

## PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MANAJEMEN MEDIA ONLINE (STUDI KASUS TIRTO.ID)

**Alma Fikhasari**

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum  
Universitas Negeri Surabaya  
[almafikhasari@mhs.unesa.ac.id](mailto:almafikhasari@mhs.unesa.ac.id)

**Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si.**

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum  
Universitas Negeri Surabaya  
[gilangaji@unesa.ac.id](mailto:gilangaji@unesa.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan teknologi saat ini mengakibatkan munculnya media sosial yang digunakan baik untuk hiburan maupun untuk mencari informasi. Namun media sosial saat ini digunakan juga sebagai lahan bisnis khususnya untuk industri media massa. Penelitian ini secara umum membahas tentang bagaimana praktik manajemen redaksional *tirto.id* berfokus pada konsep manajemen yang dicetuskan George R. Terry, melalui empat elemen yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan, dan secara khusus membahas peran media sosial yang digunakan *tirto.id* dalam menjalankan manajemen redaksional. Melalui pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran pada pembaca terkait peran media sosial dalam proses manajemen redaksional *tirto.id*. penelitian ini menemukan fakta bahwa peran media sosial saat ini memberikan pengaruh besar pada setiap aspek dalam proses manajemen redaksional *tirto.id*.

**Kata kunci : New Media, Manajemen, Tirto.id, Media Sosial.**

### Abstract

Current technological developments have resulted in the emergence of social media that is used both for entertainment and to find information. However, social media is currently also used as a business area, especially for the mass media industry. This research generally discusses how *tirto.id* editorial management practices focus on the management concept that was coined by George R. Terry, through four elements which include planning, organizing, actuating and controlling, and specifically discussing the role of social media used by *tirto.id* in running editorial management. Through a qualitative approach and case study method, it is hoped that this research can provide readers with an overview of the role of social media in the editorial process of *tirto.id*. this research found the fact that the role of social media currently has a major influence on every aspect in the editorial management process *tirto.id*.

**Keyword : New Media, Management, Tirto.id, Social Media.**

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi saat ini mengakibatkan munculnya kehadiran media online ditengah-tengah masyarakat, hal tersebut meningkatkan keperluan akan informasi, informasi saat ini sudah dikenal bukan dari seberapa banyak jumlah informasi yang penting, namun dari ketelitian (*accuracy*), ketepatan waktu (*timeliness*), kelengkapan (*complete*), keringkasan (*conciseness*), dan kesesuaian (*relevancy*) (Ina Salmah, 2010).

Peran yang dapat diambil dari kehadiran media online dalam kehidupan untuk mendapatkan informasi seperti kesehatan, rekreasi, hobi, dan rohani. Perkembangan teknologi informasi memacu hal yang baru dalam kehidupan, kehidupan seperti ini dikenal dengan *e-life* yang memiliki arti kehidupan yang sudah dipengaruhi oleh kebutuhan secara elektronik (Wawan Wardiana, 2002:1)

Menurut Martin Lister dkk (2009) revolusi budaya

ini terjadi karena adanya proses *digitally* (perubahan media menjadi digital), *interactivity* (perubahan media digital yang memberi respon interaktif pada sesama pengguna), serta *dispersal* (proses produksi dan pesan dalam digital untuk melibatkan keaktifan individu).

Media online hadir seiring dengan bertambahnya penggunaan internet. Media online merupakan sebuah *platform* baru yang memungkinkan distribusi informasi dilakukan tanpa halangan yang sebelumnya banyak menghalangi. Media online dapat diakses dari mana saja dimana pun dan kapan pun selagi pengguna memiliki atau terhubung dengan jaringan internet yang akan menghantarkan pengguna keranah *world wide web* (www). Implikasi dari munculnya media online ialah muncul media sosial berupa *twitter*, *instagram*, *facebook*, *blog*, *youtube* dan lain sebagainya.

