

## IV

### **KARAKTERISTIK RUANG PUBLIK *HALO JOGJA***

Rincian penjabaran karakteristik ini akan meminjam cara pembedaan/pendeskripsian ruang publik model Liu dan Schneider. Ada tiga segi yang akan disoroti, yakni karakteristik partisipasi, karakteristik informasi, dan karakteristik fungsi. Di bagian akhir akan disampaikan suatu kesimpulan umum.

#### **KARAKTERISTIK PARTISIPASI & INFORMASI**

Siapa **partisipan** dalam ruang publik *Halo Jogja*? Mereka ialah pembaca surat kabar dan sekaligus pengguna telepon seluler. Bila dilihat dari domisili responden seperti terpapar dalam tabel 2, mayoritas merupakan penduduk dari tiga kota/kabupaten yang menjadi wilayah edar *Harian Jogja*, yaitu Sleman, Yogyakarta, dan Bantul. Di samping itu, dalam jumlah yang sangat kecil, ada pula partisipan yang berasal dari luar wilayah edar *Harian Jogja*; misalnya, Jakarta, Banyuwangi, Palembang, dan Solo.

Sebagai bagian dari ruang publik media massa, partisipan *Halo Jogja* berbeda dengan partisipan ruang publik media seperti yang digambarkan Liu. Ia mendeskripsikan bahwa partisipan ruang publik media massa terdiri dari tokoh masyarakat. Hal tersebut terutama merujuk pada partisipan dalam rubrik-rubrik opini atau sejenisnya dalam surat kabar. Sebagai gambaran, akan dibandingkan partisipan rubrik *Aspirasi* di *Harian Jogja* dengan rubrik sms warga *Halo Jogja*.

Dalam rubrik *Aspirasi*, tokoh masyarakat merujuk pada orang-orang berpendidikan tinggi (sarjana/lulusan perguruan tinggi). Hampir semua tulisan yang dimuat dalam rubrik *Aspirasi* bulan Juni 2009 merupakan suara dari orang berpendidikan tinggi atau tokoh masyarakat: 10 ditulis mahasiswa, 8 ditulis peneliti/pemerhati dari institusi atau lembaga penelitian, 2 dosen, 3 guru, 1 anggota KPU, dan 2 pemerhati masalah tertentu. Hanya 2 orang terakhir ini yang kemungkinan bukan dari golongan orang berpendidikan tinggi atau tokoh masyarakat karena setidaknya kedua orang tersebut tidak menyebut diri demikian. *Halo Jogja* telah membuka suatu ruang bahwa warga biasa ikut berpartisipasi. Orang hanya perlu punya telepon genggam dan akses terhadap surat kabar untuk dapat berdiskusi atau berpartisipasi dalam ruang publik *Halo Jogja*. Dengan ruang publik ini, batasan-batasan yang menghalangi partisipasi dalam ruang publik media terlonggarkan.

Dengan asumsi bahwa partisipan ini ialah para pembaca *Harian Jogja*, profil partisipan dari segi usia, pekerjaan, dan tingkat pendidikan dapat ditelusur. Seperti tertuang dalam *Media Kit Harian Jogja*, dari segi usia, mayoritas pembaca (39 persen) merupakan penduduk dari rentang usia 23-30 tahun. Dari segi pekerjaan, mayoritas (39 persen) ialah wiraswasta/usaha sendiri dan dari segi tingkat pendidikan, 61 persen merupakan lulusan SMA atau sekolah sederajat<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Secara lebih lengkap data yang tertuang dalam *Media Kit Harian Jogja* 2010 ialah sebagai berikut: dari usia pembaca, 27 persen berasal dari rentang 15-22 tahun, 39 persen berusia 23-30 tahun, 16 persen berusia 31-41 tahun, 14 persen berusia 41-45 tahun, dan 4 persen berusia lebih dari 46 tahun; dari segi pekerjaan, 34 persen merupakan karyawan swasta dan PNS, 39 persen wiraswasta, 23 persen mahasiswa, dan lainnya sebesar 4 persen; dari segi tingkat pendidikan, lulusan SMP 17 persen, SMA 61 persen, perguruan tinggi 20 persen, dan lainnya 2 persen.

