

"CHINDO" SEBAGAI IDENTITAS PERFORMATIF TIONGHOA INDONESIA DI ERA DIGITAL

Yustia Atsanatrilova Adi¹

¹Program Studi Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret

yustia.adi@staff.uns.ac.id

ABSTRAK

Etnis Tionghoa di Indonesia menghadapi berbagai konflik historis, seperti Geger Pacinan 1740 dan kerusuhan 1998, yang telah merekonstruksi identitas sosial mereka hingga kini. Namun, dengan adanya perkembangan sosial media, yang menciptakan public sphere sebagai ruang negosiasi identitas baru bagi etnis Tionghoa di Indonesia. Penelitian ini menjawab pertanyaan bagaimana istilah Chindo berperan sebagai identitas politik dalam media sosial dan bagaimana hal ini memengaruhi proses integrasi sosial antara etnis Tionghoa dan masyarakat pribumi? Analisis dilakukan pada 776 unggahan di Instagram, X, dan TikTok dengan tagar #Chindo antara 22 Desember 2024 hingga 21 Januari 2025. Dengan NodeXL untuk pemetaan interaksi dan Microsoft Azure untuk analisis sentimen, ditemukan bahwa 310 unggahan bernada positif, 20 negatif, dan sisanya netral. Identifikasi aktor menunjukkan bahwa akun @chindovoice.id, @melanie, dan @tompel aktif dalam memperkuat identitas Chindo dan membangun identitas kolektif. Temuan menunjukkan identitas Chindo tidak hadir secara alami, melainkan dibentuk melalui tindakan digital yang berulang. Data dianalisis dengan menggunakan teori performativitas Judith Butler, identitas dipahami bukan sebagai sesuatu yang esensial, tetapi dibentuk melalui repetisi tindakan dalam konteks sosial tertentu. Dalam hal ini, #Chindo menjadi praktik performatif di mana individu Tionghoa membentuk identitas melalui unggahan, komentar, dan partisipasi digital. Ruang digital sendiri menjadi medan politik performatif yang memungkinkan negosiasi identitas minoritas. Identitas Chindo yang lahir dari praktik ini mencerminkan proses integrasi sosial yang lebih inklusif dan menjadi simbol kemajuan demokrasi Indonesia menjelang visi Indonesia Emas 2045.

Kata Kunci: Identitas, politik performatif, Integrasi Sosial, Social Network Analysis, Sentimen

A. PENDAHULUAN

Etnis Tionghoa di Indonesia telah lama menghadapi berbagai tantangan dalam proses

integrasi sosial dengan penduduk lokal, dimana hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari sejarah, ekonomi, dan politik. Sejak abad ke-16, etnis Tionghoa yang bermigrasi ke wilayah Hindia Belanda telah banyak membentuk komunitas-komunitas besar yang tersebar di berbagai Kota besar, terutama di Batavia dan Surabaya (Assidiqi 2018). Namun, represi ekonomi sekaligus segmentasi etnis yang dilakukan VOC terhadap kaum Tionghoa membuat hubungan etnis Tionghoa baik dengan VOC maupun pribumi menjadi rentan (Sari et al. 2024). Hal ini tercermin melalui konflik antar etnis yang terus berulang, seperti Geger Pacinan 1740, yang menewaskan lebih dari 10.000 etnis Tionghoa, serta kerusuhan 1998 yang juga memakan banyak korban. Dalam era digital, dinamika identitas politik etnis Tionghoa mengalami perubahan signifikan, terutama dengan munculnya istilah "*Chindo*" di berbagai *platform* media sosial (Sinaga, Kusumaningtyas, and Rozi 2024). Platform media sosial, yang menciptakan *public sphere*, atau ruang terbuka tanpa sekat yang mengesampingkan identitas kelompok dan etnografis lainnya, telah menciptakan ruang negosiasi yang terbuka, dan memberikan kesempatan bagi etnis Tionghoa di Indonesia untuk kembali memulai proses integrasi etnis yang semakin mudah terbuka di era sosial media.

