

PENGARUH TERPAAN TAYANGAN “86” DI NET. TV TERHADAP PERSEPSI KHALAYAK DI KOTA DENPASAR TENTANG POLRI

Ruth Febriana¹⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel²⁾, Ade Devia Pradipta³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: ruthfebriana.25@gmail.com¹, rasamanda13@gmail.com², deviapradipta88@gmail.com³

ABSTRACT

The police in Indonesia are known as Polri or Kepolisian Negara Republik Indonesia. As law enforcer, the police is the most respected profession of the community. But in fact, when the police are on duty, instead received a lot of negative stigma from the wide community for several reasons. As if responding to these problems, NET. TV collaborated with Polri to produce television program which showing police actions and other information about the humanist side of the police entitled “86”. This study aims to see how television as a mass media that has the most dominant power in influencing the perception of its audience. The purpose of this research is to know the effect of “86” program on NET. TV toward perception of audience in Denpasar city about Polri. This study applies quantitative research method in the form of explanative survey. This survey uses 120 sampels in Denpasar city to be used as research respondents. This research was used purposive sampling as the technique. The data analysis technique used is a simple linier regression test that is processed using computational calculation SPSS 23 program. The results showed that exposure of “86” program on NET. TV has a positive impact significantly toward perception of audience in Denpasar city about Polri. That means when exposure of “86” program on NET. TV increasing, the perception of audience in Denpasar city about Polri will be better.

Keywords : Audience, Indonesian National Police, Perception, Exposure to Television Media Program, Uses and Effect Mass Media

1. PENDAHULUAN

Dalam perkembangannya, media massa dikelompokkan menjadi tiga jenis yaitu, media cetak (koran, majalah), media elektronik (radio, televisi) dan media *online* (internet). Dalam hal mendominasi, saat ini media elektronik televisi lah yang unggul di masyarakat. Televisi adalah salah satu jenis media massa yang membawa pesan persuasif. Berdasarkan survei *Nielsen Consumer Media View* penetrasi televisi masih memimpin dengan 96 persen disusul dengan media luar ruang (53%), internet (44%), radio (37%), koran (7%), tabloid dan majalah (3%) (*Media Indonesia*, 2017).

Tingginya angka penetrasi televisi tersebut menunjukkan masyarakat Indonesia mengalami terpaan media paling banyak melalui tayangan televisi. Terpaan tersebut kemudian memunculkan persepsi baik kepada sebuah objek maupun subjek yang berada di media tersebut. Selain itu televisi juga dapat menimbulkan persepsi yang berbeda terhadap apa yang diinformasikan.

Dari sekian stasiun televisi yang ada di Indonesia, *NET. TV* sebagai salah satu stasiun televisi yang menghadirkan sebuah tayangan yang mencerminkan realitas kehidupan polisi yang berjudul “86”. Tayangan berupa aksi polisi ini dapat dikonsumsi untuk remaja dan

orangtua, karena berdasarkan observasi penulis dalam setiap penayangan, klasifikasi program siaran tayangan “86” adalah remaja bimbingan orangtua yang disingkat R-BO. Remaja sampai orang tua termasuk dalam kategori usia produktif. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) kategori usia produktif adalah antara 15 sampai 64 tahun. Tayangan “86” merupakan sebuah program realitas atau biasa dikenal dengan *reality show* yang menampilkan realitas penegak hukum dalam menjalankan tugasnya, mulai dari menertibkan pelanggar lalu lintas hingga mengungkap sindikat narkoba. Program ini diproduksi secara kerja sama antara NET dengan Kepolisian Negara Republik Indonesia, dan Bali merupakan salah satu daerah yang menjadi tempat *shooting* dari tayangan “86” di NET. TV. Dilansir dari website *netmedia.co.id*, “86” yang ditayangkan di NET.TV setiap hari pukul 21.00 WIB merupakan tontonan segar yang dapat memacu *adrenaline*. Tidak hanya kita dapat mengikuti aksi polisi Indonesia, melainkan juga melihat sedikit sisi lain dari kehidupan pribadi polisi sebagai manusia biasa (*netmedia.co.id*, 2014).

