

Cover Dance Sebagai Bentuk Ekspresi Penggemar *K-Pop* Di Kota Denpasar

Made Melly Anindita Pramestiasri¹⁾, Wahyu Budi Nugroho²⁾, Ni Made Anggita Sastri Mahadewi³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: mellyanindita02@gmail.com¹, wahyubudinug@yahoo.com², snimadeanggita@yahoo.com³

ABSTRACT

The development of K-Pop music in Indonesia has its own appeal because of the visualization of K-Pop stars is increasingly popular. This made fans who initially only enjoyed K-Pop music slowly begin to follow the choreography of K-Pop stars when on stage. There are two points of view regarding the attractiveness of cover dance. First the attraction of cover dance is the totality of people who cover dance. Second, the euphoria of K-Pop fans when watching people who cover dance appear on stage. Through the cover dance the fans express their love by imitating the idol, suggesting that they are like the idol, then slowly they begin to be identified and sympathize with each other in their interactions with colleagues who cover dance or with K-Pop fans.

Keywords: Cover Dance, K-Pop, Boygroup, Girlgroup.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan budaya populer tidak dapat dilepaskan dari peran internet sebagai suatu media yang menyediakan berbagai macam informasi. Salah satu budaya populer yang booming di Indonesia yakni budaya populer Korea atau *Korean Wave*. Fenomena yang booming dari *Korean Wave* beberapa tahun lalu hingga saat ini, dan banyak digemari oleh para remaja yang ada di Indonesia adalah aliran musik *Korean Pop* atau *K-Pop*. Penyebaran musik *K-Pop* di dunia termasuk di Indonesia tidak terlepas dari peran media massa, baik media massa elektronik maupun cetak, misalnya salah satu stasiun televisi swasta yang awalnya menayangkan video klip milik boygroup *Super Junior* yang berjudul

Bonamana pada sebuah acara musik ditahun 2011, yang kemudian disusul oleh beberapa stasiun TV lain yang menayangkan *Music Bank*. *Music Bank* merupakan acara televisi musik Korea Selatan yang disiarkan oleh *Korea Broadcasting System* (KBS) yang kemudian dibeli hak siarnya untuk beberapa episode oleh salah satu televisi swasta Indonesia.

Pengaruh media yang cukup besar memudahkan penggemar *K-Pop* untuk mengakses informasi mengenai *K-Pop*, secara perlahan hal ini menyebabkan terbentuknya basis penggemar *K-Pop* yang disebut dengan *Korean Lovers*. Mereka rutin mengadakan pertemuan dan saling bertukar informasi mengenai idola mereka dan mereka juga sering

mengelompokkan diri mereka sebagai salah satu penggemar *boy* maupun *girlgroup*, atau yang sering mereka sebut dengan *fandom*.

Para penggemar *boygroup* dan *girlgroup K-Pop* tidak hanya sekedar menyukai musik serta mengidolakan penampilan anggota *boygroup* atau *girlgroup* seperti mengikuti gaya berpakaian, tata rias wajah, gaya rambut, serta produk-produk yang digunakan, namun juga mulai mengikuti koreografi para anggota *boygroup* dan *girlgroup* dalam video klip atau ketika tampil di atas panggung. Peniruan gerakan tarian yang dilakukan oleh penggemar *K-pop* disebut dengan *cover dance*. Letak kesempurnaan dari sebuah *cover dance* juga berbeda dengan *modern dance*, dimana bukan kreativitas yang ditonjolkan namun kemiripan dengan sang idola baik dalam segi gerakan, kostum dan ekspresi yang ditampilkan di atas panggung. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti bagaimana daya tarik *cover dance K-pop* terhadap generasi muda di Kota Denpasar dan mengkaji peniruan mereka terhadap idolanya melalui analisis sosiologi.

2. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan pendekatan *demonstration effect* dari Thorstein Veblen. Istilah *demonstration effect* merupakan pemikiran Thorstein Veblen yang berkaitan dengan media. Media dianggap memberikan “efek percontohan” bagi individu atau masyarakat yang melihatnya sehingga mereka dapat menirunya (Putri, 2018). Menurut Veblen pesatnya perkembangan teknologi dan mudahnya memperoleh informasi melalui akses internet menjadi salah satu penyebab terjadinya

demonstration effect, dan kelompok masyarakat yang sangat rentan terkena *demonstration effect* adalah para kelas menengah. Kelas menengah yang dimaksudkan adalah masyarakat yang memiliki banyak waktu luang sehingga mampu mengakses aktivitas-aktivitas hiburan sesuai dengan keinginannya (Putri, 2018). Hal ini banyak terlihat pada generasi muda. Hal lain yang menjadi bentuk nyata dari terjadinya *demonstration effect* adalah fenomena *cover dance*, mereka (penggemar *K-Pop*) cenderung tidak hanya mengikuti setiap gerakan tarian yang dibawakan oleh idola mereka, tetapi juga mengikuti gaya berpakaian, tata rias hingga ekspresi wajah sang idola ketika di atas panggung. Terjadinya *demonstration effect* tidak lepas dari adanya proses interaksi sosial yang terjadi antara penggemar *K-Pop* yang melakukan *cover dance* baik secara langsung maupun tidak langsung.

Interaksi sosial dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Interaksi secara langsung terjadi apabila kedua individu saling bertemu dan bertatap muka tanpa adanya perantara. Sementara interaksi secara tidak langsung terjadi melalui sebuah perantara yang dapat berupa media, baik media komunikasi ataupun media sosial. Menurut Gerungan (dalam Soekanto, 2014: 57) interaksi sosial terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya

1. Imitasi, merupakan upaya individu yang berusaha mematuhi kaidah dan nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat

2. Sugesti, merupakan upaya individu untuk memberikan pandangan atau suatu sikap yang berasal dari dalam dirinya yang kemudian diterima oleh pihak lain.
3. Identifikasi, merupakan adanya keinginan dalam diri seorang individu untuk menjadi sama dengan pihak lain.
4. Simpati, merupakan suatu proses dimana seseorang merasa tertarik dengan pihak lain. Dorongan utama pada simpati adalah adanya keinginan untuk memahami dan ingin bekerja sama dengan individu lainnya.

3. METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif-eksplanatif. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data kualitatif dan didukung data kuantitatif yang berupa angka-angka. Informan pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu informan kunci dan informan utama. Informan kunci adalah anggota grup *cover dance*. Alasan memilih informan tersebut karena dapat memberikan informasi utama mengenai daya tarik *cover dance*. Selanjutnya informan utama adalah para penggemar *K-Pop* yang tidak melakukan *cover dance*. Informan ini dipilih karena dapat memberikan informasi tambahan mengenai daya tarik *cover dance* melalui sudut pandang penonton. Pada penelitian ini, posisi peneliti adalah sebagai instrumen kunci dan terdapat pula instrumen pendukung lain seperti kertas, pensil, pulpen, alat perekam, dan kamera.

Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan cara wawancara langsung terhadap informan yang

telah ditentukan oleh peneliti. Proses wawancara dilakukan dengan melakukan pendekatan dengan informan kunci, dimana peneliti membuat pertemuan dan melakukan wawancara pada tempat yang telah ditentukan. Wawancara dilakukan dengan santai agar mendapatkan data yang objektif dan akurat yang berkaitan dengan topik tanpa harus membatasi pada pokok pembahasan yang formal atau wawancara yang resmi. Data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah dikaji menggunakan pendekatan teori *demonstration effect* Thorstein Veblen, dibuatkan dalam bentuk narasi dan telah melalui langkah penyajian data, kemudian ditarik kesimpulannya sebagai hasil penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejak tahun 2010, di Indonesia terutama kota besar seperti Jakarta, mulai terlihat banyak penggemar *K-Pop* yang aktif membentuk komunitas berupa *fanclub* atau *fandom* yang melakukan kegiatan secara bersama-sama dengan penggemar *K-Pop* lainnya, seperti *gathering* atau sebuah acara perkumpulan para penggemar *K-Pop* baik yang berasal dari *fandom* yang sama ataupun yang berasal dari *fandom* yang berbeda yang memiliki tujuan untuk mempererat ikatan dari masing-masing anggota *fandom* (Magfiroh, 2018). Setidaknya tercatat sekitar 130.000 *fandom K-Pop* di Indonesia yang berada dibawah kordinasi Exo Digital Agency, sebuah perusahaan marketing yang sasaran pekerjaannya adalah marketing komunitas

