

**PERSONAL BRANDING GUBERNUR NUSA TENGGARA TIMUR PADA
LAMAM VICTORYNEWS.ID
(ANALISIS FRAMING PAN & KOSICKI DALAM PEMBERITAAN
KUNJUNGAN KERJA DI DARATAN TIMOR PERIODE AGUSTUS 2022)**

Donna C.R. Lumba¹, Monika Wutun², Juan Ardiles Nafie³, Roky Konstantin Ara⁴
^{1,2,3,4} Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Nusa Cendana

ABSTRAK

Personal branding adalah suatu hal yang melekat pada diri manusia semenjak dilahirkan ke dunia yang akan membentuk reputasi seseorang. Analisis framing adalah model analisis yang digunakan untuk menganalisa proses bagaimana media mengkonstruksi realitas. Model analisis framing Pan dan Kosicki mendefinisikan bahwa framing adalah sebuah proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Dalam membangun personal branding seseorang, media juga memiliki peran penting didalamnya. Gubernur Nusa Tenggara Timur, Viktor Bungtilu Laiskodat memanfaatkan platform di laman victorynews.id untuk membangun personal brandingnya dimata masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan personal branding Viktor Bungtilu Laiskodat yang dilakukan pada laman victorynews.id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Analisis framing dilakukan dengan model analisis Pan dan Kosicki. Ada 4 struktur analisis dalam analisis framing Pan dan Kosicki, yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pbingkaian berita yang dilakukan oleh victorynews.id berhasil membentuk citra Viktor Bungtilu Laiskodat dengan baik. Viktor Bungtilu Laiskodat dicitrakan sebagai sosok yang sangat peduli dengan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat di daratan Timor. Saran bagi peneliti selanjutnya dapat mencari tahu mengenai pbingkaian berita untuk membangun personal branding yang baik melalui platform media online, dalam membangun personal branding selalu terus didasari kenyataan dalam kehidupan dengan berbagai aktivitas positif yang dapat memperkuat personal branding.

Kata Kunci: *Framing; Personal Branding; Media Online*

**PERSONAL BRANDING GOVERNOR OF EAST NUSA TENGGARA ON
THE VICTORYNEWS.ID PAGE (PAN & KOSICKI FRAMING ANALYSIS IN
REPORTING ON WORKING VISITS TO MAINLAND TIMOR AUGUST 2022
PERIOD)**

ABSTRACT

Personal branding is something that is inherent in humans since they were born into the world that will shape a person's reputation. Framing analysis is an analytical model used to analyze the process of how the media constructs reality. Pan and Kosicki's framing analysis model defines that framing is a process of making a message more prominent, placing information more than others so that the audience is more focused on the message. In building one's personal brand, the media also has an important role in it. The Governor of East Nusa Tenggara, Viktor Bungtilu Laiskodat took advantage of the platform on the victorynews.id page to build his personal branding in the eyes of the public. This study aims to describe the personal branding of Viktor Bungtilu Laiskodat which was carried out on the victorynews.id page. This study uses a qualitative approach. Framing analysis was carried out using the Pan and Kosicki analysis model. There are 4 analytical structures in Pan and Kosicki's framing analysis, namely syntax, script, thematic and rhetorical. The results of the study indicate that the news framing carried out by victorynews.id succeeded in forming the image of Viktor Bungtilu Laiskodat well. Viktor Bungtilu Laiskodat is portrayed as a person who really cares about the progress and welfare of the people on the mainland of Timor.

Keywords: *Framing, Personal Branding, Online Media*

Korespondensi: Donna C.R. Lumba. Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Undana. Jln. Adisucipto Penfui Kupang. Email: -

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya teknologi di berbagai bidang, salah satunya adalah komunikasi, hal ini membuat segala informasi maupun berita lebih mudah untuk didapatkan dan disebarluaskan. Media massa sangat berperan penting dalam kehidupan masyarakat, karena media massa mampu mengubah dan mempengaruhi cara pikir suatu kelompok. Media massa telah berfungsi secara efektif sebagai penyampai informasi, menjadikan salah satu penggerak di dalam perubahan masyarakat. Media massa dinilai memiliki kekuatan yang besar dalam menyebarkan pesan-pesan, melakukan sosialisasi dan membentuk anggapan informasi yang disampaikan kepada masyarakat. Media massa sendiri terdiri dari media cetak, media elektronik, dan media *online*.

Media juga bisa menjadi senjata ampuh untuk mencapai sebuah tujuan dari perseorangan atau suatu lembaga tertentu dengan menampilkan suatu citra yang baik kepada khalayak. Tidak hanya terus *update*, media online juga bisa menjadi fasilitator dalam berbagai hal. Dari sekedar mencari sanak pekerjaan atau barang dan jasa, sumber kabar berita, hingga menampilkan citra diri atau personal branding.