**Keterbukaan akses** dapat dilihat dari dua segi. Pertama, keterbukaan akses dalam arti potensial atau secara definitif siapa saja yang dapat memenuhi syarat untuk ikut berpartisipasi dalam ruang publik yang dimaksud. Kedua, keterbukaan akses dalam artian faktual, yakni dalam arti berapa banyak orang yang mampu diakomodasi untuk bersuara dalam ruang publik ini.

Secara potensial, dapat dikatakan bahwa keterbukaan akses terhadap ruang publik *Halo Jogja* relatif tinggi; artinya, siapa saja yang memiliki telepon genggam bisa ikut bergabung dalam ruang publik ini. Sebagai suatu gambaran potensialitas akses, survei audit komunikasi kota terkini di wilayah Yogyakarta menyatakan bahwa 96 persen responden merupakan pengguna telepon seluler dan 76,5 persen merupakan pembaca surat kabar (Prihandono & Herawati, 2010: 25); artinya, ruang publik ini mampu diakses oleh sekitar 75 persen lebih penduduk kota.

Secara faktual, yang aktif berpartisipasi, dalam arti mengirim sms ke rubrik *Halo Jogja*, sejumlah rata-rata 18 orang per hari. Dari 18 sms tersebut, yang termuat dalam surat kabar sebanyak 10 per hari.

**Model komunikasi** dalam ruang publik *Halo Jogja* merupakan model komunikasi termediasi. Komunikasi tersebut termediasi dalam dua tingkat; pertama, termediasi oleh alat komunikasi telepon genggam dan yang kedua termediasi oleh media massa surat kabar. Bila menggunakan terminologi Thompson, karena ‘filter’ terakhir pesan yang dikirim ialah surat kabar, model komunikasi dalam ruang publik *Halo Jogja* ialah model komunikasi seolah-olah termediasi sebagaimana media massa lainnya.

Liu menyatakan bahwa ruang publik media massa memiliki **cakupan** yang luas. Sebagai bagian dari media massa, cakupan ruang publik *Halo Jogja* juga seluas cakupan *Harian Jogja* sebagai media massa yang mengindukinya. Dari segi geografis, cakupan ini terkonsentrasi pada tiga kota/kabupaten saja: Sleman, Yogyakarta, dan Bantul. Pada sisi lain, soal cakupan geografis ini dapat direlatifkan mengingat bahwa *Harian Jogja* juga memiliki versi e-paper yang dapat diakses dari mana pun terlepas dari batas-batas geografis.

Pada segi karakteristik informasi, sms-sms *Halo Jogja* dapat dipilah ke dalam tiga model: (1) komentar/opini atas isu, (2) informasi/pemberitaan, dan (3) informasi yang dikomentari. Yang dimaksud dengan komentar atau opini atas isu ialah ungkapan pendapat warga terhadap isu yang telah/sedang disorot oleh media massa; misalnya, ketika *Harian Jogja* memberitakan sikap pemerintah Indonesia dalam persoalan Ambalat dalam berita berjudul “Indonesia Peringatkan Malaysia” pada tanggal 7 Juni 2009, muncul komentar berbunyi, “Bila memakai negosiasi, dengan pengalaman Sipadan dan Ligitan, kita kalah. Lebih baik berperang saja<sup>8</sup>.” Yang dimaksud dengan informasi ialah sms yang bersifat informatif dan isi informasi tersebut bukan atau tidak sedang menjadi isu yang diberitakan; misalnya, informasi tentang kehilangan atau temuan barang. Model ketiga merupakan pesan yang berisi hasil amatan warga terhadap kondisi tertentu yang disertai komentar, baik yang berupa harapan atau pun kritik. Informasi yang disertai harapan, misalnya, “Lampu lalu lintas di perempatan Pasar Mlati tidak

