

Turnitin 4664

by Ade Handayani

Submission date: 24-Jul-2022 02:26PM (UTC+0900)

Submission ID: 1874314958

File name: 4664-File_Utama_Naskah-10571-1-4-20220406.doc (4.06M)

Word count: 2379

Character count: 15645

Template APTEKMAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENYULUHAN PENGENALAN DUNIA DIGITAL MARKETING
BAGI DESA CIBODAS

Hendra Bunyamin, Julianti Kasih, Tiur Gantini, Teddy Marcus,
Hapnes Toba, Djoni Setiawan, Sherly Santiadi, dan Rolando Vieri

Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Maranatha

email: hendra.bunyamin@it.maranatha.edu, julianti.kasih@it.maranatha.edu, tiur.gantini@it.maranatha.edu,
teddy.marcus@it.maranatha.edu, hapnestoba@it.maranatha.edu, djoni.setiawan@it.maranatha.edu,

Abstract

The social media revolution has completely changed consumer behavior as well as the Internet. A marketing strategy which reaches consumers through internet usage channels, mobile devices, search engines, and social media in the broadband Internet corridor is needed by businessmen nowadays. This marketing strategy so-called digital marketing is required to compete for customers in the 21st century. Specifically in this community dedication project, we deliver a webinar to educate villagers from Desa Cibodas about digital marketing skills to create business opportunities by utilizing digital platforms. Additionally, this webinar is a part of Digital Village program which is a joint cooperation between Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat and Asosiasi Pendidikan Tinggi Informatika dan Komputer (APTIKOM).

Keywords: community dedication, digital marketing, entrepreneurship

Abstrak

Revolusi media sosial telah sepenuhnya mengubah perilaku konsumen dan juga Internet. Strategi marketing yang dapat menjangkau para konsumen melalui kanal penggunaan Internet, perangkat mobile, mesin pencari (search engines), dan sosial media di dalam koridor Internet broadband sangat diperlukan oleh para pebisnis. Strategi marketing ini dinamakan digital marketing. Selain strategi digital marketing yang perlu dibuat oleh pebisnis dalam abad ke-21 ini. Secara khusus, digital marketing merupakan literasi digital yang diperlukan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan masyarakat desa dalam mengurangi dampak negatif digitalisasi serta menciptakan peluang bisnis memanfaatkan platform digital. Oleh karena masyarakat desa perlu dilengkapi dengan keterampilan digital marketing sebagai salah satu bentuk literasi digital, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Maranatha Indonesia sudah melaksanakan pengabdian masyarakat dengan mendidik masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat di Desa Cibodas Lembang tentang topik tersebut. Niat ini telah diwujudkan dengan mengadakan Webinar GRATIS yang terbuka untuk semua orang di Indonesia, khususnya masyarakat di Desa Cibodas dengan topik "Pengenalan Dunia Digital Marketing". Pelatihan ini juga didukung oleh Asosiasi Perguruan Tinggi Informatika dan Komputer Jawa Barat (APTIKOM JABAR).

Kata kunci : abdimas, digital marketing, kewirausahaan, entrepreneurship

1. PENDAHULUAN

Revolusi media sosial telah sepenuhnya mengubah perilaku konsumen dan juga Internet. Sebelum abad ke-21, bisnis umumnya mengembangkan website untuk

mempromosikan produknya. E-mail menjadi media komunikasi yang biasa dan sistem Customer Relationship Management (CRM) yang sudah terlebih dahulu dibentuk digunakan untuk menyimpan semua informasi bisnisnya. Untuk media promosi,

perusahaan-perusahaan beriklan di berbagai *website* yang sering dikunjungi konsumen. Lebih lanjut lagi, perusahaan-perusahaan yang berpikiran ke depan akan memikirkan strategi beriklan dengan mesin pencari untuk perusahaannya dan bekerja sama dengan perusahaan mesin pencari seperti Yahoo! dan Google (Grubb, 2021). Semua ini adalah *online marketing* dan pada saatnya tim *online marketing* akan terbentuk. Akan tetapi ada yang berubah dalam abad ke-21.

