

NAME OF WARKOP NAMES IN KESAMBEN AREA (A SEMANTIC STUDY)

by Eva Eri Dia

Submission date: 16-Mar-2024 08:27AM (UTC+0700)

Submission ID: 2321639286

File name: pada_Nama_Warkop_di_Kawasan_Kesamben_Sebuah_Kajian_Semantik.pdf (1.25M)

Word count: 2955

Character count: 18059



NAME OF WARKOP NAMES IN KESAMBEN AREA (A SEMANTIC STUDY)

PENAMAAN PADA NAMA WARKOP DI KAWASAN KESAMBEN (SEBUAH KAJIAN SEMANTIK)

Eva Eri Dia¹, Windhi Tri Anggari², Aang Fatihul Islam³
STKIP PGRI Jombang

Email: 1evaeridia@gmail.com , 2triawindhi24@gmail.com,
3aang.stkipjb@gmail.com

DOI: 10.32682/sastronesia.v%ovi%i.2395

URL: <https://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/sastra/article/view/2395>

Abstrak

Nama bisa dikatakan sebagai sebuah harapan, oleh sebab itu setiap orang tidak akan sembarangan dalam memberikan nama-nama tertentu untuk melabeli sesuatu. Hal ini terlihat pada penamaan nama dari sebuah usaha atau bisnis, salah satunya terlihat dari nama Warkop yang ada di Kawasan Kesamben. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 8 warkop yang berada di Kawasan Kesamben yang mempunyai nama unik. Data kemudian diaalisis sesuai dengan kajian semantik dan tentunya hal yang melatarbelakangi penamaan warkop. Hasil penelitian menunjukkan Nama dalam dunia usaha menjadi salah satu sarana promosi dan daya tarik bagi calon konsumen. Nama-nama muncul dari kehidupan manusia yang beragam. Nama merupakan dari kata untuk menyebut tempat, binatang dan makanan.

kata kunci : semantik, makna, penamaan

abstract

Names can be said to be a hope, therefore anyone will not be careless in giving certain names to label something. This can be seen in the naming of the name of a business or business, one of which can be seen from the name of the Warkop in the Kesamben Area. The method used in this research is descriptive qualitative. In this study, researchers used 8 warkop located in the Kesamben area which have unique names. The data is then analyzed according to the semantic study and of course the things behind the naming of the warkop. The results showed that the name in the business world became a means of promotion and



¹ This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2018 by author and STKIP PGRI Jombang

attraction for potential consumers. Names emerge from the diverse lives of humans. The name is from the words to mention places, animals and food.

keywords: semantics, meaning, naming

Pendahuluan

Bahasa merupakan unsur penting dalam kehidupan manusia. Bahasa merupakan lambang bunyi yang bersifat arbitrer dan bahasa juga bagian dari nama. Bahasa memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia, karena bahasa merupakan alat untuk menyampaikan gagasan, pikiran dan perasaan. Bahasa adalah alat komunikasi yang digunakan oleh manusia untuk berinteraksi dengan manusia lain, baik dengan menggunakan tanda maupun simbol yang lain.

Semantik adalah ilmu tentang makna kata, pengetahuan mengenai seluk-beluk dan pergeseran arti kata-kata". Dengan kata lain, Semantik adalah cabang ilmu bahasa yang mengkaji tentang makna kata dan perubahannya. Perubahan yang dimaksud adalah perubahan makna yang terjadi sewaktu kata tersebut ditempatkan di dalam kalimat. Semantik merupakan bagian dari ilmu linguistik. Pada awal perkembangannya dikenal aliran linguistik tradisional. Aliran ini berpendapat bahwa bahasa yang bisa dipelajari yaitu bahasa yang bersifat empiris (dapat dibuktikan kebenarannya).

Penamaan dan pendefinisian adalah dua proses perlambangan suatu konsep untuk mengacu kepada suatu referen yang berada yang di luar bahasa. Kedua proses itu walaupun banyak kesamaannya tapi juga banyak perbedaannya. Penamaan atau pemberian nama adalah soal konvensi atau perjanjian belaka di antara sesama anggota satu masyarakat bahasa (Aristoteles). Menurut Sudaryat (2008: 59) proses penamaan berkaitan dengan acuannya. Penamaan bersifat arbitrer dan konvensional. Konvensional berdasarkan kebiasaan masyarakat pemakainya sedangkan arbitrer kemauan masyarakat pemakainya.

