eJournal Ilmu Komunikasi, 2016, 4 (2), 2016: 165-175
ISSN 0000-0000, ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id
© Copyright2016

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVINSI KALIMANTAN TIMUR DALAM MENSOSIALISASIKAN INTERNET SEHAT DI KOTA SAMARINDA

Aulia Febriani Putri[1]

Abstrak

Aulia Febriani Putri, 2010, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda. Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mensosialisasikan Internet Sehat Di Kota Samarinda, dibawah bimbingan Dr. H. Achmad Djumlani, M.Si selaku dosen pembimbing I dan Inda Fitryarini, S.Sos. M.Si selaku dosen pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mensosialisasikan Internet Sehat Di Samarinda. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan tekhnik penelitian Purposive Sampling yaitu informan terdiri dari Kepala Bidang Aplikasi dan Telematika (APTEL), Kepala Seksi Telematika dan 3 staff bidang telematika. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan informan, observasi langsung dilapangan serta dokumentasi.

Hasil penelitian diperoleh bahwa DISKOMINFO (Dinas Komunikasi dan Informatika) Provinsi KALTIM dalam melakukan kegiatan sosialisasi, terlebih dahulu mempersiapkan strategi komunikasi agar dalam penyampaian pesan internet sehat dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Hal ini di dasarkan menurut Aristoteles yang menerangkan tiga seni penggunaan bahasa persuasi yaitu : Ethos (tampilan karakter dan kredebilitas pembicara yang dapat mempersuasi audiens) Pathos (keterampilan pembicara untuk mengelola emosi ketika berbicara) dan Logos (pengetahuan yang luas dan mendalam tentang apa yang akan di komunikasikan). DISKOMINFO dalam melakukan sosialisasinya menggunakan media massa Surat Kabar Kaltim Post, Tribun Kaltim, radio RRI,TVRI KALTIM dan berita online. Media tatap muka seperti seminar, dialog dan mobil M-CAP. Sasaran dari kegiatan sosialisasi ini adalah Pelajar, Mahasiswa dan Masyarakat.

***Kata kunci** : Strategi Komunikasi, DISKOMINFO, Sosialisasi Internet Sehat.*

PENDAHULUAN

Pada era global, internet merupakan satu platform cara komunikasi berbasis teknologi informasi dengan jaringan yang luas, cepat dan nyaris tanpa batas. Hal

[1] Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: auliafebriani9302@gmail.com

ini yang memungkinkan terjadinya komunikasi dan interaksi lintas benua, bahasa dan budaya. Kecepatan interaksi dan keluasan akses internet tersebut, telah menggerakkan perubahan, melahirkan fenomena dan paradigma baru dalam kehidupan masyarakat.

Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2013 mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95% menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Data eMarketer menunjukkan bahwa tahun 2014 ini pengguna internet di Indonesia mencapai 83,7 juta.

Jumlah terus menanjak dan melewati milestone 100 juta di tahun 2016. diperkirakan tahun 2017 terdapat 112,6 juta pengguna internet di tanah air, lebih tinggi ketimbang jepang yang hampir mencapai titik kulminasi dan pada tahun tersebut diprediksi memiliki 105 juta pengguna (http://id.tekno.kompas.com).

Batasan Internet Sehat adalah berdasarkan atas kemanfaatan. Jika internet dinilai positif dan bermanfaat bagi pengguna, maka disebut Internet Sehat. Apabila internet digunakan untuk kegiatan yang bersifat negatif dan berdampak merugikan, maka disebut “internet tidak sehat”.

Internet Sehat dan Aman (INSAN) adalah Program Nasional yang dimotori oleh Tim Sosialisasi INSAN yang ditujukkan untuk mensosialisasikan penggunaan internet secara sehat dan aman ke berbagai kalangan sehingga internet dapat memberi manfaat dan nilai tambah bagi masyarakat.

Kegiatan Internet Sehat yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika yaitu kegiatan memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat dan memberikan pemahaman pada masyarakat untuk bisa memilih informasi yang baik, agar tidak terjadi kesalah pahaman. Dalam UU No. 44 tahun 2008 dikatakan setiap orang dilarang memproduksi, membuat, memperbanyak, menggandakan, menyebarluaska, menyiarkan, mengimpor, mengekspor, menawarkan, memperjual-belikan, menyewakan atau menyediakan pornografi.

