

Hubungan Antara Tayangan Serial Drama Bertema Startup dengan Minat Bekerja pada Bidang Bisnis Startup

Niken Mega Ayuningtyas, Wulan Tri Gartanti
Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
nikenmegaayu@gmail.com

Abstract—The presence of Korean dramas in Indonesia is increasingly in demand and students are no exception. One of them is the Korean drama series Start-Up which tells the life struggles of young people who start their careers in business in the startup field. Drama that is rich in values, and information about the world of work is one of the references in dealing with the world of work. Therefore, this study aims to determine whether there is a correlation between watching a drama series themed Start-Up with an interest in working in the startup business sector for students of Fikom Unisba Class of 2017. The research method used is correlational quantitative. The theory used in this research is S-O-R theory as Grand Theory, media exposure theory and interest theory as indicators for each variable. Data collection was taken through the distribution of online questionnaires to 79 respondents who were taken using probability sampling techniques, and also conducted a literature study which was analyzed using statistical tests with the SPSS 25 application. At the Validity Test stage using Spearman's Rank with an ordinal scale, and Reality Testing using Croanbach's Alpha. The results of this study state that there is a strong and significant relationship between watching a drama series themed Start-Up with the Work Interest of the 2017 Unisba Fikom Students in the startup business field.

Keywords—Impressions, Start-Up Dramas, Interests, Startups

Abstrak—Kehadiran drama Korea di Indonesia semakin banyak diminati dan tidak terkecuali di kalangan mahasiswa. Salah satunya yaitu tayangan serial drama Korea Start-Up yang mengisahkan perjuangan hidup anak muda yang memulai merintis karirnya dalam berbisnis di bidang startup. Drama yang kaya akan nilai, dan informasi seputar dunia kerja menjadi salah satu referensi dalam menghadapi dunia kerja. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara menonton drama serial bertema Start-Up dengan minat bekerja di bidang bisnis startup kepada mahasiswa Fikom Unisba Angkatan 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif korelasional. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori S-O-R sebagai Grand Theory, teori terpaan media dan teori minat sebagai indikator pada masing-masing variabel. Pengumpulan data diambil melalui penyebaran kuisioner online kepada 79 responden yang diambil dengan teknik probability sampling, dan juga melakukan studi pustaka yang dianalisis menggunakan uji statistika dengan Aplikasi SPSS 25. Pada tahap Uji Validitas menggunakan Rank Spearman dengan skala ordinal, dan Uji

Realibilitas menggunakan Croanbach's Alpha. Hasil penelitian ini menyatakan adanya hubungan yang kuat dan signifikan antara menonton serial drama bertema Start-Up dengan Minat Bekerja Mahasiswa Fikom Unisba Angkatan 2017 pada bidang bisnis startup.

Kata Kunci—Tayangan, Drama Start-Up, Minat, Startup

I. PENDAHULUAN

Berbagai negara di dunia, khususnya Indonesia Era globalisasi memiliki pengaruh yang kuat terhadap aspek kehidupan sosial, Baik berupa hubungan dengan negara lain, pertumbuhan ekonomi, kemajuan teknologi, masuknya budaya asing, yang dapat membawa dampak positif maupun negatif bagi kehidupan. Seiring dengan perkembangan teknologi dan media di kehidupan saat ini, tidak menutup kemungkinan bahwa khalayak dapat menerima berbagai macam informasi sebagai efek dari terpaan media akibat banyaknya perkembangan media. Terpaan media merupakan sebuah kondisi di mana masyarakat perbatasan menerima segala bentuk informasi dari media televisi, dan cukup berpengaruh pada perkembangan penontonnya melalui apa yang mereka lihat dari konten media televisi.

Seperti halnya fenomena belakangan ini, masuknya berbagai budaya asing ke dalam media massa Indonesia seperti halnya kebudayaan modern negara Korea Selatan yang tengah digemari oleh masyarakat, atau yang dikenal dengan istilah gelombang Korea. Namun jauh sebelum itu, satu hal yang sangat berpengaruh penting dari gelombang Korea adalah dengan adanya drama korea yang dikenal dapat mengambil hati para penontonnya. Drama korea sendiri merupakan sebuah barang Korea pertama yang sukses merajai pasar industri di Indonesia. Seperti salah satu diantaranya adalah drama Korea berjudul Start-Up yang menjadi drama Korea favorit bahkan mencetak rating tinggi dalam penayangannya,