---

<sup>8</sup> Sms tersebut dikirim pada 7 Juni 2009 dan dimuat di *Harian Jogja* pada tanggal 9 Juni 2009 halaman 13. Yang ditulis tersebut telah dibahasakan ulang.

beres; mohon polisi lalu lintas segera bertindak<sup>9</sup>.” Informasi yang disertai kritik, misalnya, “JI KS Tubun, Pathuk selalu macet tiap kali liburan karena diserbu wisatawan dan bus-bus pariwisata ikut masuk di jalan sempit tersebut. Mengapa pemerintah tak mengambil tindakan? Misalnya, mengaktifkan parkir Ngabean yang mengganggu atau melakukan penataan lain supaya lebih nyaman<sup>10</sup>.”

Jika dilihat dari **keragaman isu**, dapat dikatakan bahwa isu-isu yang diangkat warga dalam *Halo Jogja* hampir seragam dengan isu-isu yang diangkat media induknya. Setidaknya, 7 dari 13 isu yang paling banyak disoroti warga merupakan isu yang juga merupakan pengisi halaman utama surat kabar, yakni pemilihan umum, kebijakan politik luar negeri, tata pemerintahan dan perilaku pemegang jabatan publik, pendidikan, penegakan hukum, fatwa haram MUI, dan kebijakan ekonomi. Isu yang dapat dikatakan khas, dalam arti diangkat dari pengalaman personal warga dan dilemparkan dalam forum publik, antara lain tentang pelayanan konsumen dan pelayanan publik.

*Halo Jogja* mengakomodasi opini-opini yang berlainan sehingga dapat dikatakan bahwa **jenis opini** bersifat plural. Sebagai contoh, dapat dilihat dalam perdebatan tentang kebijakan luar negeri Indonesia terhadap sengketa Palestina-Israel. Terdapat dua polarisasi opini, yakni pihak berpendapat bahwa Indonesia sebaiknya pro Palestina dan pihak yang berpendapat bahwa sebaiknya Indonesia bersikap netral. Seperti yang tergambar pada halaman 25-27 di atas, Arif, Mol, Ahmad, Akbar, Reds, dan Agus merupakan pengirim sms yang berpendapat

---

<sup>9</sup> Sms dikirim pada 18 Mei 2009, data internal.

<sup>10</sup> Sms dikirim pada 7 Juni 2009, data internal.

bahwa Indonesia sebaiknya mendukung Palestina; yang menyarankan untuk bersikap netral antara lain Lia, Oland, Ayuk, dan Nn.

*Harian Jogja* menugaskan seorang redaktur untuk melakukan **filter** terhadap pesan-pesan yang diterima; redaktur ini mengatur pesan-pesan mana yang dapat dimuat dan mana yang tidak. Dari aspek isi, seperti yang dikatakan dalam pengantar rubrik, yang tidak diterima redaksi ialah yang menyinggung persoalan suku, ras, dan agama atau SARA, yang merupakan promosi, dan yang merupakan fitnah. Dari cara penyampaian, pesan hendaknya sopan.

Dari beberapa sms warga, dapat disimpulkan bahwa filter yang dilakukan redaktur sangat longgar. Ada warga yang secara langsung mengeluh kepada *Harian Jogja*, “Sms Halo Jogja yang bahasa atau kata-kata yang digunakan kasar dan tidak sopan jangan dimuat. Lama-lama ini tidak berbeda dengan koran Meteor yang jorok<sup>11</sup>.” Kelonggaran tersebut juga terlihat dari pesan warga yang mengingatkan kepada sesama pengirim supaya menyampaikan gagasan dengan sopan dan tidak menyinggung masalah SARA; misalnya, “Mari warga Jogja kita biasakan sms dengan sopan. Jangan masalah partai politik atau SARA. Terimakasih untuk Harjo (tak pernah dimuat karena kalah dengan yang gontok-gontokan)<sup>12</sup>.”

