

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Aboulafia, M. (2016). George Herbert Mead and the Unity of the Self. *European Journal of Pragmatism and American Philosophy*, 8(1), 1-15.
- Afnira, E. (2023). Mitos dalam Kampanye Politik (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film Our Brand is Crisis). *Jurnal Wedana*, 9(2), 1-16.
- Akbas, I. (2018). A “Cool” Approach to Japanese Foreign Policy: Linking Anime to International Relations. . *PERCEPTIONS*, 23(1). , 95-120.
- Alver, F., & Caglar, S. (2015). The Impact of Symbolic Interactionism on Research studies about Communication Science. *International Journal of Arts & Sciences*, 479-484.
- Amal, M. I., Naryoso, A., & Nugroho, A. (2022). Penggunaan Media Sosial Twitter Sebagai Media Presentasi Diri Pada Preferensi Politik (Studi Kasus Pada Pegiat Media Sosial dalam Merespon Informasi Puan Maharani Pada Konteks Pemilihan Presiden 2024). *Interaksi Online*, 11(1), 527-546.
- Aminarsih, R., & Fauzi, A. M. (2023). Analisis Semiotika Pada Political Branding Walikota Solo pada Akun Twitter @gibran_tweet. *Jurnal Ilmiah Widya Sosiopolitika*, 5(1), 79-92.
- Aminulloh, A., Qorib, F., Fianto, L., Setiamandani, E. D., et al, & . (2021). Propaganda and Political Memes on Social Media in the 2019 Indonesia Presidential Election. *Jurnal of Islamic World and Politics*, 5(2), 342-258.
- Andirana, R. (2015). *Realitas Film Jokowi sebagai Media Kampanye Politik (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)*. Skripsi. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Arianto, B. (2015). Kampanye Kreatif dalam Kontestasi Presidensial 2014. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 19(1), 16-39.
- Ariestyani, K., & Ramadhanty, A. (2022). Khalayak Media Sosial: Analisis Resepsi Stuart Hall Pada Masa Kesehatan Seksual Orang Muda. *Jurnal Konvergensi*, 3(2), 266-277.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. California: University of California Press.
- Cangara, H. (2018). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Depok: Rajawali Pers.

- Carter, M. J., & Alvarado, A. (2019). Symbolic Interactionism as a Methodological Framework. *Handbook of Research Methods in Health Social Sciences*. Springer Singapore, 169-187.
- Chaubet, F., & Mokoginta, F. I. (2015). *Globalisasi Budaya*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Daltayas, M. P., & Affandi, A. (2014). Citra Abu Rizal Bakrie dalam Iklan Politik. *Paradigma*, 2(3), 1-7.
- Dwishintaria, J., & Suparman, M. Y. (2024). Perbedaan Konsep Diri Penggemar Anime Antara Cosplayer dan Non-Cosplayer. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(1), 4137-4146.
- Eriyanto. (2021). *Metode Netnografi: Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Evelina, L. W. (2018). Komunitas adalah Pesan: Studi Netnografi Virtual di Situs Wisata TripAdvisor. *Warta ISKI*, 1(2), 65-74.
- Fabbrichesi, R. (2015). Gesture, Act, Consciousness. The Social Interpretation of the Self in George Herbert Mead. . *PHILOSOPHICAL READINGS*, 7(2), 98-118.
- Fahruji, D., & Fahrudin, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus tentang Akun Media Sosial Partai Politik dan Politisi. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 6(2), 118-132.
- Fatikh, M. A., & Ramadhani, I. (2023). Anime Sebagai Komunikasi dalam Membentuk Perilaku Interaksi Sosial. *J-KIS: JURNAL KOMUNIKASI ISLAM*, 4(2), 203-2016.
- Faturochman, M. F. (2024). *Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Politik Pasangan Calon Prabowo-Gibran Pada Pemilu Tahun 2024*. Skripsi. Tasikmalaya: Universitas Siliwangi.
- Febriani, S., & Wahid, U. (2018). Pemaknaan Khalyak Terhadap Gaya Komunikasi Jokowi Pada Vlog #JOKOWIMENJAWAB Episode 2 Di Situs Youtube (Analisis Resepsi Stuart Hall). *PANTAREI*, 2(3), 1-8.
- Fikri, M., Alam, F., & Abidin, Z. (2022). Pengelolaan Kampanye Digital Karna Suswandi-Khoirani (KARUNIA) Pada Pilkada Situbondo 2020. *Journal Publicuho*, 5(4), 1234-1244.
- Fink, E. L. (2015). Symbolic Interactionism. *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication, First Edition*, 1-13.
- Gama, F. I. (2024). Pengenalan Anime Sebagai Budaya Populer Jepang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 4(1), 21-27.