Pada tanggal 31 Desember 2010 melalui Kementrian Komunikasi dan Informatika ada 6 daerah tahap pertama yang diberikan wewenang untuk melakukan kegiatan: 1. Kalimantan Timur 2. Provinsi Gorontalo 3. Kota Pariaman 4. Kabupaten Tapanuli Utara 5. Kota Depok 6. Kabupaten Temanggung.

Kementrian Komunikasi dan Informatika memberikan 1 unit M-CAP pada tanggal 1 januari 2011 sebagai alat operasional dalam melakukan kegiatan Internet Sehat. M-CAP Adalah *Mobile Community Access Point* yaitu fasilitas “layanan bergerak” untuk pembelajaran bagi warga masyarakat, dengan menyediakan akses informasi dan pengetahuan berbasis internet yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

KERANGKA DASAR TEORI

Teori Retorika

Kata Retorika merupakan konsep untuk menerangkan tiga seni penggunaan bahasa persuasi yaitu : *ethos,pathos* dan logos. Dalam artian sempit, retorika

dipahami sebagai konsep yang berkaitan dan seni berkomunikasi lisan berdasarkan tata bahasa, logika dan dialektika yang baik dan benar untuk mempersuasi publik dengan opini

Teori Retorika adalah sebuah teknik pembujuk rayuan secara persuasi untuk menghasilkan bujukan dengan melalui karakter pembicara, emosional atau argumen. Dalam kegiatan bertutur yang dilakukan orang dalam kehidupan bersama, bermasyarakat dan berbudaya, orang selalu terlibat dengan masalah-masalah retorika (Effendy, 2005: 32).

1. *Ethos* adalah tampilan karakter dan kredibilitas pembicara yang dapat mempersuasi audiens sehingga mereka peduli dan percaya kepada pembicara.
2. *Pathos* adalah keterampilan pembicara untuk mengelola emosi ketika ia berbicara didepan public.
3. *Logos* adalah pengetahuan yang luas dan mendalam tentang apa yang akan dikomunikasikan, dimana struktur pesan yang akan disampaikan itu harus logis dan rasional dan berbasis pada kekuatan argumentasi, dan pesan ini harus disampaikan secara induktif dan deduktif.

Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy (2003:28) mendefinisikan komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Selanjutnya hakikat komunikasi sendiri menurut Effendy adalah proses pernyataan antar manusia dan yang dinyatakan itu adalah fikiran atau perasaan seseorang kepada oranglain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.

Unsur-unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerina dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi (cangara, 2006:21).

Claude E. Shannon dan Warren (1949), dua orang insinyur listrik menyatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan lima unsur yang mendukungnya yaitu pengirim, transmitter, signal, penerima dan tujuan.

Karakteristik Komunikasi

Adapun karakteristik dari komunikasi itu sendiri adalah :

a) Komunikasi suatu proses
b) Komunikasi adalah upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan

Karakteristik Saluran Komunikasi

1. Media Cetak

2. Media Elektronik
3. Komunikasi Tatap Muka

Strategi Komunikasi

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2005:32).

Komunikator

Istilah komunikator berpadanan dengan kata pengirim, dalam bahasaInggris *sender* dan *enconder*. Istilah-istilah ini diberi makna sama ketikabertindak sebagai pelaku / pengirim informasi. Indikator yang paling penting dalam komunikator adalah kredibilitas yaitu menyangkut kepercayaan dan keahlian (Rakhmat, 2005:257). Kepribadian komunikator juga harus diperhitungkan seperti cara bertingkah laku, bersikap, berkomunikasi terhadap publik atau masyarakat.

Komunikan

Komunikan atau penerima pesan biasa disebut dengan istilah khalayak, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, *audience, decoder.* Khalayak adalah salah satu aktor dari proses komunikasi, karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil atau tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak.

