

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2013). Students learning center strategy based on e-learning and blogs. Seminar Nasional Sains dan Teknologi (SNST), Semarang.
- Anshari, Faridhian. 2013. "Radio Streaming Sebagai Alternatif Corporate Branding. Studi Kasus Radio Streaming Elti Channel Sebagai Corporate Branding ELTI Yogyakarta Tahun 2012. Tesis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Komunikasi. Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Ardianto, Elvinaro,dkk, 2014, Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Edisi Revisi, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). doi:10.13140/FG.2.2.12201.008804
- Arinta, Stefani Larisa Tri, and Mario Antonius Birowo. "PENGARUH TERPAAN BERITA INSTAGRAM ANI YUDHOYONO TERHADAP TANGGAPAN KHALAYAK."
- Banyumurti, Indriyatno. "Media Sosial." *Buku Publish anyumurti. net. Kementrian Komunikasi dan Informatika, Siber Kreasi* (2018).
- Berita menurut Curtis D. MacDougall yang dikutip dari Kustadi Suhandang dalam bukunya yang berjudul Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik (Bandung: Nuansa Cendekia, 2016)



- Budi, Rayudaswati. "Komunikasi Efektif dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik." *Stimuli, Edisi IV* (2012).
- Bungin, B. (2009). *Sosiologi komunikasi: Teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. Hafied, Prof. Dr. MSc. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Denis. McQuail'S Mass Communication Theory, 4th Edition, London, Sage Publication, 2002 (425-426)
- Erniwati, E., & Suldani, M. R. Y. (2020). Perubahan Perilaku Komunikasi Kaum Perempuan Pengguna Instagram Stories di Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 330-340.
- Fitriyani, L. (2011). Tanggapan Mahasiswa Komunikasi Di Makassar Terhadap Progam Siaran Kick Andy di Metro TV. *Skripsi: Universitas Hasanuddin. Makassar*.
- Flew, T., Bruns, A., Burgess, J., Crawford, K., & Shaw, F. (2014). Social media and its impact on crisis communication: Case studies of Twitter use in emergency management in Australia and New Zealand. In *2013 ICA Shanghai Regional Conference: Communication and Social Transformation* (pp. 1-1).



GIBRAN, M. (2015). *TANGGAPAN MAHASISWA MEDICAL COMPLEX UNHAS TERHADAP TAYANGAN DR. OZ INDONESIA DI TRANS TV* (Doctoral dissertation).

Hafied Cangara, 2010. Pengantar ilmu komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers. hal.123.

HIDAYATI, DIAH KURNIA. *PERILAKU FOLLOWERS@ RLTHINGY DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI (Studi Netnografi pada Followers Akun Twitter@ rlthingy dengan Metode Kualitatif)*. Diss. UPN Veteran Jawa Timur, 2019.

Inung S., C. (2018). *Menulis Berita di Media MAassa*. Yogyakarta: Citra Aji Prama.

J&MC Quarterly Vol. 75 No. 2 Summer 1998. Journalist' and public Relations Practitioners' News Values: Perceptions and CrossPerceptions

Kriyantono, Rachmat. 2008. Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Kotler, P., & Keller, K. (2011). *Marketing management 14th edition*. prentice Hall.

Keith R. Stamm dan John E. Bowes1990The Mass Communications ProcessKendall HuntpublishingIowa

Mansyur, U. (2016). Bahasa Indonesia dalam Belitan Media Sosial: Dari Cabe-Cabean Hingga Tafsir Al-Maidah 51.

McQuail, D. (2010). Teori Komunikasi Massa. SalembaHumanika.



- Muliawanti, L. (2018). Jurnalisme Era Digital: Digitalisasi Jurnalisme dan Profesionalitas Jurnalisme Online. *LENTERA*.
- Mubasyaroh, M. (2021). Dakwah dan Komunikasi (Studi Penggunaan Media Massa dalam Dakwah).
- Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, Bayu, and M. Fakhruddin Akbar. "Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 2.2 (2018): 95-101.
- Puntoadi, Danis. (2011). Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Putra, K. P. (2023). *Analisis Framing Pemberitaan Tragedi Stadion Kanjuruhan Di Media Kompas.com* (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).
- Rani, N. L. R. M. (2013). Persepsi Jurnalis dan Praktisi Humas terhadap Nilai Berita. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1).
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. Psikologi komunikasi, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ahmadi, Abu. 2009. Psikologi Umum. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rakhmat, J. (2021). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Online, diakses pada, 15.



