

## Dinamika Isu Pernikahan Anak di Indonesia pada Media Baru

### *The Dynamic of Child Marriage's Issue in Indonesia on New Media*

Hermin Indah Wahyuni<sup>1</sup>, Partini<sup>2</sup>, Lidwina Mutia Sadasri<sup>3</sup>, Meike Lusye K.<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Pusat Studi Sosial Asia Tenggara Universitas Gadjah Mada

<sup>1</sup>hermin\_iw@ugm.ac.id, <sup>2</sup>partini@ugm.ac.id, <sup>3</sup>lidwina.mutia@ugm.ac.id,

<sup>4</sup>meikekarolus@gmail.com

Naskah diterima: 16 November 2018, direvisi: 12 Desember 2018, disetujui: 13 Desember 2018

#### **Abstract**

*Child marriage is a serious problem in Indonesia. Search engines and online social media have shown the dynamics of conversations about early marriage. One of the issues that went viral is the marriage of junior high school couple at Bantaeng, Sulawesi, in April, 2018. The massive conversations about child marriage have represented the significance of this research. Based on that background, this study focuses on mapping child marriage contents on new media. The objective is to describe child marriage contents and perceptions of it. This research used qualitative content analysis and data grabbing focusing on some keywords of child marriage on Facebook and Twitter for six months, from December 2017 - May 2018. The result of this research has shown that there are several types of child marriage contents, such as content highlight, news article, image, top stories, and map. Perception streams found on online media regarding those contents have indicated various emotion, from joy until trust.*

**Keywords:** *child marriage, online social media, media content, Indonesia.*

#### **Abstrak**

*Pernikahan anak merupakan salah satu problem serius yang dihadapi Indonesia. Keriuhan perbincangan tentang nikah usia anak tampak di internet. Salah satu peristiwa nikah anak yang viral adalah pasangan siswa SMP Bantaeng, Sulawesi pada bulan April 2018. Masivitas konten nikah anak ini yang menjadi salah satu pemicu signifikansi kajian ini dilakukan. Dengan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang muncul dalam kajian ini berfokus untuk memetakan kecenderungan konten nikah anak di media baru. Tujuan riset ini untuk memetakan wacana dan persepsi nikah anak di media baru. Penelitian ini menggunakan metode riset analisis isi kualitatif dan grabbing data dengan fokus pada sejumlah kata kunci nikah anak di Facebook dan Twitter selama 6 bulan, Desember 2017-Mei 2018. Temuan riset ini mengarah pada tebaran konten nikah anak, mulai dari highlight konten, artikel berita, image, top stories serta map. Selain itu, temuan data di media sosial daring mengarah pada perception streams yang beragam dengan titik tekan mulai dari joy sampai trust.*

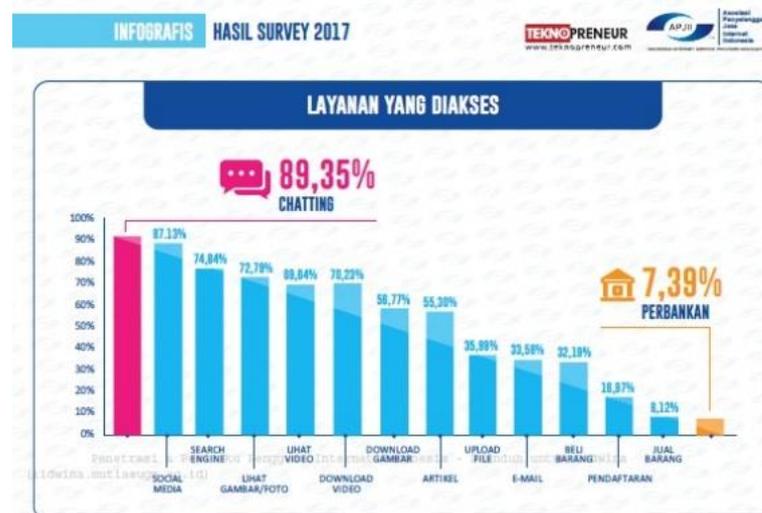
**Kata kunci:** *nikah anak, media sosial daring, konten media, Indonesia.*

## PENDAHULUAN

Internet sebagai salah satu bentuk media baru pada kenyataannya memiliki basis pengguna dengan jumlah yang makin meningkat. Berbasis data hasil survei yang disampaikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia tahun 2017, pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan, ada kenaikan sebanyak 10,56 juta, yakni menjadi 143,26 juta pengguna (APJII, 2017). Dari data tersebut juga ditunjukkan bahwa internet tidak semata-mata diakses oleh pengguna dari daerah urban, tetapi rural-urban dan rural. Bahkan rural dan rural-urban hanya memiliki selisih angka sebanyak 1,24% (APJII, 2017).

Jika ditelusur lebih jauh, komposisi pengguna internet berdasar usia di Indonesia mayoritas di antara 19-34 tahun, yakni sebanyak 49,52% (APJII, 2017). Meski demikian, usia di bawahnya, yakni 13-18 tahun juga memanfaatkan internet, bahkan dalam tataran penetrasi pengguna, kelompok usia tersebut menduduki peringkat pertama, yakni 75,50%. Hal ini sejalan dengan sejumlah kajian yang menunjukkan lekatnya relasi kaum muda atau remaja dengan internet.

Kajian tersebut menyatakan bahwa anak-anak dan remaja makin terikat dengan teknologi internet untuk mencari hiburan dan perkembangan sosial (Lenhart, Madden, Macgill & Smith, 2007; Palfrey & Gasser, 2008; Rideout, Foehr, & Roberts, 2010 dalam Byrne & Lee, 2011). Selain itu, hasil riset Geyer (2009) menunjukkan bahwa pada anak usia 8-14 tahun, internet digunakan paling tidak untuk tiga tipe kegiatan, antara lain bermain *game* (66%), bercakap-cakap dengan teman atau keluarga (55,6%), dan mencari informasi yang penting bagi mereka (61,3%). Hal ini sejalan dengan temuan riset APJII di Indonesia, bahwa layanan akses *chatting* dan *social media* di Indonesia masih menjadi primadona seperti dinyatakan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Layanan yang Diakses Pengguna Internet Indonesia (APJII, 2017)

Media sosial daring di Indonesia pada kenyataannya tak hanya digunakan untuk *chatting* secara daring, tetapi juga untuk beragam kegiatan lainnya, salah satu bentuknya adalah beragam aktivisme daring seperti kampanye. Bahkan, dalam dua tahun terakhir, kampanye melalui media sosial daring cukup mudah ditemui, salah satunya kampanye kontroversial terkait pernikahan anak seperti yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Artikel Kampanye Nikah Muda (ACDP Indonesia, 2016)

Tercatat tagar (tanda pagar atau *hashtag*) *NikahMuda* menjadi salah satu tagar yang sempat viral dalam konteks media sosial daring di Indonesia. Diskusi terkait tagar tersebut juga telah sampai pada beragam bentuk aktivisme lain, baik pro maupun kontra atas praktik pernikahan di kalangan remaja. Pada artikel di atas, dinyatakan bahwa Muhammad Alvin, anak seorang pendakwah yang populer dan memiliki basis *followers* sebanyak 324,000 di media sosial daring Instagram menjadi perbincangan dikarenakan usianya yang terbilang sangat muda untuk dapat menikah, yakni 17 tahun. Padahal, UU No. 1 tahun 1974 tentang perkawinan menyaratkan perkawinan hanya diizinkan bila pihak pria mencapai umur 19 tahun.

