

Penyunting: D. Danarka Sasangka - Darmanto

# KETIKA IBU RUMAH TANGGA MEMBACA TELEVISI



TIFA

KETIKA IBU RUMAH TANGGA  
MEMBACA TELEVISI

Penyunting:  
D. Danarka Sasangka  
Darmanto



TIFA

Yogyakarta 2010

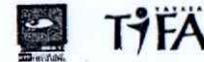
**KETIKA IBU RUMAH TANGGA  
MEMBACA TELEVISI**

Pengantar  
Lukas S. Ispandriarno

Penulis

|                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| Darmanto              | Moch. Faried Cahyono |
| D. Danarka Sasangka   | MC Ninik Sri Rejeki  |
| Josep J. Darmawan     | Muzayin Nazaruddin   |
| Lusi Margiyani        | Yudi Perbawaningsih  |
| Mario Antonius Birowo | Yossy Suparyo        |
| Masduki               | Y. Bambang Wiratmojo |

Penyunting:  
D. Danarka Sasangka  
Darmanto



Yogyakarta 2010

## **Ketika Ibu Rumah Tangga Membaca Televisi**

### **Penulis:**

Darmanto, D.Danarka Sasangka, Joseph J. Darmawan, Lusi Margiyani, Mario Antonius Birowo, Masduki, Muzayin Nazaruddin, MC Ninik Sri Rejeki, Moch Faried Cahyono, Yudi Perbawaningsih, Yossy Suparyo, Y. Bambang Wiratmojo

**Penyunting** : D. Danarka Sasangka dan Darmanto  
**Penyunting Bahasa** : Dhanu Priyo Prabowo  
**Tata Letak** : Cahyo Purnomo Edi  
**Desain Sampul** : Jr. Wahyu

Cetakan I, Januari 2010

### **Diterbitkan oleh:**

Masyarakat Peduli Media (MPM) Yogyakarta atas dukungan Yayasan TIFA  
Jl. Kemakmuran No. 2 Jogjakarta 55222  
Website MPM : [www.pedulimedia.or.id](http://www.pedulimedia.or.id)  
Email : [mpm\\_jogja@yahoo.com](mailto:mpm_jogja@yahoo.com)

### **Dicetak oleh:**

Ikreasi Publishing Jogjakarta, Joho RT 03 Jambi dan Banguntapan Bantul

Hak cipta dilindungi oleh Undang-undang  
Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian  
atau sebagian isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

Dicetak oleh Ikreasi  
Isi di luar tanggung jawab Percertakan

ISBN 9799798388

## **Daftar Isi**

### **PENGANTAR (Lukas S. Ispandriarno)**

#### **Literasi Media sebagai Sebuah**

**Gerakan Kultural (Sebuah Titik Berangkat) ..... 13**

D. Danarka Sasangka

### **BAGIAN I: KAJIAN TEORETIK**

#### **Literasi Media: Idealisasi**

**Penguatan Publik atas Media ..... 21**

Josep J. Darmawan

#### **Urgensi Literasi Media pada**

**Pertelevisian Indonesia ..... 47**

Y. Bambang Wiratmojo

#### **Literasi Media dan Tayangan Televisi**

**dalam Lingkup Kajian Makro-Mikro ..... 67**

MC Ninik Sri Rejeki

**BAGIAN II: PENGALAMAN TERBAIK (BEST PRACTICES)****Ketika Ibu-ibu di Lereng Merapi****Membaca Televisi ..... 85**

Muzayin Nazaruddin

**Pengalaman Ibu-ibu Babarsari****Membaca Televisi ..... 103**

Mario Antonius Birowo

**Ibu-ibu Rumah Tangga di Terban****Membaca Televisi ..... 119**

Darmanto dan Mochamad Faried Cahyono

**Ibu-Ibu PKK Muja-Muju****Membaca Televisi ..... 137**

Lusi Margiyani

**Bebaskan Anak dari Jerat Sihir Kotak Ajaib:****Pembacaan Televisi oleh Ibu-ibu Tamantirto ..... 151**

Yossy Suparyo

**BAGIAN III: EVALUASI KEGIATAN LITERASI MEDIA TELEVISI****Efektivitas Program Pelatihan****Literasi Media Pada Kaum Ibu di Perkotaan ..... 163**

Yudi Perbawaningsih

**TESTIMONI FASILITATOR ..... 185****EPILOG****Dari "Masyarakat" ke "Massa Rakyat"****Peduli Media -Catatan Untuk****Kiprah MPM dan Literasi Media- ..... 195**

Masduki

**BIODATA PENULIS ..... 207**

## Pengantar

Lukas S. Ispandriarno

APAKAH ALASAN mengajak para ibu rumah tangga menjadi peserta pelatihan melek media (*media literacy*)? Apakah karena mereka merupakan kelompok yang paling mudah dibujuk-rayu televisi? Apakah karena para ibu rumah tangga dinilai sebagai pe-candu (*heavy viewer*) sinetron? Ataukah, karena kedudukan mereka sebagai kaum perempuan yang kerap ditempatkan sebagai objek pendulang keuntungan bisnis industri media?