Melalui kehadirannya, media sosial memiliki fungsi yang positif diantaranya, penyampaian informasi terhadap masyarakat memberikan kemudahan dalam inovasi, adanya hubungan kekuasaan, adaptasi dan kemajuan, dapat mengalihkan perhatian yang berguna

dalam meredakan ketegangan sosial serta menjadikan media sosial sebuah hiburan, wadah dalam sosialisasi untuk masyarakat dalam hal kepentingan apapun dan menyampaikan suatu informasi yang bersifat menjelaskan, menafsirkan makna suatu peristiwa (McQuail, 1996)

Praktinya dengan adanya media online menghadirkan pula jurnalistik modern berupa situs berita atau portal informasi yang memungkinkan pengakses informasi mendapatkan berbagai aneka fasilitas atau fitur online dan berita didalamnya. Namun permasalahan pada era media online yang paling disoroti adalah kredibilitas portal berita online. Kecepatan menjadi hal yang diutamakan dalam proses produksi berita, mengingat kecepatan menjadi faktor utama dalam persaingan dalam memperebutkan *view* (Jane B. Singer, 2001).

Akan tetapi saat ini muncul portal berita online Indonesia yang berada pada jalur jurnalistik presisi yaitu Tirto.id. Dalam praktiknya jurnalistik presisi biasa dilakukan dengan memanfaatkan survey atau polling, analisis isi dan eksperimen lapangan untuk mengkonveksikan kejadian, karakteristik, perilaku dan sikap menjadi angka untuk kemudian dianalisis (David Pearce Demers & Suzanne Nichols, 1987).

Melihat praktik jurnalistik presisi bisa dikatakan memakan waktu yang tidak sebentar, tentu menjadi suatu hal yang menarik saat muncul satu lembaga pres berbasis online yang mempraktikannya. Dan dalam praktiknya tirto.id pun menggunakan peran media sosial dalam menjalankan manajemen redaksional untuk menarik minat para pembaca. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan peran media sosial yang dilakukan tirto.id dalam menjalankan manajemen media menggunakan teori manajemen *George R. Terry* melalui empat elemen yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.

## METODE

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan studi kasus. Menurut Noor (2009) penelitian kualitatif digunakan untuk melihat masalah yang belum jelas, mengetahui dari makna yang tersembunyi dari masalah tersebut, memahami dari interaksi sosial, mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran, dan meneliti sejarah perkembangan dari suatu masalah.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, menurut Robert K Yin (2008) studi kasus digunakan untuk masalah yang berkaitan dengan aspek seseorang, organisasi, suatu program atau situasi kemasyarakatan yang ditelaah secara mendalam.

Data yang didapatkan dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dan

dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan Pemimpin Redaksi, Redaktur Eksekutif, dan Manajer Media Sosial. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan dari masing-masing anggota di kantor tirto.id Jakarta. Dokumentasi dengan mengumpulkan foto-foto dan dokumen terkait tirto.id.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menjabarkan peran media sosial yang digunakan dalam manajemen tirto.id, peneliti menggunakan teori manajemen menurut *George R. Terry*. Peneliti melakukan penelitian dengan meneliti peran media sosial yang digunakan dalam manajemen redaksional tirto.id dengan menjabarkan setiap elemen pada manajemen untuk mengetahui pengaruh peran media sosial terhadap manajemen redaksional yang dijalankan oleh tirto.id. dan pendanaan digunakan peneliti untuk mengetahui sumber biaya dan bagaimana cara tirto.id dalam pengelolaan pengiklan dengan menggunakan peran media sosial. Dari kedua elemen tersebut, maka akan ditemukan data dan informasi mengenai peran media sosial dalam manajemen media online yang dijalankan oleh tirto.id.

### Peran Media Sosial dan Tirto.id

Tirto.id hadir sebagai media online yang bejalan pada jalur jurnalistik presisi dengan menonjolkan teknik penulisan jurnalistik sastrawi, tirto.id memanfaatkan data berwujud foto, kutipan, rekaman peristiwa, serta data statistik yang ditampilkan langsung melalui infografik dan video infografik. Sajian produk yang dihasilkan tirto.id meliputi rubrik indepth, mild report, hard news, current issue, periksa data, indeks, infografik, mozaik, kolom dan wawancara. Produk-produk yang dihasilkan dilengkapi dengan analisis ratusan media massa dari seluruh Indonesia yang disarikan kedalam bentuk **tiMeter** (pengukuran sentiment) atas tokoh, lembaga serta kasus yang dibicarakan dalam tiap-tiap laporan mendalam.