Korea yang memberikan informasi seputar acara serta informasi mengenai konser-konser *K-Pop* yang akan diadakan di Indonesia (Nurchayani,2014). Komunitas *K-Pop* di Kota Denpasar muncul pada tahun 2010 yang ditandai dengan adanya grup *Facebook* yang bernama ELF Bali yang merupakan sebuah *fanbase K-Pop* dari *boygroup Super Junior* yang *booming* ditahun 2010. *Fanbase* tersebut terbentuk pada 13 Mei 2010 dan aktif membagikan informasi mengenai kegiatan anggota *boygroup Super Junior* ketika di atas panggung maupun kegiatan individual dari *boygroup Super Junior*. Para penggemar yang tergabung dalam *fanbase* tersebut tidak hanya bertukar informasi melalui grup *facebook*, tetapi mereka juga mulai mengadakan *gathering* yang awalnya dihadiri oleh beberapa anggota grup. Komunitas tersebut kemudian kembali mengadakan *gathering* ditahun yang sama tepatnya pada tanggal 5 November 2010 untuk merayakan *debut boygroup Super Junior* yang ke-5 tahun.

Gathering yang diadakan biasanya dimeriahkan dengan berbagai acara-acara menarik seperti *games* yang dimainkan antar anggotanya, menyanyikan lagu milik sang idola, dan membawakan koreografi milik sang idola ketika di atas panggung. Kegiatan membawakan koreografi *boygroup K-Pop* oleh para penggemar *K-Pop* yang menghadiri sebuah *gathering* kemudian menjadi cikal bakal munculnya *cover dance* di Kota Denpasar. Para penggemar yang membawakan koreografi bintang *K-Pop* ketika di atas panggung mulai membentuk suatu komunitas kecil dan tampil

pada saat komunitas *K-Pop* mengadakan *gathering*.

Kemunculan komunitas *cover dance* di kota-kota besar turut merambah hingga ke Bali khususnya kota Denpasar. Hal ini ditunjukkan dengan berdirinya grup *cover dance Rename It* di Kota Denpasar pada tahun 2012 yang beranggotakan enam hingga tujuh orang. *Rename it* tidak memfokuskan untuk meng-*cover* salah satu *boygroup K-Pop*, tetapi memilih untuk meng-*cover* secara *random* koreografi *boygroup K-Pop* dan memilih Gor Lila Bhuana sebagai salah satu tempat untuk berlatih bersama. Kepopuleran *Rename it* saat itu mulai memunculkan berbagai grup *cover dance* di kota Denpasar hingga saat ini. Sebagian besar grup-grup *cover dance* berdiri secara independen, tanpa adanya audisi dari sebuah agensi seperti apa yang dilakukan di kota-kota besar di luar Kota Denpasar, namun ada juga beberapa grup-grup *cover dance* yang mencari anggota baru melalui audisi terlebih dahulu. Persyaratan mendasar yang harus dipenuhi ketika seorang penggemar ingin bergabung pada sebuah grup *cover dance* adalah memiliki basic dance atau dengan kata lain bisa menguasai setidaknya satu hingga dua jenis koreografi dari *boygroup* atau *girlgroup* manapun. Selain itu, penggemar yang ingin bergabung juga harus bersedia mengeluarkan berbagai macam biaya untuk keperluan menyewa studio latihan dan biaya pembuatan kostum yang nantinya akan digunakan untuk tampil jika mengikuti sebuah ajang kompetisi.

