

MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM “MOJOK MENTOK” MEDIA ONLINE MOJOK.CO PADA TAHUN 2022/2023

Muhammad Ghulam Zakiy Fatih

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya

Email: muhammad.18093@mhhs.unesa.ac.id

Muhammad Danu Winata

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya

Email: muhammadwinata@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian tentang manajemen produksi program merupakan penelitian yang menarik. Dalam penelitian ini, peneliti memilih program "Mojok Mentok" yang disiarkan melalui media online Mojok.co pada tahun 2022/2023. Mojok.co atau PT. Narasi Akal Jenaka merupakan media online yang beralamat di Perum Sukoharjo Indah A8 RT 09 RW 16 Dukuh Purworejo Desa Sukoharjo, Ngaglik Sleman, D.I. Yogyakarta. Peneliti memilih program "Mojok Mentok" dikarenakan memiliki keunikan dalam proses penyampaian beritanya yang dibawakan secara ringan dan dibumbui humor. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori 6M oleh George Terry sebagai kerangka konseptualnya. Metode penelitian ini melibatkan observasi langsung, wawancara dengan tim produksi, dan analisis konten program. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan induktif untuk mengidentifikasi pola, tantangan, dan praktik manajemen produksi yang digunakan dalam pembuatan program "Mojok Mentok". Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen produksi program ini melibatkan koordinasi yang kuat antara berbagai elemen, termasuk manusia, metode, mesin, material, uang, dan pasar seperti yang dijelaskan dalam teori 6M. Temuan ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana manajemen produksi program media online dapat diterapkan dalam praktik, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan teori manajemen produksi media yang lebih lanjut.

Kata Kunci: Mojok.co, Mojok Mentok, Manajemen Produksi Program, 6M.

Abstract

Research on program production management is an interesting research. In this study, researchers chose the "Mojok Mentok" program which was broadcast through online media Mojok.co in 2022/2023. Mojok.co or PT. Narasi Akal Jenaka is an online media located at Perum Sukoharjo Indah A8 RT 09 RW 16 Dukuh Purworejo Sukoharjo Village, Ngaglik Sleman, D.I. Yogyakarta. Researchers chose the "Mojok Mentok" program because it has a uniqueness in the process of delivering news which is delivered lightly and spiced with humor. This research uses a qualitative descriptive approach using the 6M theory by George Terry as its conceptual framework. This research method involves direct observation, interviews with the production team, and analysis of program content. The collected data was analyzed using an inductive approach to identify patterns, challenges, and production management practices used in the creation of the "Mojok Mentok" program. The results showed that the production management of this program involves strong coordination between various elements, including people, methods, machines, materials, money, and markets as described in 6M theory. These findings provide deep insights into how the production management of online media programs can be applied in practice, as well as contribute to the further development of media production management theory.

Keywords: Mojok.co, Mojok Mentok, Program production management, 6M

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan masyarakat, informasi menjadi sebuah kebutuhan yang memiliki nilai ekonomis dan dapat dimaknai strategis. Signifikansi data di mata masyarakat membuat mereka tidak lagi memandang harga yang harus dikeluarkan untuk mengikuti kemajuan komunikasi. Semakin meningkatnya kebutuhan akan data dalam kehidupan masyarakat membuat mereka rela mengeluarkan biaya untuk mendapatkan akses informasi terkini. Hal tersebut pada dasarnya dikarenakan komunikasi merupakan transmisi dari satu orang ke orang yang lain, dimana manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan (Kaesemin, 2015).

Perkembangan teknologi membuat banyak aspek di kehidupan mengalami dampak, tak terkecuali penyebaran informasi. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi melalui berbagai cara, mulai dari media massa cetak, elektronik, hingga media baru yang bersifat daring. Media baru mengubah proses komunikasi manusia bermakna dengan hadirnya media baru maka proses komunikasi melalui media bisa berubah dari *one-way flow* menjadi *two-way flow* bahkan, *multi-way flow* (Luik, 2020).

Dibandingkan dengan media lama, media baru memiliki beberapa perbedaan, proses penayangan informasi di media lama haruslah sesuai jam yang dijadwalkan baik secara cetak maupun format tayangan televisi. Hal tersebut berbanding terbalik dengan media baru yang dapat ditayangkan kapan saja. Selain itu audiens di media lama tidak bisa berinteraksi secara langsung dengan penyebar informasi, sedangkan di media baru audiens bisa berkomentar dan berinteraksi secara langsung dengan penyebar informasi. Bahasa yang digunakan di media baru juga terbilang lebih santai dibanding media lama. Keunggulan keunggulan tersebut membuat media baru sangat diminati oleh masyarakat sehingga semakin portal berita online yang bermunculan. (Prasetya, 2022).

Selain kemudahan akses, produksi konten di media baru relatif lebih mudah karena tidak memerlukan peralatan profesional dan kompleks. Dengan demikian, pergeseran fokus pengguna menuju media baru telah menciptakan tantangan baru bagi industri media yang lebih tradisional, mendorong perubahan dinamika dalam ekosistem media.

Setiap program pada media online memiliki keunggulan dan karakteristik tersendiri, termasuk program “Mojok Mentok” yang ditayangkan di media online Mojok.co. Mojok.co merupakan sebuah situs web berbasis opini yang berlokasi di Sleman, Yogyakarta. Sebagai media online, Mojok.co mengedepankan keunikan dalam penyampaian berita dengan mengedepankan kedekatan dengan audiensnya yang dikemas dengan bahasa yang

santai dan mudah diterima generasi z. Mojok.co memproduksi berbagai macam produk berita dan opini yang diunggah pada portal web dan Youtube, adapun produk unggulan Mojok.co antara lain Esai, Terminal, Otomojok, Malam Jumat, dan Mojok Video (Movi) yang didalamnya terdapat produk turunan berupa Mojok Mentok.

Mojok.co pada produk berita Mojok Mentok mengemas pemberitaan dengan gaya khas Jogja yang membuat berita yang disajikan memiliki keunikan tersendiri bagi masyarakat Jogja, Jawa Tengah dan sekitarnya.

