



GIMMICK MARKETING PADA CHANNEL YOUTUBE
WINDAH BASUDARA

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Ahmad Dani Saragih

41182037200076

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI

2024 M / 1446 H

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Peneliti menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Gimmick Marketing Pada Channel YouTube Windah Basudara*" disusun untuk syarat memperoleh gelar sarjana. Skripsi ini merupakan karya tulis peneliti sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penelitian yang peneliti kutip dan hasil karya orang lain, telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma-norma, kaidah dan etika penelitian ilmiah. Peneliti bersedia menerima sanksi yaitu pencabutan gelar akademik yang peneliti peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Senin, 5 Juli 2024



Ahmad Dani Saragih

41182037200076

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : *Gimmick Marketing Pada Channel YouTube Windah Basudara*
Diajukan Oleh : Ahmad Dani Saragih
NPM : 41182037200076
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Jurnalistik
Fakultas : Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi.

Bekasi, 5 Juli 2024

**MENGETAHUI,
KETUA PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI**



Winda Primasari S.Hum., M.Si
NRP:45.1.01.02.2012.016

**MENGESAHKAN,
DOSEN PEMBIMBING
SKRIPSI**



Saepudin, S.S., M.Soc., Sc
NRP: 45.1.01.11.2011.031

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

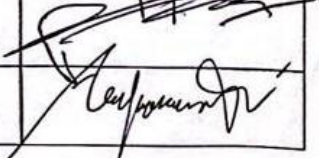
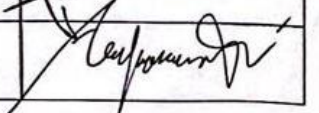
Skripsi yang berjudul:

"Gimmick Marketing Pada Channel YouTube Windah Basudara"

Telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji Skripsi pada:

Hari : Jumat
 Tanggal : 12 Juli 2024
 Waktu : 09.00 - 10.00 WIB
 Oleh
 Nama : Ahmad Dani Saragih
 NPM : 41182037200076
 Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Ket	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Siti Khadijah, M.Si.	
Penguji 1	Miftakhudin, M.I.Kom.	
Penguji 2	Saepudin, M.Soc., Sc.	

Bekasi, 29 Juli 2024

Mengesahkan
 Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra
 dan Bahasa



Dr. Nuryadi, M.Hum
 NRP: 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,
 Ketua Program Studi Ilmu
 Komunikasi


Winda Primasari, M.Si
 NRP: 45.1.01.02.2012.016

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa
2024

Ahmad Dani Saragih / 41182037200076

“Gimmick Marketing Pada Channel YouTube Windah Basudara”

Dibawah bimbingan Bapak Saepudin

(166 halaman + xvii halaman), (4 tabel), (64 gambar), (12 lampiran).

Dalam era digital dan kemajuan teknologi, YouTube telah menjadi platform utama bagi para kreator konten untuk berbagi ide, kreativitas, dan pengalaman mereka dengan audiens. Salah satu aspek yang krusial dalam kesuksesan sebuah channel YouTube adalah kemampuan untuk menarik perhatian penonton, dan ditengah persaingan yang ketat strategi pemasaran yang unik seperti penggunaan gimmick menjadi semakin penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan dari unsur-unsur gimmick marketing pada Channel YouTube Windah Basudara. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Data dari penelitian ini diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini adalah tidak semua video yang diunggah oleh Windah Basudara terdapat semua unsur pesan dari gimmick marketing. Contohnya pada video pertama hanya terdapat tiga unsur gimmick marketing. Unsur gimmick marketing yang paling berkesan pada sebagian besar penonton adalah one shot game, karena unsur gimmick ini membuat Windah melakukan gimmick dengan persiapan yang cukup. Penelitian ini semoga memberikan manfaat bagi rujukan dan pengembangan penelitian gimmick marketing selanjutnya.

Kata Kunci: Gimik, Pemasaran Gimik, Windah Basudara, YouTube

ABSTRACT

Islamic University 45 Bekasi

Communication Science Study Program

Faculty of Communication, Letters and languages

2024

Ahmad Dani Saragih / 41182037200076

“Marketing Gimmick on Windah Basudara YouTube Channel”

Under the guidance of Mr. Saepudin

(166 pages + xvii pages), (4 tables), (64 figures), (12 attachments).

