QAWIUN : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
https://ejournal.hsnpublisher.id/index.php/qawiun
Volume 2 Nomor 1 Juni 2026
DOI: https://doi.org/10.61104/qw.v2i1.787
e-ISSN 3110-3391

Peran Algoritma Dalam Membentuk Standarisasi Selera Di Media Sosial: Analisis Kritis Perspektif Theodor Adorno

Sahara[1], Gea Lestari[2], Aisyah Regita Putri[3] Vieronica Varbi Sununianti[4], Istiqomah[5], Deni Aries Kurniawan[6]
Universitas Sriwijaya, Indonesia[1-6]
Email Korespondensi: s33644109@gmail.com gealestari311@gmail.com aisyahregita06@gmail.com vieronica.varbi@gmail.com istiqoma@fisip.unsri.ac.id kurniawandeniaries@gmail.com

Article received: 05 Januari 2026, Review process: 28 Januari 2026
Article Accepted: 22 April 2026, Article published: 01 Juni 2026

ABSTRACT

This study examines the role of algorithms in shaping the standardization of taste on social media using Theodor Adorno's critical theory. This research applies a literature review method by analyzing multiple national and international journal articles related to algorithmic culture, digital media dynamics, and user behavior. The findings reveal that algorithms operate not merely as neutral technological tools but as active agents of the culture industry that systematically construct, reproduce, and standardize user preferences. Through mechanisms such as personalization, repetition, engagement optimization, and filter bubbles, algorithms generate homogenized patterns of taste while maintaining the illusion of individuality. This condition reflects Adorno's concept of pseudo-individualization, where diversity appears on the surface but structural uniformity dominates beneath it. Furthermore, algorithms influence identity construction, public opinion, and social interaction, reinforcing dominant cultural patterns and limiting critical perspectives. The study highlights the importance of digital literacy and critical awareness in confronting algorithmic domination in contemporary society.

Keywords: *Adorno; algorithm; culture industry; social media; taste*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis peran algoritma dalam membentuk standarisasi selera di media sosial dengan menggunakan perspektif teori kritis Theodor Adorno. Penelitian ini menggunakan metode literature review dengan menelaah berbagai jurnal nasional dan internasional yang relevan dengan budaya algoritmik, media sosial, dan perilaku pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma tidak hanya berfungsi sebagai alat teknis, tetapi sebagai instrumen industri budaya yang secara aktif membentuk, mereproduksi, dan menstandarisasi preferensi pengguna. Melalui mekanisme personalisasi, eksposur berulang, optimasi keterlibatan, dan filter bubble, algoritma menghasilkan pola selera yang homogen, meskipun tampak beragam di permukaan. Kondisi ini mencerminkan konsep pseudo-individualization dari Adorno. Selain itu, algoritma juga membentuk identitas digital, opini publik, serta interaksi sosial pengguna. Penelitian ini menekankan pentingnya literasi digital dan kesadaran kritis dalam menghadapi dominasi algoritma dalam masyarakat digital kontemporer.

Kata Kunci: *Adorno; algoritma; industri budaya; media sosial; selera*

Lisensi: Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International License (CC BY SA 4.0)

Copyright; Sahara, Gea Lestari, Aisyah Regita Putri, Vieronica Varbi Sununianti, Istiqomah, Deni Aries Kurniawan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah membawa transformasi besar dalam kehidupan sosial masyarakat. Media sosial tidak lagi sekadar alat komunikasi, tetapi telah menjadi ruang utama dalam produksi, distribusi, dan konsumsi budaya. Dalam konteks ini, algoritma memainkan peran sentral sebagai sistem yang menentukan apa yang dilihat, dikonsumsi, dan dipahami oleh pengguna. Algoritma media sosial bekerja dengan menganalisis data perilaku pengguna, seperti interaksi, durasi tontonan, dan preferensi konten. Berdasarkan data tersebut, sistem kemudian menyajikan konten yang dianggap relevan. Penelitian menunjukkan bahwa algoritma TikTok, misalnya, tidak hanya mengkurasi konten tetapi juga memprediksi dan membentuk tren musik global serta viralitas suatu konten (Hakim & Mataram, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa algoritma memiliki peran aktif dalam membentuk selera budaya, bukan sekadar mencerminkannya.