Meskipun banyak kajian telah membahas hubungan antara etnis Tionghoa dan masyarakat pribumi, penelitian yang berfokus pada peran media sosial dalam membentuk identitas politik Chindo masih terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti aspek historis diskriminasi etnis Tionghoa atau dampak kebijakan negara terhadap komunitas ini (Aziz 2013; Suryani and Azmy 2020). Namun, bagaimana media sosial menjadi arena baru bagi etnis Tionghoa untuk membentuk identitas kolektif dan menegosiasikan posisi mereka dalam masyarakat masih belum banyak dikaji secara mendalam. Kesenjangan penelitian ini menunjukkan perlunya eksplorasi lebih lanjut mengenai bagaimana identitas Chindo berkembang sebagai bentuk ekspresi politik dan bagaimana hal ini mempengaruhi dinamika integrasi sosial di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, yang dipertajam melalui teori performatif Judith Butler, yang mengkaji bagaimana identitas terbentuk melalui proses interaksi berulang, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana istilah Chindo berperan sebagai identitas politik dalam media sosial dan bagaimana hal ini memengaruhi proses integrasi sosial antara etnis Tionghoa dan masyarakat pribumi. Lebih lanjut, penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan salah satu metode pengumpulan data tekini, yakni *Social Network Analysis* (SNA), dengan data dari berbagai platform sosial media, yang dikumpulkan pada 22 Desember 2024, hingga 21 Januari 2025, yang telah berhasil mengumpulkan lebih dari 310 sampel. Selain

itu, penelitian ini juga mengidentifikasi aktor utama dalam konstruksi narasi Chindo serta dampaknya terhadap opini publik. Studi ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap kajian politik identitas dan integrasi etnis di Indonesia, terutama dalam konteks demokrasi menuju Indonesia Emas 2045.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis jejaring sosial (*Social Network Analysis/SNA*) untuk memahami penggunaan hashtag #chindo di platform media sosial Instagram, TikTok, dan X. Data dikumpulkan melalui penambangan data pada periode 22 Desember 2024 hingga 21 Januari 2025, yang mencatat lonjakan signifikan dalam aktivitas diskusi terkait komunitas Tionghoa-Indonesia, dan mengumpulkan lebih dari 310 sampel. Penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak NodeXL untuk analisis jejaring sosial dan Microsoft Azure untuk analisis sentimen. Dengan menganalisis hubungan antar aktor dalam jejaring sosial, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran aktor dan sentimen dominan dalam percakapan terkait hashtag #chindo yang merepresentasikan Tingkat integrasi etnis di Indonesia.

C. ANALISIS DATA

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dari hashtag #Chindo yang dikumpulkan dari periode 22 Desember 2024 hingga 21 Januari 2025, dapat disimpulkan bahwa terdapat 310 sentimen positif, yang meningkat drastis sebesar 1200 persen dibandingkan dengan 3 bulan sebelumnya. Sedangkan, sentimen negatif terdapat peningkatan sebesar 467 persen dari 3 menjadi 20 sentimen, secara keseluruhan hasil analisis sentimen tetap menunjukkan hasil positif. Proporsi sentimen negatif yang relatif rendah dibandingkan dengan sentimen positif menunjukkan bahwa identitas politik #chindo berhasil menciptakan hubungan emosional dan rasa kebersamaan pada ruang digital tanpa memandang perbedaan etnis dan budaya. Hal ini sejalan dengan studi literatur sebelumnya yang menyatakan bahwa identitas budaya yang dikemas sebagai dimensi utama aktivisme melalui nilai kolektif yang berlaku pada sebuah Masyarakat tertentu cenderung berhasil dalam menciptakan integrasi politik (Dunkel and Decker 2012; Manyika et al. 2011).

Sebelum menganalisis dengan teori performativitas Judith Butler, jaringan sosial yang terbentuk melalui identitas kolektif #chindo yang pada akhirnya dapat diterima oleh

Masyarakat luas ini dapat ditelaah melalui Analisa Teori Jaringan Aktor (ANT) yang memberikan kerangka teoritis yang tepat untuk menganalisis bagaimana hashtag #Chindo dapat diterima oleh khalayak luas sebagai identitas politik baru yang terbentuk pada ruang digital. Influencer media sosial dengan jumlah pengikut yang besar berperan sebagai simpul dalam jaringan ini, dalam menyebarkan pesan melalui hashtag spesifik dan membuatnya dapat diakses di ruang digital. Influencer-influencer ini bertindak sebagai pembangun jembatan yang menghubungkan segmen-segmen audiens yang berbeda, yang akhirnya mendorong interaksi yang intens. Selain itu, peran algoritma pada platform sosial media, seperti TikTok dan Instagram juga membantu dalam penyebaran konten, membuat chindo sebagai identitas politik dapat berkembang dengan pesat (Fan et al. 2019; Hernández-Lagos and Minor 2020). Dorongan algoritmik yang diberikan oleh platform memastikan bahwa konten dapat menyebar ke berbagai jaringan percakapan yang berbeda, sehingga cakupannya menjadi lebih luas.

