

## MODEL PENGELOLAAN INFORMASI DAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN KEPERIBADIAN REMAJA: HASIL *NEED* *ASSESSMENT* DI KOTA DENPASAR

I Gusti Agung Alit Suryawati

Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Udayana; igaalitsuryawati@yahoo.co.id

### ABSTRAK

Generasi muda Indonesia harus siap menjadi pelaku di tengah-tengah persaingan global dan pasar bebas (AFTA) saat ini. Akan tetapi, mereka harus siap menghadapi tantangan perkembangan media massa yang turut andil dalam pembentukan kepribadiannya. Karya tulis ini mengangkat masalah: (1) Bagaimana pengelolaan informasi yang edukatif bagi remaja? (2) Bagaimana strategi komunikasi yang perlu diterapkan dalam pembentukan kepribadian remaja?. Proses pengumpulan data dilakukan dengan observasi, studi dokumentasi dan wawancara mendalam dengan 15 informan dari kalangan pendidik, pemerhati budaya remaja, pengelola dan pengamat media yang representatif. Hasil kajian menunjukkan bahwa informasi yang beredar dari internet dan media massa dewasa ini cenderung kurang edukatif. Diantaranya mengajarkan perilaku kekerasan, tidak kreatif, pola hidup mewah tanpa usaha, individualisme dan materialisme. Selanjutnya strategi komunikasi yang dilakukan oleh *stakeholders* belum sinergis dalam menunjang edukasi dan pengembangan kepribadian remaja. Implementasi regulasi media yang menunjang edukasi belum efektif, begitu pula peran lembaga pendidik, peran keluarga, serta kondisi lingkungan di masyarakat juga belum kondusif dalam mengantarkan generasi masa depan yang sehat, cerdas, mandiri dan bertanggungjawab. Untuk itu, pengelolaan informasi dan strategi komunikasi yang efektif dalam menunjang pembentukan kepribadian remaja masa depan perlu dikembangkan.

**Kata kunci:** *Pengelolaan Informasi, Strategi Komunikasi dan Kepribadian Remaja*

### ABSTRACT

*Indonesia's young generation must be ready to become actors in the midst of global competition and free markets (AFTA) today. However, they must be prepared to face the challenges of the development of mass media that contribute to the formation of their personality. This paper raises the problem: (1) How is educational information management for adolescents? (2) What is the communication strategy that needs to be applied in shaping adolescent personality? The data collection process is carried out by observation, documentation study and in-depth interviews with 15 informants from among educators, observers of adolescent culture, managers and representative media observers. The results of the study indicate that information circulating from the internet and mass media today tends to be less educative. Among them are teaching violent behavior, not creative, luxurious lifestyle without effort, individualism and materialism. Furthermore, communication strategies undertaken by stakeholders are not yet synergistic in supporting the education and development of adolescent personalities. The implementation of media regulations that support education has not been effective, nor has the role of educational institutions, the role of families, and environmental conditions in society also been conducive to delivering healthy, intelligent, independent and responsible future generations. For this reason, effective information management and communication strategies to support the formation of future adolescent personalities need to be developed.*

**Keywords:** *Information Management, Communication Strategies and Youth Personality*

## 1. PENDAHULUAN

Upaya peningkatan mutu SDM sebagai suatu hal yang mendesak di tengah-tengah persaingan global dan pasar bebas (AFTA) saat ini. Dalam menghadapi pasar bebas (AFTA), mutu SDM Indonesia saat ini masih menghawatirkan. *Manpower planning*

secara nasional perlu dilakukan secara seksama. Universitas-universitas perlu lebih berperan dalam peningkatan mutu SDM baik secara kualitas maupun kuantitasnya (Sutrisno, 2014).

Remaja harus tumbuh sehat, cerdas, mandiri dan bertanggungjawab. Remaja harus memiliki etos kerja keras sesuai tantangan zaman ke depan yang semakin kompetitif. Untuk itu, remaja diharapkan memiliki rencana hidupnya kelak. Mereka akan menjadi generasi yang memiliki rencana masa depannya. Generasi tanggung yang berkarakter sekaligus memiliki kompetensi (kecakapan intelektual dan *skill*) tinggi sehingga mampu bersaing dengan bangsa-bangsa maju lainnya di dunia (Renstra Kemendiknas 2014).