Dalam abad ke-21, penetrasi koneksi Internet broadband dan penggunaan Internet meningkat dengan ekspektasi pengguna Internet adalah 40% dari populasi dunia dan lebih daripada 90% di negara-negara tertentu (Internet World Stats, 2015). Data analitik telah berkembang sampai ke tingkat dengan kondisi bahwa perilaku konsumen dapat dipahami secara *real time*, termasuk demografi dan minat dari konsumen di dalamnya. Oleh karena itu, strategi marketing yang dapat menjangkau para konsumen melalui kanal penggunaan Internet, perangkat *mobile*, mesin pencari (*search engines*), sosial media, dan kanal-kanal lainnya di dalam koridor Internet broadband sangat diperlukan oleh para pebisnis. Strategi *marketing* ini dinamakan *digital marketing*.

Oleh karena masyarakat desa perlu dilengkapi dengan keterampilan digital marketing sebagai salah satu bentuk literasi digital, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Maranatha Indonesia hendak melaksanakan pengabdian masyarakat dengan mendidik masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat di Desa Cibodas Lembang. Niat ini akan diwujudkan dengan mengadakan Webinar GRATIS yang terbuka untuk semua orang di Indonesia, khususnya masyarakat di Desa Cibodas Lembang dengan topik "Pengenalan Dunia Digital Marketing". Pelatihan ini juga didukung oleh Asosiasi Perguruan Tinggi Informatika dan Komputer Jawa Barat (APTIKOM JABAR).

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Desa Cibodas yang terletak di Kawasan Maribaya, Lembang, Kabupaten Bandung Barat adalah sebuah desa dengan potensi

23

pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).²⁷ Masyarakat di Desa Cibodas memiliki hasil pertanian (sayur mayur dan buah-buahan) yang dapat dipanen sepanjang tahun. Di samping itu, telah terbentuk pula beberapa kelompok usaha UMKM yang mengolah bahan mentah hasil pertanian menjadi produk yang siap dipasarkan.

Dalam kaitan pemasaran produk inilah masyarakat Desa Cibodas memerlukan pengenalan strategi pemasaran berbasis media digital untuk mendukung penjualan produk, baik berupa bahan mentah hasil pertanian maupun produk yang sudah jadi. Perangkat digital juga diharapkan dapat mendukung potensi pariwisata secara meluas.

Masyarakat Desa Cibodas merasa bahwa sudah saatnya pola kerja ekonomi kreatif diterapkan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk. Masyarakat dan aparat desa juga memiliki keyakinan kuat bahwa taraf perekonomian desa akan meningkat jika perangkat teknologi digital diterapkan melalui perencanaan yang baik untuk mencapai cita-cita sebagai salah satu desa cerdas di Jawa Barat.

3. METODOLOGI PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat menggunakan CBR (*Community Based Research*) (Banks, 2012; Hanafi et al., 2015). Pendekatan ini menitikberatkan peran aktif komunitas dalam menyusun perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi hasil riset/abdimas. Dalam hal ini, peneliti/dosen/mahasiswa berperan utama sebagai fasilitator atau pendamping atau narasumber, yang bersama-sama masyarakat merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi program-program riset/abdimas.

³ Berdasarkan data primer dan sekunder, Cibodas adalah desa di kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, Indonesia, dengan kondisi geografis seluas 1.273,44 Ha atau 7.59 km² dengan jumlah penduduk 12,420 jiwa dan kepadatan 804 jiwa/km² dan berada pada daerah perbukitan yang subur. Desa ini berada pada ketinggian 1260 m dpl dengan suhu berkisar antara 18°-

28°C. Sebagian besar lahannya dimanfaatkan untuk lahan pertanian (34.06%) dan perkebunan (27.56%), di samping lahan pemukiman, perkantoran, prasarana umum dan hutan konservasi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

