

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metodologi pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah *mixed methods research*. *Mixed methods research* merupakan metode pendekatan dengan menggabungkan data dari penelitian kuantitatif dan kualitatif (Creswell, 2018). Metode ini digunakan penulis karena semua data yang didapatkan dari kedua penelitian tersebut dapat digunakan untuk saling memvalidasi dan mendukung masalah yang diangkat.

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menguji suatu teori objektif dan hubungan antar variabel. Variabel tersebut diubah menjadi data angka yang dapat diukur menggunakan statistika. Penelitian ini dilakukan guna untuk menganalisa suatu tren atau ide pada target secara luas.

Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan dengan mengeksplorasi dan memahami individu atau kelompok pada suatu masalah (Creswell, 2018). Penelitian kualitatif dilakukan agar mendapatkan data mendetail tentang suatu masalah menurut pandangan target atau seorang ahli.

Pada penelitian kualitatif, penulis melakukan wawancara dengan penonton video *mokbang*, psikolog, ahli gizi, dan dosen UI/UX. Penulis juga melakukan *focus group discussion* (FGD) kepada 4 target audiens. Sedangkan pada penelitian kuantitatif, penulis membuat dan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan Google Forms secara *online* untuk mengetahui pemahaman dan komentar target *user* terhadap efek menonton *mokbang*. Penulis juga melaksanakan studi eksisting dan studi referensi terhadap media edukasi interaktif tentang kesehatan maupun evaluasi mandiri terhadap rutinitas keseharian.

3.1.1 Metode Kualitatif

Penulis mengumpulkan data kualitatif dengan melakukan wawancara dengan penonton *mokbang*, ahli gizi, psikolog, dan dosen UI/UX.

Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui kegiatan menonton mokbang, efek negatif dari tayangan mokbang, dan teknis perancangan UI/UX yang baik. *Focus group discussion* (FGD) juga dilakukan dengan 4 target audiens.

3.1.1.1 Interview

Interview dilakukan kepada 3 narasumber yang gemar menonton mokbang (meng-*subscribe* minimal 1 *channel* mokbang di YouTube), psikolog, ahli gizi, dan dosen UI/UX.

1) Wawancara dengan Raden Hani

Raden Hani merupakan seorang *freelance illustrator* berusia 21 tahun di Bekasi. Hani memiliki kegemaran menonton video mokbang di YouTube dan meng-*subscribe channel* mokbang seperti Bokyoung, Ssoyoung, dan Leedoe ASMR. Wawancara dengan Hani dilakukan melalui Zoom pada tanggal 5 Februari 2022.

Hani mengatakan bahwa dalam seminggu, ia menonton video mokbang minimal 5 video karena ia memiliki kebiasaan memakan sambil menonton video tersebut. Tak hanya menonton dari *channel* yang ia *subscribe*, Hani juga menonton video mokbang lainnya di YouTube. Kebiasaan ini dilakukannya karena untuk meningkatkan nafsu makan dan ingin merasakan kepuasan. Hani merasa puas ketika menonton *host* tersebut menyelesaikan porsi makanannya yang besar. Bagi Hani, ia tertarik pada makanan yang ditampilkan dan suara ASMR makanannya.

Terkadang, Hani juga menonton video mokbang tanpa sambil makan. Biasanya, kegiatan ini akan berakhir dengan dirinya merasa lapar atau sampai mulutnya terasa ingin mengunyah sesuatu walaupun sudah kenyang. Hani juga terbiasa "*ngemil*" saat siang hari sehingga saat menonton mokbang tanpa sambil makan, ia cenderung merasa kenyang.

Hani mengatakan bahwa keluarganya suka mengomentari dirinya ketika menonton video mokbang dengan berkata bahwa Hani juga akan ikutan makan banyak dan menjadi gemuk karena menonton video itu. Reaksi Hani hanya cuek dan terkadang membalasnya dengan acuh. Namun, Hani mengaku bahwa ia juga berpikir untuk mengontrol konsumsi makanannya.

Hani berpendapat bahwa perlu dibuatnya media edukasi interaktif tentang efek negatif dari menonton mokbang karena remaja cenderung cuek akan dampak buruk yang ada. Ia juga belum pernah menemukan media edukasi yang membahas topik tersebut.

Penulis lalu memperlihatkan jurnal tentang kegunaan dan efek menonton mokbang yang ditulis oleh Kircaburun, et al., (2021). Penulis menanyakan pendapat Hani apakah jurnal tersebut bisa dijadikan sebagai media informasi yang cukup atau tidak untuk remaja. Menurut Hani, informasi dari jurnal tersebut cukup, namun tidak dapat tersampaikan dengan baik karena remaja Indonesia cenderung malas untuk membaca informasi dengan teks yang terlalu banyak.

Hani memberi saran untuk membuat media edukasi interaktif yang menarik misalnya dalam bentuk audiovisual atau gambar. Hani juga menyarankan bahwa informasi tersebut harus dikemas dengan singkat, padat, dan jelas agar informasinya dapat tersampaikan dengan baik kepada remaja.



Gambar 3.1 Screenshot Wawancara dengan Hani

2) Wawancara dengan Alda Salsabila

Alda Salsabila merupakan seorang mahasiswi berusia 20 tahun di Tangerang dan gemar menonton mokbang di YouTube. Alda merupakan *subscriber channel* mokbang SangHyuk dan [G-NI]. Wawancara dengan Alda dilakukan melalui Zoom pada tanggal 5 Februari 2022.

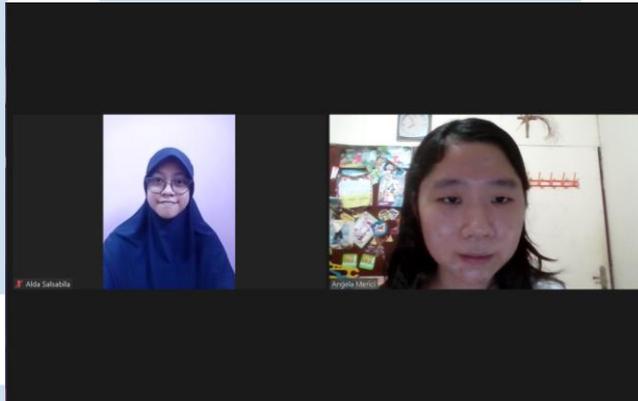
Alda menjelaskan bahwa dalam seminggu ia dapat menonton kira-kira 5 video dari *channel* yang ia *subscribe*. Alasan Alda menonton video mokbang adalah untuk menghilangkan rasa bosan dan membantunya meningkatkan nafsu makan ketika ia sedang makan. Sama seperti Hani, Alda juga memiliki kebiasaan menonton mokbang sambil makan. Ia mendapatkan rasa kepuasan juga saat melihat *host* mokbang tersebut menyelesaikan makanannya. Dalam keseharian Alda, ia aktif menggunakan LINE, Twitter, dan YouTube.

Alda juga terkadang menonton mokbang tanpa sambil makan. Pada akhirnya, ia merasa lapar dan sehabis itu, ia cenderung langsung makan setelah menonton. Namun, ketika saat itu ia sedang makan sambil menonton, ia tidak merasa lapar karena sudah ikut kenyang.

Alda mengerti tentang akibat dari makan berlebihan. Ia menjawab bahwa akibat jangka pendek yang ditimbulkan adalah perut kembung dan diare. Pada jangka panjang akan menyebabkan obesitas dan darah tinggi.

Alda berpendapat bahwa sebaiknya ada media edukasi yang menjelaskan tentang efek menonton mokbang supaya remaja dapat menyadarinya secara dini. Ia juga belum pernah menemukan media edukasi yang menjelaskan topik tersebut.