Kelonggaran filter ini juga berimplikasi pada kualitas informasi. Sebagai ruang publik, dengan meminjam kacamata para modernis, *Halo Jogja* bukan tempat untuk menampilkan hal-hal yang bersifat personal; misalnya, sms 23 Juni

---

<sup>11</sup> Sms dikirim pada 17 Januari 2009, data internal.

<sup>12</sup> Sms dimuat pada 23 Juni 2009 halaman 13.

2009 yang berbunyi, “Saya ingin mengucapkan selamat kepada anakku, Anika Dia Pangestu Setyawati yang mencapai 3 besar di TK ABA Krajan.” Contoh lain, misalnya sms 12 Juni 2009, “Aku ingin berkirim salam untuk Nita di Shelter Maguwo; melihatmu adalah bahagiaku. Sukses untuk Harjo, Mbak Indri, dan Kang Ibnu.” Sms-sms tersebut bukan ditujukan kepada publik, dalam arti khalayak atau orang banyak, tetapi kepada individu yang spesifik.

Untuk **penyimpan informasi**, *Halo Jogja* memilikinya. Berbagai pesan yang disampaikan warga terekam baik dalam bentuk cetak atau pun elektronik. *Harian Jogja* memiliki basis data surat kabar mereka dalam bentuk pdf dan dapat diakses oleh warga.

Dalam diskusi melalui *Halo Jogja*, **anonimitas** dimungkinkan. Seseorang dengan nomor yang sama bahkan dapat menggunakan nama yang berlainan karena *Harian Jogja* belum memiliki basis data pengirim beserta identitasnya. Nomor telepon pun tidak dipasang oleh redaksi secara menyeluruh; tiga angka paling belakang disamarkan. Identitas yang ditampilkan dalam rubrik hanya nama dan alamat kota.

Dari segi **interaktivitas**, dapat dikatakan bahwa *Halo Jogja* memungkinkan suatu hubungan interaktif yang terbatas antarpartisipan. Warga memang dapat mengirimkan pesan setiap waktu; hanya saja, pesan tersebut akan dimuat dan sampai kepada khalayak pada hari berikutnya setelah mengalami proses seleksi. Jenis interaktivitas ini berbeda dengan interaktivitas dalam forum diskusi internet dimana partisipan bisa hadir dalam suatu waktu dan saling mengirimkan umpan balik seketika.

Bila dibandingkan dengan interaktivitas dalam rubrik surat kabar yang lebih kuno, misalnya, kolom-kolom opini, surat pembaca, dan sejenisnya, keistimewaan rubrik *Halo Jogja* ini ialah bahwa rubrik ini dapat menampung lebih banyak suara, dalam arti lebih banyak partisipan sehingga juga lebih interaktif dari rubrik-rubrik diskusi model lama tersebut. Kolom opini *Aspirasi* di *Harian Jogja*, misalnya, hanya menampilkan 1 suara/orang tiap hari, sedangkan *Halo Jogja* menampilkan rata-rata sekitar 10-15 suara warga.

Aspek interaktivitas ini terkait dengan potensi atau **kecenderungan untuk berdiskusi** dari partisipan. Karena interaktivitas yang terbatas, diskusi pun dapat berlangsung secara terbatas. Contoh diskusi telah dipaparkan di atas dan dari serangkaian isu yang dilontarkan warga, hanya 3 isu yang berkembang menjadi diskusi, yaitu tentang pencalonan Sultan HB X sebagai presiden, kebijakan luar negeri Indonesia terhadap Israel-Palestina, serta fatwa haram MUI tentang rokok dan *Facebook*.

### **KARAKTERISTIK FUNGSI**

Apakah *Halo Jogja* tergolong ruang publik politis atau ruang publik liberal? Itulah pertanyaan yang akan dijawab dalam bagian ini. Ruang publik politis merupakan ruang publik yang menonjolkan fungsi politis, yakni sebagai ruang interaksi antarwarga negara untuk mengawasi jalannya pemerintahan. Untuk melihat fungsi politis ini dalam ruang publik *Halo Jogja*, dua indikator akan dioperasionalkan. Pertama, dilihat dari peran sosial yang dimainkan partisipan; *Halo Jogja* menjadi ruang politis ketika warga negara menempatkan

diri dalam peran sosial sebagai warga negara. Kedua, dilihat dari isu yang dilontarkan partisipan; ruang publik politis berarti ruang publik yang mengakomodasi isu-isu politis.

