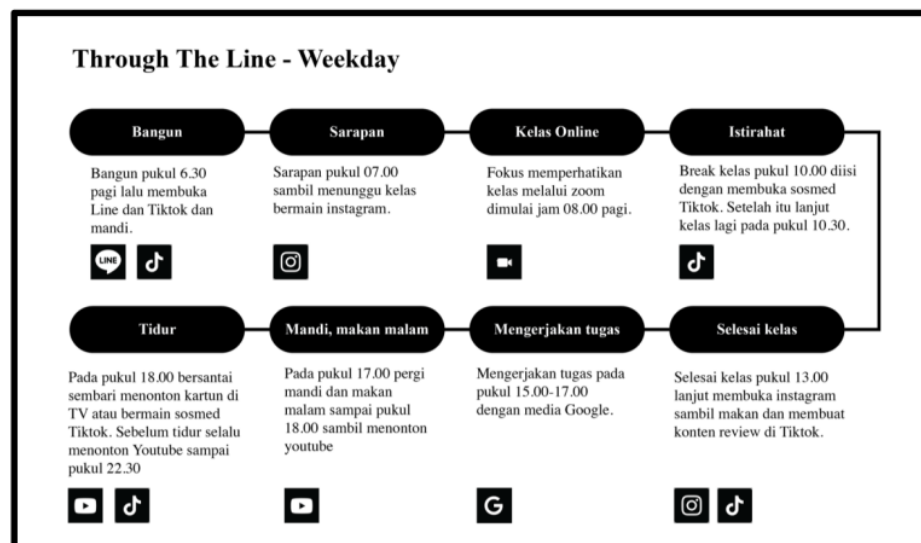
B. Media Habits

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan melalui *google forms*, ditemukan bahwa media-media yang paling sering digunakan oleh target dengan usia 14-16 tahun antara lain yaitu *Line*, *Instagram*, *Tiktok*, dan *Youtube*. Ketika bangun tidur, mereka terbiasa membuka aplikasi *Line* dan *Tiktok* di *handphone*. Hal itu mereka lakukan pada saat hari biasa maupun hari libur. Tetapi, terdapat perbedaan ketika mereka beristirahat di saat hari libur dimana biasanya mereka melakukan kelas *online*. Kegiatan mereka di saat hari libur jauh lebih banyak menggunakan media sosial. Selain itu, ditemukan juga jadwal kegiatan mereka yang dirangkum dalam *Through The Line (TTL)*. *TTL (Through The Line)* adalah pendekatan yang dilakukan secara selektif dengan menggunakan wawasan manusia mengenai target (Natawijana, Tohir, and Telkom 2019:1).



Gambar 1. *Through The Line - Weekend*

Sumber : Hasil penelitian penulis, 2021



Gambar 2. *Through The Line - Weekday*
Sumber : Hasil penelitian penulis, 2021

C. Hasil Wawancara *Focus Group*

Berdasarkan hasil wawancara *focus group*, semua narasumber yang diwawancarai yaitu siswa SMP dan SMA dengan usia 14-16 tahun yang suka bermain *game*, membaca buku, dan menonton ini tidak pernah mendengar istilah *cabin fever*. Mereka juga tidak tahu kalau gejala yang mereka anggap sepele seperti rasa bosan berlebihan, susah kontrol emosi, jam tidur berantakan, serta susah fokus dan sebagainya itu merupakan gejala *cabin fever*. Rata-rata narasumber mengatakan kalau mereka ingin melakukan hal produktif, namun terkadang banyak halangan seperti rasa malas, susah fokus, dan *mood* yang naik turun.

Selain itu, para narasumber juga mengatakan kalau hal produktif itu sangat bermanfaat dimana mereka melakukannya karena termotivasi suatu hal yang bisa membuat mereka menghindari rasa malas serta bosan. Dengan produktif, maka bisa menjadi salah satu cara untuk menghindari *cabin fever* sekaligus memberi manfaat kepada orang lain seperti contohnya melakukan hal-hal yang disukai. Sebagian besar mereka ingin melakukan hal produktif, namun terkadang banyak halangan seperti rasa malas, susah fokus, *mood* yang berantakan, dan bingung harus memulai darimana. Produktif itu dapat dimulai kapan saja dari tekad diri sendiri. Dengan produktif pun, kita bisa mulai mengembangkan kualitas diri sekaligus terhindar dari *cabin fever*.