Perempuan memang seringkali menjadi korban media, dalam hal ini televisi. Dalam program sinetron, sosok perempuan senantiasa diposisikan secara *stereotype*, misalnya, mereka sering digambarkan sebagai tokoh yang berkarakter galak, suka membentak, dan suka memukul. Pada saat lain, mereka dilukiskan sebagai sosok yang mudah menangis. Marjinalisasi perempuan pun tampak dalam iklan, seperti dilukiskan Kasiyan di bukunya yang berjudul *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan* (2008)

Ibu-ibu yang tergabung dalam kelompok Pendidikan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dipilih dengan pertimbangan utama karena mereka memiliki apa yang disebut sebagai kepedulian. Mengikuti pendapat Giligan (dalam Magnis-Suseno, 2005), kepedulian pada orang lain adalah unsur-unsur moral khas perempuan. Kepedulian ini secara konkret berdasarkan empati, kebaikan hati atau belas kasihan. Pandangan Giligan merupakan kritik kepada Kohlberg, yang memakai tolok ukur kemajuan moral sebagai pencapaian sikap moral yang berorientasi pada prinsip abstrak keadilan dan menempatkan kepedulian sebagai tahap sementara yang perlu dilengkapi dengan wawasan keadilan yang berprinsip. Berbeda dengan kepedulian, konsepsi (etika) keadilan menggendong sejumlah kata kunci seperti "hak", "kewajiban", "kontrak", *fairness*, "ketimbalbalikan", dan "otonomi".

Etika kepedulian (*ethics of care*) bersifat kontekstual dan situasional, serta berfokus pada orang konkret dan kebutuhannya. Orang dilihat dalam rangka suatu hubungan personal dan sosial, dengan hubungan-hubungan kesalingtergantungan dan keterlibatan emosional (Magnis-Suseno, 2005: 238). Lebih lanjut dikatakan Magnis-Suseno bahwa sikap-sikap yang ditegaskan adalah peduli pada sesama, empati, hubungan konkret antar-orang daripada sistem-sistem peraturan. Orang dilihat dalam ketertanaman dalam sebuah konteks sosial tertentu dan bukan sebagai sebatang kara, *people standing alone*.

Filosofi itulah yang mendasari Masyarakat Peduli Media (MPM) untuk memilih para ibu di sejumlah kampung di Yogyakarta sebagai sejawat dalam pelatihan melek media ini. Di tengah kesibukan mereka sebagai ibu rumah tangga dan anggota masyarakat, mereka masih peduli terhadap kegiatan ini. Meski mereka seringkali direpotkan oleh anak-anak yang juga menjadi korban media. Para ibu tentu peduli kepada sesama kaum perempuan. Merekalah kelompok yang potensial dan strategis dalam menyiasati pengaruh keperkasaan industri media. Dengan pelatihan ini diharapkan pengetahuan mereka semakin bertambah sehingga dapat bersama masyarakat sipil (*civil society*) lain menggerakkan habitus baru, menonton televisi dengan kritis.

Guna memperluas cakupan gerakan baru dalam menonton televisi secara kritis tersebut, MPM berupaya menyajikan berbagai pelajaran berharga yang diperoleh dari kegiatan literasi media pada paruh kedua tahun 2009 dalam bentuk buku agar mudah diakses oleh banyak pihak. Untuk memperluas pengetahuan, buku ini tidak hanya memuat hal-hal yang diperoleh di lapangan, tetapi juga dari artikel yang sifatnya teoritis.