In the digital age and technological advancements, YouTube has become a major platform for content creators to share their ideas, creativity, and experiences with audiences. One crucial aspect in the success of a YouTube channel is the ability to capture the attention of the audience, and amidst intense competition unique marketing strategies such as the use of gimmicks are becoming increasingly important. This study aims to determine the message of the elements of gimmick marketing on the Windah Basudara YouTube Channel. The research method used is descriptive qualitative. Data from this study were obtained through observation, documentation, and in-depth interviews. Videos uploaded by Windah Basudara contain all the message elements of gimmick marketing. The most memorable element of gimmick marketing for most viewers is the one shot game, because this gimmick element makes Windah do the gimmick with sufficient preparation. This research may provide benefits for the reference and development of further marketing gimmick research.

Keyword: *Gimmick, Gimmick Marketing, Windah Basudara, YouTube*

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul “*Gimmick Marketing Pada Channel YouTube Windah Basudara*”.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa. Peneliti menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu wa ta'ala, selaku pemilik kehidupan
2. Kedua orang tua yang senantiasa mengirimkan doa yang tak henti, semangat, serta dukungan moril maupun materil untuk peneliti.
3. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Winda Primasari, S.Hum., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi.
5. Bapak Saepudin, M. Soc., Sc. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan masukan dan kontribusi berharga dalam membimbing peneliti saat penyusunan hingga skripsi selesai.
6. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada para dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi, yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama masa perkuliahan.
7. Brando Franco Windah selaku orang yang sangat menginspirasi peneliti untuk menjalani kehidupan dan orang yang selalu peneliti tunggu *live streamingnya* dikala peneliti merasa senang maupun ketika sedih.
8. Irfan Ananda Setiawan selaku *Head of Marketing & Public Relations Storytale Studio* yang sekaligus menjadi Key Informan yang sudah banyak memberi bantuan kepada peneliti.

9. Teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi angkatan 2020 khususnya Rivaldy Hadyandra, Muhammad Riski, Muhamad Rasyid Ridho, Dimas Eka Kushayandi dan lainnya yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan masukan dan dukungan ke peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
10. Para staf tata usaha FKSB Universitas Islam 45 Bekasi yang telah membantu peneliti dalam proses administrasi skripsi.
11. Jerih payah yang tak ternilai ini akan menjadi motivasi bagi peneliti di masa yang akan datang.

Peneliti mengakui bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan kedepannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan dan masa depan peneliti.

Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, 16 Januari 2024

Penulis,



Ahmad Dani Saragih

41182037200076

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR ISTILAH.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Penelitian Oleh Imran Rosyadi, Sumardi, Erniwati. Yang Berjudul “Penggunaan Siaran Langsung (<i>Live</i>) Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Pada Toko <i>Online Qiqah Shop</i> Di Makassar)” (2023).....	11
2.1.2 Penelitian oleh Daffy Al Farisi dan Gregorius Genep Sukendro. Yang berjudul “Analisis <i>Personal Branding</i> di Media Sosial (Studi Kasus pada <i>Channel YouTube</i> Windah Basudara)” (2023).	12
2.1.3 Penelitian oleh Nafis Dwi Hermawan dan Jokhanan Kristiyono. Yang berjudul “Analisis Komunikasi Interaktif Brando Franco dengan Penontonnya dalam <i>Live Streaming</i> di Kanal <i>YouTube</i> Windah Basudara” (2023).	12
2.1.4 Penelitian oleh Nida Nabila Putria, Resita Novia Rizal, Tiara Gitta Pramestic. Yang berjudul “ <i>Social Media Marketing Analysis</i>	