Materi atau Pesan

Dalam bahasa Inggris pesan disebut sebagai *message, content* atau informasi. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunkasi atau melalui media telekomunikasi, isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Adapun sesuatu yang dimaksud dengan pesan dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim atau komunikator kepada penerima atau komunikan.

Media atau Saluran

Setiap komunikasi merupakan proses pengoperan lambang-lambang yang berarti antar individu dan pada umumnya bersifat timbal balik dan selalu berbentuk lisan, tulisan, dan audio visual. M.O Palapah membagi media atau saluran ini menjadi dua bagian : media umum dan media massa. Media umum artinya media yang dapat digunakan untuk menyalurkan ketiga macam komunikasi, yaitu komunikasi personal, kelompok dan massa.

Efek

Semua peristiwa komunikasi yang dilakukan secara terencana mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi khalayak atau penerima. Pengaruh atau efek ialah

perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan (stuart, 1998).

Internet Sehat

Internet sehat adalah aktifitas manusia yang sedang melakukan kegiatan online baik browsing, chating, social media, upload dan download secara tertib, baik dan beretika sesuai norma-norma dan aturan yang berlaku dimasyarakat. (www.insan.co.id)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif dapat diartikan memaparkan situasi atau peristiwa, sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian, seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang sebagaimana adanya. Sedangkan pengertian kualitatif, sebagai produser penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau dari pernyataan lisan yang didapat dari hasil pengamatan.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi memudahkan penulis dalam pengolahan data dan kemudian menjadi suatu kesimpulan. Penelitian ini akan difokuskan pada perencanaan Dinas Komunikasi dan Informatika provinsi Kalimantan Timur dalam mensosialisasikan internet sehat di Kota Samarinda: Siapa komunikator, Pesan yang digunakan, Media yang digunakan, Siapa Komunikan

Jenis Data dan sumber Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono 2009:18) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan hal tersebut yang menjadi objek penelitian adalah :

1. M. Adrie Dirga Sagita S.Sos, M.Si sebagai Kepala Bidang APTEL (Aplikasi dan telematika) Dinas Komunikasi dan Informatika Samarinda
2. Drs. Mushadillah sebagai Kepala Seksi Telematika Dinas Komunikasi dan Informatika Samarinda
3. Harmita Muchtar sebagai Staff Seksi Telematika
4. Andri Santoso sebagai Seksi Telematika
5. Resty Rianita Marisha sebagai Staff Seksi Telematika

Sedangkan jenis data dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer
2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi, antara lain:
1. Dokumen-dokumen, laporan, catatan dan profil
2. Buku-buku ilmiah atau penulisan yang relevan dengan penelitian ini
3. Website Dinas Komunikasi dan Informatika Samarinda dan website lain yang terkait

Teknik Pengumpulan Data

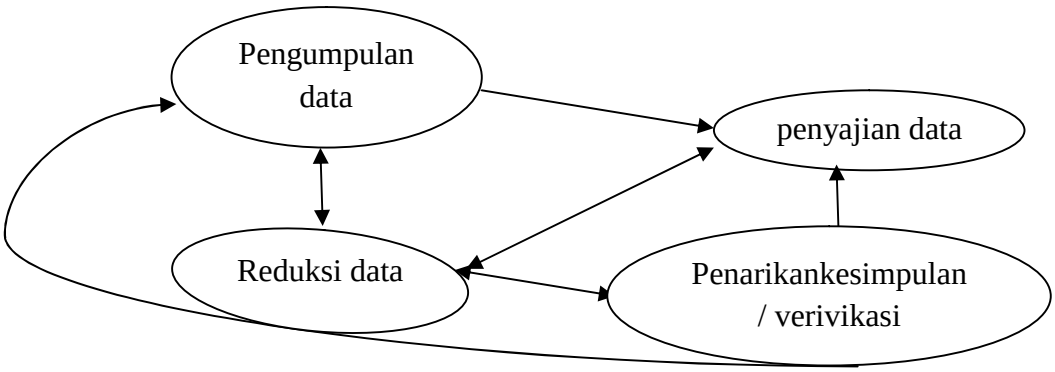
Dalam penelitian menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:
1. Penelitian kepustakaan
2. Penelitian lapangan

Penelitian ini prinsipnya dapat dibagi menjadi beberapa bagian :
a. Observasi.
b. Wawancara
c. Data yang diperoleh melalui sumber informasi yaitu : Dokumen, Buku-buku referensi dan Internet.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah Deskriptif kualitatif. Sehingga penelitian ini berusaha memberikan gambaran dari data-data yang dikumpulkan untuk ditarik suatu kesimpulan mengenai pendapat bagaimana strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Kalimantan Timur dalam mensosialisasikan internet sehat kepada masyarakat.