Kepala Desa Cibodas, Dindin Sukaya menyatakan bahwa agrowisata rencananya dijadikan sebagai primadona di Desa Cibodas. Hal itu mengingat kultur Desa Cibodas yang memang lekat dengan sektor pertanian. "Agrowisata ini mau dijadikan primadona di Desa Cibodas, itu juga demi meningkatkan taraf hidup masyarakat di sini. Sudah berjalan lama, karena memang kultur wilayah di sini yang merupakan daerah pertanian," kata Dindin, Senin (22/2/2022) lewat media *online* JabarEkspres¹. Hal senada pernah disampaikan saat kunjungan tim dari Universitas Kristen Maranatha pada Selasa 14 Desember 2021. Untuk mencapai tujuan Agrowisata Desa Cibodas, Desa Cibodas bekerja sama dengan berbagai pihak salah satunya dengan Diskominfo Jabar, Aptikom Jabar dan Universitas Kristen Maranatha yang berada di bawah naungan Aptikom Jabar untuk peningkatan sumber daya manusia melalui Literasi Digital. Kegiatan Literasi Digital, salah satunya adalah Pelatihan Digital Marketing.

Kegiatan ini dilakukan untuk membina warga Desa Cibodas Lembang, yaitu Karang Taruna Desa Cibodas dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Cibodas. Karang Taruna² adalah organisasi kepemudaan di Indonesia. Karang Taruna bergerak dibidang kesejahteraan sosial dan merupakan wadah pengembangan generasi muda non-partisan, yang tumbuh atas dasar kesadaran dan rasa tanggung jawab sosial dari, oleh dan untuk masyarakat khususnya generasi muda di wilayah Desa/ Kelurahan. Organisasi sosial kepemudaan Karang Taruna merupakan wadah pembinaan dan pengembangan serta pemberdayaan dalam

2

upaya mengembangkan kegiatan ekonomi produktif dengan pendayagunaan semua potensi yang tersedia di lingkungan baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang telah ada. Sebagai organisasi kepemudaan, Karang Taruna berpedoman pada Pedoman Dasar dan Pedoman Rumah Tangga. Pedoman ini mengatur tentang struktur pengurus dan masa jabatan di masing-masing wilayah mulai dari Desa/ Kelurahan sampai pada tingkat Nasional. Semua ini wujud dari pada regenerasi organisasi demi kelanjutan organisasi serta pembinaan anggota Karang Taruna baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang. Karang Taruna beranggotakan pemuda dan pemudi (dalam AD/ART nya diatur keanggotaannya mulai dari pemuda/i berusia mulai dari 11 - 45 tahun) dan batasan sebagai Pengurus adalah berusia mulai 17 - 35 tahun. Karang Taruna didirikan dengan tujuan memberikan pembinaan dan pemberdayaan kepada para remaja, misalnya dalam bidang keorganisasian, ekonomi, olahraga, ketrampilan, advokasi, keagamaan dan kesenian. UMKM³ merupakan salah satu praktik usaha yang populer di kalangan masyarakat, termasuk di Desa Cibodas. Masyarakat yang dimaksud meliputi usaha rumahan, usaha mikro seluruh komoditas, pedagang kaki lima, pedagang asongan, pedagang pasar, pengelola pasar tradisional, usaha kecil hingga kepada usaha menengah. UMKM dapat menjadi andalan sektor bisnis yang menggerakkan roda perekonomian suatu desa bahkan negara. UMKM adalah kegiatan usaha atau bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, maupun badan usaha mikro, kecil, dan menengah. Penggolongannya berdasarkan besaran omset per tahun, jumlah kekayaan atau aset, dan jumlah karyawan yang dipekerjakan.

Kegiatan Literasi Digital dilakukan untuk mensukseskan Gerakan Literasi Digital Nasional. Kegiatan ini diprakarsai oleh Asosiasi Pendidikan Tinggi Informatika dan Komputer (APTIKOM) Jabar, Dinas

15

¹ <https://jabarekspres.com/berita/2021/02/22/desa-cibodas-lembang-fokus-pada-agrowisata-pertanian/2/>

² Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2019 tentang Karang Taruna

16

³ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah

Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Jabar dan Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Maranatha Bandung (FIT) yang merupakan anggota dari Aptikom Jabar.