Tabel.1. Aktor utama dalam penggunaan hashtag #chindo

No.	Nama Akun	Jumlah Pengikut
1.	@chindovoice.id	60.907
2.	@Melanie	10.500
3.	@Tompel	14.600
4.	@Mbahadkiya	6.294
5.	@Chindotoday	81.000

Sumber: Analisis Data, 2025

Hal ini menunjukkan bagaimana infrastruktur teknologi memainkan peran dalam memengaruhi diskursus digital dan membentuk persepsi identitas. Audiens aktif merupakan bagian dari jaringan ini, karena interaksi mereka dengan konten dan berbagi pandangan mereka lebih lanjut memperkuat dampak kampanye. Mengikuti definisi "terjemahan" oleh Latour (2005), kampanye ini berhasil karena sejalan dengan kepentingan dan identitas audiens sehingga memungkinkan komunitas Tionghoa-Indonesia untuk membangun wacana bermakna yang menegaskan kembali identitas mereka (Majid 2023). Tema budaya yang disematkan dalam kampanye ini adalah elemen pengikat utama dengan mendorong konstruksi kolektif identitas politik di ruang daring. Dalam konteks #chindo, teridentifikasi beberapa influencer yang menjadi aktor utama dalam penyebaran identitas politik #chindo, yakni:

1. @chindovoice.id (60.907 pengikut): Sebagai aktor paling berpengaruh dalam jaringan ini, @chindovoice.id memegang peran kunci dalam menyebarkan interaksi yang lebih luas. Hal ini sesuai dengan literatur terkini yang menekankan kekuatan aktor berpengaruh dalam membentuk opini publik dan memberikan interaksi dalam kampanye media sosial (Qasem et al. 2017);
2. @Chindotoday (81.000 pengikut): Sebagai akun yang paling banyak diikuti di antara pengguna, @Chindotoday adalah simpul utama dalam jaringan dan menghubungkan berbagai segmen audiens. Melalui proses *retweet/repot*, mereka ikut menyebarkan nilai-nilai identitas budaya dengan berbagai hashtag yang saling terhubung. Hal ini relevan dengan teori ANT, yang menyatakan bahwa jaringan dibentuk melalui interaksi berbagai aktor yang membentuk fungsi interaksi yang cukup kompleks (Eriyanto and Ali 2020; Espinoza 2024);
3. @Melanie (10.500 pengikut): Meskipun dengan pengikut yang lebih sedikit, kontribusi @Melanie terhadap visibilitas hashtag #chindo cukup signifikan. Dimana Ia berperan dalam proses menyebarkan hashtag #chindo ke jaringan percakapan dengan audiens yang berbeda, sehingga percakapan dalam skala yang lebih kecil dapat terkumpul menuju narasi keseluruhan dan pembentukan identitas dalam komunitas (Lynn and Silva 2017; Mikalef and Pateli 2017);
4. @Tompel (14.600 pengikut): Serupa dengan @Melanie, peran @Tompel dalam jaringan adalah mampu berinteraksi dengan publik yang lebih khusus. Tweet mereka membantu membawa keragaman dalam debat keterlibatan politik dan identitas budaya yang bergema dengan pesan kebanggaan komunitas dan rasa kebersamaan. Ini sejalan dengan argumen ANT bahwa semua aktor, terlepas dari ukuran mereka, bekerja untuk membentuk dinamika jaringan (Carroll 2018);
5. @Mbahadkiya (6.294 pengikut): Walaupun pengikutnya sedikit, @Mbahadkiya tetap jadi bagian penting dalam jaringan. Suara dan interaksi uniknya bisa menarik perhatian audiens tertentu dan ikut membentuk cerita kampanye. Ini sejalan dengan gagasan ANT bahwa kekuatan jaringan bukan cuma soal jumlah aktor, tapi juga kualitas hubungan dan bagaimana mereka saling terhubung (Niese and Sasidharan 2022; Nora, Alberton, and Ayala 2022).