Dalam Teknik analisis datanya, peneliti mengacu pada Model Interaktif oleh Miles dan Huberman (2007:20) sebagai berikut :



Gambar Bagan Metode Analisis Data
Sumber : Iskandar, 2013:224

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Sesuai dengan jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah kualitatif deskriptif yang sifatnya memaparkan, menggambarkan apa saja yang ada dilapangan sesuai dengan judul skripsi yaitu "Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Dan Informatika provinsi Kalimantan Timur Dalam Mensosialisasikan Internet Sehat di Kota Samarinda".

Komunikator

Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan, peran komunikator sangat penting dalam proses komunikasi karena pesan yang disampaikan komunikator tujuannya agar pesan tepat sasaran dan menimbulkan umpan balik.

Komunikator yang mampu mempengaruhi khalayak adalah mereka yang memiliki sifat kepemimpinan dimana keseluruhan syarat yang dikemukakan diatas. Sifat kepemimpinan berarti kemampuan menggerakkan dan mempengaruhi orang banyak. Dengan demikian komunikator yang memiliki sifat kepemimpinan akan mudah dan cepat mempengaruhi khalayak.

Pesan

Pesan yang disampaikan harus dikuasai lebih dahulu, termasuk struktur penyusunannya yang sistematis. Mampu mengemukakan argumentasi secara logis. Untuk itu harus mempunyai alasan-alasan berupa fakta dan pendapat yang bisa mendukung materi yang disajikan. Memiliki kemampuan untuk membuat intonasi bahasa, serta gerakan-gerakan nonverbal yang dapat menarik perhatian khalayak. Memiliki kemampuan untuk membumbui pesan yang disampaikan dengan anekdot-anekdot untuk menarik perhatian dan mengurangi rasa bosan khalayak.

Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Dalam hal ini media yang digunakan adalah media kelompok.

Komunikan

Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun khalayak mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa persamaan kepentingan komunikasi tak mungkin berlangsung. Justru itu untuk berlangsungnya suatu komunikasi dan kemudian tercapainya hasil yang positif, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media. Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan kerangka referensi komunikan secara tepat dan seksama.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi DISKOMINFO Provinsi Kalimantan Timur dalam mensosialisasikan internet sehat yang dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini terfokus ada empat hal yaitu: komunikator, pesan,media dan komunikan.

Komunikator

Komunikator sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi untuk itu seorang komunikator harus terampil berkomunikasi dan juga kaya ide serta penuh daya kreatifitas. Dengan kata lain siapa yang menyampaikan pesan, jauh lebih penting dan berpengaruh daripada apa yang disampaikan. Khalayak sangat menghargai komunikator yang berkompeten, yang dikenal, yang dikagumi dan yang cukup disegani oleh masyarakat.

Komunikator memiliki daya tarik untuk mempengaruhi komunikannya. Daya tarik adalah salah satu faktor yang harus dimiliki oleh seorang komunikator selain dari kredibilitas.

Pesan

Dalam sosialisasi pesan yang digunakan ada dua yaitu verbal dan non verbal. Gabungan dari kedua kode tersebut dalam penyusunan pesan ada dua menurut Cassandra (Cangara:2010) yaitu penyusunan pesan yang bersifat informatif dan penyusunan pesan bersifat persuasif.