Selain itu, algoritma juga menciptakan fenomena echo chamber atau ruang gema, di mana pengguna terus-menerus terpapar pada informasi yang memperkuat pandangan mereka sendiri. Fenomena ini mempersempit perspektif pengguna dan memperkuat polarisasi sosial (Raza & Aulia, 2024). Dalam konteks politik dan sosial, kondisi ini dapat memperkuat solidaritas kelompok sekaligus meningkatkan konflik antar kelompok. Algoritma juga berperan dalam membentuk opini publik. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan masif, tetapi pada saat yang sama, algoritma cenderung memprioritaskan konten yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi, bukan yang paling akurat atau berkualitas (Karya, 2026). Hal ini diperkuat oleh temuan bahwa algoritma sering kali mendorong konten yang bersifat emosional atau ekstrem demi meningkatkan engagement (Sazali, 2025).

Dalam aspek identitas, media sosial juga menjadi ruang konstruksi diri. Individu tidak hanya berinteraksi, tetapi juga membangun citra diri yang dikurasi secara digital. Identitas virtual sering kali berbeda dengan identitas nyata karena dipengaruhi oleh ekspektasi sosial dan mekanisme algoritmik (Salsabila & Nur, 2025). Hal ini juga berdampak pada perilaku sosial remaja yang mengalami perubahan pola interaksi akibat penggunaan media sosial (Zulkifli Taib et al., 2024).

Dalam konteks budaya visual, algoritma juga menciptakan standar estetika tertentu. TikTok, misalnya, cenderung mempromosikan standar kecantikan yang homogen, seperti kulit putih dan tubuh ideal, yang kemudian mempengaruhi persepsi diri pengguna (Wiana et al., 2025). Fenomena ini diperkuat oleh filter bubble yang membatasi paparan terhadap keberagaman perspektif (Dewi, 2025).

Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai ruang pembentukan opini publik yang dipengaruhi oleh interaksi antar pengguna, di mana audiens tidak lagi bersifat pasif tetapi turut berperan aktif dalam menyebarkan dan memvalidasi informasi (Husen et al., 2025). Dengan demikian, algoritma dapat dipahami sebagai kekuatan struktural yang membentuk selera, identitas, dan realitas sosial. Fenomena ini relevan untuk dianalisis menggunakan teori industri budaya dari Theodor Adorno.

Lisensi: Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International License (CC BY SA 4.0)

Copyright; Sahara, Gea Lestari, Aisyah Regita Putri, Vieronica Varbi Sununianti, Istiqomah, Deni Aries Kurniawan

KAJIAN TEORITIS

Theodor Adorno, sebagai salah satu tokoh utama Mazhab Frankfurt, mengembangkan konsep industri budaya untuk menjelaskan bagaimana budaya dalam masyarakat kapitalis diproduksi secara massal dan distandarisasi. Dalam pandangannya, budaya tidak lagi menjadi ekspresi kreatif individu, tetapi menjadi komoditas yang diproduksi untuk kepentingan pasar. Konsep utama dalam teori Adorno adalah pseudo-individualization, yaitu kondisi di mana individu merasa memiliki pilihan yang berbeda, tetapi sebenarnya hanya mengonsumsi variasi dari produk yang sama. Dalam industri budaya, perbedaan hanya bersifat superfisial, sementara struktur dasarnya tetap seragam.

Dalam konteks digital, algoritma dapat dipahami sebagai bentuk baru industri budaya. Algoritma tidak hanya mendistribusikan konten, tetapi juga menentukan apa yang dianggap relevan dan menarik bagi pengguna. Penelitian menunjukkan bahwa algoritma mampu mengotomatisasi pembentukan selera dan preferensi melalui sistem rekomendasi berbasis data (Febryan et al., 2025).