Drama yang tayang pada saluran TV streaming Netflix ini, menceritakan kisah anak muda yang bekerja pada bisnis startup. Gagasan ide cerita yang disajikan oleh drama ini cukup menarik perhatian bagi berbagai kalangan, mengingat akan perkembangan bisnis startup di Indonesia yang kini juga sedang menjadi trend pekerjaan di kalangan generasi muda. Seperti contohnya perusahaan rintisan di

Indonesia yang statusnya sudah sekelas Decacorn yaitu Gojek, disusul dengan Tokopedia, Traveloka dan lain sebagainya. Saat ini generasi muda tengah dihadapkan dengan kondisi sosial budaya kerja yang sudah berubah, di mana budaya kerja generasi muda memiliki perbedaan budaya kerja dengan orang tua mereka. Pandangan dahulu meyakini bahwa pekerjaan yang baik adalah pekerjaan yang sistematis, adanya jaminan kerja, gaji yang tetap. Maka saat ini yang terjadi adalah, generasi muda cenderung untuk berkarir secara mandiri. Satu diantaranya yaitu membangun usaha bisnis rintisan yang pada kenyataannya cukup berisiko. Guy Standing berpendapat bahwa saat ini generasi muda tumbuh sebagai “pekerja prekariat” (The precarious worker), yakni fleksibilitas pasar kerja elah memindahkan risiko dan ketidakamanan bagi pekerja dan keluarganya. Bentuk pasar kerja yang fleksibel dapat dilihat dari jam kerja, jumlah gaji yang minim, status pekerjaan dan ketidakpastian dalam aspek ekonomi bagi pemuda (Sutopo dan Meija, 2017). Sama halnya dengan kondisi yang digambarkan dalam serial drama televisi Korea Start-Up, menggambarkan kondisi remaja yang memasuki fase sulitnya mencari pekerjaan, hingga pada akhirnya dapat merintis usahanya di bidang bisnis startup hingga sukses.

Dalam artikel ini penulis akan menjelaskan bagaimana hubungan antara menonton serial drama bertema startup dengan minat bekerja di bidang bisnis startup pada mahasiswa Fikom Universitas Islam Bandung Angkatan 2017.

II. LANDASAN TEORI

Terpaan media diartikan sebagai kegiatan atau frekuensi seseorang dalam menonton, mendengar, membaca pesan-pesan yang ada pada media massa. Seperti contohnya menonton film, televisi, mendengar radio, podcast, dan membaca email yang biasa terjadi pada kehidupan suatu individu atau kelompok. (Rakhmat, 2004: 193). Dalam komunikasi masa, terpaan media bukan hanya diartikan sebagai keberadaan sebuah media massa yang diakui keberadaannya, namun juga respon individu yang menerima akan pesan-pesan yang disampaikan oleh suatu media tertentu, sehingga terpaan media keberadaannya berkesinambungan dengan kognisi seseorang. Dalam terpaan media, hal yang menjadi tolak ukur adalah untuk mencari jumlah data dari khalayak dalam menggunakan jenis suatu media.

Menurut Syahril (2019: 81-82) Dalam mengukur terpaan media dapat dilihat dari intensitas menonton tayangan, berikut penjelasan faktor tersebut:

1. Frekuensi, dilihat dari seberapa seringkah individu dalam melihat, membaca, dan mendengar suatu media tersebut.
2. Durasi, diukur dari seberapa lamanya seseorang melihat, mendengar, dan membaca isi pesan dalam suatu media tertentu
3. Atensi, tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media

4. Isi Pesan, sebuah komponen proses komunikasi berisikan panduan dari pikiran dan perasaan seseorang yang menggambarkan lambang dan bahasa lainnya yang disampaikan kepada orang lain yang memiliki hubungan logis baik dari sisi struktur pesan, gaya pesan, dan daya tarik pesan yang dikemas melalui alur, karakter, tema yang disajikan.

Terpaan media merupakan suatu keadaan dimana khalayak terkena pesan komunikasi yang terdapat pada suatu media massa melalui alat inderanya, seperti perasaan, pendengaran, dan penglihatan. Media yang digunakan pun beragam jenis dan bentuknya, satu diantaranya adalah media film/drama serial televisi. Dalam kaitannya dengan penelitian yang dilakukan, peneliti bermaksud untuk melihat dan membuktikan apakah terdapat sebuah hubungan yang dihasilkan dari media film atau serial drama televisi, yang keberadaannya dapat memengaruhi kognisi bahkan melibatkan unsur afeksi dari khalayak yang menontonnya. Drama yang diteliti merupakan serial drama televisi Korea yang mengangkat kisah dan fenomena seputar pekerjaan di bidang bisnis startup. Melalui serial drama televisi yang berjudul Start-Up ini, berpotensi menumbuhkan minat individu yang menontonnya untuk bekerja di bidang bisnis startup.