Media *online* menjadi medium pencarian berita yang tinggi. Media *online* menjadi media kedua setelah televisi sebagai sumber untuk akses berita bagi masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman saat ini yang membawa dampak terhadap kehidupan manusia dengan bisa mendapatkan informasi langsung melalui berbagai macam media, salah satunya adalah media *online*. Tercatat *user* atau 2 pengguna internet di Indonesia tahun 2014 menembus angka 107 juta (Hadad, 2014) dan terus meningkat hingga di tahun 2021 mencapai 73,7% atau 202,6 juta jiwa. Hal ini ada didalam laporan bertajuk “Digital 2021” yang dirilis oleh manajemen konten *HootSuite* dan agensi pemasaran *We Are Social*. Ini membuktikan bahwa pengguna internet akan terus naik setiap tahunnya seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Media membentuk kesadaran masyarakat sesuai dengan apa yang disajikan oleh media tersebut. Masyarakat dapat memilih berita apa saja yang sesuai dengan minatnya, namun tetap saja media yang mengarahkan apa saja yang dijadikan isu penting. Sumber berita dipandang bukan sebagai pihak yang netral yang memberikan informasi apa adanya dan juga mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi media dengan alasan

memenangkan opini publik dan memberi citra tertentu kepada khalayak.

Dalam menganalisa proses bagaimana media mengkonstruksi realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) biasanya menggunakan analisis framing. Esensinya adalah bagaimana suatu peristiwa dimaknai dan sebuah fakta diungkapkan dan ditulis dalam berita.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2012:42), paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variable yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang akan digunakan. Denzin dan Lincoln (2009:133) juga menjelaskan pengertian paradigma dalam sifat paradigma, paradigma sebagai sistem kepercayaan dasar yang didasarkan pada asumsi asumsi Ontologis, Epistemologis, dan Metodologis. Pada penelitian ini penulis menggunakan Paradigma konstruktivisme, Jenis penelitian kualitatif karena peneliti ingin melakukan riset dengan mengutamakan kualitas data dari fenomena-fenomena yang ditemukan peneliti langsung

di lapangan. Objek dalam penelitian ini adalah pemberitaan tentang kunjungan kerja Gubernur Nusa Tenggara Timur di daratan Timor yang dilaksanakan pada tanggal 1-31 Agustus 2022 di laman *Victorynews.id*. Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu melalui petunjuk umum dan dokumentasi dengan tahapan teknik analisis datanya yaitu pengolahan data, penyajian data, interpretasi data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Analisis pembedingkaian ini dilakukan Berdasarkan penelusuran peneliti di laman *Victorynews.id*, ada 33 berita yang dipublikasikan oleh *victorynews.id* pada periode Agustus 2022 yang berkaitan dengan Gubernur NTT tetapi berdasarkan topik yang dimaksud oleh peneliti yaitu dengan topik kunjungan kerja di daratan Timor khususnya kabupaten TTU sampai Belu dengan program kerja peningkatan kesejahteraan masyarakat, terdapat lima berita saja yang mengangkat topik tersebut. peneliti mengkategorikan lima berita dalam program kesejahteraan masyarakat sebagai acuan untuk penelitian ini. Hal tersebut dilakukan agar hasil yang di harapkan sesuai dengan tema penelitian yaitu personal

branding. Dengan analisis framing model Pan dan Kosicki serta di paparkan pada teori pengelolaan kesan oleh Erving Goffman, penelitian ini berusaha menelaah bagaimana peningkatan berita personal branding Viktor Bungtilu Laiskodat yang dilakukan victorynews.id, berikut hasil dari analisis yang dapat disajikan oleh peneliti.

Struktur	Perangkat Framing	Unit Yang Diamati
----------	-------------------	-------------------

<p>Sintaksis (Cara Wartawan Menyusun Acara)</p>	<p>1. Skema Berita</p>	<p>-Lead Berita Gubernur NTT Viktor Bungtilu Laiskodat berjanji untuk memberikan bantuan handtraktor kepada para petani.</p> <p>-Latar Belakang Minimnya alsiatan padahal lahan yang dimiliki sangat memadai.</p> <p>-Kutipan Paschal Seran, 8 Agustus 2022</p> <p>-Sumber Kabupaten TTU</p> <p>-Pernyataan "Luas lahan untuk budidaya selada air di sini sekitar 20 hektare. Tapi, yang diolah hanya sembilan hektare, sisanya menganggur, karena kami</p>
---	------------------------	---