Pemberitaan Mojok Mentok pada media online Mojok.co dibawakan oleh Agus Mulyadi atau Agus Magelangan yang memiliki citra dan pembawaan yang santai dan dibalut dengan candaan ringan sehingga berita yang seharusnya disajikan secara serius namun dapat dikemas dengan bumbu humor yang santai. Sosok Agus Mulyadi juga memberikan nyawa dalam pemberitaan Mojok Mentok. Unsur keterkenalan atau popularitas memiliki tingkat relatif yang berbeda-beda tergantung dari konteksnya. Seseorang yang dianggap terkenal di suatu daerah seperti Agus Mulyadi di Jogja mungkin tidak memiliki nilai berita yang sama di negara lain. Hal tersebut menunjukkan pentingnya pengenalan konteks lokal dan global dalam menentukan nilai berita dari segi popularitas suatu produk berita.

Penelitian tentang manajemen produksi program merupakan penelitian yang menarik, mengingat dimasa mendatang diperkirakan jumlah tayangan konten ataupun berita yang dikemas dalam media online akan bertambah, dimana salah satu program yang ditayangkan adalah berita. Peneliti menggunakan manajemen media massa untuk memanfaatkan aspek sumber daya manusia serta sarana dan prasarana untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan menggunakan konsep 6M yang dikemukakan oleh George R. Terry (Terry, 1999:107) yang meliputi Men, Method, Material, Machine, Money, dan Market.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengumpulkan data deskriptif berupa informasi lisan atau tertulis dari partisipan serta perilaku yang diobservasi secara mendalam (Bogan dan Taylor).

Penelitian ini direncanakan untuk dilaksanakan pada rentang waktu antara bulan November hingga bulan Desember tahun 2023, setelah terlaksananya seminar proposal. Lokasi penelitian ditetapkan di kantor Mojok.co yang terletak di Perum Sukoharjo Indah A8 RT 09 RW 16 Dukuh Purworejo Desa Sukoharjo, Ngaglik, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian akan berfokus pada observasi mendalam terhadap proses manajemen

produksi program "Mojok Mentok", yang dilakukan di lingkungan kerja kantor tersebut.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yang memilih sampel berdasarkan tujuan tertentu. Karakteristik subjek dalam penelitian ini mencakup latar belakang pekerjaan, pengalaman kerja, pengetahuan terkait industri media, serta kemampuan dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungan kerja yang dinamis.

- Individu yang telah mengabdikan waktu dan energi dalam suatu kegiatan atau aktivitas menjadi fokus perhatian peneliti.
- Individu yang masih terlibat secara menyeluruh dan terus menerus dalam lingkungan atau kegiatan yang sedang diteliti.

Dalam pengumpulan informasi yang dibutuhkan, peneliti memanfaatkan metode pengumpulan data sebagai berikut:

- (1) Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)
- (2) Observasi
- (3) Teknik Analisa Data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Platform Media Online Mojok.co

1. Profil Mojok.co

Mojok.co adalah situs web berbasis opini yang berlokasi di Sleman, Yogyakarta. Web ini mengudara sejak 28 Agustus 2014 setelah didirikan oleh enam orang sekawan yang rerata berprofesi sebagai penulis dan peneliti, yakni Puthut EA, Nody Arizona, Muammar Fikrie, Rifqi Mohammad, Aditya Rizky, dan Arlian Buana.

Mojok.co merupakan sebuah media yang menampilkan konten terkait isu sosial, agama, politik, dan budaya dalam bentuk esai, video, dan *user-generated content* (UGC).

Saat ini Mojok.co dapat diakses di alamat Mojok.co, Mojok.co/terminal, Facebook Mojok, Twitter @mojokdotco, Instagram @mojokdotco, TikTok Mojok.co, dan di aplikasi pemesanan WhatsApp.

Tabel 1. Jumlah Pengikut Sosial Media Mojok.co

No.	Sosial Media	Nama	Jumlah Pengikut
1.	Youtube	Mojokdotco	297 rb
2.	Tiktok	Mojok.co	69,9 rb
3.	Instagram	Mojokdotco	267 rb
4.	Twitter	Mojokdotco	282.299

Data per 2 Februari 2024 diolah oleh Peneliti

2. Motto Mojok.co

"Sedikit Nakal, Banyak Akal" Dikutip dari bagian "Tentang" dalam situs Mojok.co, media ini adalah media yang selow untuk mewadahi tulisan dari para penulis yang mempunyai energi serta kreativitas berlebih. Apabila disederhanakan, visi dan misi Mojok adalah media untuk bersenang-senang.

3. Sejarah Pembentukan Mojok.co dan Program Mojok Mentok

Puthut EA menuturkan bahwa awalnya dirinya ingin menginvestasikan sebagian tabungan dari perusahaan sebelumnya yaitu perusahaan digital marketing untuk mendirikan sebuah media. Namun, Puthut EA menginginkan media yang unik dan berbeda dari yang lain. Puthut EA ingin mendirikan media yang bersifat santai dan luwes, dengan tujuan agar lebih dekat dengan masyarakat. Mojok.co sendiri terinspirasi dari salah satu media online di Jakarta yang bernama Malesbanget.com.

Dalam Mojok.co terdapat beberapa program salah satunya adalah program Mojok Mentok. Program Mojok Mentok dibentuk berdasarkan usulan dari David Wayne. Sejak awal dibentuknya Mojok Mentok, program ini memang dikhususkan sebagai program berita yang mengangkat atau membahas kejadian atau isu-isu yang sedang terjadi namun ada perbedaan konsep dalam penyampaiannya.

Dipilihnya Agus Mulyadi sebagai *host* atau *news anchor* Mojok Mentok adalah karena beberapa pertimbangan seperti, karakter lucu yang dimiliki oleh Agus Mulyadi dianggap akan sesuai dengan konsep program Mojok Mentok, selain itu Agus Mulyadi juga memiliki baground sebagai *content creator* yang juga sejalan dengan program Mojok Mentok.

Mojok.co berani hadir dengan sesuatu yang unik dan berbeda dari kebanyakan media di Indonesia, keunikan yang ditawarkan oleh Mojok.co ini bukan tanpa alasan, melainkan sebagai upaya dalam perencanaan media. Dalam hal ini, target dari program Mojok Mentok ialah kalangan muda yang gaul dan santai, sedangkan tujuan program Mojok Mentok adalah untuk sebagai hiburan yang berbobot.

Dalam hal strategi, Mojok Mentok menggunakan strategi media 6M yang meliputi *man, money, material, machine, method, market* sedangkan untuk penjadwalan program, Mojok

Mentok memiliki jadwal tetap untuk mengunggah konten yaitu setiap hari Rabu.