Penerbitan buku ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari rangkaian program kegiatan literasi media televisi bagi para ibu rumah tangga yang diselenggarakan oleh Masyarakat Peduli Media (MPM) dengan dukungan dana dari Yayasan Tifa. Oleh karena itu, kami ingin menyampaikan penghargaan kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini berupa ucapan terima kasih. Penghargaan tersebut kami sampaikan kepada:

1. Para ibu rumah tangga di Dusun Lodadi, Umbulmartani, Ngemplak dan Dusun Salam, Wukirsari, Cangkringan, Dusun Gatak II Tamantirto, Kampung Tambakbayan, Babarsari, Muja-muju, Umbulharjo, dan Terban, Yogyakarta. Terimakasih atas kesediaan dan kerelaan ibu-ibu meluangkan waktu untuk terlibat belajar bersama MPM. Tanpa kesediaan mereka, buku ini tidak akan terwujud.
2. Pihak Pemerintah Desa/Kelurahan, Dusun, RW, RT di wilayah Lodadi, Umbulmartani, Ngemplak, wilayah Salam, Wukirsari, Cangkringan, dan Tambakbayan, Babarsari; ketiganya di Kabupaten Sleman; Pemerintahan Desa Tamantirto, Bantul; Kelurahan Terban dan Muja Muju Kota Yogyakarta. Fasilitasi yang diberikan dalam bentuk izin dan dukungan moral lainnya telah memungkinkan kegiatan literasi media dapat berjalan lancar.
3. Peserta Penyusunan *Tools Literasi Media*, antara lain Zein Mufarrih Muktaf (UMY), Sahrul Aksa (STPMD "APMD"), Herlita Jayadianti (ECCD-RC), I Gusti Ngurah Putra (UGM dan KIPD DIY), Cicilia Maharani (Yayasan Kampung Halaman), Yossy Suparyo (CRI), Atinna Risqiana (Yayasan Kampung Halaman), Mario Anton Birowo (UAJY), Muzayin Nazaruddin (UII), Istu

Gutari (Ibu Rumah Tangga, jurnalis RRI), C. Asri Budiningsih (KTP, FIP UNY), Wardiyah (Majelis Dikdasmen PWA Aisyiah DIY), Arif Wibawa (UPN), Lusi Margiyani (LSPPA), Anastasia Onik Kartikasari (Humas Wanita Katolik RI DPD DIY), Moch. Faried Cahyono (Dewan Pendiri MPM), dan Yossy Suparyo (CRI).

4. Fasilitator dan narasumber Penyusunan *Tools Literasi Media*, yaitu Dan Satriana (Bandung), Bobi Guntarto (Yayasan Pengembangan Media Anak, Jakarta), Bakti Nugroho (Dewan Pers), dan Satria Arismunandar (Trans TELEVISI); serta fasilitator TOT Mukhotib MD.
5. Para fasilitator yang berasal dari lima Perguruan Tinggi mitra, yaitu Asih Apriliani, Hamim Thohari, Ponang Limpad, Ceacilia Novi, Unigani, Johan Nasruddin Firdaus, Ruben Panieon, Mariana Syari Pertiwi, Andika Ananda, G. Agung Bayu Kurniawan, Jetrani Reza Dias, Bertha Simin, Anastasia Catur Emma Febriatiningsih, Sinta Dewi Mustikawati, Dominus Tomy Waskito, Willibordus Tatag Hastungkoro, Erny Mardhani, Meiliana Mahera Maharani, Ahmad Safiaji, dan Ricky Riadi Iskandar.
6. Para penulis artikel, Desainer (Wahyu), pelaksana produksi (Saiful Bakhtiar), dan distributor buku ini, yang dengan talenta masing-masing telah memberikan sumbangan besar bagi terdokumentasikannya kegiatan literasi media televisi bagi ibu-ibu dalam bentuk buku.
7. Tim kerja yang menjadi tulang punggung MPM, tetapi tidak sempat terlibat langsung dalam penulisan buku ini, yaitu Budhi Hermanto dan Widodo Iman Kurniadi. Ketekunan dan kegigihan keduanya dalam mengejar-ngejar anggota Tim yang lain membuat semua program kegiatan literasi media televisi yang diselenggarakan oleh MPM dapat selesai tepat pada waktunya.

Penghargaan yang tinggi juga kami sampaikan kepada Yayasan Tifa yang telah memberikan kepercayaan kepada MPM dalam bentuk dukungan dana. Dukungan itu memungkinkan MPM dapat

menyelenggarakan kegiatan literasi media televisi bagi ibu-ibu rumah tangga berbasis PKK. Semoga kerjasama seperti ini dapat terus berlangsung sehingga program yang telah dirintis dapat berkelanjutan.

Kami menyadari bahwa penebitan buku ini masih memiliki sejumlah kekurangan. Oleh karena itu, kami senantiasa membuka diri untuk menerima kritik dan saran demi perbaikan. Kami berharap, pada saatnya nanti, buku ini dapat dicetak ulang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat luas.

