

Interaksi Parasosial *Sawer* pada *Live* Instagram Bunda Corla

<http://dx.doi.org/10.25008/wartaiski.v6i2.203>

Ageng Pramathika Friscillia¹, Veviane Vevis¹, Yosef Rabindanata Nugraha^{1*}

¹Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR

Jl. K.H. Mas Mansyur Kav. 35, Jakarta 10220 – Indonesia

*e-mail korespondensi: 22172370066@lspr.edu

Submitted: 24/11/2023, Revised: 02/11/2023, Accepted: 30/12/2023

Accredited by Kemristekdikti No. 30/E/KPT/2019

Abstract - This study was conducted to see how parasocial interactions and relationships exist between fans and celebrities on social media. Through observations on social media accounts owned by several celebrities in Indonesia and in-depth interviews conducted with informants, it is known that various comments given by fans are a picture of parasocial interactions. Meanwhile, fans who always comment on their idols' uploads demonstrate a parasocial relationship. This relationship is a picture of the emotional closeness of the fans. What's unique about this research is that, apart from good and bad comments, the owner of the @Corla_2 account is often paid by his followers. Parasocial interactions and relationships on social media are closely related to the concept of hyperreality. All things related to certain celebrities may be the result of manipulation; even the concept of manipulation itself can have the aim of mutually benefiting other people. As a result, fans will eventually form an identification with the celebrity based on "hyperreality," or a reality that differs from actual reality. Her uniqueness is rarely owned by other public figures, and her innocence, honesty, and naturalness make her fans loyal enough to follow her live stream on Instagram.

Keywords: Social media, Parasocial relationship, Instagram live, celebrity

Abstrak - Studi ini dilakukan untuk melihat bagaimana interaksi dan hubungan parasosial yang terjalin antara para penggemar dengan para selebriti di media sosial. Melalui observasi pada akun media sosial yang dimiliki oleh beberapa selebriti di Indonesia, dan wawancara mendalam yang dilakukan dengan para informan; diketahui bahwa berbagai komentar yang diberikan penggemar merupakan gambaran adanya interaksi parasosial. Sedangkan penggemar yang selalu memberikan komentar pada tiap unggahan idola mereka memperlihatkan adanya hubungan parasosial. Hubungan ini merupakan gambaran kedekatan secara emosional dari para penggemar. Unikny pada penelitian ini selain komentar baik dan buruk, pemilik akun @Corla_2 seringkali "disawer" oleh para *followers*-nya. Interaksi dan hubungan parasosial di media sosial sangat erat kaitannya dengan konsep hiper realitas. Semua hal yang berkaitan dengan selebriti tertentu mungkin saja adalah hasil dari rekayasa, bahkan konsep *sawer* sendiri bisa terdapat tujuan saling menguntungkan satu sama lain, sehingga para penggemar akhirnya akan membentuk identifikasi mengenai selebriti tersebut berdasarkan hiper realitas atau realitas yang berbeda dengan realitas yang sebenarnya. Keunikan yang dimiliki Bunda Corla jarang dimiliki *public figure* lainnya. Sikapnya yang polos, jujur, apa adanya, membuat para penggemarnya setia mengikuti *live streaming* melalui Instagram.

Kata Kunci: Media Sosial; Interaksi Parasosial; Live Instagram; Selebriti; *Sawer*

PENDAHULUAN

Jumlah pengguna internet di Indonesia Januari 2022 mencapai 204,7 juta dengan 84,8% adalah pengguna berusia 16-64 tahun yang menggunakan platform Instagram 81,3%, TikTok 63,1%, dan Twitter sebanyak 58,3% (We Are Social & Kepios, 2022). Ada banyak alasan pengguna internet itu

menggunakan media sosial dalam aktivitas sehari-hari, di antaranya adalah keinginan untuk berinteraksi dengan keluarga dan teman, mengisi waktu luang, mencari konten, membaca berita, dan lain-lain (We Are Social & Kepios, 2022).

Media sosial juga digunakan oleh para selebriti di Indonesia untuk mempromosikan berbagai kegiatan mereka. Selebriti dan penggemar dapat saling berinteraksi melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan lain-lain. Selebriti yang memiliki banyak pengikut juga diuntungkan di media sosial. Saat ini cukup banyak selebriti yang memiliki akun dengan jumlah penggemar yang juga banyak. Tabel 1 menunjukkan 10 artis dan publik figur yang memiliki jumlah pengikut akun Instagram terbanyak di Indonesia (Suara.com, 2022).