Menurut Stiggins (dalam Ahsan, 2016) minat termasuk ke dalam salah satu dimensi yang ada pada diri kita yaitu dimensi afektif. Dimana dalam aspek afektif kita cenderung menonjolkan sisi emosional, perasaan, disposisi, dan kehendak yang memengaruhi pikiran dan pilihan seseorang. Pada dasarnya dimensi afektif berkaitan dengan tiga hal utama seperti, berhubungan dengan perasaan tentang obyek yang berbeda, perasaan yang memiliki arah seperti netral ke titik yang berlawanan, dan juga perasaan yang memiliki kadar intensitas yang berbeda. Minat atau keinginan memiliki hubungan yang erat akan perhatian individu, karena perhatian akan menimbulkan hasrat pada seseorang. hasrat atau kemauan juga berkaitan dengan kondisi fisik seseorang, misalnya keadaan sehat, bugar, sakit, lemah. Dan juga berhubungan dengan kondisi psikis seperti bahagia, bersemangat, gelisah dan lain sebagainya (Sobur, 2003: 264).

Dalam buku Perkembangan Anak Jilid 2 karya Elizabeth B. Hurlock, menyatakan bahwa aspek minat terbagi atas dua macam yaitu:

1. Aspek Kognitif, konsep yang membangun dan menjadi dasar akan pertumbuhan kognitif adalah bidang yang berkaitan dengan minat dan juga apa yang dipelajarinya
2. Aspek Afektif, kaitannya dengan hubungan emosional yang menumbuhkan aspek kognitif seseorang dalam perubahan perbuatan terhadap apa yang mereka lakukan yang berkaitan dengan pertumbuhan minatnya.

Minat akan timbul jika seseorang merasa tertarik akan suatu hal yang sekiranya dapat memenuhi kebutuhan dan

keinginan individu tersebut. Selain itu minat memiliki hubungan yang erat dengan aspek kepribadian dalam diri seseorang seperti kognitif, afektif, dan keinginannya. Seseorang akan cenderung memiliki minat jika unsur yang menstimulus kognitif individu tersebut dapat mempengaruhi dan menarik perhatian juga perasaan individu, yang nantinya akan muncul keinginan untuk meniru dan mencapai tujuan tersebut (Hurlock, 2013). Sama halnya dalam kaitan penelitian yang dilakukan dalam upaya melihat sebuah rasa atau minat yang dirasakan oleh mahasiswa Fikom Unisba Angkatan 2017 setelah menonton drama Korea Start-Up. Melalui drama Korea Start-Up, terdapat unsur isi pesan dan fenomena yang menggambarkan kehidupan pekerjaan di bidang startup, yang secara tidak langsung pesan yang ditayangkan dalam film sudah memengaruhi aspek kognisi dari khalayak yang menontonnya, lebih jauh lagi jika pesan tersebut sudah memengaruhi aspek afeksi, maka dapat menghasilkan perubahan perbuatan yang mereka pilih yang berkaitan dengan minatnya.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Hubungan Antara Tayangan Serial Drama Bertema Startup dengan Minat Bekerja di Bidang Bisnis Startup

Pada penelitian ini peneliti menggunakan Analisa data dengan koefisien korelasi Rank Spearman (Rs) untuk mengetahui Hubungan Menonton Serial Drama Bertema Startup (X) dengan Minat Bekerja pada Bidang Bisnis Startup (Y). hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1

TABEL 1. HUBUNGAN TAYANGAN SERIAL DRAMA BERTEMA STARTUP (X) DENGAN MINAT BEKERJA

Variabel	rs	Kekuatan Hubungan	α	Sig	Keterangan Hipotesis	Keterangan
Terpaan Media dengan Minat Bekerja	0.580	Kuat	0.05	0.000	H0 ditolak	Signifikan