Salah satu dari banyak pemberitaan di televisi, polisi kerap kali menjadi tokoh yang paling sering muncul. Tayangan “86” merupakan salah satu program acara yang menampilkan informasi tentang polisi. Terpaan tayangan televisi yang berisi pemberitaan polisi tersebut kemudian memunculkan berbagai persepsi bagi masyarakat. Khomsahrial Romli mengatakan media massa mempunyai kemampuan untuk mengkonstruksikan suatu peristiwa, bahkan mampu untuk membentuk

suatu realita sosial (Romli 2017:46). Seperti pernyataan di atas tentang tayangan “86” NET. TV, televisi sebagai media massa berusaha membentuk realita sosial media yang berbeda dari realitas yang sebenarnya.

Pada realitas yang sebenarnya, polisi merupakan profesi yang membanggakan dan disegani oleh masyarakat. Namun kenyataannya profesi tersebut justru banyak menerima stigma negatif dari masyarakat luas dikarenakan beberapa alasan. Polisi di Indonesia dikenal dengan sebutan *Polri* atau Kepolisian Negara Republik Indonesia.

Beberapa contoh kasus yang diberitakan media massa yang melibatkan polisi sering kali menarik perhatian masyarakat. Sebagai daerah wisata, Bali memiliki magnet kuat bagi para wisatawan asing untuk berkunjung. Tugas polisi di Bali lebih khusus dibanding daerah-daerah lainnya, karena tidak jarang harus berhadapan dengan WNA. Seperti kasus yang terjadi tahun 2013, seorang pria berpakaian polisi lalu lintas terekam video meminta uang damai kepada turis di Bali. Setelah menerima uang damai Rp 200.000, pria cepak itu malah mentraktir turis minum bir. Pemberitaan seperti ini memunculkan persepsi negatif masyarakat terhadap polisi (*tempo.co*, 2013).

Namun bukan hanya persepsi negatif, di tahun 2016 telah terjadi kasus yang melibatkan polisi dengan WNA kembali. Seorang anggota Reskrim Polsek Kuta Utara tewas mengenaskan akibat luka tusukan yang dihujani oleh Amokrane Sabet, bule asal Perancis. Persepsi masyarakat terhadap polisi tidak hanya melulu buruk, melalui peristiwa ini warga

memberikan respon positif, dengan melakukan aksi damai dukung *Polri* jaga keamanan pasca tewasnya Amokrane berlokasi di daerah Jalan Pantai Berawa, Denpasar (*tribunnews.com*, 2016)

Di samping melihat terjadinya kasus-kasus di atas tentang polisi, dilansir dari *nasional.kompas.com* kinerja polisi dalam menjalankan tugasnya telah membuat kepercayaan publik rendah terhadap polisi. Untuk memperbaiki diri, *Polri* telah mengkaji faktor penyebab yang membuat rendahnya kepercayaan publik. Kapolri Jenderal Tito Karnavian memaparkan, di *Polri* masih banyak penanganan hukum yang masih berbelit-belit, pemerasan, rekayasa kasus, layanan publik yang masih belum optimal, serta sistem pelaporan berbasis IT yang masih minim (*kompas.com*, 2016).

Rumusan Masalah

Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana pengaruh terpaan tayangan “86” di *NET. TV* terhadap persepsi khalayak di Kota Denpasar tentang *Polri*.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh terpaan tayangan “86” di *NET. TV* terhadap persepsi khalayak di Kota Denpasar tentang *Polri*.

2. KAJIAN PUSTAKA

Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa

Media massa yang sampai saat ini masih banyak digemari oleh masyarakat menurut riset Nielsen adalah televisi. Media televisi adalah lembaga yang aktif memaknai realitas melalui tayangan program yang disajikan kepada khalayak. Media televisi sebagai agen konsumsi khalayak terkait dengan bagaimana media menampilkan peristiwa-peristiwa yang relevan dengan khalayak. Televisi memiliki hubungan dua arah dengan realitas sosial. Di satu sisi televisi mencerminkan apa adanya, tetapi dipihak lain televisi mempengaruhi realitas sosial, fakta ini mengemuka ketika televisi menayangkan berita yang diangkat dari peristiwa dan kejadian di masyarakat (Machyudin, 2013). Maka dari itu televisi masih dianggap sebagai sumber terpercaya sehingga mampu membentuk persepsi publik.