4. Logo Mojok.co dan Program Berita Mojok Mentok

Gambar 1. Logo Mojok.co

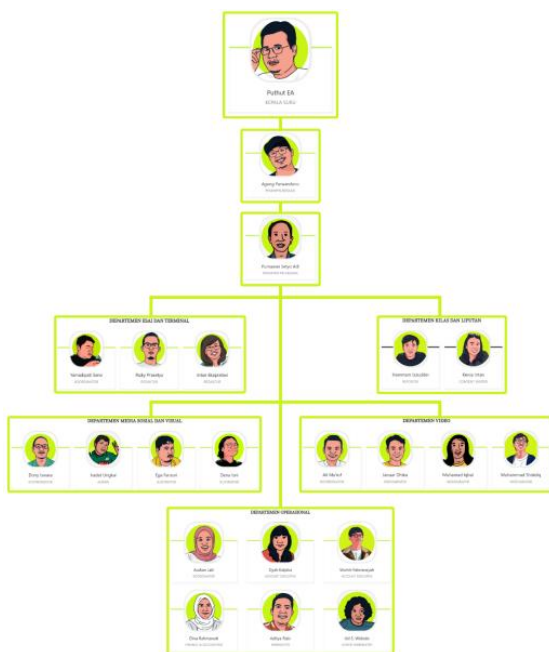


Gambar 2. Logo Program "Mojok Mentok"



5. Struktur Organisasi

Gambar 3. Struktur Organisasi Mojok.co



Sumber: Website Mojok.co

B. Strategi Manajemen Produksi Mojok Mentok

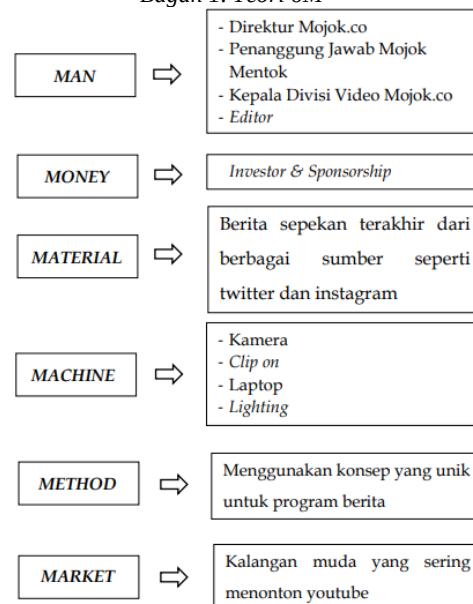
Strategi program itu sendiri merupakan sebuah cara atau taktik dalam sebuah perencanaan dengan tujuan agar dapat memuaskan khalayak baik secara batin maupun secara materi.

Manajemen produksi menurut Heizer dan Render (2011:4) adalah "Aktivitas apapun yang menghasilkan nilai baik dalam bentuk barang atau jasa dengan cara mengubah input menjadi *output*". Sedangkan menurut Irham Fahmi (2012:3) manajemen produksi adalah suatu ilmu yang mempertimbangkan secara holistik bagaimana manajemen produksi suatu perusahaan menggunakan pengetahuan dan seninya sendiri, mengarahkan dan mengatur orang-orang untuk mencapai hasil produksi yang diinginkan.

Dalam membuat konten di youtube diperlukan sebuah strategi kreatif. Yang dimaksud dengan strategi kreatif adalah kemampuan untuk menentukan kesuksesan baru dalam situasi yang tercermin dalam penyelesaian masalah dengan cara yang baru dan unik untuk menarik perhatian seseorang.

Dalam hal ini, Mojok Mentok tidak hanya menerapkan strategi kreatif namun juga menerapkan strategi manajemen produksi seperti pemilihan kru yang handal, penguatan sumber dana, memilah berita terbaru yang bisa disiarkan oleh Mojok Mentok, memilih konsep yang berbeda dari yang lain, menggunakan alat-alat yang mumpuni untuk proses produksi hingga menetapkan target market yang sesuai dengan konsep Mojok Mentok. Strategi tersebut dapat dimasukkan dalam teori manajemen produksi 6M yang meliputi, man, money, material, machine, method, market. Berikut merupakan bagan dari unsur-unsur teori 6M dalam proses produksi program Mojok Mentok:

Bagan 1. Teori 6M



Data Diolah oleh Peneliti

1. Man (Manusia)

Manajemen dapat tercipta kerana adanya sekelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan bersama, dan unsur man merujuk kepada sumber daya manusia yang ada pada organisasi tersebut. Menurut (Hasibuan 2016) sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengelola hubungan dan peran tenaga kerja agar efektif dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

Manusia sebagai salah satu faktor produksi mempunyai peranan yang sangat penting dan esensial, yang tidak dimiliki oleh faktor

produksi lainnya, karena kemampuan sumber daya manusia itu sendiri sangat menentukan dalam pengolahan dan penggunaan faktor produksi lainnya. Selain itu, sumber daya manusia merupakan faktor kompleks yang terdiri dari manusia yang dipengaruhi oleh perilaku, lingkungan, karakter dan keterampilan yang berbedabeda dan dapat dikembangkan.

Dalam penerapan poin Man ini, Mojok Mentok mempunyai sumber daya manusia atau tim yang terdiri dari orang-orang yang memang ahli dan kompeten dalam bidangnya, karena Mojok Mentok percaya bahwa kualitas dari sumber daya manusia akan sangat berpengaruh untuk perkembangan dan kemajuan Mojok Mentok kedepannya. a. Selain memilih sumber daya manusia yang kompeten, pengembangan sumber daya manusia juga tidak kalah pentingnya. Pengembangan diri merupakan upaya yang berkesinambungan sebagai peningkatan sumber daya manusia dalam arti seluas-luasnya melalui pendidikan, pembinaan, dan sebuah pelatihan (Silalahi, 2000).

Berdasarkan hasil wawancara dengan direktur Mojok.co, diketahui bahwa Mojok selalu mengedepankan sumber daya manusia. Mengadakan pelatihan upgrading skill minimal setiap setahun sekali, hal tersebut merupakan salah satu strategi yang dilakukan Mojok untuk dapat berkembang dan dapat mengimbangi media-media lain, terutama media online youtube.