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh terdapat hasil hubungan positif yang signifikan antara aspek menonton drama atau terpaan media dengan minat bekerja. Terdapat hubungan yang kuat dan signifikan. Seluruh responden yang sudah menonton drama Korea Start-Up mengalami penumbuhan minat untuk bekerja pada bisnis startup. Mereka terinspirasi dan muncul rasa keinginan untuk memiliki pengalaman yang sama seperti yang ada dalam drama Korea Start-Up tersebut. sama halnya seperti yang disinggung dalam teori pembelajaran sosial, di mana seseorang akan belajar dari apa yang mereka lihat, dan yang mereka lihat adalah media massa yang pada zaman sekarang menjadi kebutuhan primer, hampir semua lapisan masyarakat memiliki alat untuk berkomunikasi. (Novianti, 2019: 141) hal tersebut tentunya sangat baik bagi mereka yang masih belum mengetahui minat bekerjanya, sehingga

dapat mulai memiliki pilihan dan gambaran akan minat bekerja nantinya.

B. Hubungan Antara Frekuensi Tayangan Serial Drama Bertema Startup dengan Minat Bekerja di Bidang Bisnis Startup

Pada penelitian ini peneliti menggunakan Analisa data dengan koefisien korelasi Rank Spearman (Rs) untuk mengetahui Hubungan Frekuensi Menonton Serial Drama Bertema Startup (X₁) dengan Minat Bekerja pada Bidang Bisnis Startup (Y). hasil pengujian dijelaskan pada tabel 2

TABEL 2. HUBUNGAN FREKUENSI TAYANGAN SERIAL DRAMA BERTEMA STARTUP (X₁) DENGAN MINAT BEKERJA (Y)

Variabel	rs	Kekuatan Hubungan	α	Sig	Keterangan Hipotesis	Keterangan
Frekuensi dengan Minat Bekerja	0.118	Lemah	0.05	0.299	H0 diterima	Tidak Signifikan

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh terdapat hasil hubungan yang lemah dan tidak signifikan antara aspek frekuensi dengan minat bekerja. Kebanyakan responden mengakui memiliki frekuensi menonton yang rendah dan tidak terlalu sering dengan rentan akumulasi jawaban terbanyak adalah responden menonton drama Korea Start-Up sebanyak satu minggu sekali dikarenakan episode yang ditayangkan hanya satu episode dalam rentan waktu satu minggu. Dalam buku Sosiologi menurut Soeroso (2008: 99) pada laman televisi sebagai pembentuk pola pikir dan kepribadian dimana semakin seseorang mengonsumsi televisi, semakin sama nilai yang dianutnya dengan tayangan-tayangan dari televisi. Maka dapat peneliti analisis bahwa semakin sering seseorang terpa sebuah media maka akan semakin kuat daya penyerapan pengetahuannya dan bahkan merubah ke arah kepribadian atau sikapnya, namun pada hasil penelitian yang ditemukan, terdapat frekuensi yang lemah, di mana bisa saja penonton dapat menyerap informasi secara perlahan, namun tidak sampai memengaruhi ke perubahan kepribadian ataupun sikapnya.

C. Hubungan Antara Durasi Tayangan Serial Drama Bertema Startup dengan Minat Bekerja di Bidang Bisnis Startup

Pada penelitian ini peneliti menggunakan Analisa data dengan koefisien korelasi Rank Spearman (Rs) untuk mengetahui Hubungan Durasi Menonton Serial Drama Bertema Startup (X₂) dengan Minat Bekerja pada Bidang Bisnis Startup (Y). hasil pengujian dijelaskan pada tabel 3

TABEL 3. HUBUNGAN DURASI TAYANGAN SERIAL DRAMA BERTEMA STARTUP (X_3) DENGAN MINAT BEKERJA (Y)

Variabel	rs	Kekuatan Hubungan	α	Sig	Keterangan Hipotesis	Keterangan
Durasi dengan Minat Bekerja	0.277	Sedang	0.05	0.014	H0 ditolak	Signifikan