Pada penelitian kali ini program tayangan “86” yang ada di televisi ingin mempengaruhi realitas sosial yang ada di masyarakat tentang *Polri*, sehingga terbentuk persepsi publik. Tayangan “86” hadir sebagai program *reality show* yang mempresentasikan sisi-sisi positif dari profesi seorang polisi. Yang mana pada akhirnya akan berpengaruh persepsi audiens atau khalayak terhadap *Polri*. Persepsi tersebut mungkin dapat berubah atau sama seperti semula.

Terpaan Media

Terpaan media adalah banyaknya informasi yang diperoleh melalui media, yang meliputi frekuensi, atensi dan durasi penggunaan pada

setiap jenis media yang digunakan (Rakhmat, 2004).

Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses dari kegiatan individu dalam menerima rangsangan, mengolah sampai pada memaknai sebuah objek dalam lingkungannya. Persepsi terbentuk dikarenakan faktor baik internal individu maupun eksternal. Menurut Stephen P. Robins (1996), terdapat 3 faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu :

1. Individu yang bersangkutan (pemersepsi)
Apabila seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya itu, ia akan dipengaruhi oleh karakteristik individual yang dimilikinya seperti sikap, motif, kepentingan, minat, pengalaman, pengetahuan dan harapannya.
2. Sasaran dari persepsi
Sasaran dari persepsi dapat berupa orang, benda, ataupun peristiwa. Sifat-sifat itu biasanya berpengaruh terhadap persepsi orang yang melihatnya. Persepsi terhadap sasaran bukan merupakan sesuatu yang dilihat secara teori melainkan dalam kaitannya dengan orang lain yang terlibat. Hal tersebut yang menyebabkan seseorang cenderung mengelompokkan orang, benda, ataupun peristiwa sejenis dan memisahkannya dari kelompok lain yang tidak serupa.
3. Situasi
Persepsi harus dilihat secara kontekstual yang berarti situasi dimana persepsi tersebut timbul, harus mendapat perhatian.

Situasi merupakan faktor yang turut berperan dalam proses pembentukan persepsi seseorang.

Teori *Uses and Effects*

Menurut (Sendjaja, 2002:5.41), teori *uses and effects* pertama kali dikemukakan oleh Sven Windhal (1979), merupakan sintesis antara pendekatan *uses and gratifications* dan teori tradisional mengenai efek. *Uses* atau penggunaan media massa dapat berarti *exposure* yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempersepsi. Dalam konteks lain, pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana isi terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi, fokus dari teori ini lebih kepada pengertian yang kedua.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif berbentuk eksplanatif yang bersifat kausal. Responden penelitian ini adalah masyarakat di Kota Denpasar dengan usia produktif 15-64 tahun dan pernah menonton tayangan "86". Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 orang. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menganalisis data, karena ingin memprediksi berapa jauh nilai variabel dependen, bila variabel independen berubah-ubah atau naik turun (Sugiyono 2013:261).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dilansir dari website *netmedia.co.id*, “86” yang ditayangkan di *NET.TV* setiap hari pukul 21.00 WIB merupakan tontonan segar yang dapat memacu *adrenaline*. Tidak hanya kita dapat mengikuti aksi polisi Indonesia dalam penggrebekan, melainkan juga melihat sedikit sisi lain dari kehidupan pribadi polisi sebagai manusia biasa dan kedekatan mereka dengan keluarganya (*netmedia.co.id*, 2014).

Profil Responden

Responden pada penelitian ini berjumlah 120 orang yang merupakan masyarakat di Kota Denpasar dengan usia produktif 15-64 tahun dan pernah menonton tayangan “86” di *NET.TV*. Pada penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 15-30 tahun, yaitu sebesar 97,5 %, sedangkan untuk responden yang berusia 31-45 tahun sebesar 0,8 %, dan responden yang berusia 46-64 tahun sebesar 1,7 %. Berdasarkan jenis kelamin, jumlah responden perempuan lebih banyak dari responden laki-laki dengan presentase jumlah laki-laki adalah 30,8 %, sedangkan jumlah perempuan adalah 69,2 %.