*NikahMuda* yang dilakukan Muhammad Alvin pun jadi sorotan media. Selain pro kontra atas pernikahan dini yang dilakukannya, ia juga seakan tak habis menyodorkan materi bahasan melalui konten yang ia unggah di akun media sosial miliknya terkait pernikahan yang dijalannya. Diskursus terkait nikah muda yang termanifestasikan dalam perbincangan di media sosial daring pun tak berhenti di situ. Sampai saat ini, masih bermunculan tagar *NikahMuda*, *MarriedYoung*, sampai *IndonesiaTanpaPacaran* yang makin melembaga, bahkan gerakan yang memiliki 900 ribu pengikut di Facebook dan 400 ribu pengikut di Instagram ini mengadakan pertemuan nasional di Bekasi bulan April silam (BBC News, 2018).

Sampai Bulan April 2018 lalu, Indonesia “dikejutkan” kembali akan berita anak usia SMP (15 dan 14 tahun) di Sulawesi Barat yang bersikeras ingin menikah. Tak pelak, pro-kontra akan pernikahan anak muncul kembali dan makin makin masif informasinya melalui media sosial daring. Hal ini menunjukkan adanya signifikansi dalam kajian ilmu sosial untuk menelisik lebih dalam dan memetakan gambaran relasi antara media baru atau kumpulan *big data* dan fenomena nikah anak di Indonesia melalui kajian atas teks atau wacana di media baru dan atas masyarakat sebagai pengguna media baru.

Rumusan masalah yang ingin digali dalam riset ini adalah bagaimana wacana konten nikah anak di media baru, baik melalui mesin pencari maupun media sosial daring. Tujuan kajian ini adalah memberikan pemetaan deskripsi wacana nikah anak dan persepsi di media baru. Manfaat studi ini dapat memperbaharui kajian terdahulu mengenai nikah anak dan media, kajian ini juga mendorong rekomendasi terkait akses informasi di ruang publik terkait nikah anak dalam konteks pencegahan.

Konsep yang digunakan dalam riset ini diambil dari kajian terdahulu yang membahas relasi internet dan remaja, pemanfaatan media baru dalam diskursus, serta gambaran umum nikah anak. Internet sebagai salah satu bentuk media baru oleh DiMaggio (2001) dinyatakan memiliki dua kutub konsekuensi atas penggunaannya, yakni positif dan negatif dengan dasar atas lima domain utama yang dianalisis, yakni kesenjangan, komunitas dan kapital sosial, partisipasi politik, organisasi dan institusi ekonomi lainnya, serta partisipasi budaya dan keragaman budaya. Internet pada dasarnya mampu berkontribusi membangun pengguna dan lingkup lingkungannya secara konstruktif maupun membawa dampak destruktif. Fakta kualitatif dan kuantitatif juga mendukung potensi internet.

Jika ditilik dari basis kelompok usia, remaja memiliki relasi yang kuat dengan internet. Remaja, melalui akun media sosial daring yang dimilikinya, banyak mengikuti akun yang ia minati, baik di Facebook, Instagram, Twitter, maupun YouTube. Remaja juga menjadi produsen konten dalam beragam *platform* tersebut. Internet menawarkan "keuntungan" anonimitas, merendahkan peluang terdeteksi berkaitan dengan fakta *tangible*, dan kenyamanan bagi pengguna, memberi kesempatan bagi perilaku menyimpang untuk tetap "*faceless*" dan pelaku tetap berada di rumah (Freestone & Mitchell, 2004:122). Livingstone dan Bober (2003) bahkan memberikan komentar berkaitan dengan media baru, bahwa kaum muda dan anak-anak sering kali menyebut dirinya lebih ahli dibandingkan dengan orang tua mereka.

Selanjutnya, relasi media baru dalam diskursus dipetakan oleh Flew (2004) yang menyatakan bahwa internet sebagai bentuk media baru memiliki kemampuan dan hambatan dalam konteks informasi; internet memberikan beragam sumber informasi dengan mendukung sumber lokal terkait informasi dengan sumber dari beragam lokalitas, dan untuk mengkomparasikan sudut pandang yang bertentangan, sedangkan hambatannya ialah, ketiadaan filter dan *gatekeeper* sehingga memerlukan kapabilitas pengguna dalam jumlah yang progresif untuk dapat memberikan nilai dan validitas atas informasi *online*.

Konsep terakhir, yakni nikah anak, secara definitif merupakan pernikahan yang terjadi pada anak di bawah 18 tahun dengan terpaksa, dipaksa, atau atas kemauan sendiri. Menurut laporan *Commercial Sexual Exploitation of Children in East and South-East Asian* (CSEC) 2014, pernikahan anak adalah bentuk kekerasan terhadap hak-hak anak yang memiliki konsekuensi seumur hidup, khususnya pada anak perempuan.

Indonesia sebagai salah satu negara anggota PBB dan negara anggota ASEAN menghadapi problem yang rumit dalam menindaklanjuti praktik pernikahan anak. Tantangan ekonomi, agama, dan kultural menjadi salah satu penyebab sulitnya mengakhiri pernikahan anak di Indonesia. Keadaan ini tentu saja mempengaruhi terwujudnya SDGs untuk mewujudkan *welfare state*. Menurut *Council of Foreign Relations* Indonesia merupakan salah satu dari sepuluh negara di dunia dengan angka tertinggi pengantin anak. Di kawasan ASEAN, Indonesia berada di posisi kedua setelah Kamboja (MEASURE DHS, ICF, UN report, 2011 dan PKGS-UI, 2015).

## METODE

Metode yang dipakai pada penelitian ini adalah metode analisis isi yang merupakan metode sistematis untuk menganalisis isi dan pesan yang disampaikan. Pada penelitian ini,

penulis menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif. Analisis isi kualitatif mampu melihat kecenderungan isi media berdasarkan *context* (situasi sosial di seputar dokumen atau teks yang diteliti), *process* (produksi media atau isi pesan yang diorganisasi bersama), dan *emergence* (pembentukan secara bertahap dari makna sebuah pesan melalui pemahaman dan interpretasi) dari dokumen yang diteliti (Bungin, 2004).

Analisis isi penting bagi tiap teori berkaitan dengan dampak atau anteseden konten. Hal tersebut tak esensial bagi tiap studi yang dilakukan, tetapi dalam perjalanannya, kajian komunikasi massa umumnya mengaji konten (Riffe, Lacy, Fico, 2014). Penelitian analisis isi kualitatif membutuhkan instrumen penelitian untuk mengkategorisasikan data, sehingga dalam proses analisisnya menggunakan *mix method approach* yang bekerja dan menganalisis kategori frekuensi teks menggunakan langkah kuantitatif kemudian menafsirkan kategori ke dalam teks menggunakan langkah kualitatif (Mayring, 2014).