Saragih, M. A. R. (2022). *Analisis Isi Penggunaan Foto Jurnalistik Dalam Berita Kriminal Di Media Online Intipos. Com* (Doctoral dissertation, UMSU).

SUHENDRA, A. (2018). *TANGGAPAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNHAS TERHADAP PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Sumadiria Haris, *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, (Bandung: Remaja Rosdakary, 2005) hal. 65.

Suhandang, Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik*. Bandung: Penerbit Nuansa.

Tahrin, H., & Nasir, M. (2019). *Keterampilan Pers dan Jurnalistik Berwawasan Jender*. Deepublish.

Sumber Referensi Dari Internet

Konsep Berita: <https://www.coursehero.com/file/94901702/DISKUSI-2docx/>

(di Akses 18 oktober 2023, 20.20 WITA)



Optimized using
trial version
www.balesio.com

L

A

M

P

I

R

A

N

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN



Optimized using
trial version
www.balesio.com

Tanggapan Followers Akun Instagram @detikcom Terhadap Pemberitaan Ferdy Sambo.

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
 1. Laki-laki
 2. Perempuan
3. Umur Responden :
 1. 17 tahun - 20 tahun
 2. 21 tahun - 24 tahun
 3. 25 tahun – 28 tahun
 4. 29 tahun – 32 tahun
 5. > 33 tahun
4. Pekerjaan :
 1. Mahasiswa
 2. IRT (ibu rumah tangga)
 3. Wiraswasta
 4. Wirausaha
 5. Lainnya
5. Agama :
 1. Islam
 2. Kristen
 3. Hindu
 4. Budha
 5. konghucu

B. Variabel Penelitian

❖ Pengguna Instagram

6. Apakah anda memiliki akun Instagram?
 1. Tidak
 2. Ya



7. Sejak kapan Anda memiliki akun Instagram?
 1. < 1 Tahun
 2. 1 -2 Tahun
 3. 3 – 4 Tahun
 4. > 4 Tahun
8. Berapa kali biasanya Anda mengakses Instagram dalam sehari?
 1. <5 Kali sehari
 2. 5 – 10 Kali sehari
 3. 11 – 15 Kali sehari
 4. > 15 Kali sehari
9. Berapa lama Anda mengakses Instagram dalam sehari?
 1. < 10 Menit
 2. 10 – 15 Menit
 3. 16 – 21 Menit
 4. 22 - 27 Menit
 5. > 27 menit

Portal @detikcom

10. Apakah Anda tahu portal berita @detikcom?
 1. Tidak
 2. Ya
11. Jika ya apakah Anda mengakses portal @detikcom?
 1. Tidak pernah mengakses portal @detikcom
 2. Jarang mengakses portal @detikcom
 3. Sering mengakses portal @setikcom
 4. Sangat sering mengakses portal @detikcom
12. Berikan alasan Anda yang membuat Anda tertarik untuk mengakses portal @detikcom?
13. Apakah Anda mem-follow akun Instagram @detikcom?
 1. Tidak
 2. Ya
14. Sudah berapa lama Anda memanfaatkan portal berita @detikcom sebagai media informasi?



1. < 1 Tahun
 2. 1 Tahun – 2 Tahun
 3. 3 Tahun – 4 Tahun
 4. > 4Tahun
15. Berapa lama waktu Anda mengakses portal berita @detikcom dalam sehari?
1. < 1 Jam
 2. 1 Jam – 2 Jam
 3. 3 Jam – 4 Jam
 4. > 4 Jam
16. Melalui apa biasanya Anda mengakses portal berita @detikcom?
1. Handphone
 2. Komputer
 3. Laptop
 4. Tablet
 5. Lainnya
17. Apakah Anda perlu menggunakan portal @detikcom untuk mencari informasi Ferdy Sambo?
1. Tidak
 2. Ya
18. Apakah Anda sering melihat unggahan Instagram tentang pemberitaan Ferdy Sambo?
1. Tidak
 2. Ya
19. Apakah penyajian konten dalam unggahan pemberitaan Ferdy Sambo di Instagram menarik perhatian Anda?
1. Sangat tidak menarik
 2. Tidak menarik
 3. Menarik
 4. Sangat menarik
20. Apakah Anda tertarik dengan tema yang disampaikan pada unggahan pemberitaan Ferdy Sambo di Instagram?
1. Sangat tidak tertarik