Lukas S. Ispandriarno  
Ketua MPM

# Literasi Media dan Tayangan Televisi dalam Lingkup Kajian Makro-mikro

MC Ninik Sri Rejeki

## **Media Literasi dan Arti Pentingnya bagi Masyarakat**

MEDIA LITERASI dapat dipahami sebagai sebuah konsep yang berbicara tentang cara-cara masyarakat mempertanyakan apa yang ditonton, dicermati, dan dibaca dari media. Dengan demikian masyarakat dapat melakukan konsumsi terhadap isi media secara kritis dan cerdas. Mereka dapat memiliki semacam kepekaan untuk mendeteksi adanya propaganda, kepentingan tertentu, atau bias dalam sebuah tayangan. Kepekaan itu juga mencakup hal-hal yang terkait dengan sejauh mana pengaruh struktural dalam sebuah tayangan, seperti pengaruh kepemilikan media dan pemilik modal dalam pesan-pesannya.

Idealnya, media literasi juga mengarahkan masyarakat sebagai pencipta sekaligus produser pesan-pesan media. Artinya bahwa masyarakat dapat memberikan batasan tayangan mana yang pantas disuguhkan dan mana yang tidak, sehingga ada aktivitas transformasi proses-proses konsumsi media ke dalam proses-proses aktif

dan kritis. Kalau menggunakan terminologi kognitif dalam proses menghayati sesuatu, maka masyarakat perlu *mindful* dalam mengkonsumsi media. *Mindfulness* terjadi ketika seseorang dapat memberikan perhatian pada sesuatu dengan menempatkan pada sebuah situasi atau konteks dan dapat mengkritisi dalam banyak perspektif. Kemampuan ini jelas memerlukan adanya media edukasi, dalam bentuk pendidikan nonformal semacam pelatihan dan penyuluhan kepada masyarakat yang dilakukan oleh lembaga independen, perguruan tinggi, atau lembaga swadaya masyarakat. Sebagai contoh yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Sebagaimana yang diacu oleh KPI, dalam UU No. 32 tahun 2002, disebutkan bahwa penyiaran Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dengan melandaskan diri pada asas manfaat, adil, dan merata, kepastian hukum, keamanan, keberagaman, kemitraan, etika, kemandirian, kebebasan, dan tanggungjawab yang bertujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa, mencerdaskan kehidupan bangsa serta menumbuhkan industri penyiaran. Demikian pula dengan advokasi media literasi bagi ibu-ibu rumah tangga yang diselenggarakan oleh Masyarakat Peduli Media bekerjasama dengan beberapa perguruan tinggi di Yogyakarta (UAJY, UII, UMY, UPN, dan STPMMD).

Pentingnya media edukasi dalam konteks media literasi dapat dipahami, karena pada tataran yang paling dasar, media literasi merupakan upaya untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat dari pengaruh media massa yang buruk. Wirodono (2006:140, 143) mengemukakan tiga kategori khalayak yang rentan terhadap pengaruh buruk media, yakni anak-anak, remaja, dan kaum ibu.

Pada anak-anak, pengaruh itu terutama terletak pada perkembangan otak, emosi, sosial, dan kemampuan kognitif. Semakin sering anak-anak menonton televisi dengan tema kekerasan akan mendorong anak memiliki persepsi yang sama dengan apa yang mereka tonton. Pengaruh pada anak-anak ini jelas meresahkan orangtua, terutama kaum ibu, seperti yang dirasakan oleh ibu-ibu peserta pendidikan media literasi yang diselenggarakan oleh MPM bekerjasama dengan perguruan tinggi (UAJY) di Wilayah Tambakbayan, Babarsari. Dari catatan fasilitator pendidikan, contoh

kekhawatiran itu adalah pengaruh tayangan kekerasan pada anak-anak yang sering mengambil bentuk yang tidak disadari oleh orangtua, namun berpotensi ditonton oleh anak-anak. Tidak hanya itu, dampak tayangan yang berbau seks dan mistis terhadap anak-anak juga menjadi kekhawatiran dari para ibu peserta pendidikan media literasi.