Konten media sosial daring, yakni Facebook dan Twitter dengan kata kunci nikah anak selama periode Desember 2017-Mei 2018 merupakan objek penelitian dalam kajian ini. Konten tersebut akan dianalisis menggunakan IPA (*Intelligence Perception Analysis*). IPA adalah sistem yang bekerja 24 jam secara *real time*, otomatis, dengan robot yang melakukan monitoring. IPA melakukan analisis opini publik dari sumber *social media* untuk mendapatkan persepsi publik secara *real time* terhadap suatu kejadian, tokoh, organisasi, *issue*, ataupun kebijakan. Facebook dan Twitter digunakan untuk mendapatkan demografi publik berdasar *profile user* (*age, gender, location, activity, awareness, influence, hobby*). *Emotion mining* digunakan untuk memetakan persepsi secara detail (Indonesiaindicator, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konten Nikah Anak di Media Baru

Secara faktual, kasus pernikahan anak di Indonesia sendiri bukan merupakan hal yang asing. Pernikahan anak sendiri merupakan masalah krusial yang menjadi hambatan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial. Definisi pernikahan anak yang digunakan dalam kajian ini adalah pernikahan yang terjadi pada anak di bawah 18 tahun dengan terpaksa, dipaksa, atau atas kemauan sendiri. Jika dikaitkan dengan Undang-Undang yang dimiliki Indonesia terkait nikah anak, bahkan usia nikah di Indonesia lebih rendah dari angka yang ditetapkan global, yakni usia 16 tahun untuk anak perempuan. Menurut laporan *Commercial Sexual Exploitation of Children in East and South-East Asian* (CSEC) 2014, pernikahan anak adalah bentuk kekerasan terhadap hak-hak anak yang memiliki konsekuensi seumur hidup, khususnya pada anak perempuan.

Melalui beragam media komunikasi, audiens secara umum di Indonesia dapat melihat sejumlah informasi terkait kasus nikah anak, tak terkecuali media baru atau internet. Berbasis mesin pencari di Google dan Yahoo Search, tim peneliti menemukan sejumlah informasi terkait kasus nikah anak yang tergambar pada detail temuan di bawah ini.

Tabel 1 Temuan Kata Kunci Nikah Anak dalam Mesin Pencari

Parameter	Google Search	Yahoo Search
Pernikahan Anak	58,400,000	3,970,000
Konten Laman awal	Highlight konten Wikipedia Indonesia Separuh laman child marriage 8 artikel pernikahan anak	10 artikel pernikahan anak 4 tautan video nikah anak dari YouTube

Images pernikahan tokoh dan figur publik 6 gambar hasil image result  
 Top stories CNN, viva.coid, Liputan6.com dengan dengan kata kunci nikah anak  
 topik respons KPAI atas nikah anak  
 Google map vendor nikah

Sumber: Google dan Yahoo Search, 2018

Masivitas konten di atas seakan menegaskan yang dinyatakan Hick & Halpin (2001) bahwa internet menjadi elemen kunci untuk komunikasi dalam masyarakat informasi global. Hanya melalui laman mesin pencari, tebaran konten yang spesifik bicara mengenai nikah anak terbilang banyak. Semesta konten yang tersaji dalam tabel di atas menunjukkan variabilitas isi dan bentuk konten terkait nikah anak, dimulai dari definisi nikah anak, artikel yang mengetengahkan nikah anak, baik pro maupun kontra, gambar pernikahan yang secara khusus menghadirkan figur publik, sampai pada liputan berita, konten audio visual nikah anak, sampai penyediaan peta terkait vendor pernikahan. Keragaman konten yang tampak juga terkait dengan karakteristik *variability* dari *big data*. *Big data* sendiri akhir-akhir ini digandrungi peneliti dalam memetakan gambaran umum atau agregat isu yang mampu menghadirkan sejumlah temuan dalam waktu singkat karena sifat data yang telah tersaji bahkan sebelum riset dilakukan.

Dalam bentuk lain, di internet juga muncul sejumlah aktivisme atau gerakan sosial. Aktivisme atau gerakan sosial yang dicetuskan oleh kaum muda banyak bertebaran di media sosial daring. Isu yang dibawa pun beragam, mulai dari kampanye kesehatan, budaya, sampai pada kampanye politik, tak terkecuali kampanye yang terkait dengan isu relasi personal antaranakmuda, seperti gerakan yang viral di Twitter melalui tagar #nikahmuda maupun #indonesiatanpacaran. Jika dipetakan, gerakan daring tersebut sangat memanfaatkan jejaring sosial.

Dalam konteks yang terjadi di Indonesia, terlihat potensi kemunculan bentuk kampanye yang dilakukan individu ataupun kelompok melalui media baru, seperti contohnya Kampanye Indonesia Tanpa Pacaran yang memiliki basis ribuan pengikut dalam akun Facebook ([https://www.facebook.com/IndonesiaTanpaPacaranID/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/IndonesiaTanpaPacaranID/?ref=br_rs))



Gambar 3. Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran di Laman Facebook

Selain Facebook, Kampanye ini juga memiliki basis *web*, seperti ditampilkan dalam Gambar 4.



Gambar 4. Indonesia Tanpa Pacaran dalam Situs Web

Kampanye ini sejatinya dimulai dari buku karangan La Ode Munafar dengan judul yang sama “Indonesia Tanpa Pacaran”. Kampanye kemudian ramai di Twitter juga dengan konten yang mengarah pada anjuran nikah muda. Jika dilihat dengan lebih seksama, terdapat cukup banyak akun di media sosial yang mengarah pada anjuran nikah muda, tidak hanya kampanye #indonesiatanpapacaran. Hal ini dikarenakan karakteristik situs jejaring sosial yang menyediakan *platform* untuk jangkauan luas minat dan praktik, yang telah berkembang secara dramatis dalam beberapa tahun terakhir dengan jumlah orang yang bertambah setiap hari. Jejaring sosial daring menjadi bagian integral dari kehidupan seseorang dan dipandang sebagai perluasan sarana komunikasi.

Jika dianalisis, beragam kampanye tersebut menunjukkan kecenderungan perubahan perilaku publik, salah satunya dalam pembangunan relasi interpersonal. Hal ini seakan mengamini pernyataan bahwa internet dipandang telah memproduksi inovasi teknologi yang terus menerus mengubah perilaku kehidupan publik (Bimber 1998, 2003; Davis, 1999; Hill dan Hughes, 1997 dalam Jennings & Zeither, 2003:312). Perubahan yang terjadi salah satunya ditunjukkan melalui bangunan relasi interpersonal yang makin termediasi dengan internet.

Selain implikasi pada perubahan dalam proses membangun relasi interpersonal, media, dalam konteks ini adalah media baru, juga berposisi sebagai agen untuk memposisikan manusia (melalui wacana). Wacana media tidak serta merta dipertentangkan, tetapi karena wacana semacam itu melayani untuk memberi legitimasi (atau delegitimasi). Makna kemudian hanya hegemonik dalam *sense* temporal karena, dari momen konsepsinya, berada di bawah tantangan. Meskipun begitu, selalu saja ada sejumlah intelektual yang mencoba mengontrol (dan menstabilisasi) makna (Louw, 2001). Wacana merupakan sarana *hegemonic* yang kuat secara potensial untuk kontrol sosial, karena formasi diskursif memiliki kekuasaan untuk menolak dari diskusi pertanyaan atau isu tertentu.