A. Perencanaan dan Bentuk Kegiatan

Pada tahap perencanaan Aptikom, Diskominfo FIT bersama perangkat Desa Cibodas berdiskusi dan mengidentifikasi harapan, termasuk mempertimbangkan apakah kegiatan abdimas yang diusulkan adalah ide yang baik yang saling menguntungkan semua pihak. Mengapa perlu bekerja sama, apakah kerjasama abdimas ini menjadi produktif, berbagi pengalaman dan cerita dapat menjadi bagian yang berguna dari proses untuk menemukan nilai dan aspirasi bersama, menentukan topik/literasi apa yang dibutuhkan oleh desa. Siapa yang harus terlibat, apakah ada orang atau kelompok tertentu dengan keahlian/pengalaman/minat dalam topik yang akan dibahas. Bagaimana para peserta akan bekerja sama dalam kegiatan ini, media apa yang akan digunakan mengingat masa pandemi Covid-19 masih berlangsung.

Dari hasil diskusi, maka diputuskan bentuk kegiatan abdimas tahap awal adalah pembelajaran masyarakat, yakni suatu kegiatan yang ditujukan untuk belajar bersama masyarakat atau menguatkan kemampuan, potensi dan aset masyarakat, termasuk dialog, lokakarya, dan pelatihan. Kegiatan pembelajaran masyarakat akan dilakukan melalui webinar (seminar daring).

Pada Tabel I merupakan jadwal pertemuan untuk merencanakan kegiatan yaitu koordinasi dengan Diskominfo Jabar, Aptikom, FIT dan Perangkat Desa Cibodas, menentukan waktu dan pembicara, menghubungi pembicara, mempublikasikan kepada Staf Desa Cibodas, Karang Taruna, dan perwakilan UMKM Desa Cibodas, menyusun panitia internal dan membuat proposal kegiatan. Kegiatan Literasi Digital ini merupakan tahap awal untuk mengedukasi masyarakat desa Cibodas akan pentingnya teknologi informasi untuk menunjang

perekonomian desa di masa pandemi maupun pasca pandemi

TABEL I
JADWAL PERTEMUAN PERENCANAAN KEGIATAN

Tanggal	Waktu	Acara
24 November 2021	10:00 - 11:00	Rapat persiapan abdimas untuk Desa Cibodas
7 Desember 2021	08:00 – 11:30	Kick Off Pelatihan Literasi Digital bersama APTIKOM Jabar
11 Januari 2022	16:00 - 17:00	Rapat Persiapan Webinar

B. Pelaksanaan Kegiatan dan Materi Webinar

Pelaksanaan kegiatan abdimas berupa webinar yang akan disampaikan oleh dua pembicara. Pelaksanaan PKM melalui seminar *online (webinar)* ini dilakukan pada Rabu, 12 Januari 2022, pk. 13:00 – 15:00 WIB, Ruang pertemuan Zoom dan Ruang pertemuan Balai Desa Cibodas Lembang.

Tema webinar **“Pengenalan Dunia Digital Marketing”** mengikuti susunan acara sebagai berikut ini:

TABEL II
KEGIATAN WEBINAR PENGENALAN DUNIA DIGITAL MARKETING

Waktu	Acara	PIC
12.30 - 13.00	Ruang Zoom Dibuka	Hendra Bunyamin, S.Si., M.T.
13.00 - 13.03 13.03 - 13.10	MC menyapa peserta Kata	Sherly Santiadi Ir. Teddy

	sambutan Dekan FIT Kata sambutan Kepala Desa Cibodas, Lembang	Marcus, M.T. Dindin Sukaya
13.10 - 13.20	Pemutaran Video Profile UK. Maranatha	Hendra Bunyamin, S.Si., M.T.
13.20 - 13.25	Photo Bersama/ Dokumentasi	Rolando Vieri
13.25 - 13.30	Pembacaan CV Singkat Pembicara	Sherly Santiadi
13.30 - 14.00	Presentasi Digital Entrepreneurs hip	Tiur Gantini, S.T., M.T.
14.00 - 14.30	Presentasi Digital Marketing Strategy	Julianti Kasih, S.E., M.Kom.
14.30 - 15.00	Tanya Jawab	Sherly Santiadi Rolando Vieri
15.00 - 15.05	Penutupan kegiatan webinar	Djoni Setiawan, S.T., MT.