Selain itu, dalam perspektif teori kritis, perkembangan teknologi digital juga berkaitan dengan komodifikasi budaya. Platform media sosial mengubah interaksi sosial menjadi data yang dapat dimonetisasi, sehingga memperkuat dominasi kapitalisme digital (Ali, n.d.2023). Dengan demikian, teori Adorno tetap relevan untuk menjelaskan fenomena algoritma dalam masyarakat digital, di mana budaya tidak lagi bebas, tetapi dikontrol oleh sistem teknologi dan kapitalisme.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan literature review. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji secara sistematis berbagai literatur ilmiah yang berkaitan dengan peran algoritma dalam membentuk standarisasi selera di media sosial. Sumber data dalam penelitian ini berupa data sekunder yang diperoleh dari artikel jurnal nasional dan internasional yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menyeleksi literatur berdasarkan kesesuaian dengan fokus penelitian. Instrumen penelitian dalam studi ini berupa dokumen atau artikel ilmiah yang dianalisis untuk menemukan pola, konsep, serta hubungan antar variabel yang diteliti. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis isi (content analysis), yaitu dengan menafsirkan isi literatur secara sistematis dan mengaitkannya dengan kerangka teori industri budaya Theodor Adorno. Model analisis yang digunakan bersifat deskriptif-analitis, yaitu menggambarkan fenomena yang terjadi sekaligus menginterpretasikannya secara kritis untuk memahami bagaimana algoritma berperan dalam membentuk selera dalam konteks masyarakat digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Algoritma sebagai Mekanisme Produksi Selera Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sistem teknis dalam mengelola data, tetapi telah berkembang menjadi mekanisme utama dalam produksi dan reproduksi selera budaya.

Lisensi: Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International License (CC BY SA 4.0)

Copyright; Sahara, Gea Lestari, Aisyah Regita Putri, Vieronica Varbi Sununianti, Istiqomah, Deni Aries Kurniawan

Algoritma bekerja dengan mengumpulkan dan menganalisis data perilaku pengguna, seperti klik, waktu tontonan, interaksi, dan preferensi konten, yang kemudian digunakan untuk menyusun rekomendasi konten secara personal.

Dalam praktiknya, algoritma tidak sekadar "menampilkan" konten, tetapi secara aktif "membentuk" apa yang dianggap menarik oleh pengguna. Hal ini terlihat dalam fenomena viralitas konten di platform seperti TikTok, di mana algoritma mampu memprediksi dan memperkuat popularitas suatu lagu atau tren tertentu melalui distribusi yang masif dan berulang (Hakim, 2024). Dengan demikian, selera pengguna tidak lagi terbentuk secara organik, tetapi melalui proses kurasi algoritmik yang sistematis.

Dalam perspektif Theodor Adorno, kondisi ini mencerminkan logika industri budaya, di mana produksi budaya dilakukan secara terstandarisasi untuk memenuhi kebutuhan pasar. Algoritma dalam konteks ini dapat dipahami sebagai "mesin industri budaya digital" yang menggantikan peran media massa tradisional dalam menentukan selera masyarakat.

Homogenisasi Selera dan Pseudo-Individualization

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah terjadinya homogenisasi selera akibat mekanisme algoritmik. Meskipun algoritma bekerja dengan prinsip personalisasi, hasil akhirnya justru menunjukkan pola konsumsi yang seragam di antara pengguna. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep pseudo-individualization dari Adorno, yaitu kondisi di mana individu merasa memiliki preferensi yang unik, padahal sebenarnya hanya mengonsumsi variasi dari produk yang sama. Algoritma menciptakan ilusi kebebasan memilih, tetapi dalam kenyataannya pilihan tersebut telah dibatasi oleh sistem rekomendasi.