2. Tidak tertarik
3. Tertarik
4. Sangat tertarik

21. Apakah Anda tertarik untuk membagi /*share* unggahan pemberitaan Ferdy Sambo yang Anda lihat?

1. Sangat tidak tertarik
2. Tidak tertarik
3. Tertarik
4. Sangat tertarik

22. Apakah Anda sering melihat ulang postingan pemberitaan Ferdy Sambo yang pernah Anda lihat?

1. Sangat tidak sering
2. Tidak sering
3. Sering
4. Sangat sering

❖ Pengguna Fitur

23. Apakah unggahan Instagram yang berisi tentang pemberitaan Ferdy sambo melalui *timeline* menarik perhatian Anda?

1. Sangat tidak menarik
2. Tidak menarik
3. Menarik
4. Sangat menarik

24. Apakah unggahan Instagram yang berisi tentang pemberitaan Ferdy Sambo melalui Instagram *stories* menarik perhatian Anda?

1. Sangat tidak menarik
2. Tidak menarik
3. Menarik
4. Sangat menarik

25. Apakah Anda sering memberi tanda suka (*like*) pada unggahan pemberitaan Ferdy Sambo di Instagram?

1. Sangat tidak sering



2. Tidak sering
3. Sering
4. Sangat sering

26. Apakah Anda sering memberikan komentar (*comment*) pada unggahan pemberitaan Ferdy Sambo di Instagram?

1. Sangat tidak sering
2. Tidak sering
3. Sering
4. Sangat sering

❖ Penyajian Konten

27. Apakah ilustrasi pada unggahan pemberitaan Ferdy Sambo berbentuk foto di Instagram sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan?

1. Sangat tidak sesuai
2. Tidak sesuai
3. Sesuai
4. Sangat sesuai

28. Apakah Ilustrasi pada unggahan pemberitaan Ferdy Sambo berbentuk video di Instagram sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan?

1. Sangat tidak sesuai
2. Tidak sesuai
3. Sesuai
4. Sangat sesuai

29. Apakah Ilustrasi pada unggahan pemberitaan Ferdy Sambo berbentuk Stories di Instagram sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan?

1. Sangat tidak sesuai
2. Tidak sesuai
3. Sesuai
4. Sangat sesuai

30. Apakah *caption* pada unggahan pemberitaan Ferdy Sambo di Instagram sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan?

1. Sangat tidak sesuai
2. Tidak sesuai



3. Sesuai
4. Sangat sesuai

31. Apakah akun Instagram @detikcom yang mengunggah pemberitaan Ferdy Sambo mempengaruhi Anda untuk melihat unggahan tersebut?
1. Sangat tidak terpengaruh
 2. Tidak terpengaruh
 3. Terpengaruh
 4. Sangat terpengaruh

❖ **Daya Tarik**

32. Apakah unggahan pemberitaan Ferdy Sambo di Instagram mudah Anda pahami?
1. Sangat tidak mudah dipahami
 2. Tidak mudah dipahami
 3. Mudah dipahami
 4. Sangat mudah dipahami
33. Apakah unggahan pemberitaan Ferdy Sambo di Instagram bermanfaat bagi Anda?
1. Sangat tidak bermanfaat
 2. Tidak bermanfaat
 3. Bermanfaat
 4. Sangat bermanfaat

LAMPIRAN 2

Lampiran Olahan Data SPSS

Jenis kelamin responden



	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
--	---------------	-----------	----------------

1	Laki-Laki	132	37,0
2	Perempuan	225	63,0
Total		357	100,0

Usia Responden

No	Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	17 - 20 Tahun	19	5,3
2	21 - 24 Tahun	173	48,5
3	25-28 tahun	115	32,2
4	29 - 32 Tahun	33	9,2
5	> 33 Tahun	16	4,5
Total		357	100,0

Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Mahasiswa	178	49,9
2	IRT (Ibu Rumah Tangga)	21	5,9
3	Wiraswasta	105	29,4
4	Wirausaha	36	10,1
5	Lainnya	17	4,8
Total		357	100,0

Agama Responden

No.	Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Islam	292	81,8
2	Kristen	60	16,8
	Hindu	4	1,1



4	Budha	1	0,3
Total		357	100,0

Apakah Anda memiliki akun Instagram?