Tabel 1. Daftar 10 Selebriti dan Publik Figur dengan Pengikut Terbanyak di Instagram

No	Nama	Nama Akun Instagram	Jumlah Pengikut
1	Raffi Ahmad dan Nagita Slavina	@raffinagita1717	61,3 Juta
2	Ayu Ting Ting	@ayutingting92	51,5 Juta
3	Prilly Latuconsina	@prillylatuconsina96	47,2 Juta
4	Syahrini	@princessyahrini	38,7 Juta
5	Ruben Onsu	@ruben_onsu	38,3 Juta
6	Natasha Wilona	@natshawilona12	37,8 Juta
7	Laudya Cynthia Bella	@laudyacynthiabella	36 Juta
8	Gisella Anastasia	@gisel_la	35,7 Juta
9	Luna Maya	@lunamaya	33,6 Juta
10	Ria Ricis	@riaricis1795	30,7 Juta

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang dapat diakses gratis oleh penggunanya melalui platform iOS dan Android. Pengguna dapat membagikan foto dan video kepada para pengikutnya, baik secara personal maupun kelompok. Fitur Instagram yang beragam seperti Instagram Stories, Reels, Shop, dan Live menjadi fitur andalan dari aplikasi tersebut (Instagram, 2023). Instagram *Live* merupakan fitur yang dapat dipakai untuk menyebarkan pesan secara personal maupun organisasi (Alamsyah & Nugraha, 2022; Kharin Herbawani et al., 2021).

Salah satu publik figur yang sering menggunakan Instagram *Live* adalah Cynthia Corla Pricillia atau sering disapa dengan sebutan Bunda Corla melalui akun pribadinya yaitu @corla_2. Dia memiliki pengikut lebih dari 5,5 juta di Instagram.

Bunda Corla lahir di Medan 9 September 1974, dan mendapat julukan Ibu Pemersatu Bangsa dari para penggemarnya karena berhasil menarik perhatian melalui gayanya yang lucu dan bebas (Pikiran Rakyat, 2022). Kemampun Bunda Corla menghibur para penggemarnya sering ditampilkan di siaran langsung Instagram pribadinya. Tidak jarang karena para penggemar merasakan kedekatan dengan Bunda Corla, meskipun hanya berinteraksi melalui media sosial. Sering juga, pengikutnya memberi sejumlah uang kepada Bunda Corla ketika *live*. Kegiatan ini disebut *sawer* atau menyawer.

Sawer merupakan simbol kultural yang menjadi ciri khas musik dangdut di pantai utara Jawa. Dalam ilmu komunikasi, *sawer* digunakan oleh penonton untuk berinteraksi dengan penyanyi dangdut (Sofyan, 2018). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata *sawer* berarti memberi uang kepada pemain dalam sebuah pertunjukan, seperti kuda kepeng, maupun topeng (Kamus Besar Bahasa Indonesia/KBBI Online, n.d.).

Kegiatan *sawer* dan menyawer dalam seni pertunjukan juga terjadi melalui media sosial. Penggemar tidak sungkan memberikan uang kepada sosok yang mereka sukai, seperti yang dilakukan kepada Bunda Corla yang mampu menghibur para penggemarnya. Beberapa artis dan pengusaha menyawer Bunda Corla ketika dia *live* di Instagram. Nilai *sawer* yang diberikan pun beragam, bahkan dengan nominal fantastis. Fenomena inilah yang pada akhirnya disebut dengan interaksi parasosial.

Interaksi parasosial berkaitan dengan sosok tertentu melalui interaksi di media yang kemudian memperlakukan sosok itu dekat dengan mereka (Giles, 2010). Konsep interaksi parasosial pertama kali dikenalkan Horton & Wohl tahun 1956, observasi dasarnya adalah orang-orang di media mengarahkan perilaku sosial dan komunikasi kepada khalayak, sama seperti komunikasi interpersonal yang sebenarnya. Namun, Horton & Wohl menyatakan bahwa itu semua adalah semu. Persona atau idola sengaja menggunakan kalimat-kalimat personal sedemikian rupa, seolah-olah ada keintiman antara persona dan penggemarnya (Hartmann & Goldhoorn, 2011).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana fenomena *sawer* dapat membangun interaksi parasosial, khususnya pada kasus Bunda Corla. Adapun rumusan masalahnya adalah: Konten apa yang membuat *saweran* Bunda Corla tinggi? Apa keunikan Bunda Corla sebagai komunikator? Situasi emosional seperti apa yang ada pada penggemarnya untuk melakukan *sawer*?