Daya tarik sebuah *dance K-Pop* terletak pada gerakan-gerakan atau koreografi yang dibawakan lebih bervariasi, tidak terpaku pada satu jenis tari modern, selain itu daya tarik lain dari sebuah *dance K-Pop* adalah visualisasi para anggota *girlgroup* dan *boygroup K-Pop* ketika dalam sebuah video klip atau ketika di atas panggung. Sementara itu daya tarik lainnya dari sebuah *cover dance* adalah ada pada totalitas orang yang meng-*cover dance* ketika di atas panggung. Tidak hanya totalitas dalam menampilkan gerakan tetapi juga totalitas dalam gaya berpakaian dan aksesoris yang serupa dengan sang idola. daya tarik sebuah *cover dance* tidak hanya sebatas gerakan dan penampilan yang menyerupai sang idola, tetapi juga euforia dari penonton ketika merespon setiap penampilan yang dibawakan oleh sebuah grup *cover dance* ketika di atas panggung. Antusiasme dari penonton juga menurut informan kunci dapat membangkitkan suasana ketika sebuah grup *cover dance* tampil di atas panggung sehingga membuat semakin banyak orang yang berada disekitar tertarik dan datang untuk menonton penampilan *cover dance*.

Terdapat perbedaan yang menjadi daya tarik antara *cover dance K-Pop* dengan tari modern lainnya seperti *hip hop*, *shuffle*, *popping*, dan lain sebagainya. *Cover dance K-Pop* merupakan bagian dari sebuah tari modern, namun terdapat perbedaan yang mendasar antara *cover dance* dengan tari modern lainnya, perbedaan yang dimaksud adalah ada pada *power* atau kekuatan yang dikeluarkan ketika menampilkan sebuah *cover*

dance K-Pop. Jika jenis tari modern seperti *Hip Hop* lebih banyak mengandalkan kekuatan tangan, *Shuffel* yang lebih banyak mengandalkan kekuatan kaki, kekuatan yang dibawakan ketika menampilkan sebuah *cover dance K-Pop* sangat berbeda tergantung dari konsep grup yang *debut* atau *comeback stage*.

Para penggemar *K-Pop* yang melakukan *cover dance*, mempelajari *dance K-Pop* melalui media sosial seperti *Youtube*. *Youtube* digunakan sebagai sarana untuk mempelajari *dance K-Pop* karena *Youtube* dinilai lebih banyak menyediakan video-video *dance tutorial K-Pop* dibandingkan dengan media sosial lain seperti *Instagram* atau *Facebook*, selain itu dalam *Youtube* saat ini terdapat fitur untuk mengatur kecepatan video, mengunduh video untuk disimpan dan ditonton secara offline yang semakin memudahkan para penggemar untuk mempelajari *dance K-Pop*. Kesulitan yang seringkali ditemui saat melakukan *cover dance K-pop* ada pada detail gerakan, menurut para informan kunci sebuah *dance K-Pop* yang akan di *cover* memiliki detail gerakan yang berbeda-beda dan mengharuskan para orang yang meng-*cover* lebih teliti dalam memperhatikan gerakan yang dibawakan oleh sang idola ketika di atas panggung baik melalui video *live performance* maupun *fancam*. Detail gerakan yang dimaksudkan adalah gerakan-gerakan pada jari tangan, pada kaki ketika akan berganti pola lantai, gerakan bibir ketika *lypsinc* hingga perubahan ekspresi wajah.

Titik keberhasilan dalam meng-*cover* sebuah *dance K-Pop* menurut para informan

kunci adalah ketika mereka mampu membawakan koreografi *dance K-Pop* hingga semirip mungkin dengan apa yang dibawakan oleh idolanya ketika di atas panggung. Fenomena di atas merupakan contoh nyata terjadinya *demonstration effect* yang menyerang para penggemar *K-Pop* khususnya di kota Denpasar. Menurut Veblen (dalam Putri, 2018) yang menganggap bagaimana media memberikan suatu efek percontohan bagi individu. Media yang dimaksudkan adalah media massa atau media sosial. Media ini sebagian besar diakses oleh para kelas menengah yang memiliki banyak waktu luang untuk mengakses aktivitas-aktivitas hiburan. Dapat dilihat bagaimana sebagian besar penggemar *K-Pop* mengkonsumsi segala hal yang berhubungan dengan *K-Pop* di media, seperti drama, film serta musik dan video klip yang dibawakan oleh anggota boygroup atau girlgroup favoritnya. Selain hanya menonton apa yang ditampilkan di media mengenai *K-Pop*, para penggemar mulai meniru sebuah koreografi *boygroup* atau *girlgroup* idolanya menggunakan media sosial *Youtube* untuk mulai mempelajari setiap koreografi yang dibawakan oleh sang idola ketika di atas panggung, setiap gerakan yang dibawakan oleh sang idola begitu diperhatikan hingga ke detailnya.