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tidak	10	2,8
2	Ya	347	97,2
Total		357	100,0

Kepemilikan akun Instagram

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 1 Tahun	12	3,4
2	1 - 2 Tahun	23	6,4
3	3 - 4 Tahun	45	12,6
4	> 4 Tahun	277	77,6
Total		357	100,0

Frekuensi Responden memiliki Instagram dalam sehari

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 5 kali sehari	33	9,2
	5 - 10 kali sehari	224	62,7



3	11 - 15 kali sehari	68	19,0
4	> 15 sehari	32	9,0
Total		357	100,0

Lama Responden mengakses Instagram dalam sehari

NO	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 10 menit	16	4,5
2	10 - 15 menit	62	17,4
3	16 - 21 menit	78	21,8
4	22 - 27 menit	75	21,0
5	> 27 menit	126	35,3
Total		357	100,0

Pengetahuan Responden terhadap port5al berita @detikcom

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tidak	17	4,8
2	Ya	340	95,2
Total		357	100,0

Kecendrungan mengakses portal @detikcom

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tidak pernah mengakses portal @detikcom	43	12,0



2	Jarang mengakses portal @detikcom	162	45,4
3	Sering mengakses portal @detikcom	98	27,5
4	Sangat sering mengakses portal @detikcom	54	15,1
Total		357	100,0

Alasan yang membuat tertarik untuk mengakses portal @detikcom

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Membaca/Mencari Berita Menarik, Viral, Terkini, Terpercaya, Up to Date	147	41,2
2	Mencari Informasi	50	14,0
3	Menambah Pengetahuan	70	19,6
4	Jarang Melihat/ Mengakses, Tidak Pernah Melihat / Mengakses	90	25,2
Total		357	100,0

Kecendrungan mem-follow akun Instagram @detikcom

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tidak	168	47,1
	Ya	189	52,9



Total	357	100,0
-------	-----	-------

Lama responden memanfaatkan portal @detikcom

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 1 Tahun	176	49,3
2	1 - 2 Tahun	90	25,2
3	3 - 4 Tahun	66	18,5
4	> 4 Tahun	25	7,0
Total		357	100,0

Durasi mengakses portal @detikcom dalam sehari

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 1 jam	336	94,1
2	1 - 2 jam	17	4,8
3	3 - 4 jam	3	0,8
4	> 4 jam	1	0,3
Total		357	100,0

Melalui apa biasanya Anda mengakses portal @detikcom

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
	Handphone	330	92,4



2	Computer	4	1,1
3	Laptop	2	0,6
4	Tablet	21	5,9
Total		357	100,0

Frekuensi penggunaan portal @detikcom untuk mencari informasi Ferdy Sambo

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tidak	268	75,1
2	Ya	89	24,9
Total		357	100,0

Frekuensi keseringan melihat unggahan Instagram tentang pemberitaan Ferdy Sambo

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tidak	33	9,2
2	Ya	324	90,8
Total		357	100,0

Daya tarik penyajian konten dalam unggahan pemberitaan Ferdy Sambo di Instagram



Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
-----------------	-----------	----------------

1	Sangat tidak menarik	15	4,2
2	Tidak menarik	64	17,9
3	Menarik	239	66,9
4	Sangat menarik	39	10,9
Total		357	100,0

**Ketertarikan pada tema yang disampaikan pada unggahan pemberitaan
Ferdy Sambo di Instagram**

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tidak tertarik	11	3,1
2	Tidak tertarik	85	23,8
3	Tertarik	250	70,0
4	Sangat tertarik	11	3,1
Total		357	100,0

**Kecendrungan untuk membagi/share unggahan pemberitaan Ferdy Sambo
yang Anda lihat**

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tidak tertarik	204	57,1
2	Tidak tertarik	84	23,5
3	Tertarik	65	18,2
4	Sangat tertarik	3	0,8
Total		357	100,0

Kecendrungan melihat ulang postingan pemberitaan Ferdy Sambo



Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
-----------------	-----------	----------------

1	Sangat tidak sering	185	51,8
2	Tidak sering	118	33,1
3	Sering	51	14,3
4	Sangat sering	3	0,8
Total		357	100,0

Unggahan Instagram yang berisi tentang pemberitaan Ferdy Sambo melalui timeline

NO.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tidak menarik	13	3,6
2	Tidak menarik	50	14,0
3	Menarik	250	70,0
4	Sangat menarik	44	12,3
Total		357	100,0

Unggahan Instagram yang berisi tentang pemberitaan Ferdy Sambo melalui Instagram Stories

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tidak menarik	39	10,9
2	Tidak menarik	133	37,3
3	Menarik	177	49,6
4	Sangat menarik	8	2,2
Total		357	100,0