Dalam membentuk generasi berkualitas di masa depan di era pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini bukanlah hal yang mudah. Di samping sebagai media hiburan, komunikasi dan edukasi, perkembangan media (termasuk televisi dan internet) secara langsung maupun tidak langsung turut mempengaruhi perkembangan kepribadian generasi penerus.

Media informasi dan komunikasi dewasa ini memiliki pengaruh terhadap kepribadian dan perilaku anak-anak remaja. Tayangan televisi misalnya, lebih banyak mempertontonkan kekerasan dan kemewahan yang memberikan dampak buruk pada perkembangan anak-anak Indonesia. Jumlah persentase tayangan acara televisi Indonesia untuk anak-anak Indonesia ternyata masih relatif kecil, hanya 2,7 - 4,5 persen dari keseluruhan tayangan lainnya. Tayangan sinetron sangat digemari oleh khalayak khususnya perempuan yang mana sering diikuti oleh anak-anak mereka (Bali Post: 24 Mei 2010)

Akibat tersita oleh media (termasuk internet dan televisi), anak-anak menjadi kurang memiliki waktu belajar efektif. Keluarga yang memiliki anak dan remaja telah kecanduan dengan sinetron untuk duduk di depan televisi pada jam belajar. Orang tua sudah tidak mempunyai wibawa dan kekuatan untuk melarangnya. Orang-orang semacam itu dianggap malas, tidak kreatif, kurang kontrol diri, tidak memiliki imajinasi, tidak berprestasi, dan lain sebagainya, sebagaimana yang dikatakan oleh (Kleden, 1987).

Remaja cenderung menjadi korban dan menerima kekerasan simbolik media. Efek yang ditimbulkan media, termasuk efek tayangan televisi bagi pemirsanya, yakni efek kognitif, efek afektif, dan efek psikomotorik. Efek kognitif adalah pesan komunikasi massa televisi dapat menambah pengetahuan, pandangan, dan pendapat pemirsanya; efek afektif, yaitu pesan komunikasi massa televisi mampu mempengaruhi perasaan tertentu khalayak; dan efek psikomotorik adalah pesan komunikasi massa televisi mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu (Fajar, 2009: 224).

Berkembangnya media internet dewasa ini memungkinkan penggunaannya untuk meraih aneka informasi dari seluruh penjuru dunia. Informasi itu apabila tidak dikelola dengan baik akan tidak berarti apa-apa dan hanya menjadi sampah semata. Pengakses dunia maya harus pandai menerima, memilah dan memilih secara cerdas hal-hal apa yang bermanfaat untuk dirinya. Diperlukan keterampilan tersendiri dalam memilah dan memilih informasi yang tepat. Dalam upaya menerima dan memilah informasi yang disuguhkan dalam *cybercommunity* diperlukan pemikiran kritis. Pikiran pada dasarnya adalah produk dari otak dan rasio (akal). Kerja sama yang sinergi antara otak dan akal menjadikan manusia mampu berfikir sehingga dapat menghasilkan pikiran-pikiran yang spektakuler sebagai produk berfikir. Pemikiran kritis itu bisa diwujudkan hanya melalui pendidikan (Yunus, 2014: 70).

Media masa dan internet amat potensial mempengaruhi perilaku pemirsa remaja, yakni kelompok sosial yang masih menjalani fase transisi dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Masa remaja umumnya berada pada rentang usia 10-21 tahun (Sarwono, 2007:

10). Pada masa remaja tidak hanya terjadi perubahan secara emosional, tetapi juga perubahan secara fisik dan kepribadiannya.

Dalam perkembangan kepribadiannya, remaja mengalami masa pencarian identitas diri. Mereka mencari sosok idola, tokoh yang dapat dijadikan panutannya. Peran media massa (TV) sebagai dokumen informasi tentang idola remaja dan gaya hidupnya sangatlah penting. Sebagian remaja hanyut, terpengaruh, bahkan mengadopsi sebagian nilai-nilai iklan komersial, sebagian lainnya mengadopsi pengaruh budaya populer tersebut secara proporsional dan masih tetap mempertahankan tradisi budayanya (Suryawati, 2013).

Sehubungan dengan perkembangan media di satu sisi, serta upaya mendampingi remaja dalam pengembangan kepribadiannya di sisi yang lain, maka tulisan ini akan mengangkat dua hal: (1) Bagaimana pengelolaan informasi yang edukatif bagi remaja? (2) Bagaimana strategi komunikasi yang perlu diterapkan dalam pembentukan kepribadian remaja?