Jika dilihat secara lebih mendetail, wacana yang hadir di media baru terkait nikah anak terpetakan dalam pro dan kontra. Porsi konten kontra atas nikah anak dalam kajian ini muncul dengan porsi yang lebih besar dibanding konten yang mendukung nikah anak. Jika kembali pada temuan awal pada laman mesin pencari, dapat dilihat mayoritas konten yang muncul berasal dari Tirto.id yang gencar mengunggah konten yang cenderung mencegah nikah anak, isi artikel tersebut antara lain:

Tabel 2 Isi Artikel Pernikahan Anak di Tirto.id

No	Judul
1	Indonesia Tanpa Pacaran: Antara Biro Jodoh & Ruang Baru Persekusi
2	Pernikahan Anak Merenggut Hak Anak dan Merugikan Negara
3	KPAI Dukung Peningkatan Usia Minimal Anak Boleh Menikah

- 4 Mendikbud Tegaskan Anak yang Telah Menikah Boleh Tetap Sekolah
- 5 Pernikahan di Bawah Umur di Bantaeng Dinilai Langgar Hak Anak
- 6 Masih Tinggikah Pernikahan Dini di Indonesia?
- 7 Kemensos: Pernikahan Dini Anak SMP di Sulsel Harusnya Tak Disetujui
- 8 Akad Kawin Anak Bikin Melarat
- 9 Pasangan yang Ajukan Pernikahan Dini di Madiun Capai Angka Puluhan
- 10 Hubungan Seksual dengan Istri Bawah Umur Dianggap Perkosaan
- 11 Mensos Tekankan Pentingnya Edukasi Cegah Pernikahan Dini
- 12 Mensos Minta Media Berhenti Viralkan Berita Selamat-Rohaya
- 13 Anak-Anak di Pedesaan Rentan Menikah pada Usia Dini
- 14 BKKBN Imbau Generasi Muda tak Menikah Terlalu Dini
- 15 RUU KUHP Dinilai Mendukung Pernikahan Dini
- 16 Menikahkan Anak? Tunggu Dulu!
- 17 Mereka yang Takut Menikah
- 18 Kawin Dijegal Modal
- 19 Biaya Nikah dan Rapor Merah KUA
- 20 WCC Desak Pemerintah Tinjau Batas Minimal Usia Nikah
- 21 Kemiskinan dan Maraknya Pernikahan Anak di Zimbabwe

Sumber: Tirto.id, 2018

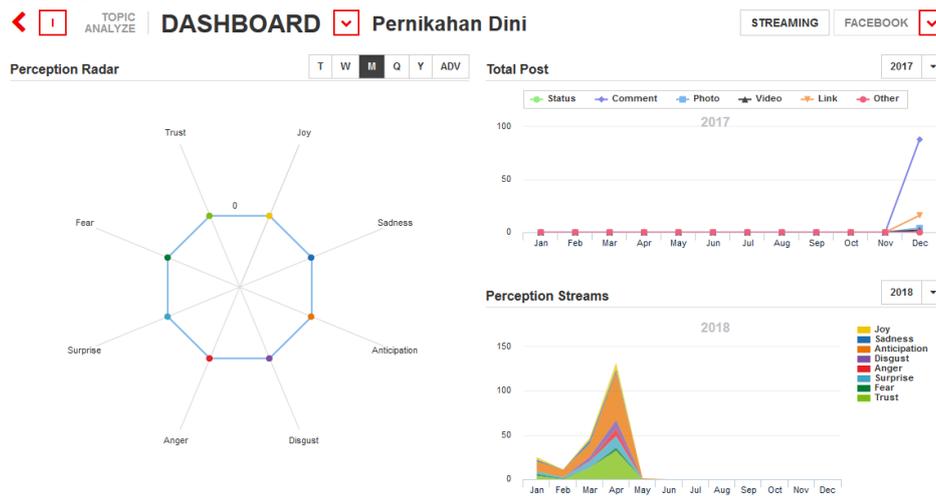
Konten di atas jika dianalisis menggunakan Louw (2001) menunjukkan adanya upaya kontrol makna atas wacana. Dalam konteks riset ini, wacana nikah anak cenderung kontra supaya pembaca artikel dapat melihat sejumlah kerugian dalam praktik nikah anak dan mampu berupaya mencegah terjadinya nikah anak. Secara faktual mayoritas konten di Tirto.id didominasi sejumlah pernyataan guna mencegah anak untuk nikah dini. Hal ini ditunjukkan melalui pendapat sejumlah pihak, baik Mensos, BKKBN, dan KPAI yang *concern* terkait isu tersebut dengan memberi imbauan untuk tidak menikah terlalu dini. Tak hanya itu, isu terkait tingginya biaya nikah di Indonesia juga menjadi salah satu *highlight* yang dapat digunakan sebagai alasan tidak menikah terlalu dini.

Secara umum, masivitas temuan konten nikah anak di mesin pencari menunjukkan karakteristik internet yang tersusun atas jaringan kabel, telepon, dan hubungan satelit yang dapat terkoneksi dengan komputer di pertengahan tahun 1990an sebagai media baru yang kuat, seperti yang dinyatakan Vivian (2008). Jika ditilik dalam kondisi saat ini, hampir setiap orang dapat masuk dalam jaringan tersebut. Meski detail yang tersaji di atas hanya konten media Tirto.id, tetapi jika ditilik lebih lanjut, sejumlah pemilik akun di media sosial juga aktif mengunggah pernyataan tentang nikah anak dan menunjukkan sisi *user-generated content*.

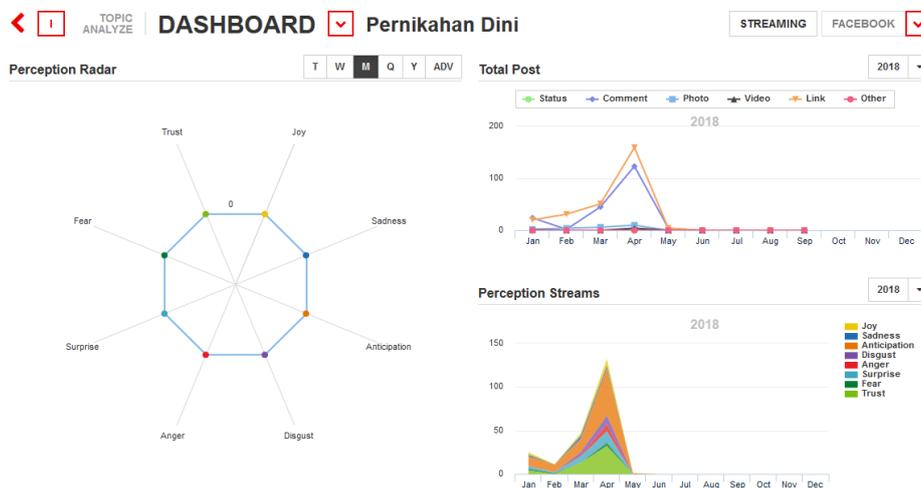
Pavlik (1996) memetakan beberapa konsep kunci media baru atau karakteristik khas dari media baru yang dipetakan dalam tiga kelompok utama, yakni kecenderungan dalam transformasi teknologi media (konvergensi, kompresi, dan digitisasi), kualitas dan atribut media baru (*hypertext* dan interaktivitas), serta konsep jaringan komputer (*information superhighway*, *internet*, dan komunikasi *online*). Kategori ini yang kemudian diharapkan muncul dalam aplikasi *internet* yang ideal sehingga pemanfaatan internet menjadi optimal. Pada dasarnya isi pesan terkait nikah anak yang ditunjukkan melalui pemetaan tersebut di atas menunjukkan konsekuensi penggunaan media baru secara lebih positif. Dalam konteks ini, konten di media baru memenuhi tiga konsep di atas, terutama kuatnya interaktivitas antarpengguna melalui komentar yang diunggah, baik melalui akun media sosial pribadi maupun situs *web* milik institusi.