Berdasarkan wawancara dengan Ali Ma'ruf kepala divisi Video Mojokco, dipilihnya Januar Dhika sebagai penanggung jawab Mojok Mentok ialah karena Januar Dhika memiliki selera humor yang bagus dan wawasan tentang komedi yang luas. Sedangkan, pemilihan Agus Mulyadi sebagai host Mojok Mentok dikarenakan Agus Mulyadi sudah berkecimpung dalam dunia konten kreator sejak Mojok Mentok belum terbentuk, selain itu, sama halnya dengan Januar Dhika, Agus Mulyadi juga dikenal sebagai orang yang sangat humoris serta memiliki selera humor yang tinggi. Kompetensi yang dimiliki kru dapat menentukan bagaimana program Mojok Mentok akan berjalan ke depan. Mojok mentok memiliki tim yang terdiri dari tiga anggota yaitu, *videographer*, *editor* dan bagian *teleprompter*.

2. Money (Uang)

Pengelolaan keuangan adalah proses operasional keuangan bisnis yang berkaitan dengan upaya perusahaan untuk memperoleh dana dan meminimalkan biaya-biaya perusahaan, serta mengelola sumber daya keuangan perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan keuangan yang telah ditentukan. Menurut Musthafa (2017:3) dalam

bukunya yang berjudul 'Manajemen Keuangan' mengemukakan bahwa, "Manajemen keuangan menjelaskan tentang beberapa keputusan yang harus dilakukan, yaitu keputusan investasi, keputusan pendanaan atau keputusan pemenuhan kebutuhan dana, dan keputusan kebijakan."

Peran money atau uang dalam proses produksi tentulah sangat penting dan berpengaruh. Selain memperhatikan sumber daya manusia, Mojok Mentok juga sangat memperhatikan manajemen keuangan.

Pengelolaan dana Mojok Mentok menjadi satu dengan Mojok.co, sehingga tidak ada perputaran uang khusus untuk Mojok Mentok. Dalam hal ini, Mojok Mentok menggunakan sponsorship sebagai sumber dana untuk proses produksinya. Mojok Mentok bekerja sama dengan PT. MCM (Merah Cipta Media) yang sekaligus menjadi sponsor untuk Mojok.co.

3. Material (Bahan)

Material merupakan sesuatu yang dibuat atau disusun oleh bahan (Callister & William, 2004). Salah satu masalah vital dalam proses produksi yang dapat ditinjau dari segi kegiatan atau proses produksi yaitu bergeraknya material dari satu tingkat proses produksi ke tingkat proses produksi selanjutnya.

Selain *Man* dan *Money*, Mojok Mentok juga memperhatikan materi dari konten Mojok Mentok. Materi atau isi dari sebuah konten Mojok Mentok yaitu menggunakan berita-berita yang terjadi dalam sepekan terakhir. Berita yang dibawakan menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap *viewers*, semakin trending berita yang diangkat biasanya akan membuat *viewers* semakin banyak juga. Mojok Mentok memiliki tim riset berita yang terdiri dari Januar Dhika sebagai penanggung jawab sekaligus editor Mojok Mentok dan Agus Mulyadi sebagai *news anchor* dari Mojok Mentok.

Menurut peneliti, Mojok Mentok cukup berani dalam hal pemilihan materi, pasalnya, Mojok Mentok tidak ragu untuk membawakan materi berita serius seperti politik, agama dan budaya, mengingat Mojok Mentok mengemas berita dengan humor. Bahkan, dalam kontestasi politik 2024 ini, Mojok Mentok juga menayangkan beberapa berita terkait jalannya pemilu 2024 yang sempat memanas.

4. Machine (Mesin)

Machine yang dimaksud merupakan alat ataupun aset yang bergerak maupun yang tidak bergerak. *Machine* disini merupakan asset-aset yang digunakan untuk mendapatkan penghasilan dari program yang diinginkan. Aset yang digunakan dalam proses produksi Mojok

Mentok antara lain adalah kamera, *clip on*, *lighting*, *prompter* serta *computer*.

Kamera merupakan alat utama dalam sebuah produksi konten. Mojok Mentok menggunakan tiga kamera yaitu Sony A6400, Sony a6500, Sony RX10 Mark III. Untuk memaksimalkan kamera yang ada, Mojok Mentok menggunakan beberapa varian lensa yaitu Sony E 35mm F1.8 (SEL35F18), Sony E 50mm F1.8 (SEL50F18), Canon 50mm F1.8 dengan *adapter to E-Mount* Sony, Sigma 28-70mm F2.8, dan Zeiss 24-200 F2.8. Jenis kamera dan lensa tersebut dipilih karena memiliki kualitas yang cukup bagus dalam pengambilan video. Selain itu, jenis kamera tersebut dapat menunjang produksi yang sederhana karena bisa menggunakan baterai *dummy* dan juga akan memudahkan dalam proses *editing* dikarenakan menggunakan ekosistem sony sehingga warna yang dihasilkan sama.

Aset selanjutnya adalah *clip on*. *Clip on* sangat berfungsi dalam pengambilan audio yang jernih tanpa terdistraksi oleh suara bising (*noise*) di sekitar. *Clip on* yang digunakan selama produksi yakni menggunakan jenis *clip on wireless* dengan merk Sennheiser EW-112 P G4. *Clip on* tersebut dinilai sangat praktis dalam proses produksi video dikarenakan tidak perlu adanya kabel yang rumit yang terlihat dalam *in frame* kamera. Mojok Mentok juga menggunakan *audio capture* yang bisa menangkap *multichannel* sehingga memudahkan *editing* karena bisa mensinkronkan audio langsung meskipun menggunakan beberapa kamera, *audio capture* yang digunakan yaitu Zoom H8.

Lighting yang digunakan oleh Mojok Mentok yaitu Godox SL 60W, YongNuo YN600L. *Lighting* Godox dipilih karena cahaya yang dihasilkan soft dan cukup terang untuk produksi program mojok mentok, bentuknya yang ringkas juga memudahkan *crew* untuk berpindah tempat mengingat studio ukurannya cukup terbatas.

Aset yang terakhir yaitu laptop untuk *editor* video Mojok Mentok. Laptop yang digunakan adalah laptop dengan merk Laptop HP OMEN 16 RTX 3070 i7, laptop tersebut memiliki spek yang bagus dan ram yang cukup banyak sehingga sangat mendukung untuk proses *editing*. Dipilihnya laptop daripada komputer dengan tujuan agar lebih fleksibel ketika mengedit. Ketika harus ada kerjaan atau acara di luar kota maka proses *editing* dapat tetap berjalan.