Pada remaja, berbagai tayangan sinetron dengan tema remaja cenderung mengeksploitasi kehidupan remaja hanya dari satu sisi. Kadaan ini menyebabkan remaja tidak bisa mempelajari realitas kehidupan yang sesungguhnya (Wirodono, 2006: 144). Sementara itu, pengaruh pada kaum ibu, pengaruh buruk televisi lebih terletak pada kemampuannya dalam membangun perilaku konsumtif para ibu, karena mereka merupakan sasaran potensial untuk iklan yang menjajakan berbagai produk bagi ibu-ibu. Komoditas ini dikemas dalam bentuk tayangan sinetron, *infotainment*, dan aspek domestik lainnya, seperti kuliner, dan sebagainya (Wirodono, 2006:146). Tidak hanya itu, penting bagi para ibu untuk mengkritisi tayangan televisi yang banyak menampilkan perempuan dalam dominasi cara pandang patriarkhi. Banyak tayangan televisi yang menampilkan perempuan dalam wilayah domestik, sehingga membentuk gambaran bahwa citra perempuan yang baik adalah yang beraktivitas disekitar wilayah domestiknya. Selebihnya adalah tampilan perempuan sebagai sosok yang bersifat biologis, yakni dengan fokus kecantikan wajah, keindahan rambut, tubuh yang seksi dan bahasa tubuh yang sensual.

Kalau media massa dibatasi dalam representasi yang berwujud televisi, maka pertanyaan yang muncul adalah mengapa diperlukan media literasi untuk televisi? Wirodono (2006:157) mengemukakan, pentingnya membaca, mengkritisi, menilai, menghakimi, dan memaklumi media televisi Indonesia adalah terkait dengan persoalan ketidakmatangan media tersebut. Ketidakmatangan ini berpotensi mengeksploitasi, membohongi masyarakat dengan tayangan-tayangan yang disajikannya. Ada yang mengatasnamakan selera masyarakat atau permintaan pasar, namun sesungguhnya semua itu dibuat atas selera produsen untuk kepentingan industri media. Sebagai catatan bahwa yang terlibat dalam produksi

memang tidak hanya terdiri dari televisi sebagai organisasi media, dalam industri banyak elemen yang terlibat, katakan misalnya pihak rumah produksi yang menyediakan program televisi. Untuk tayangan yang bertolak dari kepekaan produsen ini, tengok saja misalnya tayangan di bulan romadhon. Meski tampak sebagai tayangan religius untuk mengisi kesucian bulan tersebut, namun ujung-ujungnya mencerminkan selera produsen yang berkisar pada sinetron-sinetron yang mengumbar kebencian, dendam, perebutan harta waris yang tertangkap dari ungkapan verbal maupun nonverbal dari tokoh-tokohnya yang sesungguhnya tidak layak tayang di bulan suci. Fenomena semacam ini terjadi di hampir seluruh televisi swasta di Indonesia. Ada indikasi keseragaman dalam tayangan mereka. Tayangan yang mengeksploitasi selera rendah khalayak. Bukan tak mustahil hal ini merupakan untuk mempertahankan agar penonton tak mampu mematikan televisinya atau mengganti saluran televisinya. Selain itu, aspek lain yang terlibat adalah iklan. Iklan adalah ibarat darah yang menghidupi stasiun televisi (Wirodono, 2006:89). Acara televisi yang menduduki rating tertinggi tentu saja akan mengeruk uang sebanyak-banyaknya dari pemasang iklan. Dengan demikian, meskipun sebuah tayangan sama sekali tidak mendidik, namun karena mendatangkan uang yang melimpah dari iklan akan tetap dipertahankan.

Persoalan kemudian yang muncul ketika disadari pentingnya media literasi bagi masyarakat adalah bagaimana kita dapat memiliki perspektif yang komprehensif dalam menyoroati tayangan televisi dan memberikan kemampuan media literasi bagi masyarakat. Persoalan ini bisa dijawab dengan mencoba menjelaskannya dalam dua lingkup kajian makro dan mikro untuk menyoroati tayangan televisi.

#### **Tayangan Televisi dalam Lingkup Kajian Makro-mikro**

Kajian makro-mikro yang dimaksud dalam tulisan ini bersumber dari dua teori dalam pemikiran kritisisme kultural, yaitu kajian kultural dan ekonomi politik. Dua teori ini tidak sekedar dipahami sebagai dua teori yang sama-sama berakar dari Marx, namun dipahami pula sebagai teori-teori yang memiliki perbedaan fokus. Kajian kultural berfokus pada budaya, sementara ekonomi politik

meliputi cakupan fokus pada konteks sosial, ekonomi, dan politik yang lebih luas daripada kajian kultural.