### Konten Nikah Anak di Facebook dan Twitter

Selain mencoba memetakan dan menganalisis konten yang tersedia di mesin pencari, riset ini juga melihat tebaran konten nikah anak di Facebook dan Twitter selama 6 bulan dari bulan Desember 2017-Mei 2018. Kata kunci yang digunakan untuk menghimpun data di media sosial daring Facebook dan Twitter antara lain nikah anak, nikah dini, dan nikah muda. Dari kata kunci tersebut didapatkan lebih dari 1000 laman yang memiliki konten sesuai kata kunci tersebut, secara spesifik untuk konten Facebook sebanyak 5,427 unggahan. Temuan yang didapatkan dari IPA ditunjukkan dalam Gambar 5 dan Gambar 6.



Gambar 5. Hasil Olah Data IPA Facebook Desember 2017 (Indonesia Indicator, 2018)



Gambar 6. Hasil Olah Data IPA Facebook Januari –Mei 2018 (Indonesia Indicator, 2018)

Gambar di atas menunjukkan hasil olah data atas konten Facebook dari Bulan Desember 2017 hingga Mei 2018. Data tersebut terpisah karena analisis disediakan per tahun, sehingga untuk gambar 5 hanya dapat memberikan gambaran pada satu bulan terakhir di tahun 2017, yakni Desember. Data IPA tersebut di atas menunjukkan keseluruhan unggahan didapatkan yang paling tinggi merupakan tautan, menyusul kemudian komentar, foto, dan unggahan lain yang masuk dalam kategori *other*. Pada bagian *total*

*post*, data jumlah unggahan maka paling tinggi jumlah unggahan berada di bulan April 2018, hal ini sesuai dengan fakta viralitas nikah anak SMP di Bantaeng yang turut menjadi fenomena yang melatarbelakangi riset ini.

Jika dilihat lebih detail maka dalam *perception streams* tampak gambaran *joy* sangat sedikit di atas *sadness*, menyusul kemudian *anticipation*, *disgust*, *anger*, *surprise*, *fear*, dan terakhir adalah *trust*. *Stream perception* dalam data tersebut sejalan dengan perkembangan media baru terkini yang mengetengahkan analisis emosi dalam konten. Hal ini dinyatakan dalam *RealStoryGroup* (2015) bahwa kapabilitas *Social Media Monitoring and Intelligence* menjadi bagian yang berguna salah satunya sebagai sarana pemasaran. Delapan kutub emosi dirujuk pada Klutchik & Kellerman (1980) yang memberikan catatan bahwa *fear* dirangsang oleh ancaman dengan kognisi bahaya dengan perilaku berlari atau melarikan diri dengan dampak proteksi. Emosi *anger* atau kemarahan memiliki stimulus hambatan dengan kognisi musuh, perilaku *biting*, menusuk, memukul dengan dampak destruksi. Selanjutnya emosi *joy* memiliki stimulus pasangan potensial, kognisi memiliki, perilaku berelasi, pacaran atau perkawinan dengan efek reproduksi. Emosi *sadness* memiliki peristiwa stimulus kehilangan orang yang berharga, kognisi isolasi, perilaku menangis mencari bantuan, dengan dampak terintegrasi kembali. Emosi yang ke-lima, yakni *trust* memiliki stimulus anggota kelompok, kognisi simpulannya adalah teman, perilaku mendandani dan berbagi, dengan dampak afiliasi. Emosi berikutnya (keenam) adalah *disgust* dengan stimulus objek yang mengerikan, kognisi “racun”, perilaku muntah dan menepis dengan dampak penolakan. Emosi ke-tujuh adalah *anticipation* dengan stimulus teritori baru, kognisi “*what’s out there?*”, perilaku menganalisis dan memetakan dengan dampak eksplorasi. Emosi yang terakhir adalah *surprise* dengan stimulus objek baru terkini, simpulan kognisi “*what is it?*”, perilaku berhenti dan waspada serta dampaknya orientasi.

The screenshot shows a Facebook search results page for the keyword "posts". At the top right, there is a "FILTER" button with a close icon. Below the search bar, there are nine search results arranged in a grid. Each result includes a profile picture, the name of the user or organization, the date, and a short text snippet of the post or comment. The results are as follows:

- MNCNewsroom**: 1 May - link. "Pernikahan dini kembali terjadi, pasangan siswa SMP ini jadi viral setelah keduanya melangsungkan pernikahan. Netizen malah salah fokus dengan make up pengantin..."
- Tribun Timur Berita Online Makassar**: 1 May - link. "LAGI, PERNIKAHAN DINI TERJADI DI SULAWESI SELATAN. SETELAH DI BANTAENG, KINI GILIRAN DI MAROS. Semoga bisa membina rumah tangga, walau usianya masih belia."
- Irfangi Adi**: 1 May - comment. "Krn terllu banyak yg kawin dini n pernikahan dini jd ya begini akibatnya....."
- Detikcom**: 1 May - link. "Belum cukup sebulan publik dihebohkan kasus pernikahan dini di Bantaeng, Sulawesi Selatan, pernikahan serupa kembali terjadi di Sulawesi Selatan."
- Detikcom**: 1 May - link. "Pihak mempelai lelaki tercatat baru berusia 14 tahun. Sementara istrinya, berumur 16 tahun. Bagaimana pernikahan dini ini bisa terjadi?"
- Oka Surya Ade Chandra**: 1 May - comment. "Amen sing pernikahan dini nah ditu laku... Kam mule keto amen sing dini ya ditu Wkwkwk"
- Kadek Dika**: 1 May - comment. "Itu kan cma sbagai orang aja.saya aja dni krgasem satu kecamatan jrg ada pernikahan dini"
- Vikka Wie Putra**: 1 May - comment. "Kalo kawin muda 🤔"
- Bangka Pos**: 30 April - link. "Dari 10 Ribu Remaja di Kabupaten Ini, 52 Persen Pilih Nikah Muda, Sebagian Malah Hamil Duluan"

At the bottom left, it says "603 Posts". At the bottom right, there is a pagination bar with buttons for "First", "Prev", "1" (highlighted), "2", "3", "4", "5", "Next", and "Last".

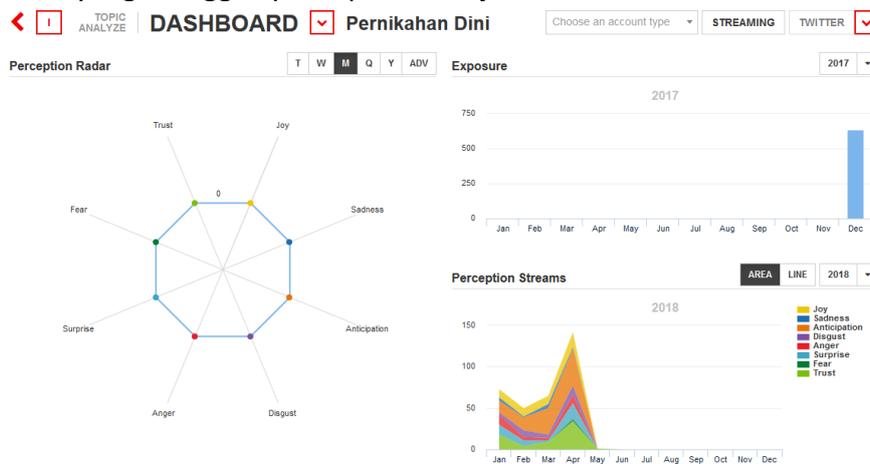
Gambar 7. Temuan Konten dalam Facebook

Gambar 7 menunjukkan sejumlah konten yang menjadi *raw material* dalam pemetaan *perception stream* yang telah dijelaskan di atas. Gambar tersebut sejalan dengan temuan pemetaan tebaran konten yang berasal dari tautan dan komentar warganet. Secara detail dari salah satu contoh hasil *capture* konten menunjukkan lima dari

sembilan unggahan merupakan konten yang diunggah dari situs berita atau institusi (non personal). Tiga dari lima situs berita tersebut memiliki titik tekan pada pemberitaan pernikahan dini di Bantaeng dan Maros. Satu dari lima situs berita memberitakan tentang data statistik persentase yang tinggi dari suatu kabupaten untuk nikah muda dan diantaranya sudah mengandung anak sebelum menikah.