Untuk mengidentifikasi peran sosial, tolok ukur yang bisa digunakan ialah pihak sasaran dari sms-sms yang dikirimkan. Hasil analisis isi menunjukkan bahwa 40,72 persen pesan dialamatkan kepada pemerintah dalam arti luas; dari sini terlihat bahwa peran sebagai warga negara merupakan peran yang cukup menonjol. Dari ketiga kategori, yakni pemerintah, swasta, dan individu, pemerintah merupakan yang paling banyak disasar.

Pemerintah pusat atau daerah yang lebih banyak menjadi sasaran sms? Ada 302 pesan yang ditujukan untuk pemerintah pusat, yakni Presiden & Wakil, Menteri/Dinas Pendidikan, Menteri/Dinas Perhubungan, Menteri/Dinas Tenaga Kerja, dan DPR RI. Pesan yang ditujukan untuk pemerintah daerah, baik pemerintah daerah tingkat I atau pun II DIY dan sekitarnya, yakni Magelang, Purworejo, dan Klaten, sejumlah 322. Fakta tersebut menunjukkan bahwa partisipan menautkan diri baik dengan komunitas politis lokal atau pun nasional.

Selain sebagai warga negara, dua peran sosial lain dapat dikenali. Pertama, sebagai konsumen; hal ini terlihat dari pesan-pesan yang dialamatkan kepada perusahaan-perusahaan penyedia barang/jasa. Kedua, sebagai anggota komunitas religius atau agama; hal ini terlihat dari pesan-pesan yang dialamatkan kepada Majelis Ulama Indonesia.

Sebelum mengidentifikasi isu-isu apa yang menonjol dalam ruang publik *Halo Jogja*, terlebih dahulu perlu diklarifikasi tentang apa itu isu politis. Di sini,

politik dimaknai secara sempit, yaitu ‘tindakan-tindakan raja, dewan perwakilan, atau perdana menteri serta tindakan-tindakan yang dilakukan untuk memperoleh atau merintangi akses terhadap wewenang’ (Minogue, 1995: 6). Dalam pengertian Kamus Bahasa Indonesia<sup>13</sup>, politik berarti ‘segala urusan dan tindakan (kebijakan, siasat, dsb) mengenai pemerintahan suatu negara atau terhadap negara lain. Dari arti sempit “politik” tersebut, isu-isu politis merujuk pada isu-isu yang terkait dengan politik atau segala urusan/tindakan mengenai pemerintahan suatu negara.

Dari 13 isu yang paling banyak disinggung warga, isu-isu yang dikaitkan atau terkait dengan pemerintah antara lain pemilihan umum, kebijakan politik luar negeri, pelayanan publik, tata pemerintahan & perilaku pemegang jabatan publik, penyelenggaraan pendidikan, penegakan hukum, retribusi daerah, dan kebijakan ekonomi. Dengan kata lain, 8 dari 13 isu atau 1650 dari 2767 pesan merupakan isu-isu politis; dapat disimpulkan bahwa isu politis merupakan isu yang menonjol dalam ruang publik *Halo Jogja*. Sampai pada titik ini, terlihat bahwa *Halo Jogja* lebih mendekati ruang publik politis daripada ruang publik liberal.

Apakah *Halo Jogja* dapat menjalankan fungsi kontrol terhadap jalannya pemerintahan? Pertanyaan ini perlu dijawab dengan hati-hati, terutama terkait dengan bagaimana kontrol diartikan. Pada satu sisi, ketika kontrol disejajarkan dengan fungsi kritik, dalam arti bahwa mengkritik sama dengan mengontrol, ruang publik *Halo Jogja* sudah dapat mewadahi fungsi tersebut: *Halo Jogja* sudah mampu menjadi media dimana warga dapat menyalurkan aspirasi dan kritik mereka terhadap pemerintahan.