Mojok Mentok sangat selektif dalam pemilihan *machine* atau alat yang digunakan saat produksi, setiap pemilihan alatnya disertai dengan alasan yang mendukung. Alat yang mumpuni akan membantu untuk memudahkan

proses produksi, selain itu, pemilihan alat juga dapat berpengaruh dalam hasil produksi seperti suara dan gambar. Maka dari itu, kru Mojok Mentok berhati-hati dalam pemilihan alat produksi.

5. *Method* (Metode)

Mojok Mentok memiliki konsep yang berbeda dengan yang lain dimana Mojok Mentok menginginkan untuk dapat membawakan berita baik beita ringan maupun berita berat seperti, agama, politik, pemerintahan dan sosial, namun tidak hanya membawakan berita akan tetapi Mojok Mentok juga menginginkan untuk dapat merespon atau memberikan komentar personal tentang berita atau isu-isu tersebut. Hal tersebut dianggap sedikit berbahaya dikarenakan apabila terdapat oknum yang tidak suka dan melaporkan Mojok Mentok maka Mojok Mentok bisa terancam terkena pasal UU ITE.

Metode yang digunakan oleh Mojok Mentok yaitu dengan mengalihkan subjek yang merespons atau mengkritik berita tersebut ke seekor ikan cupang. Dalam konten Mojok Mentok dihadirkan seekor ikan cupang yang bernama Prayit. Ketika ingin merespon atau mengkritik suatu berita maka seolah olah Agus Mulyadi, news anchor Mojok Mentok sedang mendengarkan Prayit berbicara, kemudian terjadilah sebuah dialog. Dalam dialog antara Agus Mulyadi dengan Prayit inilah membahas tentang kritikan terkait berita tersebut.

Pemilihan ikan cupang sebagai icon narasumber ternyata memiliki sebuah filosofis, dimana ikan cupang dianggap sebagai jenis ikan yang kuat dan dapat survive. Dipilihnya ikan cupang dengan harapan ikan cupang ini akan dapat bertahan di kerasnya hidup di dunia entertainment. Selain itu, kehadiran ikan cupang dianggap mampu menghidupkan suasana karena host Mojok Mentok bisa merespon dengan sangat baik untuk kehadiran Prayit.

Gambar 4. Dialog dengan ikan Cupang



Sumber: Youtube Mojok Mentok, diakses pada 10 Maret 2024

Selain menggunakan ikan cupang, Mojok Mentok juga mempunyai metode khusus sebagai upaya pendekatan dengan masyarakat. Metode yang digunakan oleh Mojok Mentok yaitu dengan menggunakan cover video yang menarik dan unik serta menggunakan baground video yang berbeda dari yang lain seperti, kota Bikini Bottom dalam kartun Spongebob,

Warung Kopi, Angkringan dan Aquarium. Mojok Mentok juga menggunakan gaya Bahasa yang santai, ringan dan dibumbui dengan humor.

Gambar 5. Cover Mojok Mentok



Sumber: Youtube Mojok Mentok, diakses pada 10 Maret 2024

Gambar 6. Background Mojok Mentok



Sumber: Youtube Mojok Mentok, diakses pada 10 Maret 2024

Menurut peneliti, tim Mojok Mentok sangat kreatif dan solutif, terbukti dengan pemilihan metode-metode tersebut. Sejauh ini, belum ada media yang unik dan berani seperti Mojok Mentok.

6. Market (Pasar)

Menurut Daryanto (2011:6), manajemen pemasaran adalah sebuah analisis, perencanaan, penerapan dan pengelolaan program yang dirancang untuk membuat, menciptakan, dan memelihara transaksi yang efektif dengan pelanggan dengan sasaran untuk mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian oleh peneliti diketahui bahwa, Mojok.co diciptakan dengan konsep berbeda dengan media yang lain yaitu dengan konsep yang santai dan lucu, begitupun dengan semua program yang ada di Mojok.co dikonsep dengan menggunakan konsep yang sama, termasuk program Mojok Mentok. Konsep lucu dan santai dianggap sesuai dengan target market Mojok Mentok yaitu kalangan muda di Indonesia.

Salah satu upaya yang dilakukan Mojok Mentok untuk mempromosikan kontennya adalah dengan cara mengupload potongan-potongan dari video Mojok Mentok ke akun sosial media lainnya seperti tiktok, instagram dan youtube short.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan kepala divisi video Mojok.co diketahui bahwa pemilihan host atau news anchor Mojok Mentok sangat membantu sekali dikarenakan

host Mojok Mentok yang terkenal dan memiliki banyak fans yang loyal. Sebagai host, Agus Mulyadi juga aktif dalam mempromosikan konten Mojok Mentok di berbagai media sosialnya. Hal ini banyak membantu dalam menstabilkan atau bahkan menaikkan jumlah viewers di youtube.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menjelaskan tentang manajemen produksi Mojok Mentok yang menggunakan metode 6M. Istilah 6M ini sebenarnya merupakan singkatan dari *market*, *money*, *machine*, *material*, *man* dan *method*. *Man* atau manusia adalah unsur yang krusial terutama dalam memajukan perusahaan. Dengan manajemen manusia, akan membentuk sumber daya manusia yang dapat menyalurkan idenya dengan baik sehingga perusahaan menjadi lebih maju.

Money atau uang merupakan suatu unsur yang sudah menjadi landasan dari setiap kegiatan atau aktivitas yang dilakukan. Maka dari itu, segala bentuk pengaturannya harus dilaksanakan dengan sebaik mungkin sehingga mampu menghasilkan pengeluaran yang efisien dan efektif.

Material atau bahan merupakan unsur penting yang mendukung kegiatan, baik buruknya hasil produksi dapat ditentukan dari material atau bahan yang digunakan. *Machine*/Mesin merupakan peralatan atau sistem teknologi yang mendukung, agar menghasilkan sebuah produk yang berkualitas. Manajemen mesin dibutuhkan untuk memilih dan memilih alat yang efektif untuk digunakan dalam produksi, yang mana alat tersebut dapat digunakan dalam jangka waktu panjang, sampai dengan harga yang ekonomis.

Selain itu, sebuah metode juga merupakan hal yang krusial untuk menjadi suatu landasan dari berdirinya sebuah usaha. Dengan adanya suatu metode akan berguna untuk memastikan apakah kegiatan dari manusia yang sudah sesuai dengan standar prosedur dalam bekerja atau belum.