KERANGKA TEORI

Aktivitas Bunda Corla berinteraksi dengan penggemarnya dimungkinkan karena adanya internet dan *platform* media sosial yang juga sering disebut sebagai *new media*, yakni media daring, bersifat fleksibel, interaktif, dan dapat berfungsi secara pribadi maupun publik. *New media* dibagi menjadi lima kategori, yakni media komunikasi antarpribadi, media permainan interaktif, media pencarian informasi, media partisipasi kolektif, dan substitusi media penyiaran (McQuail & Deuze, 2020).

Menurut McQuail (2011), ciri utama *new media* adalah hubungan timbal balik, dan akses ke kelompok sasaran individu sebagai penerima pesan maupun penyampai pesan. Interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai figur tidak bergantung pada lokasi. Hubungan timbal balik itu dapat merubah pola pikir masyarakat bahkan mempengaruhi dari cara komunikasi mereka.

Sosial media memudahkan masyarakat untuk merasa lebih dekat dengan idolanya. Interaksi yang terjadi di media sosial lebih mudah dilakukan oleh penggemar, dengan adanya kolom komentar pada setiap foto yang diposting dan bisa dibalas langsung oleh sang idola. Bahkan, media sosial Instagram mempunyai fitur IG *Live* yang memberikan kesempatan pada penggemar untuk melihat apa yang dilakukan sang idola secara *real time*. Adanya kolom komentar membuat para penggemar bisa berkomentar dan langsung dibalas oleh pemilik akun sehingga para penggemar bisa puas terhadap jawaban langsung dari sang idola. Inilah yang disebut sebagai interaksi parasosial.

Interaksi parasosial adalah hubungan pertemanan atau keterikatan yang terjalin dengan suatu media dan didasarkan pada hubungan efektif yang dirasakan seseorang dengan media tersebut (Manusov & Harvey, 2001). Interaksi parasosial terjadi antara penonton atau penggemar dan tokoh media (selebriti). Hal ini umumnya ditandai dengan rasa keintiman antara penggemar dan karakter yang digambarkan sebagai orang biasa (Cohen, 2014). Interaksi parasosial dianggap sebagai reaksi online dan hubungan parasosial yang dianggap sebagai hubungan yang berkelanjutan. Dalam hubungan parasosial ini kehidupan sehari-hari terbawa serta, seperti berita selebriti di televisi atau media sosial yang berisikan kehidupan parasosial setiap hari (Hartmann & Goldhoorn, 2011).

Interaksi parasosial sangat menarik bagi para penggemar, dan secara emosional penggemar merasa lebih dekat dengan idolanya. Pada intinya, keterlibatan itu dapat digambarkan sebagai tingkat interaksi parasosial meliputi: (1) *entertainment social-value*; (2) *intense-personal feeling*, dan (3) *borderline-pathological tendency* (Maltby et al., 2005).

Sementara itu Caughey (1984) menggambarkan selebriti sebagai orang yang tampil di televisi, radio, buku, majalah dan surat kabar. Turner, G. (2004) menyatakan seorang figur publik menjadi seorang selebriti ketika media berfokus pada kehidupan pribadinya, bukan pada karir atau perannya di peran publik. Spitzberg & Cupach (2007) mendefinisikan selebriti sebagai reputasi yang berhubungan dengan siapa saja yang menarik perhatian publik. Dalam kaitannya dengan media, Gabler (1998) memaparkan, bisnis hiburan memberikan akses bagi seseorang untuk menjadi selebriti. Satu-satunya yang dibutuhkan selebritas adalah membuat media memperkenalkan mereka (Laken, 2009).