---

<sup>13</sup> Lihat halaman 1201, definisi politik nomor 2.

Pada sisi lain, ketika kritik dimaknai sebagai satu kesatuan dari dua sisi seperti mata uang, yakni bahwa warga mengkritik dan pemerintah terkritik (dan kemudian menanggapi/mengambil sikap terhadap kritik), kesimpulan bahwa *Halo Jogja* telah dapat menjadi ruang publik dimana warga menjalankan fungsi kontrol terhadap pemerintahan perlu ditinjau ulang. Faktum yang dapat ditemukan dari analisis isi hanyalah bahwa tidak ada tanggapan yang diberikan oleh pihak pemerintah secara langsung terhadap sms-sms warga dalam rubrik *Halo Jogja*.

#### **KESIMPULAN**

Ruang publik *Halo Jogja* berbeda dengan ruang publik media massa dalam dua segi, yakni anonimitas dan karakteristik partisipan. Bila dalam ruang publik media massa tidak dimungkinkan anonimitas, *Halo Jogja* mengonstitusikan suatu ruang publik yang memungkinkan anonimitas partisipan. Dari sisi partisipan, *Halo Jogja* merupakan ruang publik yang lebih egaliter karena partisipannya merupakan warga biasa, bukan hanya tokoh masyarakat atau mereka yang berpendidikan tinggi.

Dari karakteristik fungsi, *Halo Jogja* lebih condong kepada model ruang publik politis daripada ruang publik liberal. Isu-isu politis merupakan isu yang paling banyak dibicarakan warga. Meski demikian, ruang publik *Halo Jogja* belum dapat dikatakan berfungsi secara efektif dalam mengontrol jalannya pemerintahan mengingat bahwa tidak ada respon langsung dari pemerintah terhadap isu-isu yang dibicarakan warga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldridge, Meryl. 2007. *Understanding the Local Media*. Berkshire, UK: Open University Press.
- Barendregt, Bart dan Raul Pertierra. 2008. "Supernatural Mobile Communication in the Philippines and Indonesia" dalam *Handbook of Mobile Communication Studies* yang diedit oleh James E. Katz. Cambridge, MA: MIT Press.
- Berg, Bruce L. 2007. *Qualitative Research Methods for the Social Sciences Sixth Edition*. Boston: Pearson.
- Blumer, Jay G. 1981/1995. "Mass Communication Research in Europe: Some Origins and Prospects" dalam *Approach to Media: A Reader* yang diedit oleh Oliver Boyd-Barrett dan Chris Newbold. London: Arnold.
- Boyd-Barrett, Oliver. 1995. "Conceptualizing the 'Public Sphere'" dalam *Approach to Media: A Reader* yang diedit oleh Oliver Boyd-Barrett dan Chris Newbold. London: Arnold.
- Burton, Graeme. 2005. *Media and Society: Critical Perspectives*. Suffolk: Open University Press.
- Calhoun, Craig. 1992. "Introduction: Habermas and the Public Sphere" dalam *Habermas and the Public Sphere* yang diedit oleh Craig Calhoun. Cambridge, MA: MIT.
- Castells, Manuel. 2008. "Afterword" dalam *Handbook of Mobile Communication Studies* yang diedit oleh James E. Katz. Cambridge, MA: MIT Press.
- -----, 2009. *Communication Power*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Castells, Manuel, *et alii*. 2004. *The Mobile Communication Society: A Cross-cultural Analysis of Available Evidence on the Social Uses of Wireless Communication Technology*, Laporan penelitian yang disampaikan dalam International Workshop on Wireless Communication Policies and Prospects: A Global Perspective, yang diselenggarakan oleh The Annenberg School for Communication, University of Southern California, Los Angeles pada 8 dan 9 Oktober 2004.
- Conway, Janet dan Jakeet Singh. 2009. "Is the World Social Forum a Transnational Public Sphere? Nancy Fraser, Critical Theory and the Containment of Radical Possibility" dalam *Theory, Culture and Society*, Volume 26(5): 61-84.
- Curran, James. 1991. "Rethinking the Media as a Public Sphere" dalam *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere* yang diedit oleh Peter Dahlgren dan Colin Sparks. London: Routledge.
- Dahlgren, Peter. 2001. "The Public Sphere and the Net: Structure, Space, and Communication" dalam *Mediated Politics: Communication in the*