Dunia ini penuh dengan nama-nama yang dirikan oleh manusia, tidak hanya memberi nama tetap juga memberi makna. Nama adalah bagian dari kata-kata yang menjadikan label pada makhluk hidup, benda, makanan, aktivitas, tempat, dan peristiwa (Djasudarma 2009:7). Menurut Plato (dalam Chaer, 1995:43) lambang adalah kata dalam suatu bahasa, sedangkan makna adalah objek yang dihayati dalam dunia nyata berupa rujukan acuan atau suatu yang ditunjuk oleh lambang itu. Lambang-lambang itu tidak lain adalah nama atau label dari yang dilambangkannya mungkin benda, konsep, aktivitas atau peristiwa.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan proses terjadinya penamaan, diantaranya berdasarkan peniruan bunyi, penyebutan bagian, penyebutan sifat khas, penemu dan pembuat, tempat asal, bahan, keserupaan, pemendekan dan penamaan baru. Namun Chaer (2009:44) dijabarkan menjadi delapan belas, yakni peniruan bunyi, penyebutan bagian, penyebutan sifat khas, penemu dan pembuat, tempat asal, bahan, keserupaan, pemendekan, penamaan baru, pengistilahan, dan pendefinisian pada sebuah nama.

Suatu nama diberikan tentu bukan tanpa alasan. Walaupun bahasa bersifat arbitrer (manasuka), namun sebab-sebab yang melatar belakangi nama masih dapat ditelusuri. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk menganalisis penamaan warung/kedai yang berada di Kesamben. Penemuan penamaan warung/kedai yang bervariasi menarik untuk dikaji. Penggunaan nama warkop yang unik dan kreatif di Wilayah Kesamben ini akan menjadi ciri khas pada kafe/kedai tersebut untuk menarik konsumen datang mencoba sajian menu yang ada didalamnya. Penelitian ini akan difokuskan pada penggunaan nama yang unik dan kreatif dari pemiliknya. Nama-nama warkop/kedai tersebut dapat dianalisis makna dan sebab yang melatarbelakanginya menggunakan kajian semantik.

Unik merupakan segala sesuatu yang sangat jarang dijumpai seseorang atau bisa dikatakan dengan suatu hal yang spesial, baik itu untuk dinyatakan pada seseorang, suatu bentuk, jenis dan hal sebagainya. Unik juga merupakan suatu hal yang khusus atau lain dari pada yang lain. saujana dan Wikanjanti (2012: 479) menyatakan bahwa unik merupakan suatu hal yang mempunyai jenis atau rupa yang beda dari pada yang lainnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Unik adalah tersendiri bentuk atau jenisnya; lain dari pada yang lain dan tidak ada persamaan dengan yang lain.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan, diantaranya: Amirullah (2017) dalam jurnal Sosiohumaniora volume 19 Nomor 01 yang berjudul "Penggunaan Nama Kota Sebagai Nama Domain Jakarta". Kusumaningtyas, Wibisono dan Kusnadi (2013) dalam jurnal Publika Budaya volume 01 Nomor 01 yang berjudul "Penggunaan Istilah Makanan dan Jajanan Tradisional pada Masyarakat di Kabupaten Banyuwangi Sebuah Kajian Etnolinguistik". Oktavianingsih(2019) dalam jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia volume 08 Nomor 02 yang berjudul "Keunikan Diksi yang Digunakan pada Nama-Nama Makanan Tradisional dan Modern". Riyani (2017) dalam Skripsi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang berjudul "Kajian Semantik Nama Panggilan Unik dan Menarik pada Siswa di Sekolah Dasar Negeri 1 Guniwang Kabupaten Wonosobo Tahun Pelajaran 2016-2017". Setiapani (2015) dalam Skripsi Bahasa