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh terdapat hasil hubungan yang sedang dan signifikan antara aspek durasi menonton drama dengan minat bekerja, kebanyakan responden mengakui bahwa mereka menonton drama Korea Start-Up dari awal hingga akhir tayangan. Responden termasuk ke dalam kategori *light viewers* (penonton ringan) dikarenakan durasi menonton yang mereka berikan terhitung penuh, di mana durasi dari setiap episode dari drama Korea Start-Up ditayangkan selama 80 menit yang berarti tayangan drama Korea ini termasuk ke dalam tayangan yang ringan dan tergolong cukup bagi satu penayangan drama. Hal tersebut tentunya sangat baik bagi aspek kognitif dan afektif mahasiswa Fikom Unisba angkatan 2017 yang menontonnya, disamping mereka mendapatkan pengetahuan akan informasi mengenai bisnis startup yang dikemas secara menarik, dan juga memengaruhi aspek emosional dan bahkan sikap mereka, seperti rasa senang, terbawa suasana dan keinginan untuk bekerja pada bisnis startup. Seperti yang dikatakan dalam Jurnal (Saefudin, 2005: 84), menurutnya kecenderungan pengeahuan bertambah jika kita menonton dengan durasi yang cukup dan berulang. Maka sistem stimulus yang ada pada otak kita akan bekerja dan terbiasa.

D. Hubungan Antara Atensi Tayangan Serial Drama Bertema Startup dengan Minat Bekerja di Bidang Bisnis Startup

Pada penelitian ini peneliti menggunakan Analisa data dengan koefisien korelasi Rank Spearman (Rs) untuk mengetahui Hubungan Atensi Menonton Serial Drama Bertema Startup (X_3) dengan Minat Bekerja pada Bidang Bisnis Startup (Y). hasil pengujian dijelaskan pada tabel 4

TABEL 4. HUBUNGAN ATENSI TAYANGAN SERIAL DRAMA BERTEMA STARTUP (X_3) DENGAN MINAT BEKERJA (Y)

Variabel	rs	Kekuatan Hubungan	α	Sig	Keterangan Hipotesis	Keterangan
Atensi dengan Minat Bekerja	0.536	Kuat	0.05	0.000	H0 ditolak	Signifikan

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh terdapat hasil hubungan kuat dan signifikan antara aspek atensi menonton drama dengan minat bekerja. Mayoritas responden memberikan perhatian secara penuh atau memfokuskan diri saat sedang menonton drama Korea Start-Up. Terbukti dengan jawaban responden yang berpendapat bahwa rata-

rata dari mereka lebih senang untuk fokus menonton drama tanpa melakukan kegiatan lain. Yang mana mereka ingin memberikan perhatian sepenuhnya dalam meresapi isi pesan pada drama yang nantinya secara sadar ataupun tidak mampu memengaruhi aspek kognisi mereka. Hal tersebut sama halnya dengan kelebihan yang dimiliki oleh televisi, dimana memiliki kemampuan untuk mempertunjukkan pesan secara audio dan visual (dapat dilihat dan didengar) ataupun stasiun yang jaraknya jauh (Yulianita, 1995: 63-65), sehingga hal tersebut menjadi daya tarik yang memengaruhi atensi seseorang. Responden cenderung memahami dan bahkan sudah muncul rasa keingintahuan yang lebih banyak mengenai kelangsungan cerita yang disajikan. Secara kognitif atau pengetahuan, mahasiswa Fikom Unisba Angkatan 2017 telah menerima informasi akan unsur yang ada dalam drama Start-Up, kemudian secara aspek emosional atau afektif, telah terbentuknya dan melibatkan unsur perasaan dari setiap responden saat menonton kemampuan akting yang dibawakan oleh masing-masing karakter yang berperan dalam drama Start-Up

E. Hubungan Antara Isi Pesan Tayangan Serial Drama Bertema Startup dengan Minat Bekerja di Bidang Bisnis Startup

Pada penelitian ini peneliti menggunakan Analisa data dengan koefisien korelasi Rank Spearman (Rs) untuk mengetahui Hubungan Isi Pesan Menonton Serial Drama Bertema Startup (X_4) dengan Minat Bekerja pada Bidang Bisnis Startup (Y). hasil pengujian dijelaskan pada tabel 5

TABEL 5. HUBUNGAN ISI PESAN TAYANGAN SERIAL DRAMA BERTEMA STARTUP (X_4) DENGAN MINAT BEKERJA (Y)

Variabel	rs	Kekuatan Hubungan	α	Sig	Keterangan Hipotesis	Keterangan
Isi Pesan dengan Minat Bekerja	0.536	Kuat	0.05	0.000	H0 ditolak	Signifikan