Temuan-temuan ini konsisten dengan angka kuantitatif dari kampanye #Chindo, dengan 310 penyebutan positif dan menjangkau sekitar 5,1 juta pengguna hanya dari influencer teratas @chindovoice.id. Tingkat keterlibatan, termasuk 410.000 suka dan 458.000 interaksi, juga

mencerminkan keberhasilan hashtag #chindo dalam memicu percakapan yang lebih luas dan sentimen positif.

Judith Butler dalam teorinya mengenai performativitas identitas menegaskan bahwa identitas, yang dalam konteks bahasan diasosiasikan dengan identitas budaya dan politik, dianggap bukanlah esensi yang tetap, melainkan sesuatu yang dikonstruksi terus-menerus melalui tindakan-tindakan performatif yang mengulangi norma-norma sosial tertentu (Butler 1988). Sebuah Identitas politik eksis bukan karena hal tersebut telah tersurat, tetapi karena identitas tersebut dipertunjukkan dan diakui melalui proses berulang yang membentuk identitas dimaksud (Suryani and Azmy 2020). Berdasarkan temuan penelitian, diketahui bahwa identitas Tionghoa-Indonesia diproduksi melalui serangkaian praktik digital yang terus berulang melalui penggunaan *hashtag* tertentu, yang akhirnya berkontribusi dalam memodifikasi narasi tentang identitas etnis tertentu di ruang maya. Influencer seperti @chindovoice.id dan @Chindotoday bertindak sebagai agen performatif yang menginskripsi identitas #Chindo ke dalam ruang sosial digital melalui praktik diskursif yang kemudian dalam jangka waktu tertentu dapat relevan dengan aspirasi audiens, dimana hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah *likes* pada kurun waktu tertentu.

Kemudian, penyebaran sentimen positif sebesar 1200 persen dalam satu bulan memperlihatkan bahwa tindakan-tindakan berulang ini mampu mengartikulasikan norma kolektif baru yang lebih inklusif, namun tetap bersifat kontingen, karena setiap pengulangan mengandung potensi resignifikasi dan kegagalan, yang dalam prosesnya dapat digambarkan melalui sentiment negatif. Proses interaksi, yang digambarkan dalam *digital sphere* melalui *comments, likes, dan reposts* bukan hanya bentuk keterlibatan pasif, melainkan tindakan material yang memperkuat performativitas identitas ini, menunjukkan bagaimana struktur kekuasaan baru dibentuk sekaligus dinegosiasikan melalui praktik sehari-hari di media sosial. Dengan demikian, keberhasilan kampanye #Chindo bukanlah bukti keberadaan identitas Tionghoa-Indonesia sebagai sesuatu yang esensial atau telah final, melainkan refleksi dari dinamika diskursif dimana identitas tersebut terus-menerus dinegosiasikan, diulang, dan dipertaruhkan dalam arena digital yang bersifat *borderless*, atau dapat dideskripsikan dengan interaksi yang terjadi tanpa melihat latar belakang audiens (Kitchin 2014).

Secara lebih kritis, temuan juga menunjukkan adanya dinamika keterikatan antara performativitas identitas #Chindo dengan rezim normatif platform digital. Algoritma tidak netral; ia mengamplifikasi konten tertentu yang sesuai dengan norma popularitas, keberagaman, dan keterhubungan emosional (Tabassum et al. 2018), sehingga tindakan

performatif #Chindo menjadi efektif bukan hanya karena narasi yang dibangun, tetapi juga karena kompatibilitasnya dengan logika komersial dan afektif platform digital tertentu. Hal tersebut menguatkan argumen Butler bahwa performativitas tidak pernah murni otonom, melainkan selalu berlangsung dalam medan relasional kekuasaan. Di sisi lain, beberapa respon audiens menunjukkan resistensi, dengan narasi yang menuduh kampanye ini sebagai upaya pencitraan, yang memperlihatkan bahwa performativitas identitas selalu rentan terhadap ketidakstabilan makna. Identitas #Chindo, sebagaimana dikemukakan Butler, tidak pernah sepenuhnya terkonsolidasi; ia terbuka terhadap resignifikasi, kritik, dan bahkan subversi.