dan Sastra Indonesia Universitas Pendidikan Indonesia yang berjudul “ Fenomena Penggunaan Nama-Nama Unik pada Makanan di Bandung”. Sholehah (2015) dalam Skripsi Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Airlangga yang berjudul “Penamaan dan Makna Asosiatif pada Nama-Nama Kuliner Unik di Surabaya”. Simanjuntak (2019) dalam Skripsi Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Airlangga yang berjudul “Penggunaan dan Makna Nama Makanan Khas di wilayah Surabaya”. Erriva Aprillisa (2020) dalam Skripsi Bahasa dan Sastra Universitas Airlangga yang berjudul “Penggunaan Nama Unik Pada *Coffe Shop* Berdasarkan Kajian Semantik”. Windo Dicky Irawan (2020) pada **Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia** FKIP UMKO yang berjudul “Analisis Semantik pada Penamaan Diri Mahasiswa Diprogram Studi Pendidikan Jasmani Universitas Muhammadiyah Kotabumi”, Volume 18, No 1. Sementara Penelitian ini objeknya fokus pada kajian nama pada penamaan warkop yang ada di Kesamben Jombang.

3 Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian dengan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Menurut Rohmadi dan Nasucha (2017:24) pendekatan kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada data gabungan yang diperoleh dilapangan dalam wujud kata, frasa, klausa, kalimat, dan wacana. Sedangkan deskriptif sendiri adalah pendeskripsian atau penjelasan dari data yang sudah ditemukan. Jadi penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian dengan pengumpulan data berupa kata-kata dan gambar yang kemudian dijelaskan atau dideskripsikan sesuai dengan data yang sudah didapat.

Data Primer merupakan data yang diambil langsung tanpa perantara, dimana dalam penulisan ini data primer didapat langsung melalui observasi dan wawancara yang dilakukan langsung kepada pemilik tempat. Data Sekunder merupakan data yang diambil dengan perantara, dalam penulisan ini data diambil dari situs web dari internet, buku referensi dan dokumen yang berfungsi untuk melengkapi data primer.

Menurut Suharsimi, instrumen adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti ketika mengumpulkan data. Instrument yang digunakan dalam wawancara ini adalah :

- *Handphone*, yang menghasilka data berupa rekaman voice note.
- Laptop, yang digunakan untuk mencatat kembali jawaban dari narasumber.

No	Nama Warung/Warkop/Kedai	Nama Pemilik
1	W'Pengkol	Mas Doblek
2	Warkop Pasben	Pak Tarim
3	Kedai B&C	Mbak Ani
4	Warkop Pojok	Mbak Susi
5	Warkop SBB	Mas Ridho
6	Warkop Ayu	Mbak Ayu
7	Kedai M&E	Ibu Siti
8	Warkop Abilowo	Pak Abilowo

²⁶ Pengumpulan data pada penelitian tentunya dilakukan dengan observasi dan wawancara kepada pemilik warung/kedai yang ada di Daerah Kesamben secara virtual melalui aplikasi WA dan juga ada beberapa yang dilakukan secara langsung. Peneliti melakukan survei ke berbagai warkop/kedai yang ada di daerah Kesamben dan setelah itu barulah peneliti melakukan wawancara kepada pemilik tempat tersebut. Dalam hal ini, peneliti bertanya mengenai latar belakang dan asal usul penamaan pada warkop/kedai tersebut.

²⁰ Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan tabel analisis data sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan yaitu analisis penamaan pada nama warung/warkop/kedai. Data yang sudah dianalisis kemudian diklasifikasikan berdasarkan proses penamaan dalam semantik sebagai dasar utama. Selanjutnya dilakukan pendeskripsian menggunakan paparan yang dinyatakan menggunakan kalimat.