	<i>Bittersweet by Najla X Emil Mario in Promoting Lip Dessert Box</i> (2022).....	13
2.1.5	Penelitian oleh Julian Kristiantoro dan Reni Nuraeni. Yang berjudul “ <i>The Effect of the Windah Basudara YouTube Channel on Fulfilling Game Information Needs</i> ” (2023).....	13
2.1.6	Penelitian oleh Dr Michael Gerlich. Yang berjudul “ <i>The Power of Personal Connections in Micro-Influencer Marketing: A Study on Consumer Behaviour and the Impact of Micro-Influencers</i> ” (2023).	14
2.1.7	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	15
2.2	Kerangka Teori	18
2.2.1	<i>Gimmick Marketing</i>	18
2.2.2	Media Sosial.....	23
2.2.3	<i>YouTube</i>	26
2.2.4	Konten.....	31
2.3	Kerangka Pemikiran	33
	BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1	Jenis Penelitian	35
3.2	Unit Analisis	36
3.2.1	Key Informan	36
3.2.2	Informan.....	37
3.3	Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1	Data Primer.....	41
3.3.2	Data Sekunder.....	43
3.4	Definisi Konseptual	43
3.5	Teknik Analisis Data.....	44
3.6	Keabsahan Data	45
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1	Sejarah Singkat Aplikasi <i>YouTube</i>	47
4.1.2	Biografi Windah Basudara.....	48
4.2	Hasil Penelitian.....	50
4.2.1	Strategi Windah Basudara Dalam Menciptakan Pasar Dengan <i>Gimmick Marketing</i>	50
4.2.2	Analisis Video Windah Basudara Yang Mengandung Unsur <i>Gimmick Marketing</i>	55

4.2.3 Unsur <i>Gimmick Marketing</i> Yang Paling Berkesan	110
4.3 Pembahasan	111
4.3.1 Unsur <i>Gimmick</i> Yang Dominan dan Minim Digunakan Pada Penelitian	118
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	121
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Windah Basudara dengan YouTuber <i>game</i> lainnya.....	7
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	15
Tabel 4.1 <i>Live streaming</i> yang terdapat <i>gimmick marketing</i>	55
Tabel 4.2 Pembahasan pesan dari unsur <i>gimmick marketing</i> pada 13 konten	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh Gimmick Marketing Pada Akun บ้านกูเอง	3
Gambar 1.2 Contoh Gimmick Marketing Pada Akun @myhobbytown	4
Gambar 1.3 Windah Basudara sedang memainkan game Bus Simulator Indonesia	4
Gambar 1.4 Awal mula kedatangan Rana sebagai karakter Anisa di dalam game..	5
Gambar 1.5 Ucapan terima kasih Windah dan beberapa anak kecil pada Anisa karena sudah diperbolehkan naik ke busnya.	6
Gambar 2.1 Prinsip gimmick marketing	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian	34
Gambar 3.1 Irfan pada postingan Instagram Storytale	36
Gambar 4.1 Logo Aplikasi YouTube	47
Gambar 4.2 Winndah Basudara saat mendapatkan Silver Play Button	48
Gambar 4.3 Pengumuman Windah menjadi Brand Ambassador Team RRQ	49
Gambar 4.4 Gimmick Promosi tempat Top up @lapakgaming saat memainkan game Black Clover M	58
Gambar 4.5 Gimmick Promosi server discord komunitas @motionime	59
Gambar 4.6 Windah mengunjungi desa JKT48 di server <i>minecraft</i> nusantara batu.	61
Gambar 4.7 Windah mengunjungi theater JKT48 dengan view yang lebih luas. .	61
Gambar 4.8 Windah berada di dalam theater JKT48 yang terdapat show setlish cara meminum ramune (Ramune no Nomikata)	62
Gambar 4.9 Awal munculnya gimmick dengan menghadirkan badut doraemon .	65
Gambar 4.10 Kemunculan Cendy menggunakan kostum <i>doraemon</i> yang penonton kira roster terbaru Team RRQ	65
Gambar 4.11 Kemunculan pria misterius dari portal dimensi lain	66
Gambar 4.12 Pria misterius tadi memamerkan jersey team RRQ	66
Gambar 4.13 Pria misterius tadi mengungkapkan identitasnya	67
Gambar 4.14 Roster terbaru muncul dari kamar mandi	68
Gambar 4.15 Windah menunjukan akun instagram Octa	68
Gambar 4.16 Munculnya Amanda, salah satu member grup idol JKT48	69
Gambar 4.17 Octa, Amanda dan lainnya bermain game <i>mobile legend</i>	70
Gambar 4.18 Amanda, Windah dan Cendy menari dengan lagu fortune cookie ..	70
Gambar 4.19 Windah mendapatkan panggilan telepon dari Mary	73
Gambar 4.20 Sejarah boneka hantu Mary di televisi	73
Gambar 4.21 Sejarah telepon misterius di televisi	74
Gambar 4.22 Windah mendapatkan panggilan misterius di iPadnya	74
Gambar 4.23 Gimmick boneka Mary datang ke live Windah	75
Gambar 4.24 Gimmick boneka Mary membunuh Windah	75
Gambar 4.25 Gimmick YouTuber @NightID yang sedang bermain game	77
Gambar 4.26 Gimmick YouTuber @BeaconCream yang sedang bermain game .	78
Gambar 4.27 Gimmick YouTuber @ChumKevin yang sedang bermain game	78
Gambar 4.28 Game <i>Livetopia:Party</i> menjadi game terlaris no 1	79
Gambar 4.29 Cendy ingin memulai game menggunakan stick biasa	81