Kegiatan dibuka oleh Teddy Marcus Zakaria, selaku Dekan Fakultas Teknologi Informasi (FTI) UK. Maranatha seperti pada *Figure 1*.



Figure 1 Sambutan Dekan Fakultas Teknologi Informasi UK. Maranatha

Selanjutnya, Pak Dindin Sukaya sebagai Kepala Desa Cibodas, Lembang juga memberikan kata sambutan seperti pada *Figure 2*.



Figure 2 Sambutan Kepala Desa Cibodas, Lembang

Setelah kata sambutan dari Pak Teddy dan Pak Dindin, foto bersama dilakukan seperti pada *Figure 3*.

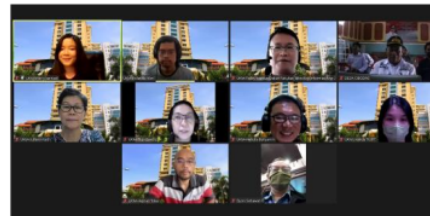


Figure 3 Foto Bersama

Berikutnya adalah penyampaian materi tentang *Digital Entrepreneurship* yang dibawakan oleh Ibu Tiur Gantini seperti pada *Figure 4*.



Figure 4 Materi Pertama tentang Digital Entrepreneurship oleh Ibu Tiur Gantini

Selanjutnya, materi kedua tentang *Digital Marketing Strategy* yang dibawakan oleh Ibu Julianti Kasih seperti pada *Figure 5*.



Figure 5 Materi Kedua tentang Digital Marketing Strategy oleh Ibu Julianti Kasih

Setelah dua materi disampaikan, acara dilanjutkan dengan sesi tanya jawab seperti pada *Figure 6*.



Figure 6 Sesi Tanya Jawab antara FTI UK. Maranatha dan Desa Cibodas

Akhirnya, acara ditutup oleh ringkasan yang disampaikan oleh Pak Djeni Setiawan selaku PIC dari kegiatan ini.



Figure 7 Materi tentang Pembuatan Rencana Bisnis Sederhana



Figure 8 Materi tentang Rencana Bauran Pemasaran



Figure 9 Materi tentang Potensi Calon Pembeli melalui Media Sosial di Indonesia



Figure 10 Materi tentang Strategi Digital Marketing



Figure 11 Materi tentang Strategi Digital Marketing

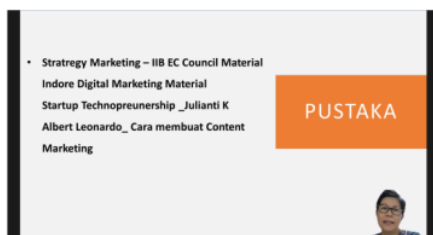


Figure 12 Daftar Pustaka Digital Marketing

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengamatan selama berjalannya kegiatan webinar “Pengenalan Dunia Digital Marketing” untuk masyarakat Desa Cibodas Lembang. Seluruh proses kegiatan webinar dapat berjalan dengan lancar dari sisi proses pelaksanaan kegiatan dan fasilitas teknologi yang digunakan.

Secara keseluruhan materi yang disampaikan oleh para narasumber dapat diterima dengan baik para peserta yang hadir. Hal ini terlihat dari umpan balik yang disampaikan oleh para peserta sebagaimana yang terlihat pada Figure 13.

Bagaimana tanggapan Bapak / Ibu / Saudar/i terhadap materi yang diberikan dalam pelatihan / seminar yang telah berlangsung untuk hal-hal berikut ini:

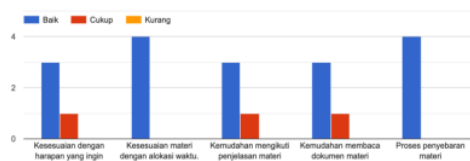


Figure 13 Umpan balik terkait materi kegiatan

Berdasarkan Figure 13 tersebut dan komentar yang disampaikan oleh para peserta,

dapat disimpulkan bahwa para peserta sudah dapat memahami dan mengerti akan isi materi yang disampaikan oleh para narasumber. Para peserta yang hadir pun aktif mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait materi yang disampaikan dan mengkonfirmasi apa yang mereka ketahui atau pahami selama ini. Untuk memperkaya kemampuan dan keterampilan para peserta kegiatan, terdapat saran yang diterima oleh pihak panitia untuk melaksanakan pertemuan atau kegiatan lanjutan agar dapat lebih mendalami materi yang disampaikan agar dapat diimplementasikan secara aktif dalam kehidupan sehari-hari.