Dalam kajian kultural, televisi merupakan bagian dari budaya. Sementara itu, televisipun berperan dalam memproduksi budaya. Oleh karena itu, sorotan terhadap tayangan televisi merupakan bagian dari kajian kultural. Namun demikian dengan fokusnya yang terbatas, analisis dalam konteks ini dapat dikatakan sebagai kajian mikro, sehingga teori ini mengabaikan konteks makro yang dapat menjelaskan tayangan televisi dalam konteks yang lebih luas.

Sementara itu, ekonomi politik memiliki kekuatan dalam menjelaskan isu-isu yang bersifat makro. Selain kekuatan tersebut, ekonomi politik juga berfokus pada proses pembentukan dan pengendalian televisi, serta hubungan antara produksi tayangan televisi dan aspek ekonominya. Kelemahannya, ekonomi politik tidak mampu memberikan penjelasan di tingkat mikro.

Dengan kekuatan dan kelemahan masing-masing, secara ideal, dikemukakan oleh Baran dan Davis (2000:216), bahwa dua teori tersebut sesungguhnya memiliki fokus yang bisa saling melengkapi, sehingga kajian terhadap media dapat dilakukan lebih dalam dan lebih luas, mikro dan makro. Hal ini membawa implikasi bahwa penjelasan di tingkat mikro tentang segala sesuatu yang ditayangkan televisi perlu dikaitkan dengan konteks makronya.

Sesuai dengan yang dikemukakan Baran dan Davis (2000:16), kritisisme kultural merupakan suatu bentuk tantangan bagi paradigma efek terbatas. Hal ini karena meskipun sebagian besar peneliti komunikasi massa di Amerika Serikat menemukan gagasan efek terbatas dan temuan-temuan penelitian empirik, namun peneliti di bagian dunia lain kurang mempercayainya. Ada sekelompok teoritis yang dipengaruhi oleh neomarxisme. Mereka percaya bahwa media memungkinkan para elit dominan untuk memelihara kekuasaannya. Media massa dapat dipandang sebagai arena publik tempat pertarungan budaya terjadi dan tempat bermainnya budaya dominan yang bersifat hegemonik. Oposisi termarginalisasi dan *status quo* tampil sebagai satu-satunya yang logis, yaitu cara yang rasional dalam membentuk opini masyarakat. Dalam teori neomarxis, upaya-upaya untuk mengkaji institusi media dan inter-

pretasi isi media muncul sebagai prioritas utama. Selama tahun 1960-an neomarksis di Inggris mengembangkan sebuah aliran teori sosial yang disebut sebagai *British Cultural studies*. Fokusnya adalah media massa berikut peranannya dalam menawarkan suatu pandangan dunia hegemonik dan budaya dominan di antara berbagai subkelompok dalam masyarakat. Para peneliti dalam aliran itu bekerja dengan berfokus pada studi-studi resepsi khalayak yang membangun pertanyaan penting tentang kekuasaan potensial dari media dalam tipe-tipe situasi tertentu dan kemampuan para anggota khalayak aktif untuk menolak pengaruh media.

Kemudian pada tahun 1970-an, permasalahan tentang kekuatan efek media muncul kembali di Amerika Serikat yang ditumbuhkan oleh ilmuwan humaniora yang tidak dikendalikan oleh perspektif efek terbatas dan tak terdidik dalam metode ilmiah. Beberapa dari ilmuwan ini tertarik pada kritisisme kultural gaya Eropa. Sementara yang lainnya menciptakan aliran kajian budaya asli Amerika.

Kritisisme kultural berakar pada teori Marxis. Teori ini dikembangkan oleh Karl Marx pada akhir abad ke-19 pada masa terjadinya perubahan sosial di Eropa. Marx dikenal dengan teori-teori sosial pada masanya. Marx mengidentifikasi bahwa industrialisasi dan urbanisasi merupakan masalah. Marx berpendapat bahwa perubahan-perubahan itu tidak buruk, namun ia mengutuk para kapitalis yang memperburuk masalah sosial. Hal ini karena para kapitalis memaksimalkan keuntungan personal dengan mengeksploitasi para pekerja. Marx menciptakan tertib sosial baru dalam mana semua kelas-kelas sosial harus dihapuskan. Para pekerja harus bangkit melawan kaum kapitalis dan menuntut berakhirnya eksploitasi. Mereka harus bersatu untuk menciptakan tertib sosial yang demokratis dan egalitarian.