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh terdapat hasil hubungan kuat dan signifikan antara aspek isi pesan menonton drama dengan minat bekerja. Mayoritas responden mengakui bahwa isi pesan yang disajikan dalam drama Korea Start-Up mudah dipahami dan juga menarik. responden pun menyadari akan konflik-konflik dan cara penanganannya yang berhubungan dengan bisnis startup, dan bahkan persepsi mereka yang *up to date* akan perkembangan bisnis startup di Indonesia yang identik dengan generasi milenial, investasi, dan teknologi. Hal tersebut dapat didukung oleh kekuatan (*strength*) dari televisi yang disinggung dalam Jurnal (Fardiah, 2004: 525-539), di mana nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan sangat cepat. Daya rangsang seseorang terhadap media televisi cukup tinggi. hal ini disebabkan oleh kekuatan suara dan gambar yang bergerak (ekspresif)

sehingga pemirsa mudah menangkap isi pesannya. Kemudian dalam hubungannya dengan minat, responden mengakui bahwa timbulah minat dan keinginan untuk bekerja pada perusahaan startup. Hal tersebut dapat saja terpengaruh akan *scene-scene* yang berisikan pesan mengenai bisnis startup yang memengaruhi kognisi kemudian lebih dalam memengaruhi aspek emosional mahasiswa Fikom Unisba Angkatan 2017 sehingga mereka mengakui adanya rasa tertarik dan keinginan pada bisnis startup.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada mahasiswa Fikom Universitas Islam Bandung yang sudah menonton serial drama Korea Start-Up, dapat diketahui bahwa hasil dari penelitian yang telah peneliti lakukan terdapat hubungan yang kuat dan signifikan yang berarah positif antara menonton serial drama Korea Start-Up dengan minat bekerja di bidang startup. Namun jika dilihat dari aspek frekuensi, terdapat hubungan yang lemah dan tidak signifikan antara menonton serial drama Korea Start-Up dengan minat bekerja pada bidang startup dikarenakan rendahnya jumlah frekuensi responden yang menonton. Dilanjut dari aspek durasi menonton drama Korea Start-Up dengan minat bekerja di bidang startup terdapat hubungan yang sedang dan signifikan, karena mayoritas responden menonton serial drama Korea Start-Up dari awal hingga akhir tayangan. Kemudian dari aspek atensi atau perhatian responden dalam menonton drama Korea Start-Up terhadap minat bekerja terdapat hubungan yang kuat dan signifikan, responden memfokuskan diri saat menonton drama yang ditandai dengan tidak banyak melakukan kegiatan lain sambil menonton. Lalu dilihat dari aspek Isi pesan, terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara menonton serial drama Korea Start-Up dengan minat bekerja di bidang startup karena responden memahami betul akan maksud dan isi pesan yang disampaikan dalam drama Korea Start-Up.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahsan, Z. 2016. "Definisi minat manusia". *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699
- [2] Fardiah, Dedeh. 2004. "Fomat Tayangan Televisi Sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa". *Jurnal MIMBAR*. Volume XX No. 4 Oktober – Desember, (525-539).
- [3] Hurlock. 2013. *Perkembangan Anak*, jilid 1. Jakarta: Erlangga
- [4] Novianti, Evi. 2019. *Teori Komunikasi Umum dan Aplikasinya*. Yogyakarta: ANDI
- [5] Rakhmat, Jalaluddin, 2004. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- [6] Saefudin, H.A dan Antar Venus, 2005. *Cultivation Theory*. Bandung: UNISBA
- [7] Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Seti.
- [8] Sutopo, Oki Rahadiano dan Nanda Harda Pratama Meiji. 2017. "Kapabilitas Refleksif Pemuda Dalam Transisi Menuju Dunia Kerja." *Jurnal Sosiologi Walisongo* 1(1):1–15

- [9] Soeroso, Andreas. 2008. *Sosiologi*. Yogyakarta: Yudistira
- [10] Syahril, Romi. Robbikal Muntaha Meliala. 2019 "Pengaruh Terpaan Media Terhadap Minat Masyarakat Mengikuti Ajang Pencarian Bakat Indonesia Idol (Studi Peserta Audisi di Jakarta). *Jurnal AKRAB JUARA*. Volume 4 Nomor 2 Edisi Mei (77-88)
- [11] Yulianita, Neni. 1995. *Diklat Pengantar Media Massa*. Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba.
- [12] Weninggalih, Laras, Fuady, M E. (2021). *Hubungan Kampanye Politik Calon Presiden 2019 melalui Media Sosial Instagram dengan Keputusan Memilih Mahasiswa Indonesia di Thailand*. *Jurnal Riset Public Relation*, 1(1). 22-32