Penulis juga memperlihatkan pada Alda tentang jurnal yang ditulis oleh Kircaburun, et al., (2021). Menurut Alda, jurnal tersebut tidak efektif karena tidak menarik di mata remaja. Sehingga, Alda menyarankan bahwa media edukasi tersebut harus dibuat menarik dalam bentuk grafis atau audiovisual.



Gambar 3.2 Screenshot Wawancara dengan Alda

3) Wawancara dengan Athaya Nur Syahirah

Athaya merupakan seorang mahasiswi politeknik berusia 20 tahun, yang berdomisili di Bogor. Wawancara tersebut dilakukan pada tanggal 6 Februari 2022 melalui *chat* aplikasi Messenger.

Athaya memiliki kegemaran menonton video *mukbang* dan telah meng-*subscribe* beberapa *channel* seperti Hongyu ASMR, Jaeyeol ASMR, SAS ASMR, Eat with Boki, Bokyoung, Sulgi, Tzuyang, dan Donggae. Dalam seminggu, Athaya menonton kira-kira 10-15 video *mukbang* di YouTube. Alasan Athaya menonton video tersebut adalah untk menghilangkan rasa laparnya. Biasanya, Athaya menonton sambil mengerjakan tugas atau menggambar. Dalam keseharian Athaya, ia aktif menggunakan YouTube, Twitter, dan LINE.

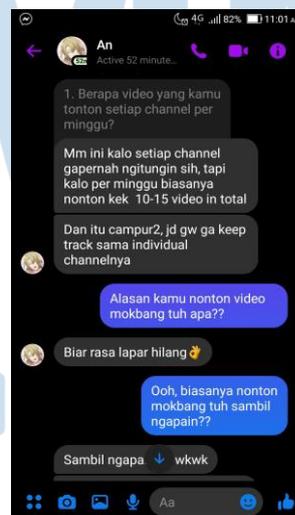
Bagi Athaya, daya tarik dari video tersebut adalah makanannya dan cara *mukbanger* menata makanannya sehingga terlihat estetik. Setelah menonton video tersebut, Athaya tidak merasa lapar lagi,

namun ia merasa puas melihat *mukbanger* tersebut dapat menghabiskan makanannya.

Athaya tidak mengetahui tentang efek negatif dari tayangan *mokbang*. Penulis menjelaskan efeknya antara lain memicu keinginan makan dan membuat penontonnya ikut makan berlebih.

Menurut Athaya, efek dari menonton *mokbang* bisa dapat membuang-buang makanan. Ia mengatakan bisa jadi seorang remaja yang ingin meniru kegiatan *mokbang* tersebut, berpotensi membuang makanan karena makanan banyak yang telah dibelinya tidak akan dihabiskan. Athaya setuju jika ada media edukasi yang membahas topik tentang efek negatif tayangan *mokbang*. Sebelumnya, Athaya belum pernah menemukan media edukasi tentang topik efek tayangan *mokbang*.

Penulis juga memperlihatkan kepada Athaya jurnal yang ditulis oleh Kircaburun, et al, (2021). Menurutnya, jurnal tersebut belum efektif karena kebanyakan remaja memiliki minat baca yang rendah, apalagi jurnal tersebut hanya berupa sekumpulan tulisan. Athaya menyarankan untuk membuat media edukasi yang menggunakan visual menarik dan lebih mudah dimengerti oleh para remaja.



Gambar 3.3 Screenshot Chat dengan Athaya

4) Wawancara dengan Fiona Valentina Damanik, M.Psi., Psikolog

Fiona Valentina merupakan seorang psikolog dari Student Support di Universitas Multimedia Nusantara. Wawancara tersebut dilakukan melalui aplikasi Zoom pada tanggal 7 Februari 2022 dan dilanjutkan melalui *chat* WhatsApp pada 8 Februari 2022.

Fiona mengatakan bahwa sebuah tontonan yang ditonton terus-menerus dapat mempengaruhi cara seseorang untuk berpikir dan bertindak. Pada kasus menonton tayangan mokbang, beliau berpendapat bahwa sebagian besar penonton akan merasa penasaran pada mokbang tersebut, memicu reaksi otak dalam mempersepsikan imajinasi akan makanan, dan dapat menjadi salah satu faktor penyebab *binge-eating disorder*. Tayangan mokbang dapat membuat seseorang merasa penasaran dan akhirnya akan mencobanya, terutama pada penonton yang memiliki perasaan positif pada tayangan tersebut misalnya, merasa senang ataupun puas.

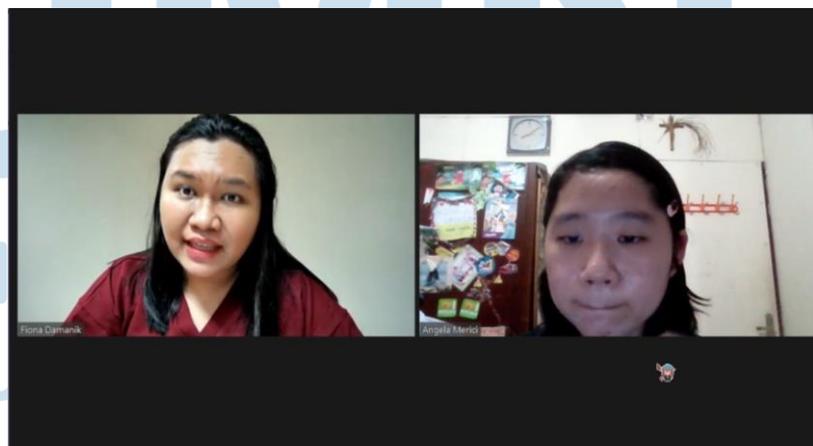
Jika seseorang yang memiliki riwayat tertentu yang mengindikasikan mempunyai pengalaman menyenangkan dengan makanan, tayangan mokbang dapat menjadi media untuk memverifikasi baginya bahwa makan banyak merupakan hal yang menyenangkan sehingga orang tersebut dapat berpotensi untuk melakukannya lagi. Hal ini bisa terjadi karena tayangan mokbang selalu diakhiri dengan *host* yang berhasil menghabiskan semua makanan tersebut dan memberikan reaksi positif seperti rasa puas atau senang, apalagi mendapat pujian banyak orang. Faktor eksternal seperti pujian dan verifikasi tersebut dapat memperkuat seseorang untuk mengulangi perilaku tersebut.

Menurut beliau, kelompok usia 20-24 tahun seharusnya sudah dapat menentukan keputusan sendiri. Namun, informasi tentang efek negatif dari tayangan mokbang masih belum mendapatkan perhatian

karena informasi tersebut belum diangkat secara terus-menerus dan minimnya keberadaan media edukasi yang menarik perhatian mereka. Kesadaran dan *self management* seseorang dapat terwujud bila memiliki pengetahuan akan topik tersebut.

Menurut Fiona, hal terpenting untuk tidak terpapar pada efek negatif dari menonton mokbang tersebut adalah memiliki *self awareness*, yaitu mengerti terhadap dampak yang ada. Beliau berpendapat bahwa perancangan media edukasi yang akan penulis buat merupakan salah satu ide bagus karena dapat memberikan informasi dan membantu menjelaskan akan dampak dari tayangan mokbang yang cukup besar, apalagi menjadi salah satu faktor penyebab dari munculnya *binge-eating*.

Beliau juga mengatakan bahwa seseorang akan lebih tertarik pada media edukasi yang memiliki visual menarik dan informasi yang dirangkum dengan singkat karena tingkat perhatian kelompok tersebut cukup rendah. Fiona berpendapat bahwa kegiatan membaca buku, jurnal, atau yang memiliki teks yang sangat panjang merupakan hal yang membosankan. Menurut beliau, contoh konten yang dapat menarik perhatian mereka adalah berupa gambar atau audiovisual.



Gambar 3.4 Screenshot Wawancara dengan Fiona

5) Wawancara dengan Lia Herna, S.Sn., M.M.