<i>TRUE</i>	<i>TACIT</i>	<i>TOUCHES THE HEART</i>	<i>TENSION INVOLVED</i>	<i>TRIGGER</i>
- Produktif itu bisa menghindari rasa malas dan bosan. - Dengan produktif waktu yang digunakan lebih bermanfaat.	- Produktif bisa menjadi salah satu cara untuk menghindari Cabin Fever. - Produktif bisa memberi manfaat kepada orang lain.	- Produktif memang salah satu cara yang efektif untuk menghindari Cabin Fever. - Dengan melakukan hal yang kita suka, dan memanfaatkan waktu dengan baik, dapat membuat kita lebih	- Keinginan produktif ada, tapi kadang terhalang oleh urusan / acara dadakan, mood swing. - Mau coba produktif, tapi bingung mulai dari mana dan bagaimana.	- Produktif itu sebenarnya dimulai dari niat dan tekad diri sendiri. - Dengan produktif pun, kita bisa mulai mengembangkan kualitas diri sekaligus terhindar dari Cabin Fever. - Mencoba memperluas pengetahuan dari media-media atau lingkungan sekitar.

Gambar 3. *Consumer Insight (5T)*

Sumber : Hasil penelitian penulis, 2021

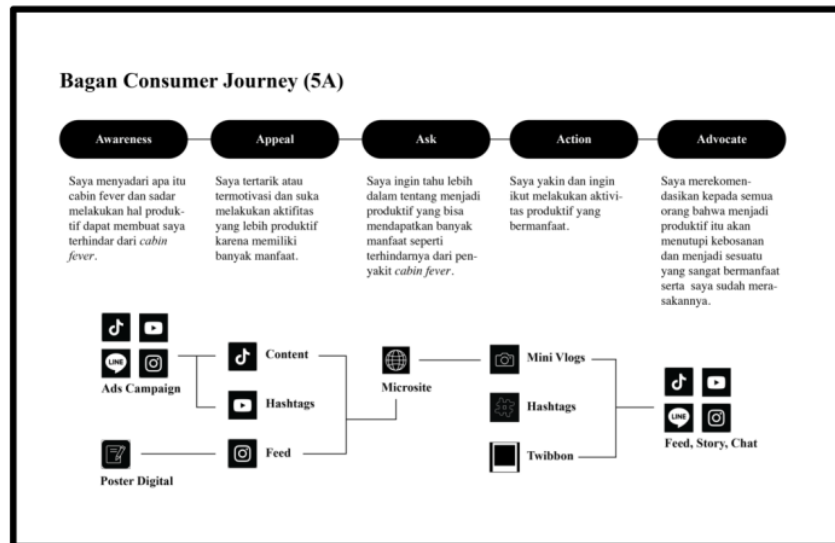
D. Media Strategi dan Upaya

Dari hasil survei dan wawancara diatas, maka ditemukan tujuan dari pembuatan strategi komunikasi visual yaitu mengajak remaja lebih aktif walaupun di rumah saja, mengajak mereka untuk mengenal, mengetahui, dan menghindari gejala serta dampak *cabin fever* terhadap kehidupan sehari-hari. Media yang digunakan sesuai dengan survei *media habits* yang merupakan media-media terdekat dengan target yaitu berupa *Line*, *Instagram*, *Tiktok*, dan *Youtube*.

Pada saat ini, di era yang serba digital yang mengutamakan konektivitas dan kemudahan, memanfaatkan *peer-to-peer* di antara target adalah bentuk media yang paling efektif. Sebagai seorang remaja, mereka akan lebih percaya teman-teman mereka sehingga hal ini dapat mengubah mereka (target) sebagai *advocate*. Dalam hal ini digunakan proses adopsi yaitu *New Consumer Path 5A* (*Awareness, Appeal, Ask, Action, dan Advocate*) (Kotler, Kartajaya, and Setiawan 2017:59–61).