Dalam kaitan itu, penggemar didefinisikan sebagai seseorang yang terobsesi dengan seorang selebriti, sebuah film, musik, maupun sebuah acara TV atau salah satu grup musik. Selain itu seorang penggemar juga dapat didefinisikan sebagai seseorang yang dapat berbagi informasi tentang sesuatu yang digemari (Hills, 2003). Penggemar akan selalu mendukung yang dilakukan idolanya. Seorang idola bisa dikatakan sukses dilihat dari jumlah penggemar yang mendukung. Penggemar akan mengikuti berbagai kegiatan yang dilakukan oleh sang idola. Biasanya seorang penggemar bisa mempunyai informasi mengenai idola dengan cepat dan detail. Seorang penggemar akan membuat akun media sosial yang berupa informasi atau kegiatan selebriti tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Soekidjo (2003) mengatakan, tujuan pendekatan deskriptif adalah membuat gambaran atau deskripsi secara objektif tentang suatu keadaan. Fokus penelitiannya untuk memberikan gambaran interaksi parasosial yang terjadi pada penggemar Bunda Corla.

Penelitian ini menggunakan teknik purposif dengan kriteria untuk menemukan narasumber yang dibutuhkan adalah: (1) Penggemar Bunda Corla di akun Instagram; (2) Sering melihat siaran langsung Bunda Corla, dan (3) Mengikuti akun Bunda Corla lebih dari enam bulan. Dari ketiga kriteria tersebut, diperoleh empat orang informan penelitian.

Metode yang digunakan dalam untuk mendapatkan data primer adalah wawancara yang didukung dari sekunder dari buku, artikel, dan hasil-hasil penelitian. Wawancara dengan para penggemar Bunda Coral dilakukan untuk mendapat jawaban atas pertanyaan: (1) Konten apa yang dapat membuat *saweran* Bunda Corla tinggi?; (2) Apa keunikan Bunda Corla sebagai komunikator?; (3) Situasi emosional seperti apa yang ada pada penggemarnya untuk melakukan *sawer*?

HASIL PENELITIAN

Informan pertama AG mengatakan, konten yang paling banyak membuat Bunda Corla mendapat *saweran* adalah *challenge*. Setiap Bunda Corla *live* selalu ada yang memberikan *challenge* seperti meminta Bunda Corla berjoget atau bernyanyi. Hal itu disebabkan karena Bunda Corla berjoget dan menyanyi sangat menghibur. *Saweran* yang diberikan tidak main-main jumlahnya, mencapai ratusan juta rupiah. Uniknya, saat *live* Bunda Corla tidak pernah meminta *disawer*. Penonton lah yang ingin *menyawer*.

Salah satu hal yang menarik perhatian adalah saat Bunda Corla menerima *saweran* dari penonton. Semua uang yang didapat diberikan untuk keluarganya di Indonesia dan sebagian digunakan diberikan kepada anak-anak yatim dan piatu. Bunda Corla menjelaskan hal tersebut pada saat *live*. Bunda Corla juga mengunggah bukti kiriman *saweran* melalui akun Instagramnya dan mengucapkan terimakasih karena sudah memberikan *saweran* kepadanya.

Keunikan Bunda Corla sebagai komunikator adalah, dia tampil apa adanya, tidak dibuat-buat serta santai seperti berbicara kepada teman. Bunda Corla merokok dan minum kopi saat *live*. Dia tidak malu dengan pekerjaannya sebagai pelayan restoran cepat saji di Jerman. Saat bekerja, Bunda Corla melakukan *live* sambil menyapu, mengepel lantai, membersihkan meja dan melayani pembeli yang memesan makanan. Dia tidak kehabisan bahan untuk dibicarakan saat *live*.

Sepanjang Bunda Corla *live*, dia selalu berbicara dan tidak pernah sunyi. Hal unik lainnya yaitu Bunda Corla memiliki emosi yang cepat berubah. Dia bisa merasa sangat senang dengan melakukan joget, kemudian secara tiba-tiba merasa sangat sedih bahkan sampai menangis. Setelah itu Bunda Corla bisa kembali bahagia seperti tidak ada masalah sama sekali. Hal itu membuat penonton sangat menghibur. Selain itu, Bunda Corla menyapa penontonnya dengan sebutan "Anak-anak Bunda" yang membuat penonton menjadi sangat dekat sekali dengan dia.

Situasi emosional penonton saat melakukan *sawer* pada saat *live* Bunda Corla adalah senang, bahagia, girang gembira. Saat melakukan *sawer*, penonton tertawa dan senang dengan kelakuan Bunda Corla. Selain itu, penonton yang memberikan *sawer* kepada Bunda Corla adalah pebisnis, sehingga mereka juga mendapat keuntungan dengan memberikan *saweran* ke Bunda Corla.