Unsur yang terakhir adalah *market* atau pasar yang meliputi perencanaan dan strategi pengendalian yang berkesinambungan dengan promosi atau pemasaran. Pada dasarnya, aspek 6M ini menjadi unsur yang sangat penting bagi sebuah manajemen. Dalam sebuah bisnis, manajemen menjadi alat utama yang dapat digunakan untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Program Mojok Mentok memiliki proses pra produksi hingga konten siap tayang. Proses pra produksi tersebut dibagi menjadi tiga tahap yaitu, riset berita dan penulisan naskah berita, pengambilan video atau syuting dan yang terakhir *editing*.

Proses riset berita atau pencarian berita dilakukan oleh penanggung jawab program Mojok Mentok, Januar Dhika bersama dengan *news anchor* Mojok Mentok, Agus Mulyadi. Riset berita dilakukan selama sepekan yang berarti di hari Selasa sampai dengan hari Minggu. Outline dari berita-berita yang sudah dipilih akan dibagikan ke grup *whatsapp* pada hari Minggu malam.

Berita adalah sebuah keterangan atau catatan cerita terkait dengan kejadian atau cerita yang terjadi dalam waktu dekat atau baru saja terjadi, berita bisa jadi laporan, pemberitahuan ataupun sebuah kabar. Menurut Dean M. Lyle Spencer, berita adalah sebuah laporan peristiwa yang sudah terbukti kebenarannya atau dapat juga dikatakan bahwa berita merupakan sebuah kabar yang dapat menarik perhatian publik.

Berita atau informasi yang akan dipublikasikan dan disebarluaskan kepada masyarakat harus memenuhi kriteria bermanfaat agar layak dikonsumsi oleh masyarakat. Dalam hal ini Jani Yosef sebagai ahli komunikasi menuturkan bahwa nilai berita disebut juga sebagai nilai jurnalistik dan nilai utama suatu berita dibagi menjadi 3 yaitu, penting, menarik dan aktual.

Setelah proses riset berita, selanjutnya adalah proses penulisan naskah. Dalam penulisan naskah berita maupun roastingan atau komentar terhadap suatu berita dilakukan oleh *news anchor* dari Mojok Mentok yaitu Agus Mulyadi sehingga akan lebih mudah untuk membawakannya. Agus Mulyadi memilih berita mana saja yang akan dia bawakan, pemilihan tersebut dilihat dari segi isi berita, apakah berita tersebut bisa dibawakan dengan komedi atau tidak.

Hal ini yang membuat program Mojok Mentok tidak pernah membawakan berita duka ataupun bencana. Dalam penulisan naskah berita maupun roastingan Agus Mulyadi tidak membutuhkan waktu yang lama, dimana biasanya berita akan terkumpul di hari Minggu malam dan naskah sudah siap digunakan saat pengambilan video di hari Senin siang atau Senin malam. Naskah berita dan roastingan yang ditulis oleh Agus Mulyadi terbilang sangat lucu dan dapat membuat penonton tertawa, ditambah lagi dengan cara penyampaian Agus Mulyadi yang terlihat polos tanpa banyak berekspresi.

selanjutnya adalah proses pengambilan video atau *take video*. Pengambilan video dilakukan di studio Mojok Mentok yang berlokasi di kantor media online Mojok.co yang beralamatkan di Perum Sukoharjo Indah A8 RT 09 RW 16 Dukuh Purworejo, Sukoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Proses pengambilan video tidak berlangsung terlalu lama karena hasil output dari video yang akan ditayangkan hanya antara 7-10 menit.

Sejauh ini kendala dalam proses pengambilan video adalah mencocokkan jadwal. Terkadang kru Mojok.co harus ada kegiatan di luar kota atau ada *project* lain yang bertabrakan dengan jadwal *shooting* Mojok Mentok. Penanggung jawab Mojok Mentok menjelaskan bahwa kendala yang dihadapi saat proses pra produksi diantaranya adalah masalah jadwal *syuting*, *editing* dan juga jadwal dari Agus Mulyadi selaku *news anchor* Mojok Mentok.

Setelah selesai pengambilan video, proses selanjutnya adalah *editing*. Mojok Mentok memiliki editor khusus yaitu Januar Dhika yang sekaligus menjadi penanggung jawab Mojok Mentok. Ada cara tersendiri untuk edit video Mojok Mentok seperti, membuat headline semenarik mungkin namun tetap sesuai dengan isi berita hingga menambahkan video-video pendek lucu yang sesuai untuk menunjang komentar Agus Mulyadi

Selain mengedit video isi berita semenarik mungkin, editor Mojok Mentok juga fokus kepada setting konten, seperti pemilihan *background* yang menarik dan lucu hingga menambahkan foto-foto lucu pada cover video Mojok Mentok, seperti menggunakan *background* lucu seperti Bikini Bottom, Aquarium, Angkringan, Warung kopi dan Warung Pecel Lele.

Setelah proses *editing* selesai digarap dalam waktu 2 hari yaitu Selasa dan Rabu, kemudian video Mojok Mentok siap untuk diunggah di *platform youtube* dan potongan-potongan video Mojok Mentok diunggah ke media sosial Mojok Mentok maupun media sosial Agus Mulyadi seperti, Instagram, tiktok, *youtube short*, dan facebook sebagai bahan promosi.

Rentang usia penonton Mojok Mentok adalah di usia sekitar 25 tahun sampai 34 tahun. Hal tersebut diketahui dari analitik *youtube*. Namun sayangnya, angka tersebut merupakan usia untuk keseluruhan penonton Mojok.co sehingga bukan penonton dari Mojok Mentok secara spesifik saja.

Berdasarkan penuturan kepala divisi video Mojok Mentok, apabila menginginkan informasi terkait rentang usia penonton Mojok Mentok harus menggunakan analisis pihak ketiga namun Mojok Mentok tidak menggunakan pihak ketiga tersebut. Selain dari data analitik *youtube*, apabila dilihat dari komentar penonton di video Mojok Mentok, berdasarkan *typing*, gaya bahasa yang digunakan serta bahasan dalam komentar, dapat diasumsikan bahwa penonton Mojok Mentok lebih banyak memang dari kalangan muda.