Lia Herna merupakan seorang dosen UI/UX, *Visual Communication Design 3*, dan *Human Computer Interaction* di Universitas Multimedia Nusantara. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 12 Februari 2022 melalui aplikasi Zoom.

Lia mengatakan bahwa *website* edukasi dapat dijadikan sebagai salah satu media edukasi yang efektif untuk target usia 20-24 tahun. Namun, melihat perkembangan zaman sekarang, target usia tersebut lebih tertarik ketika ada suatu interaktivitas dan *engagement* yang menarik perhatian mereka.

Dalam menentukan elemen interaktivitas ataupun *engagement* yang tepat untuk target tersebut, menurut beliau, kebutuhan target *user* menjadi kunci penting. Beliau menjelaskan jika sehabis melakukan penelitian dan menemukan bahwa terdapat 2 *user* dengan kebiasaan yang berbeda, contohnya: *user* yang selalu penasaran dan *user* yang malas, seorang desainer harus meneliti lebih jauh pada *core motivation* mereka. Hal ini bisa dilakukan dengan membuat persona atau melakukan *interview* lebih lanjut.

Jika motivasi mereka lebih mengarah ke segi ekonomi, maka interaktivitas yang diberikan bisa berupa diskon atau kupon. Jika lebih mengarah ke segi *challenge*, maka bisa diberikan kuis di dalam *website* tersebut agar *user* merasa tertantang. Menurut beliau, fitur kuis yang memberikan hasil sesuai dengan jawaban mereka juga dapat disebut sebagai interaktivitas.

Lia juga menjelaskan bahwa dalam *website* edukasi interaktif, tidak perlu interaktivitas yang bermacam-macam. Fitur-fitur seperti kuis, *self-assesment*, atau bahkan infografis saja sudah cukup. Inti dari interaktivitas tersebut adalah dapat memberikan reaksi atau hasil kepada *user* setelah mereka mengeklik fitur yang ada. Contohnya

seperti pada saat *user* meng-klik infografis, terdapat *micro interaction* yang muncul pada infografis tersebut.

Dalam menentukan konten dan fitur ini, beliau menekankan untuk mengetahui kebiasaan *user* setiap harinya. Sebagai contoh, seorang *user* memiliki kebiasaan bermain Instagram selama 3-4 jam, maka informasi edukasi tersebut dapat diberikan melalui gambar-gambar kecil seperti di Instagram. Jika mereka menunjukkan ketertarikan pada infografis, maka informasi tersebut diberikan melalui infografis.

Menurut beliau, *website* edukasi interaktif yang efektif adalah *website* yang memiliki *engagement user* yang tinggi. Artinya, *website* tersebut dapat membuat *user* mau menggunakannya berulang kali atau tidak hanya sekali pakai. Hal ini selaras dengan pernyataan Fiona, dalam meningkatkan kewaspadaan suatu masalah melalui informasi yang diberikan secara terus-menerus kepada *user*.

Untuk mendapatkan *engagement* yang sesuai, menurut Lia, *website* tersebut bisa diberikan semacam wadah untuk bersosialisasi dan berdiskusi tentang informasi efek dari mobbing kepada satu sama lain. Pada umumnya, target usia 20-24 tahun memiliki kehidupan yang tidak lepas dari media sosial sehingga kebutuhan mereka untuk bersosialisasi sangat tinggi. Hal ini bisa diwujudkan melalui fitur forum, *chat*, atau *user* dapat membagikan informasi tersebut ke *feed* media sosial mereka.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.5 Screenshot Wawancara dengan Lia

6) Wawancara dengan dr. Patricia Amanda, M.Gizi, Sp.GK

Dokter Patricia merupakan seorang dokter spesialis gizi di Rumah Sakit Umum Darurat Balaraja dan Klinik Artemisia Alam Sutra, Tangerang. Wawancara ini dilakukan melalui *chat* di aplikasi Alodokter pada tanggal 13 Februari 2022.

Menurut dr. Patricia, menonton video *mokbang* dapat meningkatkan selera makan seseorang karena disebabkan oleh pelepasan hormon yang menyebabkan penonton merasa bahagia dan termotivasi untuk makan lebih banyak. Namun, hal tersebut dapat mengakibatkan efek buruk bila seseorang tidak mengerti cara mengontrol asupan makannya sehingga menyebabkan obesitas.

Dokter Patricia menjelaskan bahwa kebutuhan nutrisi seseorang berbeda-beda, tergantung dari usia, jenis kelamin, berat dan tinggi badan, serta tingkat aktivitasnya. Bagi usia 20-24 tahun, kebutuhan kalori harian mereka adalah 1.700-2.000 kkal untuk wanita dan 1.800-2.400 kkal untuk pria.

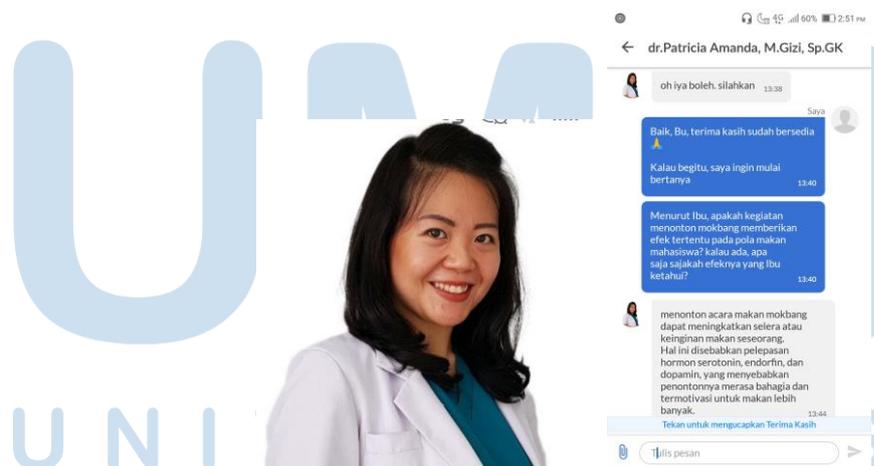
Menurut dr. Patricia, seseorang harus mengerti cara mengatur pola makannya, terutama ketika merasa lapar setelah menonton tayangan *mokbang*. Dokter Patricia menyarankan untuk makan di siang hari karena manusia lebih banyak beraktivitas di siang hari.

Jika seseorang makan terlalu banyak di malam hari, makanan tidak

dapat dibakar secara optimal dan terjadi penumpukan cadangan energi dalam bentuk lemak tubuh. Namun, jika seseorang makan lebih banyak di siang hari, maka pada malam harinya, mereka harus mengurangi asupan makan mereka, seperti hanya memakan sayur-sayuran atau telur rebus. Dokter Patricia juga menyarankan untuk menyempatkan diri untuk berolahraga atau setidaknya melakukan aktivitas kecil dalam kegiatan seharinya, seperti menaiki tangga.

Menurut dr. Patricia, menonton video mokbang harus dilakukan secara bijak dan bertanggung jawab. Jika penonton memiliki keinginan makan setelah menonton, dr. Patricia menenakankan bahwa mereka harus mengontrol jumlah makanan dan berolahraga agar seimbang.

Dokter Patricia berpendapat bahwa kelompok usia tersebut belum menyadari tentang pola makan yang baik. Sehingga, beliau merasa perlu adanya edukasi tentang efek tayangan mokbang ini terhadap kesehatan.



Gambar 3.6 Screenshot Chat dengan dr. Patricia

3.1.1.2 Focus Group Discussion

Focus Group Discussion (FGD) dilakukan pada tanggal 13 Februari 2022 melalui Google Meet dengan 4 partisipan dengan

rentang umur 20-24 tahun, yaitu Fikri, Dini, Robby, dan Lian. Fikri suka menonton mokbang, sedangkan Lian, Dini, dan Robby tidak. FGD ini dilakukan untuk menggali lebih lanjut tentang persepsi mereka terhadap tayangan mokbang pada pola makan dan saran konten fitur untuk media edukasi yang akan dibuat oleh penulis.