Dengan adanya perkembangan pada teknologi komunikasi dan informasi telah membawa perubahan besar dalam industri komunikasi, sama halnya yang dirasakan oleh tirto.id, dalam menghadapi dinamika perubahan yang terjadi dalam praktiknya tirto.id menggunakan media sosial sebagai wadah dalam mempromosikan produk yang dimiliki tirto.id dan juga sebagai wadah dalam konten untuk pengiklan. Peran media sosial yang digunakan akhirnya berimbas kepada sirkulasi manajemen redaksional yang berjalan di tirto.id, dalam penggunaan peran media sosial terdapat dua poin sebagai acuan tirto.id, yaitu :

1. Memberikan informasi yang mencerahkan

Tirto.id hadir ditengah masyarakat sebagai media yang mencerahkan untuk melengkapi

informasi yang lowong sebagai mana yang tertera pada visi jernih, mengalir, mencerahkan bersama tirto.id dengan memberikan informasi dengan data-data yang mendalam, narasi *long-form*, memberikan informasi yang memiliki nilai dan manfaat bagi masyarakat.

## 2. Strategi dalam Mengelola Konten

Berjalan pada jalur jurnalisme presisi menjadi salah satu pembeda yang menonjol dari tirto.id. agar konsep yang diusung mampu dicerna oleh pembaca penyajian konten dengan tampilan infografik menjadi strategi yang dilakukan oleh tirto.id.

Memainkan dinamika bahasa dalam penulisan dan penggunaan media sosial sebagai wadah untuk berinteraksi dengan pembaca menjadi strategi dalam mengelola konten yang dilakukan oleh tirto.

Peran media sosial yang digunakan oleh tirto.id dalam sirkulasi manajemen redaksional memberikan perubahan yang signifikan pada fungsi manajemen, selain terhadap produsen media sosial juga mampu merubah sirkulasi pada konsumen.

Dengan media sosial membuat adanya dorongan yang signifikan karena adanya proses partisipasi dan umpan balik yang diberikan pembaca terhadap produk yang diunggah. Dengan menggunakan *platform* media sosial publik dapat memberikan informasi kepada perusahaan media untuk disebarakan lebih luas lagi yang mengakibatkan munculnya istilah jurnalisme warga.

Perubahan yang terjadi pada sirkulasi manajemen redaksional tirto.id dengan adanya media sosial antara lain :

### 1. Media Sosial Merubah Skema Pemberitaan pada Tahap Perencanaan

Konsep yang diusung tirto.id ialah jurnalisme presisi dengan teknik penulisan jurnalisme sastrawi, penyajian dengan tampilan infografik dan video infografik. Pada tahapan ini kehadiran media sosial digunakan sebagai wadah dalam promosi produk yang dibuat oleh divisi redaksi dan juga digunakan untuk konten para pengiklan dalam kata lain sebagai etalase produk tirto.id.

Dalam pengelolaan media sosial, tirto.id memberikan tanggung jawab kepada divisi media sosial untuk mengelola kembali produk yang dibuat oleh divisi redaksi yang nantinya akan diunggah pada kanal-kanal sosial media tirto.id.

Dalam praktiknya tampilan infografik dan video infografik yang digunakan pula oleh divisi

media sosial dalam menarik pembaca, namun tampilan yang didesain akan berbeda disetiap sosial media karena demografis yang dimiliki setiap sosial media berbeda. Penggunaan bahasa dalam pembuatan narasi atau *caption* pun akan berbeda.