Target merupakan remaja usia 14-16 tahun ini diharapkan dapat sadar dan mengetahui apa itu *cabin fever*²³ Melalui *awareness* yang diberikan, mereka juga dapat membuka *microsite* yang dibuat, untuk mengetahui apa yang akan mereka lakukan selanjutnya. Diharapkan mereka dapat *take action* dengan membuat *mini vlog* berisi keseharian mereka dan produktivitas yang mereka sukai. Selanjutnya, *mini vlog* ini akan mereka *post* bersama dengan *twibbon* di akun media sosial mereka masing-masing (*Tiktok, Instagram, Youtube*). Setelah mereka melaksanakan hal tersebut secara rutin, harapannya adalah mereka akan sadar, termotivasi, dan mengalami perubahan dalam keseharian mereka karena produktivitas dapat mencegah *cabin fever*. Selain itu, mereka yang sudah merasakan dampak ini dapat mengetahui, mencegah, serta mau mengajak dan menyebarkan topik ini kepada orang-orang lain melalui *line, instagram, tiktok, dan youtube* mereka.

Campaign akan disebar dalam bentuk poster digital melalui *line*, *instagram feeds*, *instagram story*, *tiktok content*, dan *hashtag* di *youtube* serta dengan memanfaatkan fitur *Ads* di masing-masing media. *Campaign* akan dilakukan pada bulan Juni dan Juli, karena di bulan-bulan tersebut merupakan masa libur sekolah. Lalu pada saat libur sekolah, para remaja lebih minim melakukan kegiatan dan merasa bosan sehingga lebih besar kemungkinannya terjangkit *cabin fever*.



Gambar 4. Bagan *Consumer Journey* (5A)

Sumber: Hasil penelitian penulis, 2021

4.22 KESIMPULAN DAN SARAN

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang ditetapkan akibat pandemi *Covid-19* menyebabkan kegiatan belajar mengajar harus dilakukan dari rumah terutama di daerah Jakarta. Dari penelitian yang telah dilakukan, hal tersebut membuat remaja hanya melakukan aktivitas di dalam rumah dan jarang melakukan hal yang produktif sehingga mereka akan merasa bosan, irritable (mudah marah dan tersinggung), putus asa, jenuh, lesu, merasa sedih, depresi untuk waktu yang lama dimana itu merupakan gejala dari *cabin fever*.

Berdiam di rumah membuat sebagian besar remaja menghabiskan keseharian mereka dengan bermain media sosial seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Youtube*, dan *Line*. Maka dari itu, strategi media komunikasi visual yang tepat untuk menjangkau media yang digunakan para remaja tersebut adalah poster digital yang disebar melalui media sosial tersebut. Poster digital ini dibuat dengan *style* yang sedang populer dan menggunakan bahasa sehari-hari agar poster ini lebih mudah diterima oleh kalangan remaja. Diharapkan strategi komunikasi visual yang dibuat bisa bermanfaat guna membangun kesadaran tentang *cabin fever* bagi remaja di Jakarta.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada para dosen pengajar mata kuliah Studi Media Desain Fakultas Senirupa dan Desain Universitas Tarumanagara, Redaksi Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni, dan segenap pihak yang sudah membantu dalam proses pembuatan jurnal ini.