Selain itu hal yang terpenting agar penampilan orang yang meng-*cover dance* dianggap totalitas adalah bagaimana mereka berusaha mencontoh kostum yang digunakan oleh *boygroup* atau *girlgroup* idolanya ketika tampil dalam sebuah video klip, mereka terlebih

dahulu akan menonton berbagai macam *live performance*, *dance practice* atau video klip sang idola untuk menentukan kostum mana yang akan digunakan ketika tampil baik dalam mengisi sebuah acara atau dalam sebuah kompetisi. Walaupun terkadang kostum yang mereka kenakan memiliki sedikit perbedaan bagi dari segi model atau motif kostum, mereka akan mudah menutupi dengan menggunakan warna yang sama dan model kostum yang hampir mendekati kostum aslinya.

Dengan adanya internet, para penggemar sangat mudah mengakses informasi melalui media sosial, secara langsung maupun tidak langsung memberikan “efek percontohan” bagi para penggemar. Efek percontohan tersebut tidak bisa lepas dari adanya interaksi sosial yang dilakukan oleh para penggemar baik secara langsung maupun tidak langsung. Terdapat empat faktor yang mendasari interaksi sosial yang terjadi pada para penggemar yang meng-*cover dance K-Pop* diantara sebagai berikut: Imitasi, proses imitasi merupakan suatu proses yang dilakukan individu untuk meniru segala nilai-nilai baik yang ada disekitarnya. Dalam *cover dance*, proses imitasi dapat dilihat bagaimana seorang penggemar *K-Pop* berusaha untuk menirukan gerakan-gerakan atau koreografi yang dibawakan oleh *boygroup* atau *girlgroup* idolanya ketika dalam sebuah video klip ataupun saat tampil di atas panggung. Para penggemar *K-Pop* yang tergabung dalam sebuah grup *cover dance* setidaknya mengalami proses-proses sugesti seperti sugesti karena prestise, sugesti karena

mayoritas, sugesti karena "*will to believe*". Proses-proses sugesti tersebut saling berkesinambungan dan saling terkait satu dengan lainnya. Proses sugesti karena prestise dilakukan oleh individu lain yang merupakan teman sejawat yang berada dalam suatu grup yang sama. Pemberian sugesti karena mayoritas dilakukan oleh para penonton yang merupakan penggemar *K-Pop* yang ditunjukkan dengan sorak-sorakan, tepukan tangan serta *fan-chant*. Sugesti "*will to believe*" merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan bagi orang yang meng-*cover dance*. Setelah menerima berbagai macam sugesti dari lingkungannya, individu yang meng-*cover dance* kemudian kembali mensugesti dirinya, meyakinkan dirinya sendiri bahwa ketika membawakan koreografi *dance K-Pop* di atas panggung atau untuk keperluan unggahan di media sosial, individu tersebut adalah bintang *K-Pop*. Pemberian sugesti ini bertujuan untuk menumbuhkan rasa percaya diri.

Upaya identifikasi yang dilakukan oleh orang yang meng-*cover dance* adalah mengikuti sikap yang ditampilkan oleh sang idola ketika di atas panggung. Ketika orang yang meng-*cover dance* harus membawakan koreografi dari *boygroup* idolanya, mereka berusaha untuk mengidentikkan penampilannya untuk tampil secara maskulin. Hal sebaliknya juga berlaku apabila orang yang meng-*cover dance* membawakan koreografi dari *girlgroup*, mereka akan menampilkan penampilan lebih feminim. Identifikasi yang ditampilkan orang yang meng-*cover dance* merupakan sebuah

totalitas dalam membawakan koreografi *K-Pop* ketika di atas panggung.