Empat unggahan lain berasal dari akun individu dengan sejumlah *tone* beragam, baik pro maupun kontra atas nikah anak. Seperti pernyataan Kadek Dika yang mengunggah komentar “Itu kan sma sbagaian orang aja. saya aja dri krgasem satu kecamatan jrg ada pernikahan dini” dan pernyataan Irfangi Adi yang menyatakan bahwa “Krn terllu banyak yg kawin dini n pernikahan dini jd ya begini akibatnya.....”. Sejumlah komentar yang terdokumentasi dalam gambar 7 di atas makin menunjukkan karakteristik internet sebagai bentuk media baru yang memiliki kemampuan dan hambatan dalam konteks informasi; internet memberikan beragam sumber informasi dengan mendukung sumber lokal terkait informasi dengan sumber dari beragam lokalitas, dan untuk mengkomparasikan sudut pandang yang bertentangan (Flew, 2004).

Dalam konteks percakapan di atas juga menunjukkan apa yang disebut hambatan dalam internet oleh Flew (2004), yakni ketiadaan filter dan *gatekeeper* sehingga memerlukan kapabilitas pengguna dalam jumlah yang progresif untuk dapat memberikan nilai dan validitas atas informasi *online*. Tiap akun dapat dengan mudah menyampaikan pendapatnya tanpa melalui proses penyuntingan, sehingga untuk dapat memercayai validitas konten yang diunggah perlu proses lanjutan semacam verifikasi.



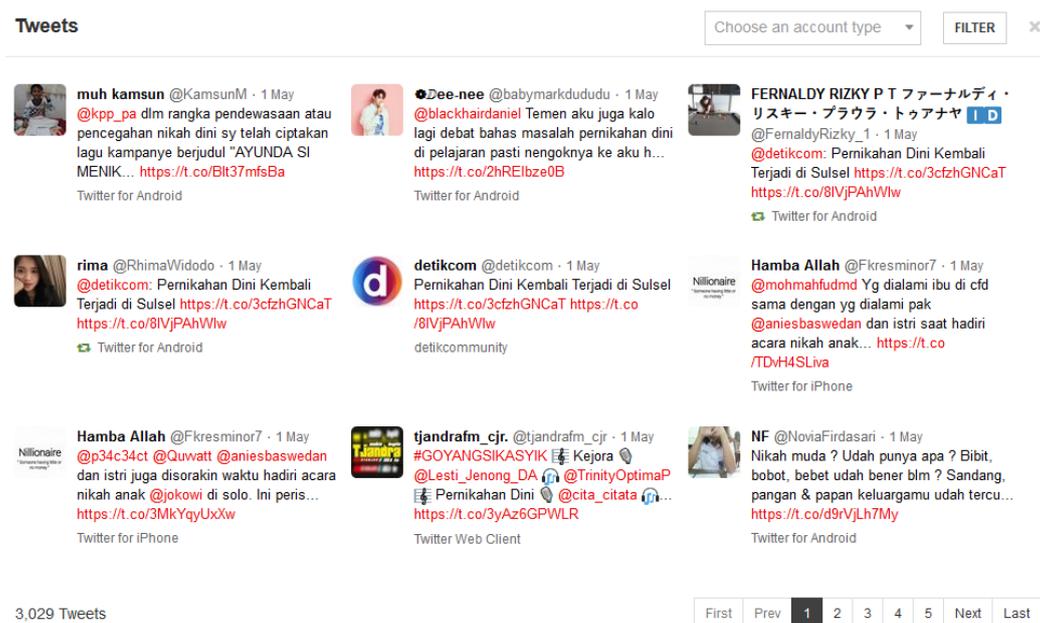
**Gambar 8** Hasil Olah Data IPA Twitter Desember 2017 (Indonesia Indicator, 2018)



**Gambar 9** Hasil Olah Data IPA Twitter Januari-Mei 2018 (Indonesia Indicator, 2018)

Gambar 8 dan 9 di atas merupakan hasil olah data IPA meliputi *perception radar*, *exposure*, dan *perception streams* per bulan dari Bulan Desember 2017 hingga bulan April 2018 yang berjumlah 27,261 tweets. Meski temuan konten sudah disaring menggunakan sejumlah kata kunci, hasilnya menunjukkan angka yang tidak sedikit. Hal ini sejalan dengan fakta penggunaan jejaring sosial daring mengalami peningkatan secara statistik. Awalnya jejaring sosial merupakan ceruk bagi remaja. Saat ini jejaring sosial menyerap sepuluh juta pengguna internet (Mooney, 2009). Orang dari beragam ras, usia, latar belakang etnis berinteraksi dalam jejaring sosial. Orang secara umum saling mengunjungi profil, berbincang *online* dengan teman dan mengunggah foto terkini yang dimilikinya, saling berbagi *link* informasi dan peristiwa terbaru. Penggunaan global internet menunjukkan peningkatannya sejak tahun 1991 (Hill dan Sen, 2005).

Sama seperti temuan konten di Facebook, *exposure* atau terpaan konten di Twitter juga menunjukkan angka yang paling tinggi pada Bulan April 2018, yakni lebih dari 1000 tweet, hal ini sejalan dengan momentum viralnya pernikahan anak SMP di Bantaeng. Sementara itu *perception streams* secara berurutan menunjukkan *joy* sedikit di atas *sadness*, serupa dengan temuan konten pada Facebook. *Stream perception* selanjutnya menunjukkan *anticipation*, *disgust*, *anger*, *surprise*, *fear*, dan *trust*. Jika disandingkan dengan temuan di Facebook hasil *perception stream* sama persis meski secara angka terdapat perbedaan.



Gambar 10 Temuan Konten dalam Twitter

Gambar 10 memetakan sembilan tangkapan layar dari konten yang diunggah di Twitter dengan kata kunci nikah anak dan nikah dini. Salah satu akun situs berita, yakni Detikcom mengunggah berita pernikahan dini di Sulsel, yakni secara spesifik fakta nikah anak SMP di Bantaeng. Delapan akun lainnya merupakan akun pribadi. Konten pertama yang tampak terlihat dari akun pribadi berasal dari salah satu penggiat kampanye pencegahan nikah anak di Gunungkidul, yakni @KamsunM yang merupakan kepala KUA di Gunungkidul. Akun @KamsunM menandai @kpp\_pa dan menautkan salah satu lagu yang beliau jadikan menjadi materi kampanye cegah nikah anak, yakni “AYUNDA SI MENIK (Ayuk Tunda Usia Menikah)”.