Fikri memiliki kesukaan untuk menonton video mokbang, terutama video dari *channel* Tanboykun dan Matt Stonie. Dalam seminggu ia mengatakan bahwa ia menonton 3-5 video. Alasan Fikri menonton tayangan mokbang adalah karena ia tertarik dengan makanannya. Fikri memiliki kebiasaan menonton mokbang sambil makan dan pada saat malam hari ketika sedang lapar. Ketika ia menonton di malam hari dan merasa lapar, Fikri mencoba untuk mencari makanan. Ketika menonton sambil makan, ia merasa kenyang. Dalam kesehariannya, Fikri lebih aktif menggunakan Facebook, Instagram, dan YouTube.

Lian, Robby, dan Dini tidak suka menonton mokbang karena suara kunyahan yang mengganggu. Mereka berpendapat bahwa video mokbang memiliki efek baik dan buruk bagi seseorang. Efek baik dari mokbang menurut mereka adalah dapat mengusir rasa kesepian saat makan sendirian dan meningkatkan nafsu makan. Namun efek buruknya adalah tayangan mokbang dapat mempromosikan kegiatan makan yang tidak sehat dan terlihat rakus. Jika seseorang ingin mencoba makan banyak karena tayangan tersebut dan ternyata tidak dapat dihabiskan, makanan tersebut akan mubazir. Lian lebih aktif menggunakan Facebook, LINE, dan YouTube. Robby lebih banyak menggunakan Twitter, Instagram, dan LINE. Sedangkan, Dini lebih aktif menggunakan Facebook dan Twitter.

Walaupun mereka berada dalam kelompok yang berbeda, mereka setuju bahwa perlu adanya media edukasi yang membahas

tentang efek negatif dari tayangan mokbang untuk kesehatan. Menurut mereka, informasi tersebut dapat mengedukasi penonton supaya jangan meniru mokbang. Informasi mengenai efek mokbang dapat disajikan dalam bentuk grafis atau audiovisual menarik.



Gambar 3.7 Screenshot FGD

3.1.1.3 Kesimpulan Metode Kualitatif

Sebagian besar narasumber yang gemar menonton video mokbang mengerti akan efek dari makan berlebih untuk kesehatan, namun masih belum mengetahui bahwa tayangan mokbang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pola makan. Bagi yang tidak suka dengan tayangan tersebut, mereka mengerti akan dampak positif dan negatif dari tayangan mokbang. Namun, mereka khawatir banyak yang akan meniru kegiatan makan berlebih secara tidak bertanggung jawab.

Dari pandangan ahli, kelompok umur 20-24 tahun belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai *self-management* dan pola makan yang baik karena minimnya informasi yang efektif. Beliau berpendapat bahwa media edukasi berupa *website* interaktif merupakan salah satu cara yang baik untuk menjangkau target audiens tersebut. Namun *website* tersebut harus interaktif dan memiliki konten yang menarik agar sesuai dengan target audiens.

Semua narasumber merasa perlu adanya edukasi tentang efek dari menonton mokbang terhadap pola makan dan kesehatan

karena masih minimnya informasi yang membahas tentang kebudayaan asing tersebut. Konten yang mereka sarankan adalah grafis dan audiovisual yang menarik. Hal ini sejalan dengan kebiasaan target audiens dalam sering menggunakan media sosial seperti Facebook, LINE, Twitter, dan YouTube karena media sosial tersebut memberikan informasi dalam bentuk grafis dan audiovisual.

3.1.2 Metode Kuantitatif

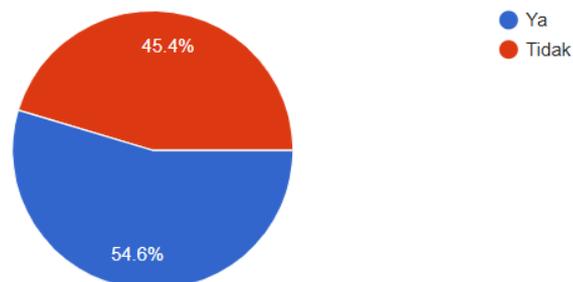
Kuesioner disebarakan secara daring melalui Google Forms pada tanggal 3 Februari 2022 kepada responden berusia 20-24 tahun, pernah sesekali atau gemar menonton mokbang, dan berdomisili di Jabodetabek. Kuesioner bertujuan mengetahui kegiatan menonton mokbang responden, pengetahuan mereka tentang efek negatif makan berlebihan, serta masukan mengenai media interaktif yang akan dirancang.

Penentuan jumlah minimal sampel dihitung dengan menggunakan rumus Slovin. Jumlah sampel penduduk Indonesia berumur 20-24 tahun (N) diambil berdasarkan hasil sensus penduduk Badan Pusat Statistik Indonesia yaitu 44.995 jiwa (Subdirektorat Publikasi dan Kompilasi Statistik, 2021). *Margin of error* (e) yang ditentukan adalah sebanyak 10%. Berikut merupakan perhitungan sampel dengan rumus Slovin:

$$\frac{226824}{1+(226824 \times 0,1^2)} = 96 \text{ responden}$$

Apakah kamu meng-subscribe / mengikuti channel mokbang?

97 responses



Gambar 3.8 Grafik Responden yang Meng-subscribe Channel Mokbang

Penulis mendapatkan responden sebanyak 97 orang, yang diantaranya sebanyak 53 responden meng-*subscribe channel* mokbang di Youtube dan 44 responden tidak memiliki *channel* kesukaan.



Gambar 3.9 Grafik Jumlah *Channel* yang Diikuti

Dari 53 responden yang meng-*subscribe channel* mokbang, 20 orang meng-*subscribe* lebih dari 3 *channel*, 15 orang meng-*subscribe* 2 *channel*, 13 orang meng-*subscribe* 1 *channel*, dan 5 orang meng-*subscribe* 3 *channel*.

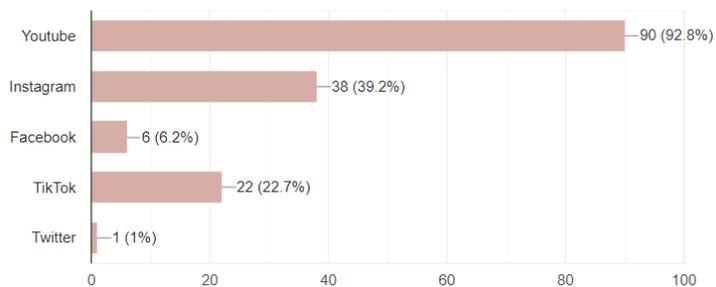


Gambar 3.10 Grafik Frekuensi Menonton Dalam Seminggu

Dalam seminggu, terdapat 65 responden menonton video mokbang kurang dari 5 video. Namun sebanyak 32 responden menonton lebih dari 5 video mokbang dan 7 responden di antaranya memiliki rutinitas menonton video mokbang setiap hari; 6 di antaranya menonton kurang dari 5 video dan 1 responden menonton 5-10 video setiap harinya. Hal ini menunjukkan bahwa responden mengenali video mokbang dan memiliki kegemaran menonton mokbang yang tinggi.

Di mana biasanya kamu menonton video mokbang?

97 responses

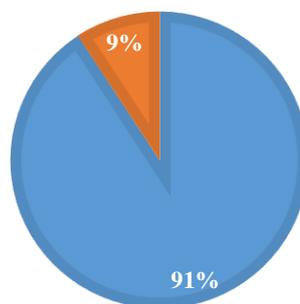


Gambar 3.11 Grafik Platform Video Mokbang

Platform YouTube merupakan platform yang paling sering digunakan untuk menonton video mokbang (90 responden). Sedangkan 38 responden menggunakan Instagram, 22 responden menggunakan TikTok, 6 responden menggunakan Facebook, dan 1 responden menggunakan Twitter.