Informan kedua, EH mengatakan pernah melihat Bunda Corla menerima tantangan dari Raffi Ahmad untuk berteriak di bus umum di Jerman. Bunda Corla juga menerima tantangan unik dari selebriti lainnya untuk berjoget dan bernyanyi. Hal yang membuat Bunda Corla menjadi unik menurut informan EH adalah makian-makian kasar tapi lucu yang tidak dibuat-buat. Karakter asli bisa *ngoceh-ngoceh*, marah-marah, bernyanyi dan joget bisa membuat penonton geleng-geleng dan senyum-senyum.

Menurut EH, Bunda Corla cenderung suka memberikan nasihat yang positif ke penggemarnya dengan bahasa kasar tetapi mengena dan tidak membuat tersinggung pengikutnya. Hal tersebut membuat Bunda Corla semakin terlihat natural dan tidak dibuat-buat, sehingga dapat mewakili sosok para penggemar dari berbagai kalangan. Walau kemudian Bunda Corla agak berubah setelah dia melakukan operasi plastik dan pulang ke Indonesia. Bunda Corla bergaya layaknya selebriti pada umumnya, membuat simpati ke Bunda Corla menurun.

Pada sisi lain, situasi emosional juga membuat simpati pada Bunda Corla yang hidup sendiri di apartemen kecil dan bekerja di resto cepet saji di Jerman. Dia adalah representasi imigran yang hidup di negara maju sebagai pekerja level bawah.

Informan EH merasa terhibur setiap melihat tayangan *live* Bunda Corla dan merasa dekat dengan keseharian Bunda Corla di rumahnya, baik saat sedang memasak, bahkan ketika Bunda Corla tidur dan melakukan *live*. Bunda Corla terlihat sangat natural.

Menurut informan ketiga, FR, konten yang paling tinggi ditonton penggemar adalah saat Bunda Corla bernyanyi dangdut sambil berjoget. Konten itu sangat menarik dan menghibur. Bunda Corla adalah orang yang sangat polos, apa adanya, tidak dibuat-buat, jujur dan semua sikapnya sangat natural. Karakter Bunda Corla yang polos dan natural tersebut membuat para penggemarnya kagum, karena pada umumnya para publik figur selalu menjaga citra, menampilkan hal-hal yang positif atau pamer barang-barang mahal. Hal itu berbeda dengan Bunda Corla, bahkan dengan baju yang lusuh rambut yang berantakan, dia santai tampil di Instagram sembari merokok dan merespon para penggemarnya yang terkadang memancing emosi Bunda Corla.

Dari pengamatan FR, Bunda Corla selalu mendapatkan saweran tinggi saat bernyanyi dan berdendang. FR sering menyaksikan para *public figure* memberi *saweran* dengan nominal ratusan juta rupiah. Namun FR menyadari ada azas pemanfaatan dalam *saweran* itu, mereka yang menyawer juga ingin namanya dikenal dengan berempati kepada Bunda Corla. Inilah hiper realitas yang terjadi

Menurut AR, informan keempat, Bunda Corla *disawer* saat bernyanyi dan berjoget. Informan AR mengakui suara Bunda Corla cukup bagus saat menyanyi dangdut. Cengkoknya sudah seperti penyanyi dangdut profesional. AR melihat Bunda Corla adalah sosok yang sangat unik dan mengemaskan karena tingkahnya yang polos membuat orang semakin mengagumi sosok Bunda Corla yang lucu.

Informan AR mengatakan, emosi Bunda Corla sering berubah-ubah dalam satu waktu membuat tayangan *live* menjadi tidak membosankan, bahkan menurut AR dapat membuat ketagihan. Kalimat-kalimat yang sering dia lontarkan sering menjadi tren di kalangan anak-anak muda. Lagu-lagu lawas yang dibawakan Bunda Corla juga menjadi tren.

KESIMPULAN

Konten yang membuat para penggemar sering mengeluarkan *saweran* adalah saat Bunda Corla bernyanyi sambil berjoget. Konten seperti itu sangat menghibur penggemar yang haus hiburan. Tidak hanya konten berjoget dan bernyanyi, penggemar Bunda Corla, juga terhibur dengan celotehan Bunda Corla yang blak-blakan.