Video yang diunggah oleh Bapak Kamsun merupakan salah satu upaya pencegahan nikah anak dengan contoh kasus upaya baik yang dilakukan di Gunungkidul, Yogyakarta. Berbasis wawancara dengan Bapak Kamsun pada Bulan Agustus 2018, dinyatakan bahwa Gunungkidul sendiri telah melakukan upaya pencegahan nikah anak sejak tahun 2013 yang menghasilkan MOU antara semua pejabat instansi level kecamatan, Lembaga Swadaya Masyarakat, lurah atau kepala desa yang diketahui Camat. MOU tersebut berisi penanganan kasus sosial, dimulai dari kenakalan remaja hingga pernikahan anak. Kemudian pada tahun 2014 ada tindak lanjut dari MOU berupa penandatanganan dan deklarasi yang melibatkan seluruh kecamatan dengan dukuh menjadi aktor yang mendeklarasikan MOU bersama-sama bahwa mereka akan membantu upaya pencegahan nikah dini. Tahun 2015 dan selanjutnya ada pemberian *reward* bagi daerah yang berhasil menekan angka nikah dini.

Beragam upaya pencegahan nikah anak yang telah dilakukan di Gunungkidul menunjukkan bahwa nikah anak merupakan suatu problem serius di Indonesia dan perlu penanganan. Bahkan Kemenag RI 2012 mencatat 7 wilayah dengan pernikahan anak tertinggi terdapat di Kabupaten Tangerang (Provinsi Banten), Kabupaten Cianjur dan Indramayu (Provinsi Jawa Barat), Kabupaten Brebes (Provinsi Jawa Tengah), Kabupaten Malang dan Bangkalan (Provinsi Jawa Timur), Kota Yogyakarta (DIY), Kabupaten Amuntai dan Balangan (Provinsi Kalimantan Selatan), serta Kota Mataram (Provinsi Nusa Tenggara Barat). Keadaan ini semakin memprihatkan dengan kenyataan bahwa ada sekitar 2 juta dari 7,3 juta perempuan di Indonesia di bawah umur 15 tahun sudah menikah dan putus sekolah (PKGS-UI, 2015). Keadaan tersebut kemudian mendorong tingginya angka kematian ibu (AKI). Saat ini AKI di Indonesia sangat tinggi dan tertinggi di ASEAN, yaitu 359/100.000 kelahiran hidup dan 48 per 1000 kelahiran untuk jumlah kelahiran di usia 15-19 tahun (SDKI, 2012).

Pentingnya menghapus kekerasan anak (dalam konteks ini nikah anak) berhubungan dengan kesejahteraan suatu negara. Kekerasan terhadap anak merupakan jantung masalah dari *Sustainable Development Goals* (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 2015-2030. Salah satu tujuan SDGs adalah untuk mencapai kesetaraan gender dan pemberdayaan seluruh perempuan dan anak perempuan, secara spesifik melakukan target 5.3 untuk menghilangkan segala praktik berbahaya seperti pernikahan anak, pernikahan paksa, dan sunat/khitan perempuan. Dengan memperhatikan hal tersebut, maka tidak heran jika negara-negara di dunia, termasuk Indonesia harus dengan tegas mengakhiri pernikahan anak.

Sejalan dengan yang latar belakang kampanye nikah anak yang didukung oleh Bapak Kamsun sebagai kepala KUA Gedangsari Gunungkidul sebagai daerah yang memiliki angka dispensasi nikah anak yang tinggi, laporan UNICEF dan BPS tahun 2015 mencatat sejumlah dampak pernikahan anak untuk perempuan. Dampak nikah anak antara lain, secara psikologis, anak yang masuk dalam pernikahan dan kemudian menjadi orang tua tidak siap dengan tanggung jawab dalam berelasi sebagai suami-istri maupun sebagai orang tua. Secara medis, tubuh remaja terutama anak perempuan belum matang fungsi-fungsi reproduksinya sehingga berpeluang besar menciptakan kematian Ibu dan anak. Secara sosial dan ekonomi, mereka cenderung bergantung dan belum bisa mandiri secara ekonomi sehingga berpotensi menyumbang angka besar untuk masalah pengangguran.

Jika kembali melihat konten pada Twitter di atas, tiga konten hasil tangkapan layar memberi penekanan pada nikah dini di Sulsel. Hal ini menunjukkan viralitas konten meski dari dua akun yang merupakan milik personal (bukan akun berita) tidak menambahkan

komentar apapun melainkan *retweet*. Hal tersebut dilakukan oleh akun @RimaWidodo dan @FernaldyRizky. Sementara itu konten lain menunjukkan sikapnya atas nikah muda. Akun @NoviaFirdasari menyatakan “Nikah muda? Udah punya apa? Bibit, bobot, bebet udah bener blm? Sandang, pangan & papan keluargamu udah tercu ...”. Temuan tersebut jika ditautkan dengan *perception streams* menunjukkan sifat antisipatif yang muncul dari *tone* konten dengan kecenderungan perilaku menganalisis dan memetakan dengan dampak eksplorasi (Klutchik & Kellerman, 1980). Selanjutnya konten akun lain tidak terlalu relevan dengan konteks nikah anak karena mengetengahkan judul lagu “pernikahan dini” dan deskripsi momentum seorang tokoh yang hadir dalam pernikahan anak seorang tokoh lain.

Jika ditilik dari relasi usia remaja dengan internet, dalam temuan ini sulit dipetakan karena mayoritas konten tak menunjukkan fakta detail usia pemilik akun yang terlibat dalam konten nikah anak. Meski demikian, bahasa yang digunakan ketika mengunggah komentar terkait nikah anak juga termasuk gaya bahasa informal yang kerap kali digunakan oleh remaja-dewasa dalam percakapan. Hal tersebut sejalan dengan kajian Freestone & Mitchell (2004) yang menyatakan bahwa melalui akun media sosial daring yang dimilikinya, remaja banyak mengikuti akun yang ia minati baik di Facebook, Instagram, Twitter, maupun YouTube dan bahkan menjadi produsen konten dalam beragam *platform* tersebut. Internet juga menawarkan “keuntungan” anonimitas, merendahkan peluang terdeteksi berkaitan dengan fakta *tangible*, dan kenyamanan bagi pengguna, memberi kesempatan bagi perilaku menyimpang untuk tetap “*faceless*” dan pelaku tetap berada di rumah. Pernyataan tersebut juga linier dengan temuan sejumlah akun dengan nama unik dan bahkan sulit dibaca sehingga tak nampak sebagai nama asli identitas pemilik akun.

Secara umum, masivitas data yang didapatkan dari mesin pencari dan media sosial daring memberikan temuan bahwa fenomena nikah anak juga menjadi bahasan yang tak asing dalam percakapan di mesin pencari dan media sosial daring. Interaktivitas sebagai karakteristik media baru ditunjukkan melalui riuhnya komentar pemilik akun dalam menanggapi tautan maupun artikel yang diunggah situs berita. Dalam teknis Twitter, hal ini juga ditunjukkan melalui *retweet*. Saling berbalas komentar juga ditunjukkan antarpengguna ketika mengomentari isu nikah muda, berikut dengan praktik *tagging*. Hal ini juga menunjukkan kekuatan warganet dalam memviralkan suatu isu.