- Halim, J., & Widayatmoko, W. (2015). Representasi Kampanye Politik Pemilu 2014 Dalam Game (Analisis Semiotik Dalam Game Jokowi Go! Dan Game Prabowo The Asian Tiger). *Jurnal Komunikasi*, 7(1), 98-107.
- Hamdi, S. (2024). Manuver dan Gaya Politik Gibran di Pilpres 2024. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 11(2), 118-138.
- Haris, A., & Amalia, A. (2018). MAKNA DAN SIMBOL DALAM PROSES INTERAKSI SOSIAL (Sebuah Tinjauan Komunikasi). *Jurnal RISALAH*, 29(1), 16-19.
- Hartanto, A. (2021). Makna Tanda dalam Iklan Politik Pemilihan Presiden Indonesia. *Jurnal Pekomnas*, 6(1), 43-50.
- Harwanto, D. C. (2021). Kesenian Kentrung di Kabupaten Jepara: Kajian Interkasionisme Simbolik. *Tonika: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Seni*, 4(1), 52-66.
- Husin, S. S., Rahman, A. A., & Mukhtar, D. (2021). The Symbolic Interactionsim Theory: A Systematic Literature Review of Current Research. *International Journal of Modern Trends in social Sciences (IJMTSS)*, 4(17), 113-126.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian: Studi Media dan Kajian Pustaka*. Jakarta: KENCANA.
- Imran, H. A. (2012). Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media dan Fenomena Diskursuf (Studi Tinjauan dengan Kasus pada Surat Kabar Rakyat Merdeka). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 16(1), 47-60.
- Iqbal, H. M. (2018). *Komunikasi Politik dalam Media Sosial (Study Tentang Komunikasi dalam Media Sosial Ridwan Kamil)*. Tasikmalaya: Universitas Siliwangi.
- Kartinawati, E. (2015). Film dan Konstruksi Citra Politik (Analisis Wacana Politik Pencitraan dalam Film Jokowi). *Jurnal Komnas*, (2), 1-19.
- Kaukab, M. E. (2020). Strategi Komunikasi Politik Amerika Serikat dalam Memanfaatkan Hollywood sebagai Media untuk Memperkuat Dominasi Global: Tinjauan Film Black Panther. . *Resolusi*, 3(2). , 89-97.
- Khabib, N. C. (2022). *Perkembangan dan Pengaruh Anime di Indonesia, Serta Penggunaan Anime sebagai Media Pembelajaran. Tugas Akhir*. Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Khamdi, S. M. (2022). Pembentukan Citra Positif Anies Baswedan Melalui Media Sosial Instagram Ketika Kampanye Mencalonkan Diri sebagai Gubernur DKI Jakarta. *Reserachgate*.

- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. California: SAGE Publication Inc.
- Kulau, F. (2024). Tiktok, Instagram and Presidential Election: Astudy to Understand How Politainment in Indonesian Political Campaign 2024. *Informasi*, 54(2), 164-176.
- Loisa, R., & Setyanto, Y. (2012). Mencari Bentuk Kampanye Politik Khas Indonesia. *Pencitraan Berbasis Dimensi Budaya*, 719-731.
- Mead, G. H., & Morris, C. W. (1934). *Mind, Self and Society*. Chicago: The University of Chicago.
- Mulyana, D. (2004). *Komunikasi Efektif Suatu Pendekatan Lintasbudaya*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Nimmo, D. (2000). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, A. C. (2021). TEORI UTAMA SOSIOLOGI KOMUNIKASI (FUNGSIONALISME STRUKTURAL, TEORI KONFLIK, INTERAKSI SIMBOLIK). *MAJALAH SEMI ILMIAH POPULER KOMUNIKASI MASSA*, 2(2), 185-194.
- Nugroho, P. A., & Hendrastomo, G. (2017). Anime Sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime di Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 1-15.
- Onemu, U. (2020). *The Economies of Anime; Anime as a soft power, a cultural product and a (trans)national medium*. London: MPhil - Screen Media Research.
- Perdana, A., & Imam, M. (2024). Judisialisasi Politik dalam Putusan MK terkait Batas Usia Cawapres dalam Pilpres 2024. *Jurnal Pengawasan Pemilu*, 69-92.
- Prasanti, D. (2016). PERUBAHAN MEDIA KOMUNIKASI DALAM POLA KOMUNIKASI KELUARGA DI ERA DIGITAL. *Jurnal Commed*, 1(1), 69-81.
- Priyowidodo, G. (2019). *Netnografi Komunikasi: Aplikasi Pada Tiga Riset Lapangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pujianti, S., Anjarsari, L., & Ayuditha, R. (2025, Januari 2). *Rekayasa Foto "Citra Diri" Secara Berlebihan dengan Teknologi AI Langgar Asas Jurdil*. Retrieved from mkri.id: <https://www.mkri.id/index.php?page=web.Berita&id=2199>
- Purnamawati, S. A. (2019). *Pop Culture Sebagai Simbol Komunikasi Generasi Milenal di Surabaya (Studi Pada Penggemar Korean Wave)*. Skripsi. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