Memberi tanda suka (*like*) pada unggahan pemberitaan Ferdy Sambo



No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tidak sering	118	33,1
2	Tidak sering	99	27,7
3	Sering	116	32,5
4	Sangat sering	24	6,7
Total		357	100,0

Memberikan komentar (*comment*) pada unggahan pemberitaan Ferdy Sambo

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tidak sering	260	72,8
2	Tidak sering	69	19,3
3	Sering	26	7,3
4	Sangat sering	2	0,6
Total		357	100,0

Kesesuaian berbentuk foto di Instagram dengan pesan yang ingin disampaikan

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tidak sesuai	4	1,1
2	Tidak sesuai	16	4,5
3	Sesuai	255	71,4
4	Sangat sesuai	82	23,0
Total		357	100,0



uaian ilustrasi pada unggahan pemberitaan Ferdy Sambo berbentuk video di Instagram dengan pesan yang ingin disampaikan

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tidak sesuai	5	1,4
2	Tidak sesuai	16	4,5
3	Sesuai	261	73,1
4	Sangat sesuai	75	21,0
	Total	357	100,0

Ilustrasi pemberitaan Ferdy Sambo berbentuk stories

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tidak sesuai	5	1,4
2	Tidak sesuai	18	5,0
3	Sesuai	275	77,0
4	Sangat sesuai	59	16,5
	Total	357	100,0

Kesesuaian caption pada unggahan pemberitaan Ferdy Sambo

di Instagram dengan pesan yang ingin disampaikan

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tidak sesuai	6	1,7
2	Tidak sesuai	13	3,6
3	Sesuai	254	71,1
4	Sangat sesuai	84	23,5
	Total	357	100,0



Pengaruh akun Instagram @detikcom yang mengunggah pemberitaan Ferdy Sambo

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tidak terpengaruh	13	3,6
2	Tidak terpengaruh	95	26,6
3	Terpengaruh	216	60,5
4	Sangat terpengaruh	33	9,2
Total		357	100,0

Kemudahan memahami unggahan pemberitaan Ferdy Sambo di Instagram

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tidak mudah dipahami	3	0,8
2	Tidak mudah dipahami	22	6,2
3	Mudah dipahami	239	66,9
4	Sangat mudah dipahami	93	26,1
Total		357	100,0



Manfaat unggahan pemberitaan Ferdy Sambo di Instagram

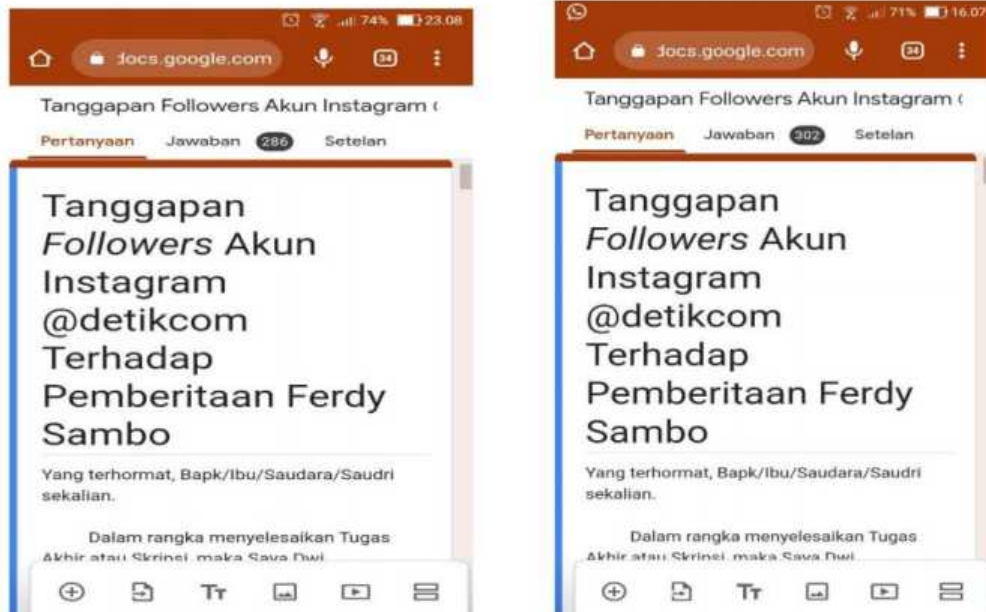
No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tidak bermanfaat	3	0,8
2	Tidak bermanfaat	23	6,4
3	Bermanfaat	184	51,5
4	Sangat bermanfaat	147	41,2
Total		357	100,0