Masivitas konten di media sosial daring juga menunjukkan kekuatan media internet. United Nations (2008) mencatat bahwa media itu sendiri diakui sebagai sarana yang kuat dalam memengaruhi opini publik dan meningkatkan kesadaran. Kekuatan yang terletak pada media komunikasi juga membawa permintaan dari publik untuk informasi yang seharusnya disediakan dan diperbaharui. Kaum muda sebagai pengguna media baru saat ini menjadi fokus target potensial dalam banyak hal. Kuantitas kaum muda dan kegiatannya, seperti gerakan digital, juga menjadi sejumlah hal menarik untuk dieksplorasi. Dalam konteks penggunaan media, Indonesia secara spesifik menjadi negara yang diakui sebagai negara berkembang yang memiliki jumlah aktivis media sosial daring yang tinggi, secara khusus kaum mudanya. Dengan demikian, Indonesia seharusnya dapat memanfaatkan potensi internet dalam konteks ini untuk mencegah nikah anak.

## PENUTUP

Temuan dalam konten media di mesin pencari daring menunjukkan pernikahan anak secara faktual ada dalam masyarakat dan sangat terkait dengan aspek sosiologis dan budaya. Hal ini ditunjukkan melalui sejumlah konten viral terkait anak yang menikah di bawah umur dengan alasan budaya tanpa terlihat pertimbangan lain seperti kesehatan reproduksi, dan masa depan anak.

Temuan dan hasil analisis menunjukkan masivitas konten di mesin pencari dan media sosial daring dengan kata kunci nikah anak, nikah dini, dan nikah muda. Jika ditilik lebih lanjut, viralitas konten yang menyebar tak hanya di mesin pencari, tetapi juga *news aggregator* maupun *instant messaging*. Viralitas fenomena nikah anak di Bantaeng menjadi hal yang cukup banyak direspons, baik pro maupun kontra, baik pada mesin pencari dan media sosial daring yang menjadi objek penelitian. Meski demikian, wacana nikah anak yang muncul dalam mesin pencari dan media sosial daring Facebook dan Twitter cenderung masuk dalam kategori kontra terhadap nikah anak. Nikah anak dipandang sebagai hal yang memerlukan pertimbangan yang matang sehingga calon pengantin seharusnya sudah dalam kategori dewasa, dan bukan anak-anak.

Dalam data *exposure* konten media sosial daring keduanya menunjukkan angka paling tinggi pada bulan April 2018, sejalan dengan viralitas berita nikah anak SMP di Sulsel. Delapan kutub *perceptions* muncul dalam hamparan konten meski tidak memiliki porsi yang sama, tetapi didominasi *joy* dan *anticipation*, meski selisihnya tidak banyak dengan *streams* lainnya, yakni *sad*, *disgust*, *anger*, *surprise*, *fear*, dan *trust*. Jika dirunut melalui hasil tangkapan layar pada tiap *platform*, konten nikah anak cenderung *anticipated* karena mencemaskan dampak yang terjadi jika ada nikah anak. Hal ini makin menunjukkan betapa pentingnya melakukan kajian serius mengenai hal ini dan perlunya upaya penyadaran serta pemahaman masyarakat akan pentingnya membahas nikah anak dan menunjukkan beragam dampak negatif yang dibawa oleh fenomena nikah anak ini demi penyelamatan generasi emas di Indonesia.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih pada DIKTI dengan skema PDUPT atas dukungan penelitian ini. Kami juga mengucapkan terima kasih pada pihak Indonesia Indicator dalam *grabbing* data dari media sosial daring.

## DAFTAR PUSTAKA

- ACDP INDONESIA. "Kampanye Nikah Muda Kian Populer". Accessed May, 6, 2018. <https://acdipindonesia.wordpress.com/2016/08/22/kampanye-nikah-muda-kian-populer/>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia dan Teknopreneur. *Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*, 2017.
- BBC News Indonesia. "Anak SMP Di Bawah Umur Ngotot Menikah: Apakah Menikah Muda Cara Menghindari Zina?". Accessed May, 6, 2018. <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-43785313>
- Bungin, B. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2004.

- Byrne, S., & Lee, T. "Toward Predicting Youth Resistance to Internet Risk Prevention Strategies". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(1), 90–113 (2011). doi:10.1080/08838151.2011.54625
- Chan, K. & Fang, W. "Use of the Internet and Traditional Media among Young People". *Young Consumers*, 8(4), 244-256 (2007).
- DiMaggio, P., Hargittai E., Neuman, W. R. and Robinson, J. P. "Social Implications of the Internet". *Annual Review of Sociology*, Vol. 27 (2001), pp. 307-336. URL: <http://www.jstor.org/stable/2678624> .
- ECPAT. *The Commercial Sexual Exploitation Of Children In South Asia Developments, progress, challenges and recommended strategies for civil society*. Thailand, 2014.
- Flew, Terry. *New Media: An Introduction (2nd Edition)*. UK: Oxford University Press, 2004.
- Freestone, O. and Mitchell, V.W. "Generation Y Attitudes towards E-Ethics and Internet-Related Misbehaviours". *Journal of Business Ethics*, Vol. 54, No. 2 (Oct., 2004), pp. 121-128  
Published by: Springer Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/25123331>
- Hick, S. and Halpin, E. "Children's Rights and the Internet". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 575, Children's Rights (May, 2001), pp. 56-70  
Published by: Sage Publications, Inc. in association with the American Academy of Political and Social Science Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/1049180>
- Hill, David T. dan Krishna Sen. *The Internet in Indonesia's New Democracy*. UK: Taylor and Francis e-library, 2005.
- Indonesia Indicator. "Intelligence Perception Analysis". Accessed May, 6, 2018  
<http://indonesiaindicator.com/product/ipa.html>
- Jennings, K. M., and Zeitner, V. "Internet Use and Civic Engagement." *Public Opinion Quarterly* 67 (3):311-34 (2003).
- Livingstone, S., and Bober, M. *UK children go online: Listening to young people's experiences*. London: LSE Report, 2003.
- Louw, Eric. *The Media and Cultural Production*. UK: Atheneum Press, 2001.
- Mayring, P. *Qualitative Content Analysis*. Accessed April, 12, 2017. [https://www.psychopen.eu/fileadmin/user\\_upload/books/mayring/ssoar-2014-mayring-Qualitative\\_content\\_analysis\\_theoretical\\_foundation.pdf](https://www.psychopen.eu/fileadmin/user_upload/books/mayring/ssoar-2014-mayring-Qualitative_content_analysis_theoretical_foundation.pdf)
- Mooney, Carla. *Online Social Networking*. USA: Lucent Books, 2009.
- Papacharissi, Z. "The virtual sphere". *New Media & Society*, 4(1), 9–27 (2002). doi:10.1177/14614440222226244
- Pavlik, J. *New Media Technology and The Information Superhighway*. Allyn & Bacon, 1996.
- Plutchik, R., Kellerman, H. *Emotion: Theory, Research, and Experience*. New York: Academic Press, 1980.
- Realstorygroup. "Is Your Social Media Monitoring Software Emotionally Intelligent?" Accessed June, 6, 2018. <https://www.realstorygroup.com/Blog/2847-Is-your-social-media-monitoring-software-emotionally-intelligent>
- Riffe, D., Lacy, S., Fico, F. G. *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research. (2nd Ed.)*. London: Lawrence Erlbaum, 2005.
- United Nations. The United Nations Global Initiative to Fight Human Trafficking (UN.GIFT). *The Vienna Forum Report: a way forward to combat human trafficking*. Accessed June, 6, 2018. <http://www.un.org/ga/president/62/ThematicDebates/humantrafficking/ebook.pdf>.
- Vivian, John. *The Media of Mass Communication*, 8th ed. Boston: Pearson Education, 2008.
- Dokumen Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia Tahun 2012 oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, Badan Pusat Statistik, Kementerian Kesehatan, MEASURE DHS ICF International