Selain tampilan infografik, saat ini divisi media sosial juga memanfaatkan fitur IG TV untuk mengelola rubrik periksa data dengan konten AADD (ada apa dengan data). Untuk kanal *youtube* divisi media sosial akan membuat konten animasi berdurasi 3-5 menit yang didalam video tersebut menggunakan tokoh animasi pak Tirta yang berperan dalam memberikan informasi, alur cerita dan desain dibuat semenarik mungkin dengan visual yang lebih modern. Divisi media sosial dibantu pula oleh divisi multimedia dalam pembuatan konten *youtube* yang baru-baru ini rilis yaitu Newsroom63B konten yang berisikan video dengan durasi 9-15 menit yang membahas tentang isu-isu yang berada pada artikel indepth atau mild report.

Selain sebagai etalase produk, peran media sosial juga berimbas kepada perubahan skema pemberitaan yang terjadi pada rubrikasi mild report, skema awal 70% banding 30% yang dimaksud ialah 70% berita atau isu yang sedang hangat diperbincangkan secara nasional dan 30% isu yang ringan atau tema berita yang abadi seperti gaya hidup, kesehatan berubah menjadi 30% banding 70%.

Hal tersebut karena rubrik mild report dibuat lebih santai dan lebih dekat dengan pengguna sosial media tirto.id dan juga sebagai penutup dari keterlambatan yang sering terjadi pada pembuatan produk untuk rubrik indepth karena rubrik indepth memiliki tahapan peliputan yang memakan waktu sangat lama.

### 2. Media Sosial mempengaruhi Sumber Daya Manusia pada Tirto.id

Dalam tahap pengorganisasian terdapat konsep manajemen sumber daya manusia, untuk sumber daya manusia mayoritas yang berada pada tirto.id merupakan penulis senior yang berpengalaman dalam dunia jurnalis, *blogger*, novelis, kolomunis yang mampu memproduksi tulisan yang mendalam serta narasi *long-form* sebagaimana gaya penulisan tirto.id, juga mampu menjadi seorang manajer *database* yang dimaksud ialah penulis yang mampu menulis informasi lebih mendalam dan memiliki pengetahuan yang luas.

Untuk mendapatkan kriteria tersebut tirto.id membuka dua kantor di Jakarta dan Yogyakarta,

selain untuk mensupport sumber daya manusia keberadaan dua kantor yang berbeda ini juga untuk mensupport data terutama untuk rubrik hard news.

Namun tak semua anggota berisikan penulis-penulis senior, dibebberapa divisi khususnya divisi yang bersentuhan langsung dengan sosial media, beranggotakan orang-orang yang lebih muda dengan jiwa kreatifitas yang tinggi, yang paham tentang alur sosial media dan juga mampu dalam mengelola media sosial. Hal tersebut terjadi karena efek dari peran media sosial yang digunakan tirto.id pada saat ini dalam fungsi manajemen.

Dalam susunan struktur organisasi, hal yang paling menonjol ialah ada nya dua divisi yang dibuat khusus oleh tirto.id yaitu divisi media sosial dengan tanggung jawab mengelola kanal-kanal sosial media tirto.id dan divisi riset mandiri yang bertanggung jawab dalam pengelolaan data-data berupa data statistik dan juga sebagai penyuplai data untuk rubrik yang ada pada tirto.id.

Pada divisi media sosial, terdapat beberapa anggota dengan tanggung jawab yang berbeda, akan tetapi yang paling menonjol ialah adanya analis data yang bertugas dalam melaporkan data yang muncul disetiap postingan untuk kepentingan strategi seperti pengembangan produk dan iklan.

### 3. Tahap Pelaksanaan Keredaksian Tirto.id

Tahap pelaksanaan pada keredaksian tirto melalui proses panjang, yaitu penentuan tema, riset, peliputan, penulisan, penyuntingan, verifikasi, dan publikasi. Pada tirto.id proses verifikasi dilakukan sebelum produk di publikasi hal tersebut untuk meminimalisir kesalahan pada data yang dimunculkan di produk tirto.id.