Lebih tajam lagi, temuan mengungkapkan bahwa agensi dalam kampanye #Chindo bukanlah tindakan bebas dari batasan, melainkan tindakan strategis dalam kondisi keterbatasan sosial dan digital. Para aktor tidak berusaha mengklaim identitas Chindo sebagai entitas etnis yang eksklusif, melainkan mbingkainya sebagai pengalaman kolektif tentang keterhubungan, pengalaman sejarah, dan aspirasi masa depan dalam kerangka kebangsaan Indonesia. Ini adalah bentuk subversi performatif terhadap narasi lama yang memarginalisasi etnis Tionghoa. Identitas #Chindo dibangun dengan memanfaatkan retorika nasionalisme inklusif, sehingga membalikkan norma lama tentang eksklusivitas etnis dan membentuk ruang pengakuan baru melalui repetisi dan resignifikasi makna identitas di ruang digital. Dengan demikian, berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan kampanye #Chindo merupakan realisasi nyata dari konsep performativitas Butler: identitas sebagai produk tindakan berulang dalam medan kekuasaan, di mana agensi terjadi dalam keterbatasan, dan pengakuan hanya dapat diraih melalui pengulangan strategis yang mengintervensi norma dominan.

Pada akhirnya, temuan ini menegaskan tesis mendasar Butler bahwa identitas tidak pernah hadir sebagai fondasi ontologis yang stabil, melainkan selalu merupakan hasil dari praktik diskursif yang bersifat sementara dan rentan. Kampanye #Chindo menunjukkan bahwa pengakuan identitas bergantung pada keberhasilan tindakan performatif dalam menginterupsi dan mendefinisikan ulang norma sosial yang telah mapan, sekaligus mempertaruhkan dirinya pada kemungkinan kegagalan, resistensi, dan resignifikasi yang tak pernah selesai. Dalam kerangka ini, ruang digital bukan hanya medium ekspresi, melainkan juga arena politik di mana pertarungan makna tentang siapa yang berhak "menjadi" berlangsung melalui repetisi dan iterasi yang penuh ketegangan. Dengan demikian, konstruksi identitas #Chindo bukanlah kemenangan final atas penanda identitas, melainkan sebuah proses performatif yang terus berlangsung—sebuah medan dinamis yang mencerminkan relasi kuasa, norma sosial, dan

agensi individu dalam upaya membentuk subyektivitas baru di tengah struktur hegemonik yang beroperasi baik secara offline maupun online.

D. KESIMPULAN

Media sosial telah menjadi arena performatif di mana identitas politik etnis Tionghoa-Indonesia, khususnya melalui tagar #chindo, dibentuk, dinegosiasikan, dan dipertunjukkan secara kolektif. Dengan menggunakan pendekatan Social Network Analysis dan Actor-Network Theory, penelitian ini mengungkap bahwa lima aktor kunci memainkan peran penting dalam membentuk narasi identitas ini, menunjukkan bahwa visibilitas dan partisipasi digital menjadi penentu utama dalam proses integrasi sosial. Merujuk pada teori performativitas Judith Butler, identitas Chindo tidak dilihat sebagai sesuatu yang esensial atau tetap, melainkan dibentuk terus-menerus melalui repetisi praktik sosial dan diskursif di ruang digital. Performa identitas melalui unggahan, komentar, dan interaksi daring memungkinkan etnis Tionghoa-Indonesia membentuk solidaritas dan klaim atas ruang publik nasional, yang pada akhirnya menunjukkan adanya pergeseran menuju bentuk baru kewarganegaraan kultural yang lebih inklusif. Dengan demikian, identitas Chindo sebagai entitas politik digital telah berkontribusi pada transformasi hubungan etnis dan memperkuat narasi kebangsaan menuju Indonesia Emas 2045.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Assidiqi, Hamas. 2018. "Kebijakan Asimilasi Terhadap Etnis Tionghoa Di Jakarta Tahun 1966-1998." *Prodi Ilmu Sejarah* 3(3):375–88.
- Aziz, Munawir. 2013. "Identitas Pemuda Tionghoa Pasca Reformasi : Nasionalisme Dalam Transformasi Kepemimpinan Pada Organisasi Sosial Di Lasem, Jawa Tengah." *Jurnal Studi Pemuda* 2(2):117–28.
- Butler, Judith. 1988. "Gender Performance." *Theatre Journal* 40(4):519–31). doi: 10.33043/dlr.3.0.66-76.
- Carroll, Michael. 2018. "Understanding Curriculum: An Actor Network Theory Approach." *Studies in Self-Access Learning Journal* 247–61). doi: 10.37237/090302.
- Dunkel, Curtis S., and Michelle Decker. 2012. "Using Identity Style and Parental Identification to Predict Political Orientation." *Current Psychology* 31(1):65–78). doi: 10.1007/s12144-012-9131-8.
- Eriyanto, Eriyanto, and Denny J. Ali. 2020. "Discourse Network of a Public Issue Debate: A Study on Covid-19 Cases in Indonesia." *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication* 36(3):209–27). doi: 10.17576/jkmjc-2020-3603-13.