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Karya tulis ini merupakan hasil *need assessment* tentang model pengelolaan informasi dan strategi komunikasi dalam membangun kepribadian remaja di Kota Denpasar. Proses pengumpulan data dilakukan dengan observasi, studi dokumentasi dan wawancara mendalam dengan 15 informan dari kalangan pendidik, pemerhati budaya remaja, pengelola dan pengamat media yang representatif. Analisis data dilakukan secara deskriptif, kualitatif dan interpretatif dengan menerapkan beberapa teori kritis ilmu komunikasi dan kajian budaya.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Pengelolaan Informasi untuk menunjang pembentukan kepribadian remaja**

Eksistensi media massa (internet, TV) yang tidak sekadar mengubah atau memperkuat opini, sikap, dan perilaku, tetapi telah menjadi salah satu agen sosialisasi dalam menciptakan dan membentuk sikap, nilai, perilaku, dan persepsi seseorang mengenai realitas sosial. Hal ini sesuai dengan teori kultivasi yang dikemukakan George Gerbner (dalam Nurudin, 2003: 159) bahwa media televisi, termasuk tayangan iklan komersial dapat memengaruhi sikap dan nilai pemirsanya dalam penanaman ide.

Informasi dari internet dapat mempengaruhi perilaku pemakainya. Terhadap anak balita, media dan teknologi (termasuk internet) mampu mempengaruhi perkembangan motorik, perkembangan fisik, perkembangan neurologi, perkembangan kognitif, perkembangan moral, perkembangan bahasa, dan perkembangan sosial (Santosa, 2015). Begitu pula masyarakat pada umumnya, informasi yang ditayangkan melalui dunia maya (internet) juga mempengaruhi pemakainya, baik pengaruh negatif (termasuk konsumerisme) maupun pengaruh positif, termasuk memperoleh inspirasi dan motivasi diri agar lebih maju dan berkembang misalnya.

Informasi yang beredar dari internet dan media massa dewasa ini cenderung kurang edukatif. Di samping media massa cetak (koran, majalah, tabloid), informasi beredar juga melalui radio, TV, internet dan jaringan hand phone android. Informasi berita apa saja, termasuk tindak kekerasan, adegan mesum, pertengkaran dalam sinetron, gaya hidup mewah bisa diakses melalui media masa dan internet. Seakan akses media itu tanpa batas, transparan dan cenderung liar. Pihak manapun tidak bisa menutup peredaran materi media (internet), termasuk pihak pemerintah yang hanya bisa membatasi materi-materi publikasi yang tidak edukatif, seperti pemblokiran situs-situs porno. Informasi yang terbuka, mudah

diakses melalui media internet sebagian besar hanya berupa berita, informasi, hiburan yang sering tidak edukatif (Suryawati, 2013). Artinya cakupan informasi yang beredar melalui media dan internet itu bisa diterima oleh generasi muda sebagai wacana yang tidak mendukung bagi pengembangan generasi yang sehat, cerdas, mandiri dan bertanggung jawab.

Media massa, khususnya tayangan iklan komersial TV swasta cukup potensial menentukan (*to define*) realitas melalui pemakaian kata-kata yang terpilih (Sobur, 2001). Akibatnya, media massa (dalam kasus ini iklan komersial di televisi) mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya. Mitos dan ideologi merupakan produk kelas sosial tertentu untuk mencapai dominasi melalui sejarah tertentu. Pandangan kritis melihat media (termasuk televisi) bukan hanya alat dari kelompok dominan, melainkan juga sarana untuk memproduksi ideologi dominan (Eriyanto, 2005: 36). Ideologi merupakan seperangkat kategori yang dibuat dan kesadaran palsu di mana kelompok yang berkuasa atau dominan menggunakannya untuk mendominasi kelompok lain yang tidak dominan (Eriyanto, 2005 : 87).

Sebagian memori, imajinasi, dan impian masa kecil dan remaja sedikit banyak dibangun lewat apa yang dibaca, dilihat, didengar, dan diserap dari keluarga dan di luar keluarga seperti yang ada dalam teks-teks media dan budaya populer. Budaya populer yang hadir melalui televisi telah ikut membangun apa yang disebut oleh Raymond Williams (dalam Mulyana, 2006: 2) sebagai "*structures of feeling*", yakni kondisi emosional pemirsa televisi terkait dengan objek yang ditontonnya.