Optimized using
trial version
www.balesio.com

LAMPIRAN 3

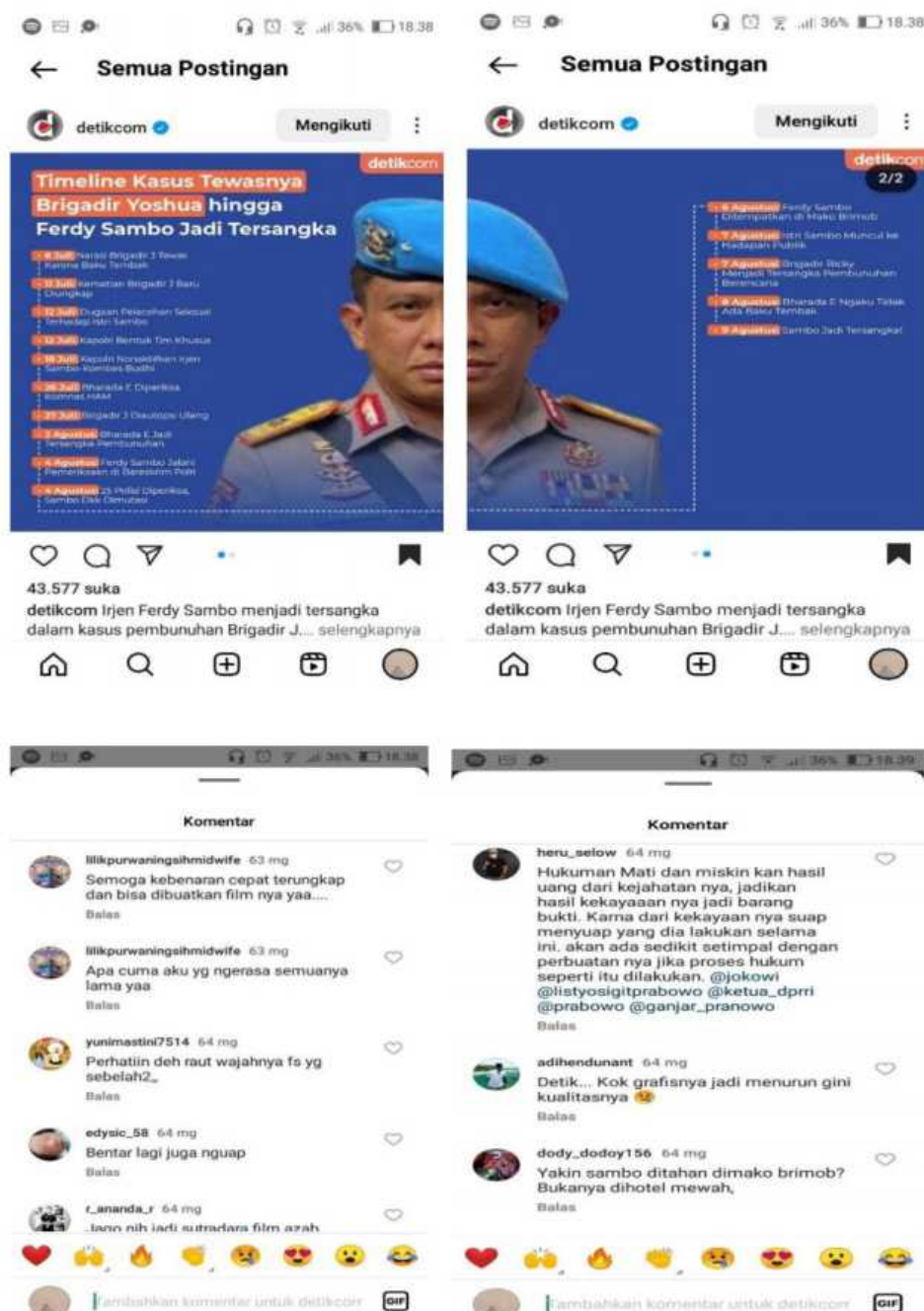
Proses Pengumpulan Responden dari Kuesioner



Optimized using
trial version
www.balesio.com

LAMPIRAN 4

Pemberitaan Ferdy Sambo Pada akun Instagram @detikcom



Optimized using
trial version
www.balesio.com





Optimized using
trial version
www.balesio.com