- Future of Democracy* yang diedit oleh W. L. Bennett dan R. M. Entman. New York: Cambridge University Press.
- ----- . 2005. "The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation" dalam *Political Communication*, Volume 22: 147-162.
  - Edgar, Andrew. 2006. *Habermas: The Key Concepts*. London: Routledge.
  - Elliott, Philip. 1995. "Intellectuals, the 'Information Society' and the Disappearance of the Public Sphere" dalam *Approach to Media: A Reader* yang diedit oleh Oliver Boyd-Barrett dan Chris Newbold. London: Arnold.
  - Frazer, Nancy. 2007. "Transnationalizing the Public Sphere: On the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World" dalam *Theory, Culture and Society*, Volume 24(4): 7-30.
  - Gardiner, Michael E. 2004. "Wild Publics and Grotesque Symposiums: Habermas and Bakhtin on Dialogue, Everyday Life and the Public Sphere" dalam *After Habermas: New Perspectives on the Public Sphere* yang diedit oleh John Michael Roberts dan Nick Crossley. Oxford, UK: Blackwell Publishing.
  - Garnham, Nicolas. 1992. "The Media and the Public Sphere" dalam *Habermas and the Public Sphere* yang diedit oleh Craig Calhoun. Cambridge, MA: The MIT Press.
  - ----- . 1995. "The Media and the Public Sphere" dalam *Approach to Media: A Reader* yang diedit oleh Oliver Boyd-Barrett dan Chris Newbold. London: Arnold.
  - Gitlin, Todd. 1978/1995. "Media Sociology: The Dominant Paradigm" dalam *Approach to Media: A Reader* yang diedit oleh Oliver Boyd-Barrett dan Chris Newbold. London: Arnold.
  - Gobetti, Daniela. 1992. *Private and Public: Individuals, Households, and Body Politic in Locke and Hutcheson*. London: Routledge.
  - Goode, Luke. 2005. *Jurgen Habermas: Democracy and the Public Sphere*. London: Pluto Press.
  - Gordon, Janey. 2007. "The Mobile Phone and the Public Sphere: Mobile Phone Usage in Three Critical Situations" dalam *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Volume 13(3): 307-319.
  - Guidry, John. 2005. "Public Sphere" dalam *Encyclopedia of Social Theory Volume II* yang diedit oleh George Ritzer. London: Sage Publication.
  - Habermas, Jurgen. 1989. *The Structural Transformation of Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, terjemahan Thomas Burger. Cambridge, MA: The MIT Press.
  - ----- . 1992. "Further Reflections on the Public Sphere" dalam *Habermas and the Public Sphere* yang diedit oleh Craig Calhoun. Cambridge, MA: MIT.