Dalam proses penentuan tema peran media sosial yang paling besar pengaruhnya ialah pada rubrik mild report, dalam proses penentuan tema divisi media sosial akan diberikan ruang untuk memberikan saran atau referensi dalam penentuan tema hal tersebut karena skema pada pemberitaan yang sudah berubah dan juga saat ini sirkulasi dalam pola komunikasi media sudah tidak lagi satu arah melainkan dua arah yang dimana konsumen atau pembaca saat ini sudah lebih aktif dalam interaksi media melalui fitur yang ada di media sosial.

Dalam proses pembuatan konten divisi media sosial akan merubah gaya penulisan yang ada pada produk sebelumnya dan juga akan merubah tampilan infografik untuk

menyesuaikan demografis disetiap sosial media. Dalam pengambilan produk, divisi media sosial selain mengelola produk yang ada pada rubrik mild report, terkadang juga mengambil dari produk rubrik lainnya mengikuti kebutuhan yang ada pada sosial media. Selain mengelola kembali produk redaksi media sosial juga menjadi tim rekomendasi dalam waktu untuk pengunggahan produk iklan.

Dalam pengunggahan konten di sosial media, divisi media sosial memiliki waktu-waktu tertentu. Untuk *instagram* divisi media sosial akan mengunggah konten tiga kali sehari yaitu pagi, siang, sore berupa konten infografik dan ditutup pada malam hari dengan konten video infografik. Untuk instastory pun sama yaitu tiga kali pagi, siang, dan sore. Untuk *twitter* dan *facebook* akan mengunggah konten satu jam sekali atau bisa 10-15 menit sekali jika dirasa keadaan sedang ramai.

### 4. Media Sosial Sebagai Bahan Evaluasi Pada Kinerja Tirto.id

Pada proses evaluasi tirto.id melakukan dua proses yaitu melalui tatap muka dan melalui pesan instan. Sanksi dan reward pun diberlakukan tirto.id untuk para anggotanya.

Selain itu dalam proses evaluasi hasil laporan yang dibuat oleh analis data digunakan sebagai referensi evaluasi untuk para anggota baik untuk kinerja dan dalam pembuatan konten. Untuk rapat evaluasi dilakukan setiap hari Senin, Rabu atau Jumat yang dihadiri oleh seluruh jajaran staf tirto.id.

### Pendanaan Tirto.id

Pada awal berdirinya tirto.id melakukan pendanaan secara mandiri oleh pemimpin redaksi sekaligus pemilik yaitu Atmaji Sapto Anggoro. Berjalan selama tiga tahun akhirnya tirto.id membuka diri untuk para pengiklan dan diketahui pada saat ini sudah 50 perusahaan besar yang beriklan di tirto.id.

Format iklan yang ditawarkan oleh tirto.id dalam bentuk advertorial dan native ads, hal tersebut dilakukan agar para pembaca tidak merasa terganggu dengan kehadiran iklan yang ada pada tirto.id.

Dalam pembuatan iklan divisi marketing diberikan tanggung jawab dalam pengelolaannya, baik dalam pembuatan desain infografik maupun dalam penulisan artikel iklan. Dalam hal ini divisi media sosial berperan dalam merekomendasikan waktu pengunggahan konten iklan dan juga sebagai wadah dalam pengunggahan konten iklan, hal tersebut agar pembaca website tirto.id tidak merasa terganggu dengan adanya iklan.

Namun dinamika media sosial saat ini sangat sulit

dalam hal dunia bisnis karena algoritma yang diberlakukan sangat menyulitkan bagi para pebisnis media online dalam mengembangkan konten-konten yang mereka miliki. Untuk *instagram* saat ini diberlakukan pembatasan teks pada visual dan untuk *facebook* algoritma yang ada sangatlah random dan tidak dapat ditebak alurnya. Maka pada saat ini *tirto.id* lebih menekankan pada penggunaan *instagram* dan *twitter* karena algoritma yang berlaku masih dapat mereka atasi. Hal tersebut tak menjadi penghalang untuk *tirto.id* dalam mengembangkan produk-produk yang mereka miliki akan tetapi menjadi sebuah tantangan untuk memberikan informasi yang mengalir, mendalam dan juga mencerahkan bagi para pembaca setia *tirto.id*.