MAKANAN YANG DISAJIKAN

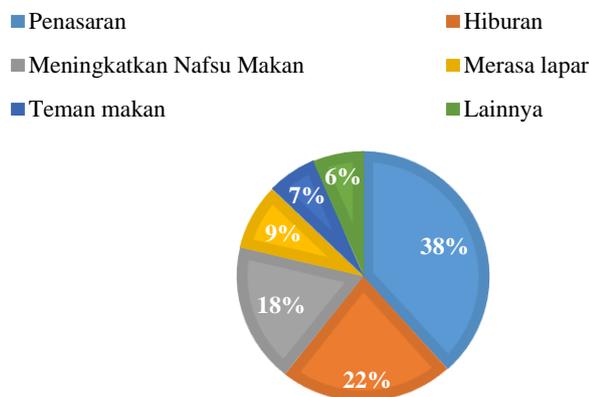
■ Makanan Kalori Tinggi ■ Seafood



Gambar 3.12 Grafik Makanan yang Disajikan

Dari video mokbang yang ditonton, makanan yang ditampilkan sebagian besar merupakan makanan berkalori tinggi (91%), seperti mie instan, ayam goreng, burger, pizza, dan sebagainya. Namun sebanyak 55 jawaban menunjukkan bahwa makanan Korea Selatan merupakan jenis makanan yang paling sering ditonton. Sedangkan, sebanyak 9% responden menonton video mokbang yang menampilkan makanan laut, yang terkenal memiliki gizi yang baik untuk tubuh (Yovita, N.V., 2021).

ALASAN MENONTON MOKBANG

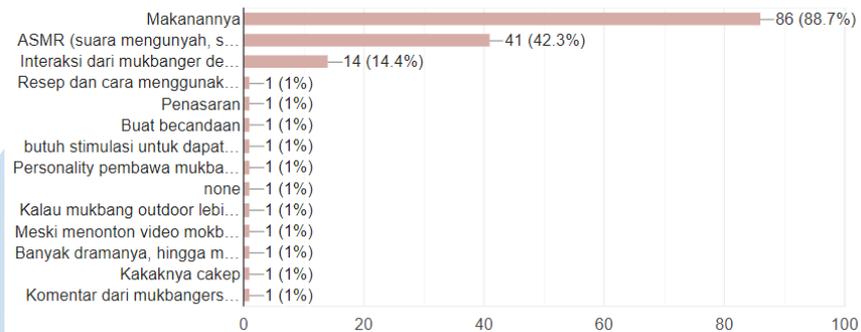


Gambar 3.13 Grafik Alasan Menonton Mokbang

Alasan responden menonton mukbang beragam. Sebanyak 36 responden menonton karena penasaran akan makanannya, 21 responden menonton karena video mukbang dapat dijadikan sebagai hiburan, 20 responden menonton agar dapat meningkatkan nafsu makan mereka, 8 responden menonton karena merasa lapar, 6 responden menonton mukbang agar tidak merasa kesepian saat makan sendirian, dan 6 responden menjawab dengan alasan lain seperti tertarik dengan tampilan *host* dan mencari inspirasi memasak.

Hal apa yang menarik dari video mokbang tersebut?

97 responses



Gambar 3.14 Grafik Daya Tarik Video Mukbang

Dari tayangan mukbang tersebut, sebanyak 58% menjawab bahwa makanan yang ditampilkan merupakan daya tarik dari video mukbang, sebanyak 27% menjawab bahwa suara ASMR yang dihasilkan merupakan daya tariknya, 11% menjawab bahwa interaksi *host* adalah daya tarik video, dan 4% menjawab lainnya seperti tampilan *host* yang membuat video tersebut menarik untuk ditonton.

Setelah menonton video mukbang, apa yang kamu rasakan?

97 responses

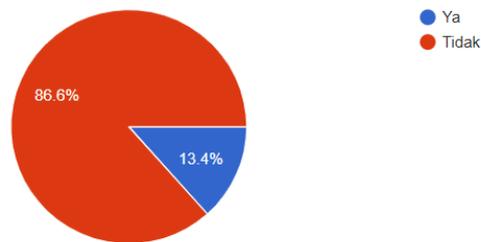


Gambar 3.15 Grafik Perasaan Setelah Menonton

Setelah menonton video mukbang, sebanyak 63 responden menjawab bahwa mereka ingin mencoba atau membeli makanan yang sama dari video yang ditonton, 15 responden menjawab bahwa mereka merasa kenyang atau puas, 7 responden menjawab bahwa mereka ingin mencoba dan membeli makanan tersebut dalam jumlah yang sama, 6 responden mengaku bertambah lapar, dan 6 responden memberikan reaksi lain seperti jijik dan heran.

Setelah menonton video mokbang, apakah kamu cenderung langsung untuk makan lagi?
(Walaupun sudah makan sebelum menonton)

97 responses

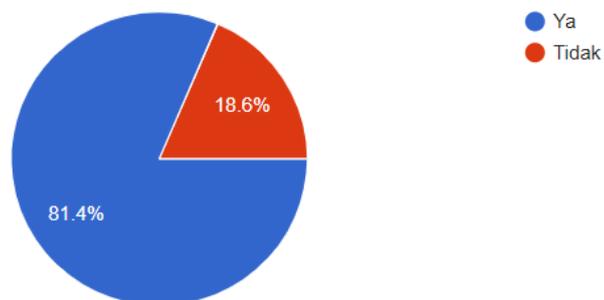


Gambar 3.16 Grafik Perilaku

Salah satu efek mokbang adalah membuat seseorang merasa lapar. Sebanyak 84 responden menjawab bahwa mereka tidak segera langsung makan lagi setelah menonton. Namun 13 responden menjawab mereka langsung makan kembali setelah menonton.

Apakah kamu aware dengan efek makan berlebihan?

97 responses

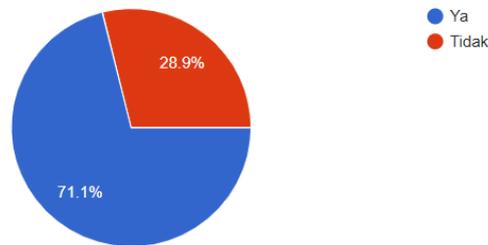


Gambar 3.17 Grafik Pengetahuan akan Efek dari Makan Berlebih

Sebanyak 79 responden mengerti akan efek dari makan berlebihan. Delapan belas di antaranya menjawab bahwa mereka belum mengerti akan efek tersebut. Dari responden yang mengetahui akan efek dari makan berlebihan, seluruh responden memberikan jawaban yang benar akan efeknya yaitu obesitas, penyakit jantung, dan gangguan kesehatan fisik dan mental lainnya.

Menurutmu, apakah perlu adanya edukasi tentang efek buruk dari menonton mokbang?

97 responses

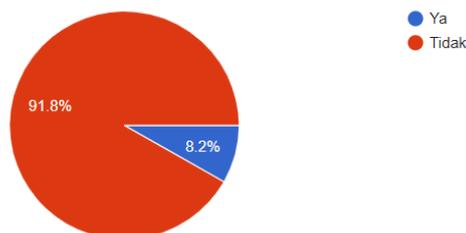


Gambar 3.18 Grafik Perlunya Media Edukasi

Terdapat 69 responden mengatakan bahwa perlu adanya media edukasi untuk membahas dampak buruk dari menonton tayangan mokbang. Tiga alasan utama yang muncul berupa supaya masyarakat bisa memahami tentang dampak buruk tersebut, menjadi edukasi agar orang-orang tidak meniru kegiatan mokbang, minimnya media informasi yang membahas topik tersebut. Ada yang menjawab mereka baru mengetahui bahwa menonton mokbang memiliki dampak negatif setelah membaca penjelasan singkat penulis di dalam kuesioner. Namun sebanyak 28 responden mengatakan tidak perlu adanya media edukasi tersebut karena merupakan hal yang kurang penting sehingga cukup hanya dengan *self control* sebagai tindakan pencegahan dan tidak merasakan efek tersebut.