- Rosidi, I., & Khotimah. (2018). Budaya Populer dalam Politik di Indonesia. *Al-Ulum*, 18(1), 209-230.
- Safkaur, P. G., Priowidodo, G., & Luik, J. E. (2022). Strategi Self-Presentation Gibran Rakabuming Raka Sebagai Wali Kota Solo di Akun Instagram @Gibran_Rakabuming. *Jurnal E-Komunikasi*, 10(1), 1-10.
- Safril, A. (2015). *Isu-Isu Globalisasi Kontemporer*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sahl, D. F., & Mauluddin, A. (2024). Elemen-Elemen Politik sebagai Strategi Mengkapitulasi Perilaku Pemilih dalam Kontestasi Pemilu Presiden tahun 2024 di Indonesia. *JCIC: Jurnal CIC Lembaga Riset dan Konsultan Sosial*, 6(1), 13-28.
- Saleh, S. P. (2020). Pemanfaatan Simbol Populer Sebagai Strategi Kampanye Politik di Indonesia. *Jurnal Mercusuar*, 1(2), 121-136.
- Strinati, D. (1995). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Narasi-Pustaka Prometheus.
- Subiakto, H., & Ida, R. (2017). Penggunaan Internet dan Budaya Populer dalam Kampanye Politik di Indonesia. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, 7(2), 145-156.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, M. R. (2023, Juni 9). *Alasan Indonesia Disebut Negara Konoha Terungkap! Gara-gara Kemiripan Wajah Mantan Presiden dengan Hokage*. Retrieved from suara.com: <https://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/lifestyle/2023/06/09/105255/alasan-indonesia-disebut-negara-konoha-terungkap-gara-gara-kemiripan-wajah-mantan-presiden-dengan-hokage>
- Sulianta, F. (2022). *Netnografi: Metode Penelitian Etnografi Digital pada Masyarakat Modern*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Sunarwan, W., & Surlia, S. (2021). Strategi Pencitraan Politik Capres Jokowi Melalui Instagram: Sebuah Analisis Konten Kualitatif. *INTELEKTIVA: JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 3(1), 18-33.
- Suri, M., & Aini, S. P. (2023). Personal Branding Gibran Rakabuming Raka sebagai Walikota Solo Melalui Media Baru Analisis Semiotika Aktivitas Twitter @gibran_tweet. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, 3(2), 447-458.
- Susilawati, A., Amelia, E., Salsabila, N., Marsaulina, V., et, al, & . (2020). Film dan Representasi Kepentingan Politik: Kasus Pemutaran Film “A Man Called

Ahok” dan “Hanum & Rangga” Menjelang Pemilu 2019. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 10(1), 63-74.

Umiarso, & Elbadiansyah. (2014). *Interaksionisme Simbolik dari Era Klasik Hingga Modern*. Jakarta: Rajawali Pers.

Virginia, P. (2022). KARAKTER ANIMASI KECERDASAN EMOSIONAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERAKSIONISME SIMBOLIK. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 112-138.

Wirga, E. W. (2016). Analisis Konten Pada Media Sosial Video YouTube Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik. . *Jurnal Ilmiah Informatika dan Komputer*, 21(1), 14-26.

Yamane, T. (2020). Kepopuleran dan Penerimaan Anime Jepang di Indonesia. *Jurnal Ayumi*, 7(1), 68-82.