		<p>kekurangan alat mesin pertanian, khususnya handtractor," ungkap Aleksander Nitjano, warga Popnam.</p> <p>-Penutup</p> <p>Selain itu, tempat pemasaran hasil pertanian terutama selada air juga perlu menjadi perhatian pemerintah, agar para petani dapat menjual hasil pertanian dengan harga yang layak</p>
--	--	--

<p>Retoris (cara wartawan menekankan fakta)</p>	<p>Leksikon Grafis Metafora</p>	
---	---	--

1. Berita : Gubernur NTT : Angka Kemiskinan NTT Turun Ratusan Ribu di2023, Ini Yang Akan Dilakukan (Kamis, 11 Agustus 2022)

Struktur	Perangkat Framing	Unit Yang Diamati
<p>Sintaksis (Cara Wartawan Menyusun Acara)</p>	<p>10. Skema Berita</p>	<p>Lead : <u>Gubernur NTT</u> Berkomitmen teguh untuk menurunkan <u>angka kemiskinan</u> di NTT.</p> <p>Latar Belakang : Gubernur akan melakukan kerja kolaboratif untuk terus menurunkan angka kemiskinan.</p> <p>Kutipan : Paschal Seran 11 Agustus 2022 Sumber : Atambua</p> <p>Pernyataan : <u>Gubernur NTT</u> Berkomitmen teguh untuk menurunkan <u>angka kemiskinan</u> di NTT.</p> <p>Dia menargetkan <u>angka kemiskinan</u> di NTT yang saat ini mencapai <u>1.100.000</u> orang lebih akan turun ratusan ribu di tahun 2023.</p> <p>Untuk mewujudkan hal itu <u>Gubernur</u></p>

PEMBAHASAN

Sintaksis : Setelah dianalisis dari struktur sintaksis, tidak ada berita yang

menggunakan headline dari kutipan sumber. Pada 5 berita tersebut hanya terdapat lead berita. Fungsi mengantarkan pokok

permasalahan yang ditulis dengan tegas dan jelas oleh victorynews.id, agar pembaca bisa mengenali dan merumuskan persoalannya victorynews.id berusaha memberikan informasi yang focus informasinya pada program kerja yang disampaikan Viktor Bungtilu Laiskodat. Pada struktur sintaksis ini victorynews.id membangun personal branding Viktor Bungtilu Laiskodat dengan Spesialisai (*Laws of spesializations*), di gambarkan Agus adalah sosok yang sangat peduli dengan kemajuan, kesejahteraan dan kedamaian di Daratan Timor . Hal ini sesuatu yang baik untuk kinerja Gubernur Viktor sendiri dimata masyarakat.

Skrip : Artikel yang dimuat sudah lengkap. Kelengkapan yang dimaksud adalah elemen 5W+1H. Hal ini memperjelas bahwa victorynews.id sangat ingin menojolkan kinerja Gubernur dalam berita-berita diatas. Apabila dalam sebuah berita sudah memenuhi unsur tersebut maka berita tersebut dapat dikatakan berita yang obyektif.

Tematik : Jika ditinjau dari struktur tematik , berita-berita dalam penelitian ini memiliki banyak pendapat orang lain maupun wartawan yang ada dalam isi berita tersebut. Bahkan dalam satu berita terdapat lebih dari satu bahasan. Namun tema-tema atau isi berita tetap memiliki sudut pandang

yang sama yaitu sikap dan tanggung jawab Viktor Bungtilu Laiskodat sebagai Gubernur NTT pada saat melakukan kunjungan kerja ke daratan Timor. Sudut pandang dalam artikel yang diteliti menonjolkan sikap Gubernur NTT seperti Kepribadian (*Laws of Personality*), Kepemimpinan (*Laws of Leadership*) serta Spesialisai (*Laws of spesializations*). Dikatakan bahwa Viktor adalah sosok yang sangat peduli dengan kesejahteraan masyarakat di daratan Timor.

Retoris : Ditinjau dari struktur retorik dari keseluruhan berita, victorynews.id berusaha menonjolkan kepribadian Viktor Bungtilu Laiskodat sebagai Gubernur NTT. Dalam beberapa artikel ada penekanan-penekanan kata yang menunjukkan janji-janji dan optimisme Viktor kepada masyarakat di daratan Timor guna meningkatkan kesejahteraan di tempat tersebut. Dalam struktur ini digambarkan bahwa Viktor Bungtilu Laiskodat memiliki perbedaan (*Laws of Distinctiveness*). Viktor menunjukkan diferensiasi dalam hal karakter dan sifat yang ia miliki. Viktor merupakan sosok yang tegas dan berani dalam mengambil keputusan ketika membuat janji dengan masyarakat setempat. Dari gambar yang dilampirkan di dalam berita juga menunjukkan bahwa Viktor memiliki ciri khas tersendiri dengan gayanya yang santai

namun tetap berwibawa.