Kondisi emosional remaja di Kota Denpasar dalam merespon media massa dan internet secara sadar atau tidak sadar menerima nilai-nilai ideologi tertentu, baik positif maupun negatif. Dampak positif media dan internet antara lain adalah menawarkan cara berfikir dan prinsip hidup rasional, praktis, efektif, efisien, sikap peduli sesama dan solidaritas sosial, serta sikap remaja hidup yang kreatif, termasuk remaja yang gemar olah raga, mengisi waktu dengan mengasah skill musik, serta kegiatan pengembangan diri dan *life skill* lainnya. Sebaliknya, media juga berdampak negatif pada remaja. Diantaranya adalah remaja diajari untuk tidak kreatif, pola hidup mewah tanpa usaha, serta penguatan prinsip individualisme dan materialisme (Suryawati, 2013).

Prinsip hidup yang kurang edukatif tercermin dalam materi internet dan media masa (tayangan iklan) yang syarat dengan upaya pencitraan (*labeling*) tentang hidup sukses dan pola hidup modern walaupun sebagian di dalamnya bersifat semu. Sebagai produk kapitalisme, iklan komersial mampu mengeksploitasi hasrat konsumennya, mengejar kebutuhan materi sebagai prasyarat keberhasilan citra mereka (Widja, 2009: 34-35).

Sebaran informasi yang disuguhkan internet dan media massa dewasa ini cenderung megajarkan remaja untuk menjalani pola hidup enak tanpa usaha. Ini berarti tidak sesuai dengan karakter dan pengembangan kepribadian remaja yang hendak dibentuk, yakni sikap hidup pantang menyerah, memiliki etos kerja tinggi dan terus berupaya menempa diri untuk mengembangkan *life skill*-nya. Ini tidak sesuai dengan teori motivasi virus *n-ach* (David McClelland), yakni kebutuhan diri untuk berprestasi. Motif berprestasi dipengaruhi oleh keluarga dan masyarakat di sekitarnya (Prawira, 2012: 339).

Materi yang disuguhkan dalam internet dan media masa (tayangan iklan) mendorong gaya hidup konsumerisme pemirsanya. Di dalam era konsumerisme, masyarakat hidup di dalam satu bentuk relasi subjek dan objek yang baru, yaitu relasi konsumerisme (Piliang, 2003: 147). Gaya hidup konsumerisme merupakan gaya konsumsi yang ditopang oleh proses penciptaan diferensi secara terus menerus lewat mekanisme tanda, citra dan makna

simbolik. Gaya belanja didorong oleh logika hasrat dan keinginan, ketimbang logika kebutuhan, konsumen dikondisikan untuk merayakan makna-makna simbolik, ketimbang fungsi utilitas objek (Piliang, 2011: 238).

Di tengah-tengah arus budaya materialism, hedonism dan glamourisme yang disebarakan media dan internet, sebagian kelompok remaja di Denpasar ternyata lebih mengakses informasi hiburan dari pada informasi yang mengandung edukasi (Suryawati, 2013). Di antaranya melakukan imitasi perilaku (cara berbahasa, berpakaian) yang kurang sesuai dengan etika dan budaya lokal. Budaya populer yang disuguhkan media massa dan internet dewasa ini memang berpotensi mengikis nilai-nilai tradisi lokal (Bungin, 2011: 101)

Informas media/internet dewasa ini yang cenderung kurang edukatif tersebut perlu dikelola dengan baik oleh *stakeholders* terkait. Pengelolaan informasi dan pengembangan strategi komunikasi diperlukan untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia (SDM).

### **Strategi Komunikasi untuk menunjang pembentukan kepribadian remaja**

Di era revolusi komunikasi dewasa ini, komunikasi menjadi media penting dalam tata pergaulan manusia. Komunikasi juga sebagai proses sosial, budaya dan politik. Secara umum, perkembangan sosial, budaya dan politik suatu masyatakat amat ditentukan oleh komunikasi (Nurudin, 2004). Secara khusus perkembangan komunikasi, termasuk media dan internet berpengaruh kepada pembentukan kepribadian remaja. Untuk itu, dalam proses pengembangan kepribadian remaja, diperlukan strategi komunikasi yang sesuai dengan ranah dan habitus remaja. Dalam kaitan ini, *stakeholders* terkait perlu berperan sinergis. Diantaranya adalah peran lembaga pendidian, peran keluarga, lingkungn sosial yang kondusif dan implementasi regulasi media yang menopang edukasi yang kontruktif bagi pengembangan kepribadian remaja.