Skripsi

Aminah, S. (2015). *Political Branding Menggunakan Simbol Keagamaan dalam Iklan Politik PKB di Televisi. Skripsi*. . Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.

Andirana, R. (2015). *Realitas Film Jokowi sebagai Media Kampanye Politik (Analisis Semiotika Charles Sanders Sanders Peirce)*. Skripsi. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Efendi, Z. (2021). *BUDAYA POP DAN PERSAINGAN IDENTITAS (Studi Deskriptif Pada Komunitas Anime Attack On Titan)* Skripsi. Sumatera Utara: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Faturochman, M. F. (2024). *Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Politik Pasangan Calon Prabowo-Gibran Pada Pemilu Tahun 2024*. Skripsi. Tasikmalaya: Universitas Siliwangi.

Fawnia, E. C. (2023). *PERilaku Cyberbullyig Pengguna Twitter Terhadap Influencer Jerome Polin*. Skripsi. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

Hidayatullah, B. (2021). *Analisis Semiotika Makna Foto dalam Baliho Kampanye Giring Untuk Presiden 2024*. Skripsi. Surabaya: Universitas Bhayangkara Surabaya.

Iqbal, H. M. (2018). *Komunikasi Politik dalam Media Sosial (Study Tentang Komunikasi dalam Media Sosial Ridwan Kamil)*. Tasikmalaya: Universitas Siliwangi.

- Khabib, N. C. (2022). *Perkembangan dan Pengaruh Anime di Indonesia, Serta Penggunaan Anime sebagai Media Pembelajaran. Tugas Akhir*. Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Purnamawati, S. A. (2019). *Pop Culture Sebagai Simbol Komunikasi Generasi Milenial di Surabaya (Studi Pada Penggemar Korean Wave)*. Skripsi. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Setyawan, A. (2014). *Relasi-Kuasa dalam Dangdut (Studi Kasus Dangdut Sebagai Media Kampanye Politik)*. Skripsi. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Wulansuci, Y. (2010). *Budaya Populer Manga dan Anime Sebagai Soft Power Jepang*. Skripsi. Depok: Universitas Indonesia.

Sumber Internet lainnya

- Adam. (2019, April 29). *Demografi Pengguna Twitter di Indonesia Paling Banyak Pria daripada Perempuan*. Retrieved from itworks.com: <https://www.itworks.id/19408/demografi-pengguna-twitter-di-indonesia-paling-banyak-pria-daripada-perempuan.html>
- Annur, C. M. (2023, November 14). *Sejauh Mana Anak Muda Tertarik dengan Politik? Ini Hasil Surveinya*. Retrieved from databoks.katadata.id: <https://databoks.katadata.co.id/politik/statistik/44d27e9b6db26fb/sejauh-mana-anak-muda-tertarik-dengan-politik-ini-hasil-surveinya>
- Aprilianto, M. B. (2024, September 24). *10 Karakter di Naruto yang Paling Disukai Fans, Favorit Sejuta Umat!* Retrieved from idntimes.com: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/muhammad-bimo-aprilianto/karakter-di-naruto-yang-paling-disukai-fans-favorit-sejuta-umat>
- Bagyaratnam, A. (2024, Oktober 24). *Batas Twitter: Tahukan Anda Tentang Ambang Batas Ini di X?* Retrieved from TweetDelete: <https://tweetdelete.net/id/resources/twitter-limits-do-you-know-about-these-thresholds-on-x/>
- BPK. (2024). *MELIHAT ANGGARAN PEMILU 2024, UNTUK APA SAJA?* Retrieved from jdih.bpk.go.id: <https://jdih.bpk.go.id>
- CNBC, I. (2024, Januari 21). *Naruto Viral di Medsos, Netizen Salah Fokus Jaket Gibran*. Retrieved from cnbcindonesia.com: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240121210316-37-507716/naruto-viral-di-medsos-netizen-salah-fokus-jaket-gibran>