Berdasarkan pekerjaan, didominasi dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa yaitu sebesar 81,7 %. Kemudian sebesar 10,8 % responden memiliki pekerjaan pegawai swasta, 0,8 % responden memiliki pekerjaan pegawai negeri sipil (PNS), 0 % responden untuk wiraswata, dan 6,6 % responden pekerjaan lainnya. Berdasarkan pendidikan terakhir, tidak ada responden yang pendidikan terakhirnya yang tidak lulus SD maupun SD. Jumlah responden dengan pendidikan terakhir SMA mendominasi

dengan presentase sebesar 70,0 %, selanjutnya diikuti dengan pendidikan terakhir diploma/sarjana sebesar 28,3 %, kemudian untuk pendidikan terakhir SMP dan pascasarja sama-sama sebesar 0,8 %.

Terpaan Tayangan “86” di *NET.TV*

Rata-rata keseluruhan persepsi responden mengenai variabel terpaan tayangan “86” di *NET.TV* adalah 2,60. Nilai tersebut termasuk dalam kategori kadang-kadang. Artinya, rata-rata khalayak yang terpilih menjadi responden di penelitian ini kadang-kadang terpa tayangan “86” di *NET.TV*. Jika melihat dari setiap indikator, frekuensi responden skor rata-ratanya 2,53, berada pada kategori jarang, durasi responden skor rata-ratanya 2,23, berada pada kategori jarang, dan atensi responden skor rata-ratanya 2,81, berada pada kategori kadang-kadang. Jika dilihat keterkaitannya antara terpaan tayangan “86” di *NET.TV* dengan usia dan jenis kelamin, responden di kelompok usia 15-30 tahun dan responden laki-laki memiliki perolehan nilai yang paling unggul.

Persepsi Khalayak di Kota Denpasar Tentang *Polri*

Rata-rata keseluruhan persepsi responden mengenai variabel persepsi khalayak di Kota Denpasar tentang *Polri* adalah 3,49. Artinya, rata-rata khalayak yang terpilih menjadi responden di penelitian ini memiliki persepsi baik terhadap *Polri*. Jika melihat dari setiap indikator, sikap responden skor rata-ratanya

sebesar 3,67, motif responden skor rata-ratanya sebesar 2,70, kepentingan responden skor rata-ratanya sebesar 3,44, minat responden skor rata-ratanya sebesar 2,60, pengalaman responden skor rata-ratanya sebesar 3,93, pengetahuan responden skor rata-ratanya sebesar 2,87, dan yang terakhir harapan responden skor rata-ratanya sebesar 4,44.

Menurut skor nilai rata-rata diatas, yang masuk kategori sedang yaitu motif, minat, dan pengetahuan, untuk yang masuk kategori tinggi yaitu sikap, kepentingan, dan pengalaman. Untuk yang masuk kategori sangat tinggi yaitu harapan. Apabila dilihat keterkaitannya antara persepsi khalayak di Kota Denpasar tentang *Polri* dengan usia dan jenis kelamin, responden di kelompok usia 15-30 tahun dan responden laki-laki memiliki perolehan nilai yang paling unggul. Kemudian untuk indikator situasi lingkungan peneliti menggunakan skala guttman. Hasil jawabannya hampir semua responden menjawab tidak untuk semua pertanyaan, artinya situasi lingkungan sehari-hari responden tidak terlalu dekat dengan *Polri* pada saat melakukan persepsi tentang *Polri*.

Pembahasan

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Dari hasil analisis tersebut ditemukan bahwa hasil persamaannya bernilai positif artinya hubungan antara kedua variabel tersebut searah, ketika terpapar tayangan "86" di *NET. TV* meningkat maka persepsi khalayak di Kota Denpasar tentang *Polri* akan semakin baik. Persepsi khalayak di Kota Denpasar tentang *Polri* 27,9% dipengaruhi oleh terpapar

tayangan "86" di *NET. TV*. Sisanya sebesar 72,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian.