Apakah kamu pernah menemukan sebuah media edukasi tentang efek buruk dari menonton mokbang?

97 responses

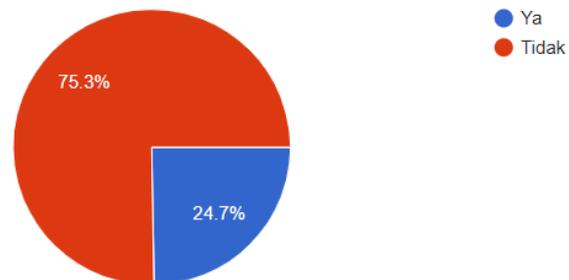


Gambar 3.19 Grafik Pernah Menemukan Media Edukasi Serupa

Sebanyak 89 responden menjawab bahwa mereka belum menemukan media edukasi tersebut. Hanya 8 responden yang pernah menemukan media tersebut dalam bentuk video, seminar, dan gambar.

Dari contoh di atas, menurutmu apakah sudah efektif sebagai media edukasi?

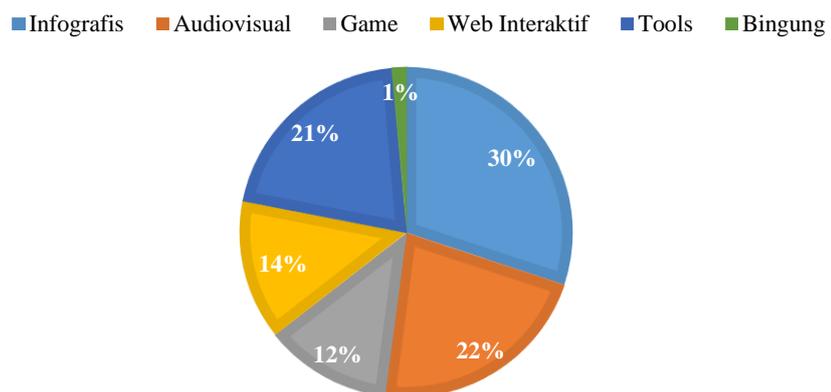
97 responses



Gambar 3.20 Grafik Keefektivan Jurnal

Penulis memberikan satu contoh berupa *preview* singkat dari jurnal Kircaburun, et al., (2021) dan menanyakan kepada responden terhadap keefektifan jurnal tersebut sebagai media edukasi. Sebanyak 73 responden menjawab bahwa jurnal tersebut belum efektif dengan alasan membuat orang malas membaca karena memiliki teks yang terlalu panjang dan banyak, tampilan yang tidak menarik, dan berbahasa asing. Sebanyak 24 responden mengatakan bahwa jurnal tersebut cukup karena memiliki informasi yang mendetail.

SARAN KONTEN ATAU FITUR



Gambar 3.21 Grafik Saran Konten atau Fitur

Dari 73 responden yang menjawab tidak efektif pada pertanyaan sebelumnya, penulis juga menanyakan pendapat mereka tentang konten atau fitur apa yang dapat dibuatkan dalam perancangan penulis. Sebanyak 22

responden mengatakan bahwa infografis merupakan konten yang dapat menarik perhatian publik. Enam belas responden memilih konten dalam wujud audiovisual, 15 responden menyarankan adanya *tool* yang dapat memperingatkan dan menghitung jumlah kalori makan mereka, 10 responden menyarankan sebuah *website* interaktif, dan 9 responden menyarankan menambahkan permainan. Terdapat 1 responden yang bingung memberikan ide.



Gambar 3.22 Grafik Pengetahuan akan Kalkulasi IMT Indonesia

Penulis juga menanyakan pertanyaan tambahan terhadap pengetahuan responden tentang Indeks Masa Tubuh di Indonesia. Hal ini berguna bagi penulis karena rumus tersebut akan digunakan sebagai salah satu fitur dalam perancangan penulis dan mengukur seberapa banyak responden yang paham dengan IMT tersebut. Terdapat 41 responden tidak mengetahui tentang kategori IMT di Indonesia, sedangkan 56 responden menjawab telah mengetahuinya.

3.1.2.1 Kesimpulan Metode Kuantitatif

Dari kuesioner yang dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa perlunya media edukasi interaktif tentang dampak negatif tayangan *mokbang* agar target audiens tidak terpapar dampak negatif tayangan *mokbang*. Para responden mengatakan bahwa masih minimnya media edukasi yang membahas topik yang serupa karena sebagian besar belum pernah menemukan media tersebut. Jurnal ataupun artikel tidak menjadi media edukasi yang efektif karena kurangnya pembawaan materi dengan cara yang

menarik. Sebagian besar responden juga memiliki kebiasaan menonton mokbang setiap harinya sehingga frekuensi kemungkinan terpapar dampak negatif tersebut dapat meningkat secara tidak disadari.

Menurut responden, konten atau fitur yang dapat ditambahkan dalam rancangan penulis berupa grafis, audiovisual, alat untuk mengukur kalori atau *reminder*, dan *game*. Responden juga menyarankan untuk dapat membagikan konten tersebut di media sosial. Hal ini selaras dengan pernyataan Lia dan Fiona, bahwa target audiens tersebut tidak pernah lepas dari media sosial sehingga adanya akses untuk membagikan informasi tersebut di media sosial dapat menghasilkan *engagement* yang tinggi dan ketika mengetahui suatu informasi secara terus-menerus, maka target audiens dapat memiliki pengetahuan akan efek negatif tersebut. Penulis memakai saran untuk membuat media edukasi tersebut ke dalam suatu *website* interaktif sebagai wadah utamanya.

3.1.3 Studi Literatur

Penulis melakukan *secondary research*, yaitu studi literatur dari jurnal dan brosur daring terpercaya. Informasi ini melengkapi tinjauan pustaka dari BAB 2 tentang efek dari menonton mokbang, cara pencegahannya, dan anjuran asupan gizi. Literatur yang penulis gunakan merupakan sebagai berikut:

1. Amalia, et al., (2021), yang membahas tentang bagaimana pengetahuan gizi memiliki hubungan dengan kegiatan menonton video mokbang dan perubahan perilaku makan negatif pada penonton. Jurnal ini menegaskan akan pentingnya memiliki pengetahuan gizi dalam mengurangi efek negatif dari tayangan mokbang sehingga konten dari jurnal tersebut berguna untuk dijadikan sebuah *highlight* dalam perancangan penulis kepada target *user*.

2. Brosur daring tentang diet seimbang yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia di situs promkes.kemkes.go.id (n.d.). Dari brosur tersebut, terdapat penjelasan singkat tentang tabel kalori makanan, cara perhitungan jumlah kalori ideal per hari, dan beberapa anjuran olahraga dan konsumsi makanan sehat. Infomarsi tersebut dipilih karena diet seimbang merupakan cara yang dianjurkan oleh dr. Patricia pada saat wawancara, untuk mengurangi dan mencegah dampak negatif tayangan *mokbang* bagi kesehatan.
3. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2014 Tentang Pedoman Gizi Seimbang. Dalam peraturan tersebut, terdapat penjelasan lengkap tentang program diet sehat yang ditetapkan oleh Menteri Kesehatan Indonesia, daftar lengkap kandungan gizi dari makanan, dan anjuran kebutuhan gizi per hari menurut usia.
4. Setyaningrum (2020) dan Furkan, et al., (2021), tentang berbagai jenis olahraga yang dapat dilakukan selama pandemi COVID-19. Anjuran berolahraga diberikan oleh dr. Patricia dan Fiona dalam mengurangi efek negatif dari kegiatan menonton *mokbang*. Namun, situasi pandemi COVID-19 masih berlangsung ketika penelitian ini dilakukan, sehingga penulis mencari informasi tambahan mengenai anjuran yang dapat dilakukan selama masa pandemi.