- Espinoza, Patricia G. 2024. "Rethinking the Social Determination of Food in Chile Through Practices and Interactions of Actors in Food Environments: Nonexperimental, Cross-Sectional Study (Preprint)." doi: 10.2196/preprints.62765.
- Fan, Changjun, Li Zeng, Yuhui Ding, Muhao Chen, Yizhou Sun, and Zhong Liu. 2019. "Learning to Identify High Betweenness Centrality Nodes from Scratch: A Novel Graph Neural Network Approach. (*International Conference on Information and Knowledge Management, Proceedings* 559–68). doi: 10.1145/3357384.3357979.
- Hernández-Lagos, Pablo, and Dylan Minor. 2020. "Political Identity and Trust. (*Quarterly Journal of Political Science* 15(3):337–67). doi: 10.1561/100.00018063_app.
- Kitchin, Rob. 2014. *The Data Revolution: Big Data, Open Data, Data Infrastructures & Their Consequences*. 1 Oliver's Yard, 55 City Road, London EC1Y 1SP United Kingdom : SAGE Publications Ltd.
- Lynn, Mary, and De Silva. 2017. "Norm Circles, Stigma and the Securitization of Asylum: A Comparative Study of Australia and Sweden."
- Majid, Abdul. 2023. "Identity Politics Approaching the 2024 Election Through Social Media Through Sociology of Religion Perspective. (*Journal of Governance and Public Policy* 10(3):274–87). doi: 10.18196/jgpp.v10i3.18088.
- Manyika, J., M. Chui Brown, Bughin B. J., R. Dobbs, C. Roxburgh, and A. Hung Byers. 2011. "Big Data: The next Frontier for Innovation, Competition and Productivity." *McKinsey Global Institute* (June):156.
- Mikalef, Patrick, and Adamantia Pateli. 2017. "Information Technology-Enabled Dynamic Capabilities and Their Indirect Effect on Competitive Performance: Findings from PLS-SEM and FsQCA. (*Journal of Business Research* 70:1–16). doi: 10.1016/j.jbusres.2016.09.004.
- Niese, Bethany, and Sharath Sasidharan. 2022. "Getting Social. (*International Journal of Knowledge Management* 18(1):1–23). doi: 10.4018/ijkm.313956.
- Nora, Gabriela A. M., Anete Alberton, and Diego H. F. Ayala. 2022. "Stakeholder Theory and Actor-network Theory: The Stakeholder Engagement in Energy Transitions. (*Business Strategy and the Environment* 32(1):673–85). doi: 10.1002/bse.3168.
- Qasem, Ziyaad, Marc Jansen, Tobias Hecking, and H. U. Hoppe. 2017. "Using Attractiveness Model for Actors Ranking in Social Media Networks. (*Computational Social Networks* 4(1)). doi: 10.1186/s40649-017-0040-8.
- Sari, Kartika, Salsadilla Nur, Ilhan Rayfatsyah Rangkuti, Isnaini Alawiyah, Adinda Fuspita Sari, and Ichwan Azhari. 2024. "Sejarah Kelam: Konflik Warga Tionghoa Di Indonesia Dengan Voc (Geger Pacinan Oktober 1740). (*Innovative* 4(3):7264–72).
- Sinaga, Lidya Christin, Atika Nur Kusumaningtyas, and Syafuan Rozi. 2024. "'TIONGHOA' OR 'CINA': Negotiating Chinese-Indonesians' Preferred Identity in the Post-Reform Era. (*Asian Ethnicity* 25(2):340–66). doi: 10.1080/14631369.2023.2257615.
- Suryani, Suryani, and Ana S. Azmy. 2020. "Identitas Politik Dan Multikulturalisme: Penguatan Identitas Politik Etnis Tionghoa Pasca Orde Baru. (*Perspektif* 9(2):183–94). doi: 10.31289/perspektif.v9i2.3334.

Tabassum, Shazia, Fabiola S. F. Pereira, Sofia Fernandes, and João Gama. 2018. "Social Network Analysis: An Overview." *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery* 8(5).