Disamping itu, peneliti juga menemukan fakta-fakta lainnya yang cukup signifikan selain dari pokok permasalahan penelitian. Berdasarkan jumlah profil responden pada pertanyaan tentang media apa yang dipakai untuk menonton televisi dan media apa yang dipakai untuk mengetahui tayangan "86" menunjukkan hasil persentasenya lebih dari 70% pada media televisi. Hal ini berarti televisi masih menjadi salah satu media yang dekat dengan kehidupan masyarakat, sehingga seringkali digunakan untuk membentuk persepsi masyarakat. Televisi ternyata memiliki kekuatan besar untuk membentuk persepsi masyarakat terhadap sesuatu dan efeknya paling besar di antara media lainnya, karena televisi adalah media yang paling dekat dan paling murah untuk semua kalangan. Fakta selanjutnya dalam penelitian ini ternyata persepsi khalayak tentang *Polri* positif, padahal mereka tidak menonton tayangan "86" dari awal sampai akhir dalam satu episode, terbukti dari hasil rata-rata skornya yang rendah.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Pertama, secara keseluruhan responden tidak terlalu sering dan tidak terlalu jarang terpapar tayangan "86" di *NET. TV*, artinya berada di tengah-tengah. Ini terlihat dari skor rata-rata responden yang menunjukkan angka 2,60 artinya responden kadang-kadang terpapar

tayangan "86" di *NET. TV*. Jika dilihat dari hasil *crosstabs* terpaan tayangan "86" di *NET. TV* dengan jenis kelamin, terlihat bahwa responden laki-laki lebih sering tertera tayangan "86" dibandingkan responden perempuan. Dengan skor 2,67 untuk responden laki-laki dan 2,45 untuk responden perempuan. Untuk rata-rata skor laki-laki masuk kategori kadang-kadang tertera tayangan "86" di *NET. TV*, sedangkan rata-rata skor perempuan masuk kategori jarang tertera tayangan "86" di *NET. TV*.

Kedua, secara keseluruhan responden memiliki persepsi yang tinggi tentang *Polri*. Ini terlihat dari skor rata-rata responden yang menunjukkan angka 3,49 artinya responden memiliki persepsi yang baik tentang *Polri*. Jika dilihat dari hasil *crosstabs* persepsi khalayak di Kota Denpasar tentang *Polri* dengan jenis kelamin, terlihat bahwa responden laki-laki lebih tinggi memiliki persepsi tentang *Polri* dibandingkan responden perempuan. Dengan skor 3,40 untuk responden laki-laki dan 3,29 untuk responden perempuan. Dalam persepsi responden tentang *Polri*, untuk rata-rata skor laki-laki masuk kategori tinggi dan untuk rata-rata skor perempuan masuk kategori sedang, artinya untuk jenis kelamin laki-laki memiliki persepsi yang baik tentang *Polri* sedangkan untuk jenis kelamin perempuan memiliki persepsi yang netral tentang *Polri*.

Ketiga, Pada teori *uses and effect* oleh Sven Windhal, terpaan tayangan "86" di *NET. TV*. *TV* berperan sebagai *uses* atau penggunaan media dan *effect* dari *uses* tersebut adalah tindakan mempersepsi khalayak tentang *Polri*, yang artinya baik atau

buruknya persepsi khalayak tentang *Polri* tersebut merupakan hasil dari proses komunikasi massa, namun apapun itu hasilnya terdapat harapan-harapan tentang *Polri* yang ingin dipenuhi oleh khalayak. Harapan-harapan tersebut telah tercantum dalam penelitian ini sebagai indikator dalam faktor yang mempengaruhi persepsi. Hal tersebut terbukti dari beberapa pernyataan pada indikator harapan tersebut berisi tentang harapan baik responden untuk Kepolisian Negara Republik Indonesia di kemudian hari, dan pada indikator tersebut memiliki skor rata-rata tertinggi dari semua indikator lainnya. Hal di atas menunjukkan teori ini telah terbukti dalam penelitian ini.