Marx berpendapat bahwa sistem kelas hirarkhis merupakan akar dari semua permasalahan sosial. Oleh karena itu harus diakhiri melalui revolusi para pekerja atau proletariat. Marx juga meyakini bahwa kaum elit mendominasi masyarakat melalui kontrol langsung atas sarana produksi. Kaum elit menjaga diri mereka sendiri dalam kekuasaan melalui kontrol yang dilakukan atas budaya atau suprastruktur dari masyarakat. Marx melihat bahwa

budaya merupakan sesuatu dimana elit dapat memanipulasi untuk menyesatkan orang-orang dan mendorong mereka untuk bertindak berlawanan dengan keinginan mereka sendiri. Bentuk itu disebut Marx sebagai ideologi. Menurut Marx, ideologi beroperasi tak ubahnya obat bius. Orang-orang yang ada dalam pengaruhnya tak mampu melihat proses eksploitasi atas diri mereka. Dalam kasus terburuk, orang-orang itu tertipu yang secara aktual merusak kepentingan mereka sendiri dan melakukan sesuatu yang meningkatkan kekuasaan para elit, sementara kehidupan mereka sendiri menjadi lebih buruk. Marx membuat kesimpulan bahwa harapan satu-satunya bagi perubahan sosial adalah revolusi yang mana massa memperoleh kontrol atas hal yang mendasar, yaitu sarana produksi.

Teori neomarksis merupakan inkarnasi dari teori Marxis yang berfokus pada supra struktur (Baran dan Davis, 2000:221). Sebagian besar *British Cultural Studies* merupakan neomarksis. Hal yang berbeda dengan teori Marxis adalah bahwa fokusnya pada isu-isu suprastruktur ideologi dan budaya, bukan berkenaan dengan sarana produksi. Pentingnya neomarksis melawan suprasrtuktur telah menciptakan suatu divisi fundamental di dalam Marxisme. Para neomarksis berasumsi bahwa perubahan yang bermanfaat dapat dimulai dengan damai dan pembentukan kembali ideologis, tidak dengan revolusi yang keras yang memungkinkan kelas pekerja meraih kontrol atas sarana produksi. Beberapa kaum neomarksis mengembangkan kritik budaya untuk mentransformasi secara radikal suprastruktur, sementara kaum neomarksis lainnya menekankan pada *modest reforms*.

Aliran Frankfurt adalah kelompok ilmuwan neomarksis yang bekerja bersama pada tahun 1930-an di Universitas Frankfurt (Baran dan Davis, 2000:223). Dua orang yang terkenal adalah Max Horkheimer dan Theodor Adorno. Aliran Frankfurt mengkombinasikan teori kritik Marxis dengan hermeneutik. Tulisan-tulisan dari ilmuwan kelompok ini mengidentifikasi dan memperkenalkan berbagai bentuk budaya tinggi, seperti musik simfoni, sastra besar, dan seni. Budaya tinggi dipandang sebagai sesuatu yang memiliki integritasnya sendiri, nilai yang melekat, dan tidak dapat digunakan oleh kaum elit untuk mempertinggi kekuasaan pribadi mereka.

Horkheimer dan Adorno memiliki pandangan skeptik, bahwa budaya tinggi dapat atau harus dikomunikasikan melalui media massa. Adorno berpendapat bahwa siaran radio tidak dapat memulai untuk memproduksi suara dari orkestra simfoni secara *live*. Adorno mengklaim bahwa reproduksi media massa atas budaya tinggi adalah inferior dan mengalihkan orang dari pencarian "*the real thing*". Aliran Frankfurt mempunyai dampak pada penelitian sosial Amerika karena munculnya Nazi yang mendorong orang Yahudi keluar Eropa dan bermukim di Amerika.

Kajian kultural meliputi penyelidikan tentang cara-cara budaya diproduksi melalui suatu pergulatan di antara ideologis. Kelompok ilmuwan yang terkemuka, yaitu *British cultural studies* dikaitkan dengan Centre for Contemporary Cultural Studies di University of Birmingham (Littlejohn, 2008:336). Asal-usul tradisi juga ditelusur dengan tulisan-tulisan Richard Hogart dan Raymond William pada tahun 1950-an yang mengkaji tentang kelas pekerja Inggris setelah Perang Dunia II. Dalam pada itu saat ini yang terdepan adalah Stuart Hall.

Tradisi kajian kultural adalah reformis yang berbeda dalam orientasi. Para ilmuwannya ingin melihat perubahan pada masyarakat Barat, dan mereka memandang para ilmuwan merupakan alat pergulatan sosialis kultural. Mereka percaya bahwa perubahan akan terjadi dalam dua cara, yaitu pertama, dengan mengidentifikasi kontradiksi dalam masyarakat, resolusi tentang apa yang akan membawa perubahan positif, melawan hingga menekan. Kedua, dengan memberikan interpretasi yang akan membantu orang memahami dominasi dan macam-macam perubahan yang diinginkan.