Dilihat dari kaitannya dengan teori yang digunakan yaitu teori retorika . dengan asumsi dasar *Logos* adalah dimana DISKOMINFO menurunkan tim dengan persiapan pengetahuan yang luas dan mendalam tentang apa yang akan dikomunikasikan, dimana struktur pesan dalam hal ini mengenai internet sehat yang disampaikan itu logis dan rasional dan berbasis pada kekuatan argumentasi. Maka dari itu dalam menarik perhatian khalayak, haruslah terlebih dahulu melalui pintu perhatian, setelah melewati panca-indera dan menjadi pengamatan.

Media

Dapat dilihat bahwa dalam mensosialisasikan internet sehat kepada pelajar baik itu dari SD, SMP dan SMA diperlukan media disini yang dipakai oleh tim pelaksana dari kegiatan sosialisasi internet sehat adalah media seminar. Karena dengan media seminar tim DISKOMINFO mengetahui siapa yang menjadi khalayaknya dan juga tim DISKOMINFO dapat langsung bertatap muka dengan khalayaknya, khalayaknya disini adalah pelajar yang bersekolah di sekolah yang dikunjungi oleh tim DISKOMINFO.

Tidak hanya melakukan sosialisasi melalui tatap muka, namun M-CAP juga membantu sebagai alat operasional dalam melakukan kegiatan sosialisasi. M-CAP bisa jadi alat praktek setelah dilakukannya sosialisasi secara tatap muka. Relawan TIK dibentuk dari beberapa orang yang berkompeten dibidangnya seperti Pakar Teknologi informatika.

Komunikan

Mengenal khalayak adalah langkah pertama dalam strategi komunikasi agar terciptanya komunikasi yang efektif, sebagaimana telah dijelaskan dalam proses komunikasi, khalayak sama sekali tidak pasif, melainkan aktif sehaingga antara komunikator dan komunikan bisa terjalin hubungan dan menimbulkan feed back atau umpan balik.

DISKOMINFO Sebelum melakukan kegiatan sosialisasi, perlu diketahui siapa saja yang akan menjadi sasaran sosialisasi. Hal ini juga bergantung kepada tujuan komunikasi terhadap komunikan, apakah menginginkan agar komunikan hanya sekedar mengetahui atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian dapat dijabarkan berikut ini:

1. Komunikator dalam mensosialisasikan internet sehat disini adalah bidang Aplikasi dan Telematika (APTEL) dan relawan TIK. Komunikator merupakan unsur yang paling dominan dalam proses komunikasi untuk mencapai efektivitas, yaitu mereka yang menyusun dan melontarkan pesan atau pernyataan umum kepada khalayak. Daya tarik adalah salah satu faktor yang harus dimiliki oleh seorang komunikator selain dari kredibilitas. Penggunaan bahasa dimana komunikator dalam mensosialisasikan internet sehatnya menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh audiensnya yaitu dengan mengidentifikasi siapa yang menjadi khalayaknya, agar dapat dengan cepat pesan yang disampaikan mengenai kepenerima pesan.
2. Dalam menyampaikan materi/pesan kepada khalayak DISKOMINFO, sebelumnya melakukan perumusan strategi yaitu menyusun pesan ialah menentukan tema dan materi dengan syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Hal ini dilakukan tim DISKOMINFO agar pesan yang dibawakan dapat menarik perhatian khalayak sehingga menimbulkan ketertarikan dan dengan pesan yang menarik tidak membuat khalayak bosan.
3. Media yang digunakan oleh DISKOMINFO dalam mensosialisasikan internet sehat kepada khalayaknya ialah media tatap muka seperti seminar dan mobil M-CAP. Selain itu DISKOMINFO juga menggunakan media massa seperti surat kabar Kaltim Post, Tribun Kaltim, radio RRI, TVRI KALTIM dan Media online. Hal ini dilakukan agar khalayak yang tersebar di Provinsi Kalimantan Timur dapat mengetahui mengenai internet sehat dan Undang-Undang ITE.
4. Sasaran Komunikan dalam kegiatan sosialisasi ini yaitu dari tingkat SD hingga Perguruan Tinggi dan masyarakat . Kegiatan ini diharapkan para pelajar,Mahasiswa dan Masyarakat lebih paham yang dimaksud dengan Undang-Undang ITE dan internet sehat. Selain itu komunikan juga merespon dengan baik sosialisasi yang diberikan dan dapat diterapkan dikehidupan nyata mengenai internet sehat tersebut.