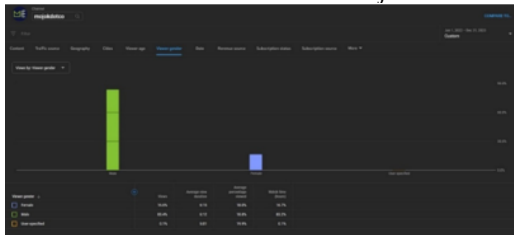
Gambar 7. Rentang Usia Penonton Mojok.co



Sumber: Tim Video Mojok.co, diakses pada 24 Januari 2024

Selain rentang usia, Mojok.co juga mempunyai data terkait gender dan grafik *watch time* untuk penonton Mojok.co. Data tersebut diambil selama tahun 2022 sampai 2023. Gender penonton Mojok.co yang terbanyak yaitu penonton laki-laki. Selisih jumlah penonton antara perempuan dan laki-laki cukup jauh. Sedangkan untuk grafik *watch time* total *viewers* dalam satu tahun yaitu sebesar 41,900,859 dengan jumlah durasi menonton sebesar 4,529,050.2 jam.

Gambar 8. Gender Penonton Mojok.co



Sumber: Tim Video Mojok.co, diakses pada 24 Januari 2024

Gambar 9. Grafik Watch Time Mojok.co



Sumber: Tim Video Mojok.co, diakses pada 24 Januari 2024

Seperti yang diketahui bahwa Mojok Mentok sudah berdiri sejak tahun 2020, namun kehadirannya masih tetap eksis sampai saat ini. Hal ini dapat terjadi dikarenakan Mojok Mentok memiliki strategi untuk dapat bertahan di tengah gempuran banyaknya konten-konten di media social khususnya *youtube*.

Ada beberapa strategi yang digunakan oleh Mojok Mentok seperti, pemilihan *host* atau *news anchor* yang tepat, konsep yang jelas, *upgrading skill* sumber daya manusia, dan *upgrading isi konten*. Pemilihan Agus Mulyadi sebagai *host* atau *news anchor* Mojok Mentok telah membawa Mojok Mentok lebih dikenal di kalangan masyarakat. Agus Mulyadi selalu mempunyai ciri khas

unik seperti selalu mengatakan kata “tak dung dung des”. Selain itu, kiprahnya di dunia *content creator* juga cukup eksis di wilayah Yogyakarta.

Mojok Mentok selalu berusaha untuk menjaga konsistensinya dalam memilih konsep. Dari awal terbentuknya Mojok Mentok sudah memiliki konsep yang jelas dan tidak pernah dirubah sampai sekarang. Konsep acara berita yang unik dan lucu. Konsep Mojok Mentok tersebut juga sesuai dengan konsep Mojok.co yang dikenal sebagai media yang nakal dan lucu, sehingga penyampaian berita Mojok Mentok tidak jauh beda dengan artikel-artikel yang ada di Mojok.co.

Selain konsep yang jelas dan konsisten, Mojok Mentok juga memperhatikan potensi sumber daya manusia, dimana semua kru Mojok selalu mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan pelatihan dari para ahli, sehingga *skill* yang dimiliki oleh kru Mojok dapat terus berkembang dan mampu menciptakan konten-konten yang berkualitas. Selain *upgrading skill* untuk kru, Mojok Mentok juga selalu berusaha memberikan yang terbaik dalam setiap kontennya. Maka dari itu, Mojok Mentok selalu memperbarui konsep-konsep dari video Mojok Mentok agar tidak membuat penonton bosan, upaya-upaya yang telah dilakukan yaitu seperti, mengganti background, mengganti Prayit atau ikan cupang menjadi orang atau narasumber asli.

Program Mojok Mentok memiliki target atau KPI untuk jumlah *viewers*nya. KPI (Key Performance Indicator) atau biasa disebut sebagai indikator kinerja yang utama merupakan salah satu jenis pengukuran kinerja yang difungsikan sebagai alat untuk mengukur seberapa bagus atau seberapa baik suatu organisasi atau perusahaan, unit kerja, proyek, individu ataupun departemen untuk mencapai tujuan dan sasaran strategis yang sudah ditetapkan bersama. Pengertian KPI (Key Performance Indicator) menurut Banerjee dan Buoti (2012), Key Performance Indicator ialah suatu ukuran yang berskala dan kuantitatif yang difungsikan sebagai cara untuk mengevaluasi kinerja karyawan atau perusahaan dalam upaya mencapai target individu maupun organisasi.

Dalam perjalanannya, KPI juga dapat digunakan sebagai penentuan objektif yang terukur, memperhatikan tren, dan mendukung pengambilan suatu keputusan. KPI yang ditentukan untuk Mojok Mentok tahun ini adalah 15 ribu *viewers* per minggu. Pada tahun 2023, KPI untuk Mojok Mentok per minggunya adalah di angka 10 ribu *viewers*. Mojok Mentok juga sempat beberapa kali tidak mencapai target KPI yaitu dengan jumlah *viewers* 8 ribu dalam satu minggu, namun hal ini tidak sering terjadi.

Dalam kiprahnya sebagai media online, Mojok Mentok juga mendapatkan beberapa kendala. Beberapa kendala yang dirasakan oleh Mojok Mentok antara lain adalah kendala internal, yaitu apabila ada jadwal yang bertabrakan antara syuting Mojok Mentok dengan syutingan lain yang harus dilakukan di hari yang sama dan juga apabila ada tugas atau kegiatan Mojok.co di luar kota.

Kendala tersebut terjadi karena belum adanya tim khusus untuk mengelola Mojok Mentok. Selain itu, Agus Mulyadi *host* Mojok Mentok juga bukan merupakan

karyawan di Mojok Mentok, sehingga jadwal syuting belum bisa fleksibel. Namun, selama ini kendala-kendala tersebut masih bisa diatasi dengan baik. Sebagai contoh, ketika harus ada kegiatan di luar kota, Januar Dhika sebagai satu-satunya editor Mojok Mentok tetap menggarap editannya di luar jam kerja agar dapat tetap tayang di hari rabu.

Sebenarnya, Mojok Mentok memiliki target untuk syuting dan tayang di hari yang sama, namun hal ini masih belum dapat terealisasi dikarenakan kendala internal tersebut. Hal inilah yang perlu diperbaiki oleh Mojok Mentok, karena apabila terus menerus dibiarkan dapat mengganggu proses produksi. Salah satu kunci utama berhasilnya proses produksi adalah dari tim produksi. Oleh karena itu, Mojok Mentok sebaiknya menambah personil yang terfokuskan dengan program Mojok Mentok, agar kedepannya Mojok Mentok dapat menjadi program unggulan yang lebih baik dan dapat menambah jam tayang seperti yang diinginkan Januar Dhika sebagai penanggung jawab program Mojok Mentok.