Keempat, hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa persamaannya bernilai positif, artinya hubungan antara kedua variabel tersebut searah, ketika terpaan tayangan "86" di *NET. TV* meningkat maka persepsi khalayak di Kota Denpasar tentang *Polri* akan semakin baik. Persepsi khalayak di Kota Denpasar tentang *Polri* 27,9% dipengaruhi oleh terpaan tayangan "86" di *NET. TV*. Sisanya sebesar 72,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana
- Cangara, Hafied. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers
- Harahap, Machyudin. (2013). *Kapitalisme Media : Ekonomi Politik Berita dan*

- Diskursus Televisi*, Yogyakarta: Aura Pustaka
- Romli, Khomsahrial. (2017). *Komunikasi Massa*, Jakarta: Grasindo
- Robbins, Stephen P.. (1996). *Perilaku Organisasi : Konsep, Kontroversi, aplikasi, edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT. Prenhalindo
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Wirawan, Bagus. dkk. (2011). *Sejarah Kota Denpasar: Dari Keraton Menjadi Kota (1788-2010)*. Kota, Denpasar: Indonesia. Kantor Percetakan Pemerintah
- Jurnal Online**
- Ayuningtias, P. (2013). Hubungan Antara Terpaan Media Mengenai Penculikan Anak di Televisi dengan Tingkat Kecemasan Orang Tua di RT 23 Kelurahan Sidomulyo Samarinda, *eJournal Ilmu Komunikasi*, 1 (2), 14-27. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/04/JURNAL%20PRASDIANINGRUM%20A.%20PDF%20\(04-09-13-05-08-21\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/04/JURNAL%20PRASDIANINGRUM%20A.%20PDF%20(04-09-13-05-08-21).pdf) (diakses pada 1 Juni 2017)
- Azanella, L. (2017). Pengaruh Terpaan Tayangan 86 NET. TV terhadap Persepsi Masyarakat tentang Polisi (Survey Terhadap Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta). http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=113624&obyek_id=4 (diakses pada 3 April 2018)
- Cecariya, B. (2016). Pengaruh Program “86” di NET TV Terhadap Persepsi Citra Polisi Wanita (Studi Pada Followers Twitter @86netmedia). <http://thesis.binus.ac.id/Doc/WorkingPaper/2014-2-01405-MC%20WorkingPaper001.pdf> (diakses pada 26 April 2017)
- Dewi, R. (2016). Hubungan Antara Tayangan 86 di NET. Dengan Tingkat Pengetahuan Peraturan Lalu Lintas (Studi Kasus Pada Masyarakat Bubuhan Samarinda), *eJournal Ilmu Komunikasi*, 4, 16-29. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/10/journal%20Ratna%20Dewi%20\(10-24-16-01-50-25\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/10/journal%20Ratna%20Dewi%20(10-24-16-01-50-25).pdf) (diakses pada 26 April 2017)
- Diana Fitri, L. (2015). Pengaruh Terpaan Acara Mario Teguh Golden Ways di Metro TV Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Kantor Kecamatan Muara Wis Kabupaten Kutai Kartanegara, *eJournal Ilmu Komunikasi*, 3(4), 372-386. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/12/PENGARUH%20TERPAAN%20ACARA%20MARIO%20TEGUH%20GOLDEN%20WAYS%20DI%20METRO%20TV%20TERHADAP%20MOTIVASI%20KERJA%20PEGAJAWAI%20KANTOR%20KECAMATAN%20MUARA%20WIS%20KABUPATEN%20KUTAI%20KARTANEGARA%20\(12-07-15-06-37-12\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/12/PENGARUH%20TERPAAN%20ACARA%20MARIO%20TEGUH%20GOLDEN%20WAYS%20DI%20METRO%20TV%20TERHADAP%20MOTIVASI%20KERJA%20PEGAJAWAI%20KANTOR%20KECAMATAN%20MUARA%20WIS%20KABUPATEN%20KUTAI%20KARTANEGARA%20(12-07-15-06-37-12).pdf) (diakses pada 1 Juni 2017)
- Kurniawan, A. (2012). Hubungan Terpaan Tayangan Jejak Petualang dengan Sikap Mahasiswa terhadap Keindahan Alam Indonesia, *eJournal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, 1, 1-17. <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1823> (diakses pada 1 Juni 2017)
- Putri, Yenny. (2014). Terpaan Program Berita Reportase Investigasi di Trans TV Terhadap Persepsi Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Tenggarong, *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 109-119. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/08/ejournal%20\(08-14-14-01-59-30\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/08/ejournal%20(08-14-14-01-59-30).pdf) (diakses pada 26 Februari 2018)
- Santoso, Aris. (2016). Persepsi Mahasiswa Terhadap Program Talkshow Mata Najwa di Metro TV (Studi Deskriptif pada Mahasiswa LPM Pabelan UMS Terhadap Mata Najwa Periode 18