REFERENSI

- Dewanti, Asri Kusuma. 2020. "Virus Corona Masuk Indonesia, Stop Kepanikan." *Arsip Publikasi Ilmiah* 9(1):1-5.
- Febriani, Nita. 2021. "Batal! Uji Coba Sekolah Tatap Muka 2021 Di Jakarta Dihentikan Karena Lonjakan Kasus Covid-19." *Nakita.Grid.Id*. Retrieved June 24, 2021 (<https://nakita.grid.id/read/022745682/batal-uji-coba-sekolah-tatap-muka-2021-di-jakarta-dihentikan>).
- Firmansyah, Yohanes, Ernawati, Ivan Buntara, Fiolita Indranita Sutjipto, and Pinka Nurashri Setiyati. 2020. "UJI KESAHIHAN INTERNA DAN KEHANDALAN KUESIONER CABIN FEVER PHENOMENON (CFP) VERSI INDONESIA Seseorang , Atau Kelompok , Terjebak Di Lokasi Yang Terisolasi Atau Di Tempat Terbatas Untuk Waktu Atau Daerah Yang Cukup Lama Dengan Akses Komunikasi yang Minim." 4(2):443-52.
- Gloria. 2020. "Isolasi Selama Pandemi Dapat Sebabkan Cabin Fever." *Ugm.Ac.Id*. Retrieved June 24, 2021 (<https://ugm.ac.id/id/berita/19639-isolasi-selama-pandemi-dapat-sebabkan-cabin-fever>).
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. 2017. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Natawijana, Lucky Sasya, Mohamad Tohir, and Universitas Telkom. 2019. "Promotion Design of Touris Objects Sipelot Beach Malang East Java." 2019:2-4.
- Nugroho, Faozan Tri. 2020. "6 Manfaat Diam Di Rumah Ketika Pandemi Virus Corona Covid-19." *M.Liputan6.Com*. Retrieved June 24, 2021 (<https://m.liputan6.com/bola/read/4220008/6-manfaat-diam-di-rumah-ketika-pandemi-virus-corona-covid-19>).
- Subaktilah, Yani, Nita Kuswardani, Sih Yuwanti, and Magister. 2018. "Analisis SWOT: Faktor Internal Dan Eksternal Pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu." *Jurnal Agroteknologi* 12(02):107-15.
- Suni, Nur Sholikhah Putri. 2020. "Kesiapsiagaan Indonesia Menghadapi Potensi Penyebaran Corona." *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI* XII(3):14-18.
- Tim CNN Indonesia. 2020. "Ancaman 'Cabin Fever' Mengintai Masyarakat Selama Masa PSBB." *Cnnindonesia.Com*. Retrieved June 24, 2021 (<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200427115650-284-497590/ancaman-cabin-fever-mengintai-masyarakat-selama-masa-psbb>).
- Wanda. 2020. "Mengenal Gejala 'Cabin Fever' Dan Cara Mengatasinya." *Ui.Ac.Id*. Retrieved June 24, 2021 (<https://www.ui.ac.id/mengenal-gejala-cabin-fever-dan-cara-mengatasinya/>).

Cabin Fever

ORIGINALITY REPORT

27%

SIMILARITY INDEX

27%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

fk.ui.ac.id

Internet Source

5%

2

ugm.ac.id

Internet Source

3%

3

ejournal.uika-bogor.ac.id

Internet Source

2%

4

research-report.umm.ac.id

Internet Source

2%

5

jurnal.unej.ac.id

Internet Source

2%

6

www.cnnindonesia.com

Internet Source

1%

7

journal.untar.ac.id

Internet Source

1%

8

kabarkampus.com

Internet Source

1%

9

nakita.grid.id

Internet Source

1%

10	matakita.co Internet Source	1 %
11	elib.untag-banyuwangi.ac.id Internet Source	1 %
12	garuda.ristekbrin.go.id Internet Source	1 %
13	www.coursehero.com Internet Source	1 %
14	core.ac.uk Internet Source	1 %
15	doktersehat.com Internet Source	1 %
16	www.liputan6.com Internet Source	1 %
17	Submitted to Sekolah Ciiputra High School Student Paper	<1 %
18	Submitted to Universitas Samudra Student Paper	<1 %
19	metro.tempo.co Internet Source	<1 %
20	malmalredholic.blogspot.com Internet Source	<1 %
21	www.neliti.com Internet Source	<1 %

22	beritasatumedia.cld.bz Internet Source	<1 %
23	pilihanbinerkotapariaman.blogspot.com Internet Source	<1 %
24	republika.co.id Internet Source	<1 %
25	today.line.me Internet Source	<1 %
26	www.semanticscholar.org Internet Source	<1 %
27	mikro.faperta.ugm.ac.id Internet Source	<1 %
28	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
29	www.ui.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On