PENUTUP

Simpulan

Mojok Mentok dari Mojok.co sebagai salah satu media penyiaran yang menghasilkan produk berita lokal yang diunggah di media sosial youtube. Mojok Mentok merupakan salah satu program berita yang diminati masyarakat saat ini khususnya kalangan muda karena terdapat unsur komedi dalam penyampaiannya dimana setelah membacakan berita, news anchor akan memberikan komentar atau reaksi terhadap berita tersebut, sehingga program berita Mojok Mentok terkesan santai meskipun membahas berita yang berat seperti politik ataupun pemerintahan. Hal ini merupakan keunggulan sekaligus menjadi strategi dari program Mojok Mentok dalam menarik atensi masyarakat. Selain itu, perencanaan yang disusun oleh kru Mojok Mentok terbilang sistematis dalam mempersiapkan program siaran dari mulai riset dan pemilihan berita, penulisan naskah berita, proses syuting presenter berita, editing, hingga publikasi atau berita siap siar.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori manajemen produksi 6M yang terdiri dari, Man, Money, Material, Machine, Method, Market. Teori ini digunakan karena sesuai dengan strategi yang digunakan dalam produksi program Mojok Mentok.

Dalam penerapan unsur Man, Mojok Mentok sangat selektif dalam pemilihan penanggung jawab program dan host atau news anchor Mojok Mentok. Direktur Mojok.co memilih langsung Agus Mulyadi sebagai news anchor program Mojok Mentok.

Selain itu, Mojok Mentok juga memiliki manajemen SDM yang baik yaitu, dengan mengadakan upgrading skill karyawan agar selalu up to date dan mendapatkan refrensi untuk kinerja karyawan yang lebih baik. Namun masih terdapat kekurangan dalam struktur organisasi yaitu belum adanya tim khusus untuk setiap program yang ada di Mojok.co, sehingga sering terjadi kru yang harus melakukan double job atau mengerjakan beberapa pekerjaan sekaligus dalam satu waktu.

Sejauh ini Mojok Mentok menggunakan sponsorship sebagai sumber dana untuk proses produksinya. Sedangkan dalam hal pemilihan materi, penanggung jawab program Mojok Mentok berkolaborasi dengan news anchor Mojok Mentok.

Berita yang akan dibawakan dalam program Mojok Mentok merupakan berita pilihan yang mana berita tersebut masih bisa untuk dikomentari dan ditambah unsur komedi di dalamnya. Maka dari itu, Mojok Mentok tidak pernah membawakan berita duka atau bencana dikarenakan berita tersebut tidak dapat dibawakan dengan tambahan unsur komedi.

Selain memperhatikan pemilihan berita, Mojok Mentok juga memperhatikan penggunaan alat-alat yang akan digunakan untuk proses produksi berita, mulai dari kamera, clip on, lighting hingga laptop yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan produksi program Mojok Mentok.

Meskipun Mojok Mentok dikenal sebagai program berita yang unik dan lucu karena disertai dengan komentar atau reaksi tentang berita tersebut, namun Mojok Mentok tetap ingin menyajikan berita yang bersifat serius seperti berita tentang pemerintahan, politik dan agama. Hal ini sekaligus yang menjadi pembeda antara program Mojok Mentok dengan program lain.

Salah satu upaya yang dilakukan Mojok Mentok agar terhindar dari oknum-oknum yang mungkin merasa tidak terima dengan komentar dari Agus Mulyadi selaku news anchor yaitu dengan menggunakan pihak ketiga yang berupa ikan cupang sebagai narasumber yang menyampaikan komentar atau reaksi dari berita tersebut.

Target market Mojok Mentok adalah orang-orang yang aktif dengan media sosial youtube terutama kalangan muda yang menyukai dunia komedi. Dalam hal ini, berdasarkan hasil analitik lifetime youtube, Mojok Mentok telah berhasil menjangkau anak muda dengan lebih luas dikarenakan pembawaan berita yang santai serta dibumbui humor.

Saran

Berdasarkan hasil pengamatan dan refleksi dari peneliti selama masa/periode penelitian berlangsung, peneliti memberikan saran mengenai beberapa hal dari

bidang akademis dan praktis yang dapat diterapkan oleh peneliti lain dengan minat penelitian serupa.

Saran Akademis:

1. Mengembangkan kajian terkait manajemen media, khususnya pada media penyiaran di Indonesia.
2. Bagi peneliti lain yang berkenan melanjutkan penelitian manajemen media yang dilakukan oleh program Mojok Mentok dapat melihat kriteria ataupun aspek lain selain yang tercakup dalam penelitian ini.

Saran Praktis:

1. Mengenai beberapa aspek manajemen yang dilakukan oleh Mojok.co, penting bagi seluruh profesional kru media untuk menyajikan tayangan atau konten yang baik dan tauladan kepada audiens. Akan lebih sempurna lagi apabila Mojok Mentok dapat lebih banyak memasukkan budaya atau culture Indonesia ke dalam program siarannya.
2. Dapat menambah frekuensi penayangan program “Mojok Mentok” di portal media Mojok.co baik di website maupun media Youtube, sehingga masyarakat dapat menerima informasi berita yang segar dan berbeda dari media konvensional. Selain itu konten “Mojok Mentok” juga dapat dipublish ulang cuplikannya di media sosial tiktok agar cakupan audiens menjadi semakin luas lagi.

Musthafa. (2017). Manajemen Keuangan. Yogyakarta: CV. Andi Offset

Silalahi, Berneth. (2000). Manajemen Sumberdaya Manusia. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen LPMI

DAFTAR PUSTAKA

Callister, William D J. (2004). Materials Science and Engineering an Introduction Singapore; John Wiley & Sons.

Daryanto, (2011). Manajemen Pemasaran. Cetakan 1. Bandung: Satu Nusa

Duncan, Tom, (2005), Principle Of Advertising and IMC, International Edition, Edisi Kedua, McGrawHill, New York.

Ea, Puthut., (2017). Rahasia Kenapa Mojok Harus Tutup. Mojok.co. Diakses 15 Januari 2024 dari <https://mojok.co/esai/rahasia-kenapa-mojok-harus-tutup/>

Hasibuan, Malayu S.P. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.

Heizer, J., and Render, B. (2011). Operations Management. 10th Edition. Pearson Education, Inc. New Jersey.

Irham, Fahmi. (2014). Manajemen Produksi dan Operasi. Bandung. Alfabeta

Luik, Jandy. (2020). Media Baru Sebuah Pengantar. Kencana: Jakarta