November 2015 – 15 Maret 2016). <http://eprints.ums.ac.id/46212/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf> (diakses pada 26 Februari 2018)

Skripsi

Perdana, Agni. (2010). Program Tayangan Reality dan Persepsi Nilai Pergaulan (Studi Korelasi Terpaan Program Reality Termehek-mehek, Realigi, dan Orang Ketiga di Trans TV, Interaksi Sosial Terhadap Persepsi Nilai Pergaulan di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNS Surakarta Angkatan 2007 s/d 2009). <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/16960/Program-tayangan-reality-dan-persepsi-nilai-pergaulan-Studi-Korelasi-Terpaan-Program-Reality-Termehek-mehek-Realigi-dan-Orang-Ketiga-di-Trans-TV-dan-Interaksi-Sosial-terhadap-Persepsi-Nilai-Pergaulan-di-Kalangan-Mahasiswa-Jurusan-Ilmu-Komunikasi-FISIP> (diakses pada 26 Februari 2018)

Media Online

BPS. (2016). *Jumlah Penduduk Kota Denpasar Berdasarkan Jenis Kelamin*. <https://denpasarkota.bps.go.id/dynamictable/2017/05/26/38/jumlah-penduduk-kota-denpasar-berdasarkan-jenis-kelamin-2016.html> (diakses pada 17 Oktober 2018)

detikHOT. (2014). '86', Program TV Baru Yang Mengungkap Realita Kehidupan Polisi. <https://hot.detik.com/advertorial-news-block/2655975/86-program-tv-baru-yang-mengungkap-realita-kehidupan-polisi> (diakses pada 17 Oktober 2018)

Made Ardhiangga, I. (2016). *Warga Aksi Damai Dukung Polri Jaga Keamanan Pasca Tewasnya Amokrane*. <http://www.tribunnews.com/regional/2016/05/05/warga-aksi-damai-dukung-polri-jaga-keamanan-pasca-tewasnya-amokrane> (diakses pada 13 Februari 2018)

Micom, Ro. (2017). *Survei Nielsen: Masyarakat Indonesia Makin Gemar Internetan*. <http://mediaindonesia.com/news/read/114722/survei-nielsen-masyarakat-indonesia-makin-gemar-internetan/2017-07-26> (diakses pada 30 November 2017)

Netmedia.co.id. (2018). *The Television. It's In Your Hands Now*. <http://www.netmedia.co.id/about> (diakses pada 16 oktober 2018)

Nielsen.com. (2014). *Nielsen: Konsumsi Media Lebih Tinggi di Luar Jawa*. <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html> (diakses pada 3 April 2018)

Pemerintah Kota Denpasar. (2011). *SEJARAH KOTA DENPASAR: Dari Kota Keraton Menjadi Kota (1788-2010)* <https://denpasarkota.go.id/page/6/Sejarah> (diakses pada 17 Oktober 2018)

Tashandra, Nabilla. (2016). *Faktor Yang Membuat Kepercayaan Publik Rendah Terhadap Polisi Versi Jendral Tito*. <https://nasional.kompas.com/read/2016/08/18/18524141/faktor.yang.membuat.kepercayaan.publik.rendah.terhadap.polisi.versi.jenderal.tito> (diakses pada 3 April 2018)

Tempo.co. (2013). *Kejanggalan Video Damai 'Polisi'-Bule di Youtube*. <https://nasional.tempo.co/read/471093/kejanggalan-video-damai-polisi-bule-di-youtube> (diakses pada 13 Februari 2018)

86 & Custom Protection NET. (2015). *Deskripsi Program 86*. https://www.youtube.com/channel/UCKjCVt4XfWH_S_2_ayNTTIA/about (diakses pada 26 April 2017)