**Tabel 1**  
**Peran Stakeholders dalam Pengembangan strategi komunikasi untuk pengembangan kepribadian remaja**

<b>Stakeholders</b>	<b>Peran Negatif</b>	<b>Peran Positif</b>
Peran Lembaga Pendidikan (sekolah)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum memberikan panduan/bimbingan terkait dampak negatif media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pusat pembelajaran kepribadian</li> <li>• Memberikan panduan/bimbingan terkait dampak negatif media</li> </ul>
Peran keluarga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orag tua belum sepenuhnya mengotrol remaja dalam mengonsumsi materi media/internet</li> <li>• Belum memberikan pendampingan yang efektif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sosialisasi nilai-nilai kehidupan</li> <li>• Memberikan pendampingan pada anak saat berinteraksi dengan media</li> <li>• Memberikan arahan untuk kemajuan kepribadiannya</li> </ul>
Peran lingkungan teman sebaya/masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lingkungan teman sebaya yang kurang edukatif</li> <li>• Terjadi praktek perilaku remaja yang menyimpang dari norma sosial</li> <li>• Sikap masyarakat yang cenderung permisif terhadap pelanggaran norma social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teman sebaya yang meberikan contoh yang tidak edukatif</li> <li>• Ikut melakukan pendampingan dan control dalam pengembangan kepribadian remaja</li> </ul>



<p>Peran pemerintah dalam penegakan regulasi terkait fungsi edukasi media/internet</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penegakan regulasi terkait fungsi edukasi media/internet masih lemah</li> <li>• Regulasi “edukasi media” kurang sosialisasi</li> <li>• Implementasi regulasi “edukasi media” yang tidak konsisten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sosialisasi regulasi “edukasi media” perlu lebih efisien</li> <li>• Regulasi fungsi edukasi media harus ditegakkan</li> </ul>
--	---	--

**Sumber: Hasil *need assessment* (Suryawati 2018).**

Sebagaimana ditunjukkan pada tabel 1, dalam membangun kepribadian remaja diperlukan kerjasama yang sinergis antar-*stakeholders*, baik lembaga pendidikan, pihak keluarga, serta peran masyarakat dan pemerintah. Lembaga pendidikan (sekolah tingkat SLTP, SLTA) di Denpasar memang sudah menjalankan program ekstrakurikuler, termasuk KIR, Pramuka, KSPAN. Prinsip kegiatan ekstrakurikuler meliputi: (a) individual sesuai dengan potensi, bakat, dan minat peserta didik masing-masing; (b) sukarela, (c) keterlibatan aktif peserta didik, (d) menyenangkan; (e) membangun semangat peserta didik untuk bekerja dengan baik dan berhasil; dan (f) untuk kepentingan masyarakat (Norken, 2012: 97).

Program ekstrakurikuler tersebut cukup positif untuk mendampingi remaja/siswa dalam pengembangan *life skill*-nya. Namun, lembaga pendidikan belum spesifik memberikan panduan/bimbingan terkait dampak negatif media. Dalam beberapa tayangan sinetron remaja justru digambarkan bahwa sekolah menjadi ajang adegan asmara dan drama yang merendahkan kewibawaan sekolah (Suryawati, 2013). Semestinya lembaga pendidikan juga memberikan panduan dan bimbingan bagi siswanya terkait dampak negatif media.