## PENUTUP

### Simpulan

Dari analisis yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai Peran Media Sosial dalam Manajemen Media sebagai berikut, *tirto.id* sebagai perusahaan media online yang berjalan pada jalur jurnalisme presisi menggunakan media sosial sebagai linimasa dalam promosi produk serta sebagai wadah dalam mencari pengiklan, dalam tahapan perencanaan konsep adanya media sosial juga telah merubah skema pemberitaan pada rubrik mild report isi dari pemberitaan mild report saat ini 70% bersumber dari media sosial dan digunakan juga sebagai penutup keterlambatan dalam rubrik indepth.

Hadirnya media sosial dan peran yang digunakan oleh *tirto*, berimbas pada sirkulasi penentuan tema dimana media sosial digunakan sebagai referensi dalam penentuan tema berita hal itu terjadi karena adanya interaksi yang dilakukan oleh pembaca atau konsumen terhadap produsen atau pembuat berita dalam hal ini *tirto.id* melalui fitur yang ada di media sosial, sirkulasi dalam jurnalisme tidak lagi satu arah melainkan menjadi dua arah dan itu disebabkan karena kehadiran media sosial ditengah-tengah masyarakat.

Dalam proses pengorganisasian sumber daya manusia yang ada di *tirto.id* tidak lagi para senior yang berpengalaman dalam bidang menulis, melainkan hadir anggota yang lebih muda dengan tingkat kreatifitas yang tinggi serta kemampuan dalam mengelola media sosial, ini dilakukan agar sosial media *tirto.id* mampu dikelola dengan baik.

Untuk pelaksanaan dalam keredaksian, hadirnya media sosial mampu memberikan pengaruh besar selain sebagai etalase produk, dalam proses pengerjaan produk *tirto.id* yang mendalam membuat kecepatan jadi satu hal yang dikorbankan, dalam menyiasati keterlambatan pemberitaan, *tirto.id* akan memainkan apa yang sedang diperbincangkan di media sosial melalui tampilan artikel mild report, hard news, current issue, karena

artikel tersebut akan terbit setiap harinya.

Dan pada tahap evaluasi, dengan adanya media sosial membantu *tirto.id* dalam mengevaluasi hasil kinerja anggota dan juga hasil produk yang dibuat oleh *tirto.id* melalui laporan yang dibuat oleh analis data. Karena pengguna media sosial saat ini sangat partisipasif dalam menggunakan media sosial itulah yang menjadikannya konsumen aktif bukan lagi sekedar konsumen pasif.

### Saran

Kehadiran media sosial saat ini mampu merubah dinamika pada pemberitaan baik untuk para produsen maupun untuk konsumen, dengan begitu kebutuhan akan informasi meningkat drastis dan konsumen tidak lagi menjadi konsumen pasif melainkan konsumen aktif yang menimbulkan adanya pola komunikasi dua arah.

*Tirto.id* sebagai perusahaan media online yang berjalan pada jurnalisme presisi harus merelakan kecepatan dalam mengunggah informasi. Hal tersebut akan berimbas pada pembaca yang merasa tidak puas akan kinerja *tirto.id*, maka dari itu *tirto.id* harus dapat menyeimbangi konsep yang mereka usung dengan kecepatan sirkulasi yang ada pada media sosial agar kebutuhan akan informasi para pembaca dapat terpenuhi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Demers, David Pearce & Suzanne Nichols.(1987). *Precision Journalism: A Practical Guide*. Beverly Hills: Sage Publication.
- Lister, Martin., et al. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- McQuail, Denis. 1983. *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage Publication.
- Noor, Juliansyah. (2009). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Predia Media Group.
- Salmah Ina. (2010). *Analisis Deskriptif Manajemen Redaksi pada Republika Online*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Singer, J. (2001). *The Metro Wide Web: Changes in Newspaper's Gatekeeping Role Online*. Journalism Quarterly edisi 78. hal 65-80
- Terry, George. R. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wardiana, W. (2002). *Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia*. Makalah
- Yin, R.K. (2018). *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.