5. KESIMPULAN

Kegiatan abdimas penyuluhan pengenalan dunia digital marketing bagi Desa Cibodas ini berlangsung dengan lancar dan telah memberikan edukasi kepada para peserta untuk memahami dasar-dasar digital marketing.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM UK. Maranatha yang telah memberi dukungan financial terhadap pelaksanaan kegiatan ini.

7. REFERENSI

- Banks, S (2012) Community Based Participatory Research A Guide to Ethical Principles and Practice, Center for Social Justice and Community Action, Durham University.
- Grubb, S (2021) How Cybersecurity Really Works: A Hands-on Guide for Total Beginners, No Starch Press, San Francisco.
- Hanafi, M, Naili, N, Salahuddin, N, Riza, A K, Zuhriyah, L K, Muhtarom, Rakhmawati, Ritonga, I, Muhid, A, Dahkelan (2015) Community-Based Research: Sebuah Pengantar. Surabaya: LP2M.
- Internet World Stats (2015) [accessed 1 November 2015] World Internet Users

Statistics [Online]
<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Barone, A, James, M, Perez, Y (2021)
[accessed 7 Januari 2022] Digital Marketing
[Online]
<https://www.investopedia.com/terms/d/digital-marketing.asp>

Kingsnorth, S (2019) Digital Marketing
Strategy: An Integrated Approach to Online
Marketing 2nd Edition, Free Press, New York

ORIGINALITY REPORT

34%

SIMILARITY INDEX

33%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

21%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Negeri Semarang

Student Paper

7%

2

Submitted to Sriwijaya University

Student Paper

5%

3

id.wikipedia.org

Internet Source

3%

4

jabarekspres.com

Internet Source

2%

5

katadata.co.id

Internet Source

1%

6

Submitted to Universitas Pendidikan
Indonesia

Student Paper

1%

7

core.ac.uk

Internet Source

1%

8

es.scribd.com

Internet Source

1%

9

id.scribd.com

Internet Source

1%

10	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1 %
11	jurnal.stain-madina.ac.id Internet Source	1 %
12	it.maranatha.edu Internet Source	1 %
13	jurnal.polsri.ac.id Internet Source	1 %
14	Submitted to Catholic University of Parahyangan Student Paper	1 %
15	journal.iaimnumetrolampung.ac.id Internet Source	1 %
16	ejournal.unima.ac.id Internet Source	1 %
17	Submitted to Purdue University Student Paper	1 %
18	www.asoo.hr Internet Source	1 %
19	Submitted to Deakin University Student Paper	1 %
20	www.citethisforme.com Internet Source	<1 %
21	www.coursehero.com Internet Source	

<1 %

22

partnership.telkomuniversity.ac.id

Internet Source

<1 %

23

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

<1 %

24

jurnal.unma.ac.id

Internet Source

<1 %

25

www.researchgate.net

Internet Source

<1 %

26

K. Rapiandi Isak Merang, Robert Robert.
"Peran Pemuda Karang Taruna Bunga Bakung
Dalam Pembangunan Di Desa Metun Sajau
Kecamatan Tanjung Palas Timur Kabupaten
Bulungan Kalimantan Utara", Jurnal Ilmu
Administrasi Negara (JUAN), 2019

Publication

<1 %

27

dokumen.tips

Internet Source

<1 %

28

iaascuns.blogspot.com

Internet Source

<1 %

29

kak.or.id

Internet Source

<1 %

30

kilaskementerian.kompas.com

Internet Source

<1 %

31

si.almaata.ac.id

Internet Source

<1 %

32

surabaya.tribunnews.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off