²³ Hasil dan Pembahasan

Hasil

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian kajian semantik analisis penamaan pada nama warung/warkop/kedai yang ada di kawasan kesamben didapatkan data sebagai berikut :

No	Nama Warung/Warkop/Kedai	Makna
1	W'Pengkol	Warung Pengger Kolam
2	Warkop Pasben	Warkop Pasar Kesamben
3	Kedai B&C	Kedai Bakso dan Cendol
4	Warkop WSBB	Warkop seblak bar-bar

5	Kedai M&E	M berarti makan, E berarti es
6	Warkop Pojok	Warkop yang berada di pojok jalan
7	Warkop Ayu	Ayu bisa bermakna nama orang, atau dalam bahasa Indonesia berarti Cantik
8	Warkop Abilowo	Abilowo berasal dari nama panggilan pemilik

Pembahasan

1. Proses Penamaan Berdasarkan Pemendekan

Menurut Chaer, (2013: 51) dalam perkembangan bahasa terakhir ini banyak kata dalam bahasa Indonesia yang terbentuk sebagai hasil penggabungan unsur-unsur huruf awal atau suku kata dari beberapa kata yang digabungkan menjadi satu. Sedangkan menurut Kridalaksana (2010: 161), bentuk-bentuk pemendekan meliputi: (1) singkatan, (2) penggalan, (3) akronim, (4) kontraksi, (5) dan, lambang huruf. Berdasarkan data yang dianalisis, sebanyak

Data 1

W'Pengkol (Warung Pengkol)



Berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara online, nama W'Pengkol berasal dari pemendekan lokasi tempat berdirinya warung itu sendiri. Dimana warung ini berdiri dipinggir kolam ikan. Jadi Pengkol merupakan pemendekan kata dari "Pengger Kolam", atau dalam bahasa Indonesia berarti "Pinggir Kolam". Gambar diatas adalah tata letak Warung Pengkol yang terletak dipinggir kolam ikan.

Data 2
Warkop Pasben



Berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara online, nama Warung Pasben berasal dari pemendekan lokasi tempat berdirinya warung itu sendiri. Dimana warung ini berdiri tepat diarea Pasar Kesamben. Jadi Pasben merupakan pemendekan kata dari "Pasar Kesamben".

Data 3
Kedai B&C



Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung, Kedai B&C ini berasal dari pemendekan kata Bakso dan Cendol. Menurut pemiliknya kedai ini diberi nama B&C agar tidak ada unsur persaingan, karena sudah banyak yang menjual bakso diderah Kesamben sendiri, maka untuk membedakan diberi nama B&C dengan tujuan untuk membedakan juga ada tambahan menu Cendol di dalam daftar menunya. Menu yang disajikan juga diberi nama unik, seperti Bakso Merona. Penamaan bakso merona ini terinspirasi dari warna isian bakso yang berwarna merah merona dari cabai, rasa bakso inipun sangat pedas.

Data 4
Warkop SBB

Nama SBB adalah pemendekan dari kata Seblak Bar-Bar. Sesuai dengan namanya, warkop ini tidak hanya menjual miunan saja, melainkan menjual Seblak pedas. Menu seblak yang dijual memiliki tingkat kepedasan yang sangat tinggi, anak zaman sekarang menyebutnya bar-bar maka seblak ini dinamakan seblak bar-bar. Nama seblak ini juga terinspirasi dari *youtuber* perempuan bernama Magdalena, dimana *youtuber* ini sangat menyukai makanan pedas dan disaat dia makan makanan yang pedas, dia selalu mengatakan "bar-bar".

Data 5
Kedai M&E

Nama kedai M&E berasal dari pemendekan kata, M yaitu makan dan E yaitu es. Jadi M&E adalah makan dan es. Sesuai dengan namanya, kedai M&E ini menjual makanan dan minuman. Menu yang disajikan juga diberi nama cukup unik, diantaranya ada seblak judes. Penamaan seblak judes ini sesuai dengan sifat khas atau rasa seblak itu sendiri, yaitu pedas. Layaknya omongan orang judes, pasti ada unsur pedas atau menyakitkan hati.

2. Proses Penamaan Berdasarkan Tempat Asal

Chaer (2013: 48) mengungkapkan bahwa sejumlah nama benda dapat ditelusuri berasal dari nama tempat asal benda tersebut. Penyebutan tempat asal adalah penamaan suatu benda berdasarkan nama tempat asal beda tersebut (Sudaryat, 2008:59). Jadi, penyebutan nama berdasarkan tempat asal adalah memperoleh nama atau sebutan berdasarkan tempat asal.