Victorynews.id berhasil menjadi konstruksi atas realitas, dimana masyarakat tertuju pada pemberitaan tentang kunjungan kerja Gubernur NTT. Hal tersebut terbukti dari bagaimana respon yang antusias dari masyarakat terhadap kedatangan Gubernur NTT di daerah mereka.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa hal yang harus dibahas oleh peneliti sesuai dengan teori pengelolaan kesan atau *Impression Management Theory* menurut Erving Goffman yang mengatakan bahwa *Impressionmanagement* (pengelolaan kesan) sebagai kecermatan persepsi interpersonal dimudahkan oleh petunjuk-petunjuk verbal dan non verbal, dan dipersulit oleh faktor-faktor personal penanggap. Goffman memperkenalkan konsep ini yang bersifat penampilan teateris. Yakni memusatkan perhatian atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan drama di panggung.

Kaitannya dengan penelitian ini yaitu Viktor Laiskodat sebagai seorang gubernur Nusa Tenggara Timur sangat terlihat citra khususnya dimata masyarakat, Viktor selalu melakukan kegiatan-kegiatan yang bersifat positif serta menunjukkan keunikan serta keahliannya yang ia miliki seperti

menjalankan program kerja dan memberikan bantuan-bantuan bagi masyarakat sesuai dengan tugasnya sebagai gubernur. Hal ini sejalan dengan teori *Impression management theory* yang memusatkan perhatian atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama. Viktor menunjukan kinerjanya serta membangun citra dirinya yang baik dimata masyarakat dengan turun langsung kelapangan untuk menjalankan program kerja yang dilakukannya.

Personal branding merupakan segala hal kegiatan, aktivitas, perilaku dan semua hal yang berhubungan atas diri sendiri yang dapat mencerminkan siapa diri kita. Kegiatan dan perilaku yang di lakukan dapat menimbulkan keahlian, kepribadian dan karakteristik tersendiri yang terbungkus menjadi sebuah identitas yang dapat membuat seseorang lebih menonjol dari orang lain khususnya bagi Gubernur Nusa Tenggara Timur, Viktor Laiskodat yang dalam hal ini memanfaatkan laman *victorynews.id* sebagai media untuk membentuk *personal brandingnya*.

Untuk mencapai *personal branding* yang baik seseorang harus memiliki kesadaran akan dirinya sendiri, menggali potensi yang dimiliki, serta memperbaiki diri dan menjaga akan penampilan yang

ingin ditampilkan jika di rasa apa yang dilakukan selama ini memiliki suatu hal yang kurang mendukung untuk mencapai apa yang di cita-citakan, adanya keinginan untuk mengubah kehidupannya menjadi lebih baik dengan menciptakan relasi yang baik di dunia kerja ataupun di keseharannya serta ingin menunjang karir yang dimiliki ataupun yang lainnya dapat dilakukan dengan personal branding. Melalui penelitian dilaman victorynews.id ditemukan bahwa Viktor Laiskodat memanfaatkan timeline berita di laman tersebut sebagai sarana untuk membentuk personal brandingnya. Viktor Laiskodat membentuk personal brandingnya melalui laman victorynews.id dengan mengunggah berbagai kegiatan kunjungan kerjanya di daratan Timor.

SIMPULAN

Secara sintaksis: Setelah dianalisis dari struktur sintaksis, tidak ada berita yang menggunakan headline dari kutipan sumber. Pada 5 berita tersebut hanya terdapat lead berita. Fungsi mengantarkan pokok permasalahan yang ditulis dengan tegas dan jelas oleh victorynews.id, agar pembaca bisa mengenali dan merumuskan persoalannya victorynews.id berusaha memberikan informasi yang focus informasinya pada