Gambar 4.30 Windah memulai <i>game</i> menggunakan arcade xbox agar terlihat seperti <i>pro payer</i> tekken.....	81
Gambar 4.31 Windah menandatangani stick ketika <i>game</i> sudah tamat	82
Gambar 4.32 Gimmick Promosi tempat top up @lapakgaming saat memainkan <i>game</i> fc mobile.....	84
Gambar 4.33 Gimmick Promosi tempat top up @Windahtopupstore saat memainkan <i>game</i> FC Mobile.....	85
Gambar 4.34 Gimmick Promosi server discord komunitas @motionime	86
Gambar 4.35 Gimmick menulis nama supaya gacha bagus.....	86
Gambar 4.36 Gimmick Promosi tempat top up @lapakgaming saat memainkan <i>game</i> eFootball 2024.....	89
Gambar 4.37 Gimmick salah akun mencari <i>pro payer</i> eFootball	89
Gambar 4.38 Gimmick memberi komentar ucapan selamat.....	90
Gambar 4.39 Akun instagram Rizky Faidan	90
Gambar 4.40 Rizky Faidan memenagkan kejuaraan di PES asia champion 2019	91
Gambar 4.41 Rizky dan tim memenagkan juara 1 <i>eFootball</i> di Qatar	91
Gambar 4.42 Windah memakai rompi lion parcel	94
Gambar 4.43 Windah memakai artibut lengkap layaknya ojek online	94
Gambar 4.44 Kedatangan kurir lion parcel saat <i>live</i> streaming	97
Gambar 4.45 Kurir meminta foto bersama Windah Basudara	97
Gambar 4.46 Gimmick dibunuh oleh doppelganger.....	99
Gambar 4.47 Doppelganger Windah Basudara.....	100
Gambar 4.48 Awal mula Windah akan mengirimkan gift ke 3 orang yang sudah main bersamanya	103
Gambar 4.49 Windah melakukan gimmick untuk memberikan bundle kepada 3 orang tetapi malah mengirim 9 set bundle.....	103
Gambar 4.50 Windah senang karena status bundle telah terkirim	103
Gambar 4.51 Windah gimmick baru sadar kalau mengirim 9 bundle yang menghabiskan 8920 diamond	104
Gambar 4.52 Windah melihat berapa harga 8920 diamond dan melakukan voting pada <i>live</i> chat untuk minta dikembalikan atau ikhlas	104
Gambar 4.53 free fire berbagi donasi dari event yang ada didalam <i>game</i> untuk panti asuhan di Bogor	105
Gambar 4.54 Windah dikejar oleh ao onii dengan grafik pixel	107
Gambar 4.55 Gimmick lupa mematikan stream dan Windah melihat trailer <i>game</i> Absolute Fear ao onii	108
Gambar 4.56 <i>Gimmick</i> tidak mau memainkan <i>game</i> <i>absolute fear</i> ao oni karena terlalu menyeramkan.....	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian.....	124
Lampiran 2 Lembar Catatan Bimbingan.....	125
Lampiran 3 Cek Hasil Turnitin	127
Lampiran 4 Hasil Wawancara Key Informan.....	128
Lampiran 5 Hasil Wawancara Informan 1 (Penonton).....	136
Lampiran 6 Hasil Wawancara Informan 2 (Penonton).....	140
Lampiran 7 Hasil Wawancara Informan 3 (Penonton).....	143
Lampiran 8 Hasil Wawancara Informan 4 (Penonton).....	146
Lampiran 9 Hasil Wawancara Informan 5 (Penonton).....	150
Lampiran 10 Hasil Wawancara Informan 6 (Penonton).....	153
Lampiran 11 Hasil Wawancara Informan 7 (Pengamat game)	156
Lampiran 12 Hasil Wawancara Informan 8 (Pengamat game)	163