Penelitian tentang budaya algoritmik menunjukkan bahwa sistem rekomendasi bekerja berdasarkan kategori dan klasifikasi tertentu yang telah ditentukan sebelumnya (Febryan et al., 2025). Hal ini menyebabkan pengguna diarahkan pada konten yang memiliki pola serupa, sehingga menghasilkan keseragaman dalam selera. Seperti penelitian yang membahas dalam standar kecantikan di media sosial, di mana algoritma cenderung mempromosikan representasi visual tertentu secara berulang, seperti tubuh ideal, kulit putih, dan wajah simetris (Wiana et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa algoritma tidak hanya mempengaruhi preferensi, tetapi juga membentuk norma sosial dan estetika yang dominan.

Echo Chamber, Filter Bubble, dan Polarisasi Selera

Algoritma juga berperan dalam menciptakan echo chamber dan filter bubble, yaitu kondisi di mana pengguna hanya terpapar pada informasi yang sesuai dengan preferensi mereka. Fenomena ini memperkuat bias kognitif dan membatasi akses terhadap perspektif yang berbeda.

Penelitian menunjukkan bahwa algoritma media sosial secara sistematis menyajikan konten yang memperkuat keyakinan pengguna, sehingga menciptakan ruang gema yang memperkuat solidaritas internal kelompok sekaligus meningkatkan polarisasi terhadap kelompok lain (As et al., 2023). Hal ini juga

Lisensi: Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International License (CC BY SA 4.0)

Copyright; Sahara, Gea Lestari, Aisyah Regita Putri, Vieronica Varbi Sununianti, Istiqomah, Deni Aries Kurniawan

diperkuat oleh temuan bahwa filter bubble membatasi keberagaman informasi dan mempersempit perspektif pengguna (Dewi, 2025). Selain itu, interaksi digital antar pengguna juga memperkuat distribusi informasi dalam ruang yang terbatas, sehingga mempercepat terbentuknya pola komunikasi yang seragam dalam lingkungan media sosial (Husen et al., 2025).

Dalam perspektif Adorno, kondisi ini menunjukkan bahwa industri budaya tidak hanya menciptakan keseragaman selera, tetapi juga mengontrol kesadaran individu. Algoritma berfungsi sebagai mekanisme ideologis yang mengarahkan cara berpikir pengguna, sehingga mengurangi kemampuan kritis mereka terhadap realitas sosial.

Algoritma, Opini Publik, dan Dominasi Budaya Digital

Selain membentuk selera, algoritma juga memiliki peran signifikan dalam membentuk opini publik. Media sosial sebagai ruang komunikasi digital memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan luas, tetapi pada saat yang sama, algoritma menentukan konten mana yang mendapatkan visibilitas tinggi. Penelitian menunjukkan bahwa algoritma cenderung memprioritaskan konten yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi, seperti komentar, like, dan share, sehingga mendorong penyebaran konten yang bersifat emosional dan sensasional (Rahman, 2026). Hal ini diperkuat oleh temuan bahwa algoritma sering kali memperkuat konten ekstrem untuk meningkatkan engagement pengguna (Sazali, 2025).

Dalam konteks ini, audiens juga berperan sebagai gatekeeper yang ikut menentukan penyebaran dan legitimasi informasi di media sosial, sehingga memperkuat dinamika opini publik yang terbentuk secara kolektif (Srikandi et al., 2023). Fenomena ini menunjukkan bahwa algoritma tidak netral, tetapi memiliki bias struktural yang mempengaruhi pembentukan opini publik. Dalam perspektif Adorno, kondisi ini mencerminkan dominasi industri budaya yang tidak hanya mengontrol produksi budaya, tetapi juga kesadaran kolektif masyarakat.

Konstruksi Identitas dan Representasi Diri

Algoritma juga berperan dalam membentuk identitas digital dan representasi diri pengguna. Media sosial menjadi ruang di mana individu tidak hanya berinteraksi, tetapi juga membangun citra diri yang dikurasi secara strategis. Penelitian menunjukkan bahwa individu cenderung menampilkan versi ideal dari dirinya di media sosial untuk mendapatkan validasi sosial (Salsabila & Nur, 2025) dan juga penelitian (Callie Rizma Riendani et al., 2024) membahas hal yang sama. Hal ini diperkuat oleh peran influencer yang menjadi aktor penting dalam membentuk opini dan selera publik (Raza & Aulia, 2024).