Sikap Bunda Corla yang selalu tampil apa adanya membuat dirinya semakin disukai oleh para penggemar. Bahkan tidak jarang Bunda Corla menangis saat *live streaming*, menceritakan masa lalu hidupnya. Dia juga sering meluapkan amarahnya tatkala Netizen mencibirnya dalam berbagai hal. Keunikan dan tingkah lakunya yang beragam itu membuat para penggemar tidak bosan menyaksikan *live* Instagramnya.

Penggemar Bunda Corla saat ini mencapai 5,5 juta. Bunda Corla memiliki tingkat *engagement* yang tinggi dengan para penggemarnya. Acara *live streaming* membuat kedekatan emosional semakin terbangun. Banyak penggemar yang mengikuti *live streaming*nya dia tanggap. Ada beberapa hal yang membuat para penggemar berempati sehingga sampai rela mengeluarkan uang ratusan juta *menyawer* Bunda Corla. Penggemar yang memberikan *saweran* ini memiliki tujuan untuk mendapatkan *exposure* maupun ingin membentuk citra yang baik di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, M. S., & Nugraha, A. R. (2022). Penggunaan Instagram Live BeritaBaik. Id dalam Program Bicara Baik. *Lugas Jurnal Komunikasi*, 6(1), 1–15. <https://ojs.stiami.ac.id>
- Cohen, J. (2014). Mediated Relationships and Social Life: Current Research on Fandom, Parasocial Relationships, and Identification. *Media and Social Life*, 142–156. <https://doi.org/10.4324/9781315794174-10>
- Giles, D. C. (2010). *Parasocial Relationships*. <http://www.leakylounge.com>
- Hartmann, T., & Goldhoorn, C. (2011). Horton and Wohl Revisited: Exploring Viewers' Experience of Parasocial Interaction. *Journal of Communication*, 61(6), 1104–1121. <https://doi.org/10.1111/J.1460-2466.2011.01595.X>
- Hills, M. (2003). Fan Cultures. *Fan Cultures*, 1–207. <https://doi.org/10.4324/9780203361337/fan-cultures-matthew-hills>
- Instagram. (2023). *About Instagram | Instagram Help Center*. <https://help.instagram.com/424737657584573>
- KBBI Online. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. Retrieved January 15, 2023, from <https://kbbi.web.id/sawer>

- Kharin Herbawani, C., Geraldine Ruthin, Z., Ramadhania, L., Magdalena Natalia Situmeang, A., Qoulan Karima, U., Studi Kesehatan Masyarakat, P., Veteran Jakarta, U., Studi Kesehatan Masyarakat, P., & Syarif Hidayatullah Jakarta, U. (2021). Pemanfaatan Instagram Live sebagai Sarana Edukasi Kesehatan Masyarakat di masa Pandemi COVID-19 Article Info. *Jurnal Warta LPM*, 24(2), 196–206. <http://journals.ums.ac.id/index.php/warta>
- Laken, A. R. (2009). *Parasocial relationships with celebrities: An illusion of intimacy Parasocial relationships with celebrities: An illusion of intimacy with mediated friends with mediated friends*. <https://doi.org/10.34917/2307944>
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology*, 10(1), 17–32. <https://doi.org/10.1348/135910704X15257>
- Manusov, V. Lynn., & Harvey, J. H. (2001). *Attribution, communication behavior, and close relationships* (p. 383). Cambridge University Press.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *Mcquail's Media & Mass Communication Theory*.
- Pikiran Rakyat. (2022). *Siapa Bunda Corla? Simak Profil Singkatnya Berikut*. <https://www.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-015850272/siapa-bunda-corla-simak-profil-singkatnya-berikut>
- Sofyan, M. A. (2018). Sawer: Simbol Komunikasi Kultural Penyanyi dan Penonton. *Manhaj: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 6(3). <https://doi.org/10.1161/MHJ.V5I3.731>
- Suara.com. (2022). *Intip 10 Artis Indonesia Punya Pengikut Instagram Terbanyak 2022*. Suara.Com. <https://www.suara.com/tekno/2022/05/06/110412/intip-10-artis-indonesia-punya-pengikut-instagram-terbanyak-2022>
- We Are Social, & Kepios. (2022). *Digital 2022: Indonesia - DataReportal – Global Digital Insights*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>