program kerja yang disampaikan Viktor Bungtilu Laiskodat; Secara Skrip : Artikel yang dimuat sudah lengkap. Kelengkapan yang dimaksud adalah elemen 5W+1H. Hal ini memperjelas bahwa victorynews.id sangat ingin menojolkan kinerja Gubernur dalam berita-berita diatas. Apabila dalam sebuah berita sudah memenuhi unsur tersebut maka berita tersebut dapat dikatakan berita yang obyektif; Secara Tematik: Jika ditinjau dari struktur tematik, berita-berita dalam penelitian ini memiliki banyak pendapat orang lain maupun wartawan yang ada dalam isi berita tersebut. Bahkan dalam satu berita terdapat lebih dari satu bahasan. Namun tema-tema atau isi berita tetap memiliki sudut pandang yang sama yaitu sikap dan tanggung jawab Viktor Bungtilu Laiskodat sebagai Gubernur NTT pada saat melakukan kunjungan kerja ke daratan Timor; *Relationship*: Personal branding yang baik mampu menciptakan suatu relasi yang baik dengan orang lain. Personal branding Viktor Laiskodat yang dikenal berkepribadian yang baik, apa adanya, tegas namun mau berbaur dengan masyarakat di sekitarnya yang ditunjukkan dengan jiwa sosialnya yang tinggi. *Victorynews.id* berhasil membangun personal branding Gubernur Nusa Tenggara Timur, Viktor Bungtilu Laiskodat dengan

baik dimata masyarakat lewat berita yang ditampilkan di lamannya.

Diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat mencari tahu mengenai pembingkaiian berita untuk membangun *personal branding* yang baik melalui platform media online, dalam membentuk *personal branding* melalui media online, pengguna harus lebih memperhatikan segala aktivitas yang diposting berita yang ada sehingga brand yang ingin dibentuk dapat ditunjukkan dan ditanggapi secara positif oleh masyarakat. Peneliti berharap agar *personal branding* melalui media online terus dilakukan sehingga dapat memberikan contoh dan manfaat tersendiri bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, W. M. 2008. Analisis Isi, Metodologi Riset Komunikasi: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian Komunikasi. Yogyakarta: BPPI-Yogyakarta & PKMBP.
- Alek, Sobur. 2001. Analisis teks: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing. Bandung: Remaja.
- Ana Maria, Sarmento Gaio. 2015. Analisis Framing Robert Entman Pada Pemberitaan Konflik KPK Vs PORLI di Vivanews.co.id dan detiknews.com. Jurnal Ilmu Sosial dan Ekonomi Politik. Vol.4. No.3
- Ardhina, Pratiwi. 2018. Konstruksi Realitas dan Media Massa Analisis Framing Pemberitaan LGBT di Republika dan Bbc Model Robert N. Entman. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Vol.19. No.1
- Asep Syamsul M Romli. 2012. Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online. Bandung: Nuansa Cendekia
- Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln (eds.). 2009. Handbook of Qualitative Research. Terj. Dariyatno dkk. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Haoen, Dewi. 2014. Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik. Jakarta: Gramedia
- Hsieh, Hsiu-Fang dan E. Shannon, Sarah 2005. Three Approaches to Qualitative Content Analysis. Qualitative Health Research, Vol. 15 No. 9.

- Kriyantono, Rachmat.2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana
- Montoya, Peter dan Tim Vandehey. 2004. Strategic Personal Branding. Mumbai:Jaico Publishing House
- Rakhmat,Jalaluddin.2011.Psikologi Komunikasi Remaja Rosda karya.No.40.Hlm.224.
- Rivers, William. 2003. Media Massa dan Masyarakat Modern. Jakarta: PrenadaMedia
- Saifuddin. Azwar. 2015. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sudibyoy, Agus. 1999. Citra Bung Karno, Analisis Berita Pers Orde Baru, Yogyakarta: Bigraf.
- Sugiyono.2012. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D, Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Vivian, J. 2008. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Kencana.
- Wasesa, Silih Agung. 2011. *Political Branding Dan Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Permata Sari. 2018. Analisis Framing Pemberitaan Tiga Tahun Pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla Dimajalah Gatra. Jurnal Interaksi. Vol. 2. No.2
- Rieka Mustika. Analisis Framing Pemberitaan Media Online Mengena iKasus Pedofilia di Akun Facebook. Jurnal Penelitian Komunikasi. Vol.2. No.2
- Fahmi. 2016. Analisis Framing Pemberitaan Media Online Rakyat Merdeka Dan CNN Indonesia Dalam Isu Penetapan 19 Pondok Pesantren Penyebaran Paham Radikalisme Oleh BNPT, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Hidayat, Nur. 2019. Analisis Framing Independensi Pemberitaan Media Online Detik.Com Pasca Pemungutan Suara Pemilihan Presiden 17 April 2019. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Rifay, Andi Mochtar. 2020. *Personal Branding* Putri Pariwisata Nusa Tenggara Timur 2018 Di Media Sosial (Analisis Isi Kualitatif Pada

Akun Instagram @Jennybesin Dalam
Postingan Tenun Ikat NTT). Kupang:
Universitas Nusa Cendana.