3.1.4 Studi Eksisting

Studi eksisting ini dilakukan agar penulis mendapatkan referensi pada media yang akan dibuat. Pada tahap ini, penulis melakukan perbandingan media informasi dari *website Alodokter*, yang memiliki artikel dengan topik yang sama. Studi eksisting ini dilakukan dengan cara menilai media tersebut berdasarkan *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat* (SWOT).

3.1.4.1 Alodokter

Alodokter merupakan sebuah *website* kesehatan. Alodokter rutin membuat artikel kesehatan, salah satunya adalah artikel tentang dampak dari menonton mukbang bagi kesehatan. Penulis akan mengambil ide fitur dari Alodokter untuk dapat berkonsultasi dengan dokter spesialis secara daring.



Gambar 3.23 Artikel dalam Alodokter

Berikut merupakan analisis SWOT mengenai media informasi tersebut.

Tabel 3. 1 Tabel SWOT Alodokter

<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Artikel ditulis dengan singkat, padat, dan jelas sehingga mudah dipahami. 2. <i>Website</i> Alodokter menyediakan fitur untuk membuat janji temu dan berkonsultasi dengan dokter terpercaya.
<i>Weakness</i>	Tidak memiliki interaktivitas atau <i>engagement</i> yang menarik sehingga <i>user</i> hanya sekadar membaca.

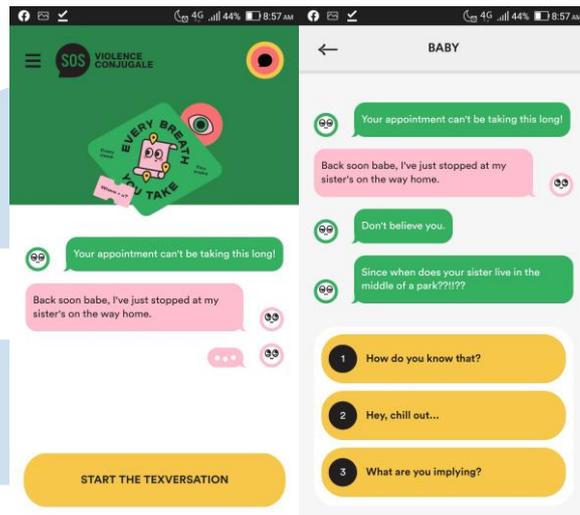
<i>Opportunity</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Artikel tersebut dibuat oleh narasumber yang terpercaya sehingga informasi yang diberikan dapat dipercaya. 2. Mudah ditemukan dalam pencarian melalui <i>Google</i> karena memiliki kata kunci yang tidak spesifik.
<i>Threat</i>	Terdapat media edukasi lain yang memiliki interaktif yang lebih menarik.

3.1.5 Studi Referensi

Studi referensi ini dilakukan agar penulis mendapatkan referensi dan tolak ukur pada media yang akan dibuat. Pada tahap ini, penulis melakukan perbandingan media edukasi interaktif dan non-interaktif tentang kesehatan maupun *self-assesment* rutinitas sehari oleh SOS Violence Conjugale, Neal Agarwal, dan video *channel* TED-Ed. Studi referensi ini dilakukan dengan cara menilai media tersebut berdasarkan *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat* (SWOT).

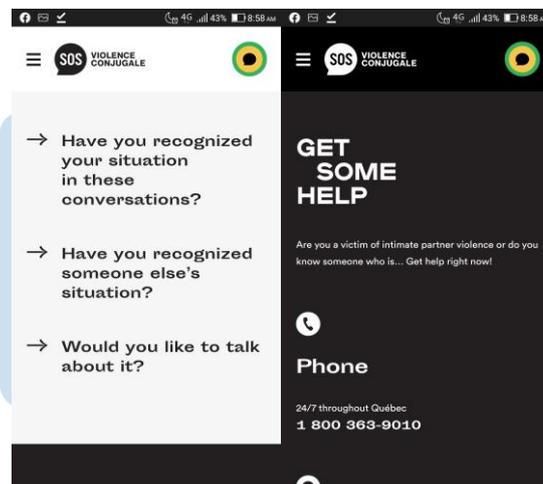
3.1.5.1 *It's Not Violent*

It's Not Violent adalah *website* interaktif edukatif tentang mengenali berbagai macam bentuk komunikasi *toxic* yang terjadi dalam hubungan pasangan. *Website* ini merupakan media edukasi dari SOS Violence Conjugale, organisasi non-profit di Quebec yang memberikan sarana dukungan *hotline* kepada orang yang memiliki lingkungan kekerasan dalam hubungannya.



Gambar 3.24 Fitur Simulasi Chat

Melalui *website* ini, edukasi tersebut dilakukan melalui *role-play chat*, yaitu *user* ditempatkan sebagai pasangan yang memiliki hubungan *toxic*. Fitur lainnya adalah memberikan edukasi kepada *user* dan bagaimana cara pencegahannya, yaitu dengan menghubungi SOS Violence Conjugale, jika target *user* merasa dirinya atau seseorang memiliki hubungan yang serupa.



Gambar 3.25 Tampilan *It's Not Violent* di Smartphone

Penulis memilih media ini sebagai referensi karena penulis ingin mengambil ide dari interaktivitasnya, yang mengajak *user* untuk mencoba skenario yang ada, unsur *immersive-nya*, dan cara

dalam memberikan saran pencegahan di akhir interaktivitas. Juga, pada *style* grafisnya yang terlihat kekinian.

Berikut merupakan analisis SWOT yang dilakukan oleh penulis.

Tabel 3.2 Tabel SWOT It's Not Violent

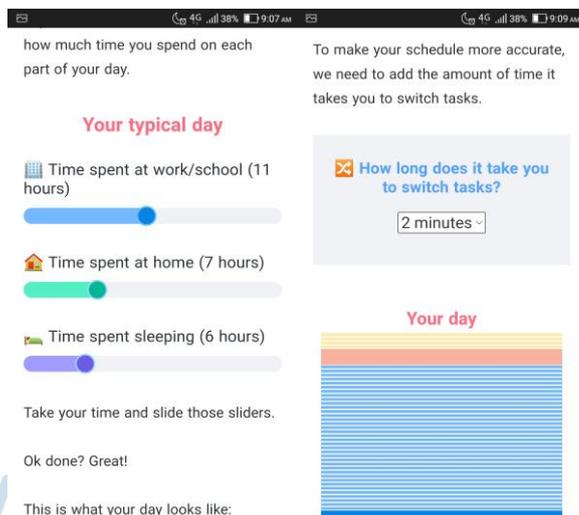
<i>Strength</i>	<p>3. Memiliki judul yang menarik perhatian, yaitu "<i>It's Not Violent</i>". Konten yang ada merupakan edukasi tentang kekerasan dalam suatu hubungan.</p> <p>4. Terdapat penjelasan yang singkat dan mudah dipahami dengan gaya penyampaiannya yang semi-formal.</p> <p>5. Memiliki visual, animasi, dan <i>font</i> yang cocok untuk kalangan kaum muda.</p> <p>6. Adanya interaktivitas seperti menekan <i>button</i> sebagai gestur ketika audiens menggunakan <i>device</i> layar sentuh. (chat simulasi)</p> <p>7. Media tersebut diakses melalui <i>web browser</i> sehingga tidak perlu diunduh terlebih dahulu.</p>
<i>Weakness</i>	<p>Fitur-fiturnya terbatas dalam 2 fitur utama, yaitu simulasi skenario melalui <i>chat</i> dan penjelasan informasi.</p>
<i>Opportunity</i>	<p>Media ini dibuat oleh organisasi yang terpercaya sehingga informasi yang diberikan dapat dipercaya.</p>
<i>Threat</i>	<p>Media ini sulit ditemukan jika dicari</p>

<p>melalui Google karena harus menggunakan kata kunci spesifik. Tidak semua orang mengenal <i>website</i> tersebut.</p>

3.1.5.2 *Where Does the Day Go?*

Where Does the Day Go merupakan *website* edukasi interaktif tentang distraksi waktu yang terjadi di keseharian masyarakat. Media ini dibuat karena orang-orang merasa bahwa 1 hari terasa pendek dan tidak memiliki produktivitas yang bermakna. *Where Does the Day Go* menjelaskan tentang berapa banyak waktu sebenarnya yang dipakai orang-orang untuk fokus bekerja.