Data 6

Warkop Pojok

Sesuai dengan namanya, penamaan warkop Pojok ini berasal dari tepatnya, yaitu di pojok. Sebenarnya bukan dari nama daerah, melainkan letaknya yang berada di pojok jalan, tepat di tikungan pojok jalan. Warkop ini menjual miunan juga makanan. Warkop ini juga menyediakan fasilitas wifi, sehingga banyak juga yang datang untuk mengerjakan tugas ataupun diskusi.

3. Proses Penamaan Berdasarkan Penemu dan Pembuat

Sudaryat (2008:59) mengungkapkan bahwa penamaan berdasarkan penemu atau pembuat adalah penamaan suatu benda berdasarkan penemu, nama pabrik pembuatannya, atau nama dalam peristiwa sejarah.

Data 77

Warkop Ayu

Warkop Ayu ini tergolong dalam proses penamaan berdasarkan penemu dan pembuat, karena nama warkop ini diambil dari nama pemilik warung yaitu mbak Ayu. Mbak Ayu ini memberikan nama warkop Ayu dengan harapan rejeki yang mengalir dari usaha warkop ini Ayu seperti namanya. Ayu dalam bahasa Jawa dapat diartikan sebagai Cantik. Maksud dari mbak Ayu ini adalah rejeki yang mengalir itu cantik, yang maksudnya adalah lancar.

Data 8

Warkop Abilowo

Warkop Abilowo ini tergolong dalam proses penamaan berdasarkan nama pemilik dan pembuat, karena Abilowo ini adalah nama panggilan sang pemilik warkop. Nama ini diambil dari nama bapak Har, namun orang-orang disekitarnya memanggilnya Abilowo. Abilowo adalah tokoh wewayangan yang memiliki badan berwarna hitam dan gemuk. Karena

postur badan bapak Har yang mirip dengan tokoh wewayangan Abilowo, maka orang-rang sekitar memanggilnya dengan Abilowo. Warkop yang dimilikinya pun diberi nama Abilowo agar mudah dikenali oleh orang, dan karena orang-orang disekitar juga memanggilnya Abilowo. Warkop Abilowo ini menjual makanan-makanan murah dan minuman. Warkop ini juga buka setiap hari non stop atau buka 24 jam.

Simpulan

Masing-masing manusia bebas menggunakan bahasa untuk mengekspresikan gagasannya. Nama bagian dari kata-kata yang menjadikan label pada makhluk hidup, benda, makanan, aktivitas. Nama dalam dunia usaha menjadi salah satu sarana promosi dan daya tarik bagi calon konsumen. Nama-nama muncul dari kehidupan manusia yang beragam. Nama merupakan dari kata untuk menyebut tempat, binatang dan makanan. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa nama bagian dari label dunia usaha untuk menyebut tempat, binatang dan makanan. Setiap pedagang tentu memiliki latar belakang atau alasan dalam memberikan nama pada tempat dan makanan yang mereka tawarkan. Masing-masing pasti memiliki ciri khas dan disertai bagian-bagian yang ditonjolkan.

Pada penelitian ini peneliti menemukan beberapa Warkop yang memiliki nama unik. Peneliti menemukan 8 nama unik yang masing-masing sudah diklasifikasikan berdasarkan proses penamaannya. Ada 5 warkop yang proses penamaannya berdasarkan Pemendekan kata, diantaranya W'Pengkol, Warkop Pasben, Kedai B&C, Warkop WSBB, dan Kedai M&E. Kemudian ada 1 warkop yang proses penamaannya berdasarkan tempat asal, yaitu Warkop Pojok. Yang terakhir yaitu ada 2 warkop yang proses penamaannya berdasarkan nama pemilik dan pembuat yaitu Warkop Ayu dan Warkop Abilowo.