Selain itu, algoritma juga mempengaruhi perilaku sosial remaja, termasuk pola komunikasi dan gaya hidup (Taib et al., 2024). Dalam konteks ini, identitas digital tidak lagi sepenuhnya dikontrol oleh individu, tetapi juga oleh sistem algoritmik yang menentukan visibilitas dan popularitas konten. Dalam perspektif Adorno, kondisi ini menunjukkan bahwa individu dalam masyarakat modern

Lisensi: Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International License (CC BY SA 4.0)

Copyright; Sahara, Gea Lestari, Aisyah Regita Putri, Vieronica Varbi Sununianti, Istiqomah, Deni Aries Kurniawan

kehilangan otonomi dalam membentuk identitasnya, karena dikendalikan oleh struktur industri budaya.

Algoritma sebagai Bentuk Baru Industri Budaya

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa algoritma media sosial dapat dipahami sebagai bentuk baru industri budaya dalam masyarakat digital. Jika pada masa Adorno industri budaya beroperasi melalui media massa seperti radio dan televisi, maka dalam era digital, peran tersebut diambil alih oleh algoritma. Algoritma tidak hanya mendistribusikan konten, tetapi juga menentukan apa yang dianggap bernilai, menarik, dan relevan. Dalam konteks ini, algoritma berfungsi sebagai mekanisme kontrol budaya yang lebih kompleks dan tersembunyi.

Penelitian tentang kapitalisme platform menunjukkan bahwa budaya digital telah mengalami komodifikasi, di mana interaksi sosial diubah menjadi data yang dapat dimonetisasi (Ali, n.d. 2024). Selain itu, algoritma juga menjadi "mimbar digital" yang membentuk persepsi ideologis dan sosial pengguna (Gunawan, 2026). Dengan demikian, algoritma bukan hanya teknologi, tetapi merupakan struktur kekuasaan dalam masyarakat digital yang membentuk selera, identitas, dan realitas sosial.

SIMPULAN

Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa algoritma media sosial berperan sebagai mekanisme yang secara aktif membentuk standarisasi selera dalam masyarakat digital. Algoritma tidak hanya mengatur distribusi konten, tetapi juga mempengaruhi preferensi pengguna melalui personalisasi dan eksposur berulang, sehingga menghasilkan pola konsumsi yang homogen. Temuan ini menunjukkan bahwa selera tidak sepenuhnya terbentuk secara bebas, melainkan dipengaruhi oleh sistem algoritmik yang mengarahkan pilihan pengguna, sejalan dengan konsep pseudo-individualization dalam teori industri budaya Theodor Adorno. Selain itu, algoritma juga berkontribusi dalam membentuk opini publik, identitas digital, serta pola interaksi sosial melalui mekanisme seperti echo chamber dan filter bubble. Hal ini menunjukkan bahwa algoritma merupakan bagian dari struktur kekuasaan dalam masyarakat digital yang tidak hanya memproduksi budaya, tetapi juga mengontrol cara individu memahami realitas sosial. Dengan demikian, peran algoritma tidak dapat dipisahkan dari dinamika kapitalisme digital yang mendorong standarisasi budaya secara sistematis. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan metode literature review yang hanya mengandalkan data sekunder tanpa melibatkan data empiris secara langsung dari pengguna media sosial. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif maupun kualitatif empiris, seperti survei atau wawancara, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, diperlukan peningkatan literasi digital bagi masyarakat agar mampu memahami cara kerja algoritma serta dampaknya, dan bagi platform media sosial diharapkan dapat mengembangkan sistem yang lebih transparan dan mendorong keberagaman informasi.