Saran

1. Kepada pengajar senantiasa membimbing siswa-siswi didiknya agar dapat menggunakan internet dengan baik dan benar saat disekolah, dengan cara memberikan pengarahan dalam mata pelajaran TIK (Teknologi informasi dan komunikasi).
2. Anak, remaja maupun siswa didik diharapkan dapat belajar bertanggung jawab atas perilaku mereka sendiri. termasuk ketika menggunakan internet, tentunya dengan bimbingan dan arahan dari orang tua, guru dan komunitas.
3. Diskominfo dapat memberikan sosialisasi internet sehat lebih banyak pada sekolah atau desa terpencil karena minimnya pemahaman mengenai internet sehat.
4. Diskominfo juga dapat Memberikan materi yang lebih menarik dan kreatif agar audiens lebih respon dan tertarik terhadap sosialisasi yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Evinaro. 2007. Komunikasi Massa. Bandung : Sembiosa Rekatama Media

Arifin, Anwar. 1984. Strategi komunikasi. Bandung : PT. Amrico

Cangara, Hafid. 1998. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Cangara, Hafid. 2000. Pengantar ilmu komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Donny B. U, Mudiardjo. 2008. Internet Sehat. Jakarta : Departemen Komunikasi & Informatika RI-Direktorat Jenderal Aplikasi Telematika.

Effendy, Onong Uchjana. 2001. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : PT. Remaja RosdaKarya

Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Effendy, Onong Uchjana. 2005. Ilmu komunikasi teori dan praktek. Bandung : PT. Remaja RosdaKarya

Effendy, Onong Uchjana. 2008. Dinamika Komunikasi, Bandung: Remaja Rosdakarya

Fajar, Marhaeni. 2009. Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek. Yogyakarta : Graha Ilmu

Hidayat, Dedy N. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : PT. . Raja Grafindo Persada

Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset komunikasi. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.

Narwoko, J. Dwi & Bagong Suyanto. 2006. Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan. Jakarta: Kencana

Nuruddin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Rakhmat, Jalaluddin. 2009. Retorika Modern Pendekatan Praktis. Bandung. Remaja RosdaKarya

Ruslan, Rosady. 2006. Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Santoso Edi&Setiansah Mite. 2010. Teori Komunikasi. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sasongko Ashwin. 2011. RELAWAN TIK INDONESIA. Jakarta : Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika- Kementerian Komunikasi dan Informatika

Sjarifuddin, AR. 2007. Manajemen Komunikasi. Samarinda: Aceeca Print.

Soegiyono. 2006. Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: CV. Alfabeta

Soemirat, Sholeh. 2000. Dasar-dasar Komunikasi. Bandung : Program PascaSarjana UNPAD

Yukl, Gary. 2009. Kepemimpinan dalam organisasi, Terjemahan oleh Budi Supriyanto. Jakarta : PT. Indeks

Sumber lainnya :

Pamphlet "Stop Dekadensi Moral & Pornografi". Dinas Komunikasi dan Informatika Kalimantan Timur

Wawancara Kepala Bidang Aplikasi dan Telematika Dinas Komunikasi dan Informatika Kalimantan Timur

Wawancara dengan Kasi. Telematika Dinas Komunikasi dan Informatika Kalimantan Timur

Wawancara Staf bidang Telematika

Sumber Internet :

Strategi. (http://id.wikipedia.org/wiki/strategi) Diakses tanggal 20 oktober 2014

Pengguna internet indonesia nomor enam dunia (tekno.kompas.com/read/2014/11//24/07430087/pengguna.internet.indonesia.nomor.enam.dunia) Diakses 8 april 2015

Indonesia peringkat 8 dunia pengguna internet terbesar (m.okezone.com/read/2014/05/13/55/984151/indonesia-peringkat-8-dunia-pengguna-internet-terbesar) Diakses 8 april 2015

Pengertian internet sehat secara umum (mousetik.blogspot.com//2013/04/pengertian-internet-sehat-secara-umum.html)Diakses 10 juni 2015