DAFTAR ISTILAH

<i>Anime</i>	Animasi atau kartun yang berasal dari Jepang, yang biasanya memiliki gaya visual dan cerita yang khas.
<i>Arcade Stick</i>	Kontroler yang menyerupai <i>stik arcade</i> , digunakan terutama untuk permainan video <i>fighting</i> dan <i>arcade</i> untuk pengalaman bermain yang lebih autentik.
Cara Meminum Ramune	Merupakan salah satu judul <i>setlist</i> yg telah dibawakan perdana oleh JKT48 <i>Team KIII</i> pada Minggu, 15 November 2020. <i>Setlist</i> ini sendiri merupakan <i>setlist</i> original pertama SKE48 <i>Team KII</i> .
<i>Cosplay</i>	Kependekan dari " <i>costume play</i> ", di mana seseorang berdandan dan berperan sebagai karakter dari <i>anime</i> , manga, permainan video, film, atau media lainnya.
<i>Discord</i>	Aplikasi komunikasi gratis yang digunakan terutama oleh komunitas pemain untuk berbicara, mengirim pesan, dan berkolaborasi secara online.
Evolusi	Evolusi adalah perubahan secara perlahan-lahan dan bertahap yang berlangsung dalam waktu sangat lama.
<i>Gacha</i>	Sistem undian dalam permainan video di mana pemain dapat memperoleh item acak dengan menggunakan mata uang dalam permainan atau mata uang nyata.
Item	Objek atau benda yang dapat dikumpulkan atau digunakan oleh pemain dalam permainan video.
JKT48	Grup idola perempuan Indonesia yang merupakan bagian dari grup idola Jepang AKB48. JKT48 berbasis di Jakarta.
Meme	Ide, perilaku, atau gaya yang menyebar dari satu orang ke orang lain dalam suatu budaya, seringkali dalam bentuk gambar atau video lucu yang viral di internet.
<i>Member</i>	Anggota dari suatu grup, komunitas, atau organisasi.

<i>Mid Laner</i>	Posisi atau peran dalam permainan video genre MOBA (<i>Multiplayer Online Battle Arena</i>), seperti Dota 2 atau <i>Mobile Legends</i> , yang bermain di jalur tengah (<i>mid lane</i>).
<i>Moderator</i>	Orang yang bertugas mengawasi dan mengatur diskusi atau aktivitas di platform online untuk memastikan interaksi yang sesuai dan menjaga ketertiban.
<i>Motion ime</i>	<i>Motion ime</i> adalah komunitas yang dibentuk oleh <i>YouTuber</i> Windah Basudara dan aktif pada platform <i>discord</i> .
<i>Role</i>	Peran atau fungsi yang dimainkan oleh seseorang dalam suatu konteks, seperti dalam permainan atau pekerjaan.
<i>Saweria</i>	<i>Saweria</i> merupakan platform yang menyediakan wadah agar para penggemar atau penikmat karyamu bisa menyalurkan donasi untukmu.
<i>Setlist</i>	<i>Setlist</i> merupakan kumpulan lagu yang ditampilkan <i>member</i> JKT48 dan biasanya berisi 12-16 lagu.
<i>Server</i>	<i>Server</i> adalah komputer atau sistem yang menjalankan perangkat lunak. <i>Server</i> ini memungkinkan pemain untuk terhubung dan bermain bersama dalam satu dunia Minecraft.
<i>Theater</i>	Tempat di mana pertunjukan drama, film, atau acara lainnya ditampilkan di depan penonton.
<i>Top Up</i>	Istilah yang digunakan untuk menambahkan saldo atau kredit pada akun pengguna dalam permainan atau layanan digital lainnya.
<i>VTuber</i>	Singkatan dari " <i>Virtual YouTuber</i> ", yaitu pembuat konten yang menggunakan avatar digital yang digerakkan menggunakan teknologi animasi.

Bukti Bebas Plagiasi

Skripsi Dani

ORIGINALITY REPORT

25%	24%	6%	11%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	3%
2	arthavidya.wisnuwardhana.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	1%
4	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
5	mxtube.live Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Student Paper	1%
7	teamrrq.com Internet Source	1%
8	journal.untar.ac.id Internet Source	1%
9	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1%