Lisensi: Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International License (CC BY SA 4.0)

Copyright; Sahara, Gea Lestari, Aisyah Regita Putri, Vieronica Varbi Sununianti, Istiqomah, Deni Aries Kurniawan

DAFTAR RUJUKAN

Ali, A. (n.d.). Commodification of Culture, the Frankfurt School and Instagram Aun Ali SOAS, University of London.

As, A., On, A. G., & Media, S. (2023). AUDIENS SEBAGAI GATEKEEPER PADA MEDIA SOSIAL Abstract. 7(2), 179–192.

Callie Rizma Riendani, Indiarta Raghda Atshila S, Afif Abhinaya, Ahmad Ridlo Abdillah, & Bahy Dzaky Mufadhol. (2024). Pengaruh Algoritma Media Sosial Terhadap Selektivitas Konsumsi Berita Politik Pada Generasi Z Di Indonesia. Jurnal Pustaka Cendekia Hukum Dan Ilmu Sosial, 2(3), 224–228. https://doi.org/10.70292/pchukumsosial.v2i3.68

Dewi, R. K. (2025). Algoritma TikTok dan Pandangan Mahasiswi: Mengungkap pengaruh Filter Bubble dalam Kasus Mafia Skincare. 5(2), 1157–1167.

Febryan, P. H., Negara, A. K., Farell, M., Ramadhan, A., & Informasi, S. (2025). ANALISIS PENGGUNAAN AI DALAM ALGORITMA SOSIAL MEDIA: 9(1), 1095–1102.

Gaspersz, R., Pelamonia, M., Izaak, D., Yoris, J., Ilmu, S., Fisip, K., Kristen, U., & Maluku, I. (2024). Vol 6 No 2 November 2024 E-ISSN: 2722-3248. 6(2).

Gunawan, A. (2026). Algoritma sebagai Mimbar: Analisis Personalisasi Konten Keagamaan pada Media Sosial terhadap Moderasi Beragama. 1, 76–86. https://doi.org/10.65823/ikhbar

Hakim, P. N., & Mataram, U. N. (2024). Widya Sundaram: Jurnal Pendidikan Seni dan Budaya E-ISSN: 2988-1501 (Online) Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu Viral di TikTok. 02(01), 75–84.

Husen, M., Islam, U., Sultanah, N., & Husen, M. (2025). Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Peran Media Sosial dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Pengguna Instagram. 9, 267–281.

Karya, B. (2026). DINAMIKA MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI ERA DIGITAL Jurnal Sociopolitico Jurnal Sociopolitico. 8, 70–75.

Multidisiplin, J., & Humaniora, S. (2024). MEDIA SOSIAL BERPENGARUH PADA PERUBAHAN PERILAKU SOSIAL REMAJA KOTA MEDAN DI ERA. 1, 84–102.

Raza, A. M., & Aulia, N. (2024). THE ECHO CHAMBER EFFECT: ANALISIS SOSIOLOGIS PERAN ALGORITMA MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN SOLIDARITAS DAN POLARISASI KELOMPOK DI INDONESIA. 39–52.

Salsabila, A. A., & Nur, H. (2025). Representasi Diri di Sosial Media: Antara Identitas Nyata dan Identitas Virtual. 4(4), 5601–5620.

Sazali, H. (2025). Krisis Etika Komunikasi di Media Sosial: Analisis Multidisipliner terhadap Peran Algoritma, Literasi Digital, dan Regulasi dalam Mewujudkan Ruang Publik Digital yang Bertanggung Jawab Abstrak. 6(2), 1342–1352.

Wiana, A. R., Puspita, S. D., & Syahril, A. (2025). TikTok dan Konstruksi Sosial Standar Kecantikan Perspektif Gen Z di Era Digital. 2(1), 75–86.

Lisensi: Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International License (CC BY SA 4.0)

Copyright; Sahara, Gea Lestari, Aisyah Regita Putri, Vieronica Varbi Sununianti, Istiqomah, Deni Aries Kurniawan