- Halloran, James D. 1981/1995. "The Context of Mass Communications Research" dalam *Approach to Media: A Reader* yang diedit oleh Oliver Boyd-Barrett dan Chris Newbold. London: Arnold.
- Hardiman, Fransico Budi. 2009. "Komersialisasi Ruang Publik menurut Hannah Arendt dan Jurgen Habermas" dalam *Ruang Publik: Melacak "Partisipasi Demokratis" dari Polis sampai Cyberspace* yang diedit oleh Fransico Budi Hardiman. Yogyakarta: Kanisius.
- ----- . 2009. "Pendahuluan" dalam *Ruang Publik: Melacak "Partisipasi Demokratis" dari Polis sampai Cyberspace* yang diedit oleh Fransico Budi Hardiman. Yogyakarta: Kanisius.
- Hardt, Hanno. 1992/1995. "On Ignoring History: Mass Communication Research and the Critique of Society" dalam *Approach to Media: A Reader* yang diedit oleh Oliver Boyd-Barrett dan Chris Newbold. London: Arnold.
- Higgins, Michael. 2008. *Media and Their Publics*. Berkshire: Open University Press.
- Howley, Kevin. 2007. "Community Media and the Public Sphere" dalam *Media Studies: Key Issues and Debates* yang diedit oleh Eoin Devereux. London: Sage Publication.
- Hoynes, William dan David Croteau. 2003. *Media/Society: Industries, Images, and Audiences*. London: Sage Publication.
- Keane, John. 1995. "Democracy and Media: Without Foundations" dalam *Approach to Media: A Reader* yang diedit oleh Oliver Boyd-Barrett dan Chris Newbold. London: Arnold.
- Ling, Rich. 2004. *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*. San Fransisco Morgan Kaufmann.
- ----- . 2005. "The Socio-linguistics of SMS: An Analysis of SMS Use by Random Sample Norwegians" dalam *Mobile Communications: Renegotiation of the Social Sphere* yang diedit oleh Rich LIng and Per E. Pederson. London: Springer.
- ----- . 2008. *New Tech, New Ties: How Mobile Communication is Reshaping Social Cohesion*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Ling, Rich dan Jonathan Donner. 2009. *Mobile Phones*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Liu, Zheng. 2007. *Propaganda, Grassroots Power, or Online Public Sphere? A Study of the Weblog for the NPC and the CPPCC Session in China*. London: Media @LSE, Electronic MSc Dissertation Series.
- McKee, Alan. 2005. *The Public Sphere: An Introduction*. New York: Cambridge University Press.
- McNair, Brian. 2003. *An Introduction to Political Communication Third Edition*. London: Routledge.
- Minogue, Kenneth. 1995. *Politics: A Very Short Introduction*. Oxford, UK: Oxford University Press.

- Papacharissi, Zizi. 2002. "The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere" dalam *New Media & Society*, Volume 4(1): 9-27.
- Prihandono, F.X. Bambang Kusumo dan F Anita Herawati. 2010. "*Urban Communication Audit*" untuk Penguatan Hak Asasi Warga Kota di Kotamadya Yogyakarta, Laporan Penelitian yang dibiayai DIPA. Yogyakarta: FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Rheingold, Howard. 2008. "Mobile Media and Political Collective Action" dalam *Handbook of Mobile Communication Studies* yang diedit oleh James E. Katz. Cambridge, MA: MIT Press.
- Roberts, John Michael dan Nick Crossley. 2004. "Introduction" dalam *After Habermas: New Perspectives on the Public Sphere* yang diedit oleh John Michael Roberts dan Nick Crossley. Oxford, UK: Blackwell Publishing.
- Rubington, Earld dan Martin S. Weinberg. 2003. *The Study of Social Problems: Seven Perspectives*. New York: Oxford University Press.
- Schneider, Steven Michael. 1997. *Expanding the Public Sphere through Computer-Mediated Communication: Political Discussion about Abortion in a Usenet Newsgroup*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology.
- Sorlin, Pierre. 1994. *Mass Media*. London: Routledge.
- Sparks, Colin. 2001. "The Internet and the Global Public Sphere" dalam *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy* yang diedit oleh W. L. Bennett dan R. M. Entman. New York: Cambridge University Press.
- Supelli, Karlina. 2009. "Ruang Publik Dunia Maya" dalam *Ruang Publik: Melacak "Partisipasi Demokratis" dari Polis sampai Cyberspace* yang diedit oleh Fransico Budi Hardiman. Yogyakarta: Kanisius.
- Thompson, John B. 1988/1995. "Mass Communication and Modern Culture Contribution to a Critical Theory of Ideology" dalam *Approach to Media: A Reader* yang diedit oleh Oliver Boyd-Barrett dan Chris Newbold. London: Arnold.
- ----- . 1995. *Media and Modernity*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Volkmer, Ingrid. 2003. "The Global Network Society and the Global Public Sphere" dalam *Journal of Development*, Volume 49: 9-16.