Munculnya grup *cover dance K-Pop* merupakan hasil peranan simpati yang cukup nyata antara dua orang atau lebih. Beberapa grup *cover dance* yang terbentuk melalui perekrutan anggota, sebagian besar menunjukkan adanya peranan simpati. Syarat-syarat yang mampu dipenuhi seorang individu untuk tergabung dalam sebuah grup *cover dance* memunculkan simpati individu yang merekrutnya. Sementara sebuah grup *cover dance K-Pop* yang dibentuk tidak melalui sebuah perekrutan, simpati yang muncul dan berkembang di dalamnya merupakan hasil dari dorongan untuk bekerja sama antara dua individu atau lebih yang menjamin terdapatnya saling mengerti antara individu yang ada di dalam grup *cover dance* tersebut.

5. KESIMPULAN

Terdapat dua sudut pandang mengenai daya tarik *cover dance K-Pop*. Pertama, daya tarik *cover dance* menurut sudut pandang para penggemar terletak pada totalitas penampilan yang dibawakan oleh orang yang meng-*cover dance K-Pop*. Totalitas yang dimaksudkan adalah upaya orang yang meng-*cover dance* untuk tampil sama seperti *boygroup* atau *girlgroup* idolanya ketika di atas panggung, baik dari segi gerakan, model kostum yang sama, hingga ekspresi wajah ketika di atas panggung. Kedua, daya tarik *cover dance* menurut orang yang meng-*cover dance* adalah kemampuan penonton yang sebagian besar merupakan penggemar *K-Pop*

untuk membangkitkan euforia melalui sorakan, tepukan tangan, atau *fan-chant*. *Cover dance K-Pop* memiliki perbedaannya tersendiri dibandingkan *dance modern* lainnya, yaitu ada pada kekuatan yang diperlukan untuk menarik setiap *dance K-Pop*. Perbedaan ini muncul karena adanya perbedaan tema yang diusung oleh grup *K-Pop* disetiap *comeback*nya. Dalam mengekspresikan bentuk kecintaannya pada sang idola, selain dengan memberikan berbagai macam dukungannya atau membeli hal-hal yang berhubungan dengan idolanya seringkali para penggemar *K-Pop* menunjukkan dengan meng-*cover dance* koreografi yang dibawakan sang idola ketika di atas panggung. Pada fenomena *cover dance*, *demonstration effect* ditunjukkan dengan upaya orang yang meng-*cover dance* untuk mengkonsumsi barang-barang yang berhubungan bintang *K-Pop* yang di covernya.

Terjadinya *demonstration effect* dalam fenomena *cover dance* tidak lepas dari dukungan 4 faktor yaitu imitasi, sugesti, identifikasi serta simpati. Proses imitasi diawali dengan mencari informasi mengenai grup artis idola yang akan di *cover* oleh penggemar *K-Pop* melalui media sosial dan mulai meniru sang artis idola. Setelah melalui proses imitasi, mereka akan menerima sugesti dari lingkungan serta mensugesti diri mereka sendiri untuk tampil sebagai artis idola mereka, secara perlahan mereka mulai teridentifikasi sama seperti artis idolanya ketika di atas panggung, serta memberi simpati dalam setiap interaksi yang mereka tampilkan baik dengan rekan

sesama orang yang meng-*cover dance* atau terhadap para penggemar yang menonton setiap penampilan mereka ketika di atas panggung.

6.DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Gerungan, W.A. (2004). *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
Soekanto, S. (2014). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.

Skripsi :

- Magfiroh, L. (2018). Representasi Perilaku Roleplay Dalam Cover Dance (Studi Pada Komunitas Shapphire Blue Squad (SBSQuad) Cover Dance Kota Malang). *Skripsi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang
Nurchayani, A. (2014). Strategi Pemerintah Korea Selatan Menggunakan Korean Wave Sebagai Sarana Diplomasi Publik Terhadap Indonesia. *Skripsi*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.

Internet

- Putri, A.A.C.M. (2018). *Sosiologi Selfie* dari <https://www.sanglah-institute.org/2018/10/sosiologi-selfie-pic-steemkr.html> (diakses 15 November 2018)