Rujukan

- Amirullah. (2017). Penggunaan Nama Kota Sebagai Nama Domain Jakarta. *Jurnal Sosiohumaniora*, Bandung. Universitas Padjajaran. volume 19 Nomor 01.
- Aprillisa, Erriva. (2020). *Penggunaan Nama Unik Pada Coffe Shop Berdasarkan Kajian Semantik*. Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Chaer, Abdul. (1995). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djajasudarma, Fatimah. (2008). *Semantik 1, makna leksikal dan Gramatikal*. Bandung : PT. Refika Aditama

- Irawan, Windo Dicky. (2020). Analisis Semantik pada Penamaan Diri Mahasiswa Diprogram Studi Pendidikan Jasmani Universitas Muhammadiyah Kotabumi. *Jurnal UMKO*. Kotabumi, Vol 18, No 1.
- Kusumaningtyas, Wibisono dan Kusnadi. (2013). Penggunaan Istilah Makanan dan Jajanan Tradisional pada Masyarakat di Kabupaten Banyuwangi Sebuah Kajian Etnolinguistik. *Jurnal Publika Budaya*, Jember, Universitas Negeri Jember, Volume 01 Nomor 01
- Resmini, Novi. (2012). *Unsur Semantik dan Jenis Makna*. Buku Elektronik
- Riyani. (2017). *Kajian Semantik Nama Panggilan Unik dan Menarik pada Siswa di Sekolah Dasar Negeri 1 Guniwang Kabupaten Wonosobo Tahun Pelajaran 2016-2017*. Skripsi. Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Setiapani. (2015). *Fenomena Penggunaan Nama-Nama Unik pada Makanan di Bandung*. Skripsi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sholehah. (2015). *Penamaan dan Makna Asosiatif pada Nama-Nama Kuliner Unik di Surabaya*. Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Simanjuntak. (2019). *Penggunaan dan Makna Nama Makanan Khas di Wilayah Surabaya*. Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Syafaat, Asep. (2012). *Penamaan dan Pendefinisian* (online) <http://syafaat-syifa.blogspot.com>, diakses, 02 November 2021
- Tantrapuan. (2009). *Penamaan, Pengistilahan dan Pendefinisian* (online) <http://tantrapuan.wordpress.com>, diakses, 02 November 2021

NAME OF WARKOP NAMES IN KESAMBEN AREA (A SEMANTIC STUDY)

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	pdfs.semanticscholar.org Internet Source	1%
2	www.pengadaan.web.id Internet Source	1%
3	ejournal.umpwr.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Islam Riau Student Paper	1%
5	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
6	journal.unj.ac.id Internet Source	1%
7	e-journal.undikma.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Bandung International School Student Paper	1%
9	ebooktake.in Internet Source	1%

10	buku-rahma-detail.blogspot.com Internet Source	1 %
11	iyosrosmana.wordpress.com Internet Source	1 %
12	jurnalbebasan.kemdikbud.go.id Internet Source	1 %
13	www.jurnal.ugj.ac.id Internet Source	1 %
14	alitjoule.blogspot.com Internet Source	1 %
15	repository.ptiq.ac.id Internet Source	1 %
16	Submitted to Universitas Jember Student Paper	1 %
17	repository.uinib.ac.id Internet Source	<1 %
18	classicalartmemestwitter741.blogspot.com Internet Source	<1 %
19	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	<1 %
20	eprints.umg.ac.id Internet Source	<1 %
21	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1 %

22

plohoeavto.ru

Internet Source

<1 %

23

Rahmi Meutia, Syardiansah Syardiansah.
"Strategi Peningkatan Volume Penjualan
Melalui Bauran Pemasaran Pada Langsa Town
Square", Jurnal Manajemen Motivasi, 2021

Publication

<1 %

24

pbsi.ump.ac.id

Internet Source

<1 %

25

Submitted to IAIN Kediri

Student Paper

<1 %

26

journal.uny.ac.id

Internet Source

<1 %

27

journalofethnicfoods.biomedcentral.com

Internet Source

<1 %

28

proceedings2.upi.edu

Internet Source

<1 %

29

Ahmad Riyadh U.B., Hendra Sukmana.
"MODEL REKRUTMEN POLITIK CALON
ANGGOTA LEGISLATIF OLEH PARTAI POLITIK
DI KABUPATEN SIDOARJO", JKMP (Jurnal
Kebijakan dan Manajemen Publik), 2015

Publication

<1 %

30

jos.unsoed.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On