Penulis terinspirasi pada unsur interaktivitasnya yang berupa *self-assessment*, yaitu membiarkan *user* untuk memberikan datanya secara akurat berdasarkan aktivitas masing-masing, cara penjelasannya, dan cara media tersebut memperkenalkan suatu masalah tanpa adanya pemaksaan gagasan.



Gambar 3.26 Tampilan *Where Does the Day Go* pada Smartphone

Berikut merupakan analisis SWOT yang dilakukan oleh penulis.

Tabel 3. 3 Tabel SWOT *Where Does the Day Go?*

<p><i>Strength</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat penjelasan yang singkat dan mudah dipahami karena gaya penyampaiannya yang semi-formal. 2. Adanya interaktivitas seperti mencantumkan waktu kerja, tidur, di rumah dengan <i>slider</i> dan pilihan durasi waktu yang disediakan sehingga audiens dapat mendapatkan hasil akhir sesuai dengan input yang mereka masukan. 3. Dari bagian pengenalan tentang masalah, media tersebut tidak langsung “menuduh” audiens bahwa mereka telah membuang-buang waktu produktif mereka. Audiens diajak secara perlahan dan sopan untuk masuk ke dalam skenario masalah interaktif yang mereka akan lakukan. 4. Terdapat grafik sederhana untuk memperlihatkan pembagian waktu audiens sehingga audiens dapat melihat dengan jelas gambaran kasarnya. 5. Media tersebut diakses melalui <i>web browser</i> sehingga tidak perlu diunduh terlebih dahulu dan audiens dapat mengaksesnya melalui <i>device</i> apapun.
<p><i>Weakness</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan yang terlalu minimalis sehingga terkesan kosong dan kurang menarik. 2. Didominasi oleh teks panjang. Gambar

	yang ada hanya berupa beberapa ikon emoji dan grafik.
<i>Opportunity</i>	Media ini mudah ditemukan ketika mengakses <i>website</i> <i>neal.fun</i>
<i>Threat</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Media ini sulit ditemukan jika dicari melalui Google karena harus menggunakan kata kunci spesifik, misalnya <i>neal.fun</i>. Tidak semua orang mengenal <i>website</i> tersebut. 2. Terdapat aplikasi manajemen waktu lainnya yang bisa dijadikan pengingat oleh audiens.

3.1.5.3 Video TED-Ed “*What is Obesity?*”

TED-Ed merilis video animasi yang menjelaskan tentang obesitas pada 30 Juni 2016. Topik ini diangkat oleh Mia Nacamulli, seorang *senior manager social impact communication* di World Education Services. Video ini dapat diakses melalui YouTube dan telah ditonton oleh 905.000 penonton ketika laporan ini ditulis.

Penulis menggunakan video tersebut sebagai referensi karena penulis berencana untuk mengreferensi pada cara penjelasannya dan estetika visualnya.



Gambar 3.27 Video Obesitas oleh TED-Ed
Sumber: TED-Ed (2017)

Penulis melakukan analisis SWOT pada video tersebut sebagai berikut.

Tabel 3. 4 Tabel SWOT Video "What is Obesity?"

<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat penjelasan yang singkat dan mudah dipahami. 2. Terdapat animasi dan visual yang unik dan menarik. Tidak seperti presentasi pada umumnya sehingga penonton tidak merasa bosan. 3. Durasi video tidak terlalu panjang. 4. Tersedia <i>subtitle</i> dalam berbagai bahasa, yang diterjemahkan oleh ahli (bukan <i>auto-generated caption</i>).
<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Walaupun memiliki animasi dan visual yang unik, tidak semua orang dapat memahami metafora visual tersebut. 2. Narasi audio hanya tersedia dalam bahasa Inggris. Tidak semua orang mengaktifkan fitur <i>subtitle</i> yang disediakan oleh YouTube.
<i>Opportunity</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Video ini dirilis oleh <i>channel</i> TED-Ed, yang sudah memiliki reputasi terpercaya. 2. Dapat ditemukan dengan mudah saat dicari menggunakan kata kunci "<i>obesity</i>" di YouTube karena muncul sebagai video rekomendasi.
<i>Threat</i>	<p>Terdapat video edukasi tentang obesitas lainnya dalam bahasa Indonesia.</p>

3.2 Metodologi Perancangan

Metode yang dipakai oleh penulis adalah metode *universal methods of design* oleh Martin dan Hanington (2012). Dalam membuat desain, Martin dan Hanington menjabarkan bahwa ada 5 fase utama, yaitu *planning*, *exploration*, *concept generation*, *evaluation*, dan *launch and monitor*.

3.2.1 *Planning*

Fase ini bertujuan memetakan suatu masalah dan batasan tertentu pada perancangan yang akan dibuat. Fase ini sudah dilakukan penulis dalam penelitian latar belakang pada perumusan masalah (BAB 1), serta *secondary research* di BAB 2.

3.2.2 *Exploration*

Fase ini merupakan tahap eksplorasi atau *immersion* pada target *user* terkait dengan masalah yang diangkat. Selain itu, fase ini juga bertujuan untuk merencanakan proyek desain. Penulis melakukan kuesioner dan wawancara. Fase ini selaras dengan metode kuantitatif dan kualitatif yang dijelaskan oleh Creswell (2018), dan sudah dilakukan oleh penulis lewat kuesioner, wawancara dan FGD.

3.2.3 *Concept Generation*

Pada fase ini, data dan informasi yang didapatkan dari dua tahap sebelumnya akan dipakai untuk merancang konsep desain, beserta konten (isi) dan fitur-fitur lainnya. Dalam fase ini, penulis membuat *mind-mapping*, *persona*, *user journey maps*, *image boards*, *flowchart*, *information architecture*, dan *prototype low fidelity*.

3.2.4 *Evaluation*

Pada fase ini, penulis melakukan *prototype high-fidelity*, yaitu penyempurnaan dari *prototype low fidelity* yang telah dirancang di tahap sebelumnya. *Prototype high fidelity* ini sudah siap untuk diuji coba di fase selanjutnya.

3.2.5 *Launch and Monitor*

Pada fase tersebut, penulis melakukan *Alpha / Beta Testing*. Kegiatan ini terbagi menjadi dua tahap yaitu *alpha test* dan *beta test*. *Alpha test* dilakukan pada prototipe *high fidelity* versi pertama untuk mendapatkan *feedback* dari user. Setelah masukan tersebut diimplementasikan, maka prototipe yang sudah diperbaiki akan diuji coba kembali (*beta test*).

Inti dari kedua *test* tersebut adalah untuk mendapatkan *feedback* yang dibutuhkan dari target *user* terhadap media edukasi interaksi yang dirancang penulis

The logo for Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) features the letters 'UMMN' in a large, bold, light blue sans-serif font. The letters are closely spaced and have a slight shadow effect.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A