- Daniel, A. (2020, Januari 8). *Crunchyroll: Naruto Shippuden Adalah Anime Terpopuler di Indonesia*. Retrieved from duniaku.com: <https://duniaku.idntimes.com/anime-manga/naruto-boruto/crunchyroll-naruto-shippuden-adalah-anime-terpopuler-di-indonesia-00-t44m3-3m7nnd>
- Finaka, A. W., Nurhanisah, Y., & Devina, C. (2023). *Kampanye Pemilu 2024 DIMULAI!* Retrieved from indonesiabaik.id: <https://indonesiabaik.id/infografis/kampanye-pemilu-2024-dimulai>
- Herlambang, H. (2024, Februari 6). *Bukan Cuma Ganjar Pranowo, 5 Karakter Anime Ini Juga Dikenal 'Sat-set'!* Retrieved from kincir.com: <https://kincir.com/movie/karakter-anime-mirip-ganjar-pranowo/>
- Kemp, S. (2024, February 21). *Digital 2024: Indonesia*. Retrieved from datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- kpu.go.id. (2023, Juli 2). *DPT Pemilu 2024 Dalam Negeri dan Luar Negeri, 204,8 Juta Pemilih*. Retrieved from kpu.go.id: <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11702/dpt-pemilu-2024-nasional-2048-juta-pemilih>
- LicoriceIndonesia. (2024, Juli 11). *Animasi Jepang yang paling disukai masyarakat Indonesia*. Retrieved from opinionpark.com: <https://opinion-park.com/871/tentang-animasi-jepang>
- Meliana, R., & Wulan, D. N. (2024, Januari 22). *Gibran Rakabuming Pakai Jaket Boruto, TKN Jelaskan Makna Dibaliknya*. Retrieved from suara.com: <https://www.suara.com/lifestyle/2024/01/22/162720/gibran-rakabuming-pakai-jaket-boruto-tnk-jelaskan-makna-dibaliknya>
- Muhamad, N. (2023, Juli 5). *Jumlah Pemilih 2024 Berdasarkan Kelompok Usianya (Julis 2023)*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://www.databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/kpu-pemilih-pemilu-2024-didominasi-oleh-kelompok-gen-z-dan-milenal>
- Pujianti, S., Anjarsari, L., & Ayuditha, R. (2025, Januari 2). *Rekayasa Foto "Citra Diri" Secara Berlebihan dengan Teknologi AI Langgar Asas Jurdil*. Retrieved from mkri.id: <https://www.mkri.id/index.php?page=web.Berita&id=2199>
- Rainer, P. (2023, Agustus 29). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Gen Z*. Retrieved from GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>
- Rakabuming, G. (. (2023, November 16). *Punten*. Retrieved from Twitter: https://twitter.com/gibran_tweet/status/1725024318739120371?t=_IzIWsfUk43N6q-y350E4w&s=19

- Rony, T. K. (2024, Januari 21). *Gaya Boruto: Gibran Pakai Simbol Klan Uzumaki di Debat Cawapres 2024*. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/global/read/5510392/gaya-boruto-gibran-pakai-simbol-klan-uzumaki-di-debat-cawapres-2024>
- Seminar, A. U. (2020, April 16). *NVivo 12 - Koding*. Retrieved from You Tube: https://youtu.be/0C1UzOjbzek?si=bDkJH0w_BN36eFHT
- Sulaiman, M. R. (2023, Juni 9). *Alasan Indonesia Disebut Negara Konoha Terungkap! Gara-gara Kemiripan Wajah Mantan Presiden dengan Hokage*. Retrieved from suara.com: <https://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/lifestyle/2023/06/09/105255/alasan-indonesia-disebut-negara-konoha-terungkap-gara-gara-kemiripan-wajah-mantan-presiden-dengan-hokage>
- tempo.co. (2024, Januari 16). *Gibran Pakai Cosplay Boruto di GEMAS Festival, Begini Karakter Satu Tokoh di Anime Boruto*. Retrieved from twitter.com: <https://x.com/tempo.co/status/1715603723052060715>
- tvOnenews. (2024, 23 Januari). *Sempat Gibran Dilaporkan ke Agensi D.O EXO, Kini Disorot Pakai Pin One dan Jaket Naruto, Netizen: Najis Banget Bikin Malu....* Retrieved from Twitter: <https://twitter.com/tvOneNews/status/1749536572628267150?t=Sq1hlvofuNKy05in05zMn>
- Wiryono, S., & Carina, J. (2025, Januari 7). *MK Larang Penggunaan Foto AI untuk Kampanye, Apa Alasannya?* Retrieved from nasional.kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2025/01/07/08554121/mk-larang-penggunaan-foto-ai-untuk-kampanye-apa-alasannya>
- Yusuf, R. R. (2023, April 23). *Boruto: Penerus Naruto yang Justru Mendapat Hujatan*. Retrieved from froyonion.com: <https://froyonion.com/news/movies/boruto-penerus-naruto-yang-justru-mendapat-hujatan>