Pihak keluarga/Orang tua juga belum sepenuhnya mengontrol remaja dalam mengonsumsi materi media dan internet. Para orang tua di Denpasar cenderung tidak tahu menahu kegiatan putra remaja dalam mengakses informasi media. Keluarga belum memberikan pendampingan yang efektif untuk pengembangan kepribadian diri remaja. Hal ini tidak sesuai dengan fungsi keluarga yang menurut Anthony Giddens (1992) sebagai institusi yang memiliki peran utama dalam melakukan sosialisasi nilai-nilai kehidupan kepada generasi penerus. Keluargalah yang mengajarkan nilai- budi pekerti dan tradisi masyarakatnya. Melalui keluarga pula etos kerja keras dan sikap pantang menyerah diajarkan. Sejalan dengan gencarnya pengaruh media massa dewasa ini, keluarga juga harus mampu berperan dalam pendampingan anak remajanya ketika merespons pengaruh media. Remaja – khususnya remaja awal (umur 10-14 tahun) perlu didampingi dalam menerima, memilih dan memilih informasi yang mendukung pengembangan kepribadiannya. Informasi yang beredar melalui media massa dan internet adalah bagian dari pembelajaran bagi dirinya. Begitu pula peran lingkungan teman sebaya/masyarakat yang cenderung permisif. Terdapat lingkungan pergaulan remaja yang kurang edukatif. Diantaranya adalah lingkungan pergaulan remaja di Kota Denpasar yang sebagian remajanya terlibat dalam suka mabuk-mabukan dan geng motor (Suryawati, 2013).

Terakhir adalah masih lemahnya peran pemerintah dalam penegakan regulasi terkait fungsi edukasi media. Diantaranya adalah UU Penyiaran No. 32 tahun 2002 Pasal 4 yang menyatakan bahwa: (1) Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial; (2) Dalam menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan. Selain itu juga terdapat regulasi tentang fungsi edukasi media (UU tentang informasi dan transaksi elektronik, pasal 4, bab II asas dan tujuan: pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan dengan

tujuan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia.

Dua regulasi di atas mengamanatkan agar media secara aktif turut serta dalam mencerdaskan bangsa. Namun implementasinya di lapangan cenderung lemah, terkesan keberadaan regulasi yang mengawal “fungsi edukasi media” itu kurang sosialisasi dan implementasi secara konsisten amat diharapkan untuk menopang upaya pendidikan dan pengembangan peribadian remaja yang konstruktif.

#### 4. PENUTUP

Informasi yang beredar dari internet dan media massa dewasa ini cenderung kurang edukatif. Di antaranya mengajarkan perilaku kekerasan, tidak kreatif, pola hidup mewah tanpa usaha, individualisme dan materialisme.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh *stakeholders* belum sinergis dalam menunjang edukasi dan pengembangan kepribadian remaja.

Implementasi regulasi media yang menunjang edukasi belum efektif, begitu pula peran lembaga pendidik, peran keluarga, serta kondisi lingkungan di masyarakat juga belum kondusif dalam mengantarkan generasi masa depan yang sehat, cerdas, mandiri dan bertanggungjawab.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Eriyanto. 2005. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Giddens, Anthony. 1992. *Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Kleden, Ignas. 1987. *Sikap Ilmiah dan Kritik Kebudayaan*, Jakarta: LP3ES
- Mulyana, A. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Pusat Pengembangan Bahan Ajar, Fakultas Ilmu Komunikasi, Univ Mercu Buana.
- Norken, I Nyoman. 2012. "Pengembangan Minat dan Bakat di Kalangan Remaja" dalam *Persoalan Remaja dan Pola Penanggulangannya di Kota Denpasar*. Denpasar: Bappeda Kota Denpasar.
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Malang: Pustaka Pelajar Yogyakarta.
- Nurudin. 2004. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Prawira, Purwa Atmaja. 2012. *Psikologi Pendidikan Dalam Perspektif Baru*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Piliang, Yasraf Amir, 2003, *Hipersemiotika*, Yogyakarta: Jalasutra, hlm,147-148.
- Piliang, Yasraf Amir, 2011, *Dunia Yang Dilipat*, Bandung: Matahari, hlm, 238.
- Santosa, Elizaberth T., 2015. *Raising Children in Digital Era, Pola Asuh Efektif Unutuk Anak di Era Digital*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2007. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suryawati, I Gust Agung Alit. 2013. Respons Remaja Dalam Menonton Tayangan Sinetron Arti Sahabat Di Kota Denpasar. *Desertasi*. Program Doktorat Kajian Budaya, Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Sutrisno, Edy. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (cetakan ke-6). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sobur, Alex, 2001. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran  
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik

Widja, I Gde. 2009. *Pendidikan Sebagai Ideologi Budaya, Suatu Pengantar ke Arah Pendidikan Kritis*. Denpasar: Program Magister (S2) dan Program Doktor (S3) kajian Budaya Universitas Udayana.

Yunus, M.S.B. 2014. *Mindset Revolution (Optimalisasi Otak Tanpa Batas)*. Yogyakarta: Jogja Bangkit Publisher.