Studi tentang komunikasi massa merupakan hal yang sentral. Media dipandang sebagai alat kekuasaan dari ideologi yang dominan. Dalam pada itu media juga dipersepsikan memiliki potensi meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu kelas, kekuasaan dan dominasi. Media, termasuk televisi merupakan bagian dari kekuatan-kekuatan institusional yang lebih besar.

Budaya dalam kajian kultural memiliki dua pengertian. Pertama, ide-ide bersama yang menjadi sandaran suatu masyarakat atau

kelompok. Ideologi, atau cara-cara kolektif yang menjadi sarana kelompok memahami pengalamannya. Kedua, praktek-praktek atau cara-cara hidup kelompok yang dilakukan individu secara material dari hari ke hari. Dua hal itu tak dapat dipisahkan. Ideologi kelompok memproduksi dan mereproduksi dalam praktek-prakteknya. Dalam kenyataannya, perhatian umum dari teoritis adalah kaitan antara tindakan institusi masyarakat, seperti media dan budaya. Praktek-praktek dan ide-ide selalu terjadi bersama di dalam sebuah konteks historis.

Littlejohn (2008:337) mencontohkan orang-orang menonton televisi setiap hari. Semua industri televisi adalah produksi budaya karena merupakan sarana menciptakan, mereproduksi, dan merubah budaya. Praktek-praktek konkrit meliputi memproduksi dan mengkonsumsi televisi yang merupakan mekanisme penting dalam memantapkan ideologi.

Dalam kajian kultural, proses mendapatkan realitas diperkuat dari banyak sumber yang disebut artikulasi (Littlejohn, 2008:338). Pemahaman yang digunakan bersama tampak nyata karena koneksi, atau artikulasi, di antara beberapa sumber verifikasi. Artikulasi menyebabkan tidak semua ideologi eksis di dalam pijakan yang setara dalam masyarakat. Teori-teori kultural menyatakan bahwa masyarakat kapitalistik didominasi oleh suatu ideologi elit. Ideologi dominan itu bagi masyarakat pekerja adalah palsu. Hal ini karena ideologi itu tidak merefleksikan kepentingan mereka. Ideologi dominan termasuk dalam suatu hegemoni terhadap kelompok-kelompok dan kekuasaan.

Hegemoni merupakan suatu proses yang mengalir. Hall (Littlejohn, 2008:338) menyebutnya sebagai "sebuah teater pergulatan". Perlawanan antara ideologi-ideologi yang berlawanan berubah secara tetap. Institusi sosial, seperti pendidikan, agama, dan pemerintah saling terkait dalam mendukung ideologi dominan, dan yang penting adalah kaitan antar infrastruktur dan suprastruktur. Infrastruktur mengacu pada sarana produksi, sedangkan suprastruktur mengacu pada institusi kemasyarakatan. Marxis mengemukakan bahwa infrastruktur menentukan suprastruktur. Kajian kultural meyakini bahwa hubungan tersebut akan menjadi kian kompleks, ketika hubungan itu berupaya

untuk menciptakan saling ketergantungan bersama (*mutually interdependent*).

Namun demikian dalam studinya, kajian kultural cenderung untuk mengabaikan konteks sosial dan politik yang lebih besar dari beroperasinya media. Teori ini berfokus pada cara muatan budaya populer dikonsumsi oleh individu atau kelompok. Penelitian yang dilakukan oleh teoritis kajian budaya telah membuat para teoritis tersebut kian skeptik terhadap kekuasaan para elit dalam memperkenalkan bentuk-bentuk hegemonik dari budaya. Mereka menemukan bahwa rata-rata orang sering menolak menginterpretasikan isi media yang melayani kepentingan elit. Kajian budaya kurang tertarik dalam hal membuat atau mempengaruhi kebijakan, dan penelitian dalam kajian budaya sering tidak memberikan suatu dasar yang jelas untuk mengkritisi *status quo*.

Ekonomi politik mempelajari kontrol elit terhadap institusi ekonomi dan mencoba untuk menunjukkan bagaimana kontrol tersebut mempengaruhi institusi sosial lainnya, termasuk media massa (Murdock dalam Baran dan Davis, 2000:227). Ekonomi politik menerima asumsi Marxis klasik yang berlandas pada dominasi suprastruktur. Ekonomi politik mengkaji sarana produksi dengan melihat institusi ekonomi, dan kemudian berupaya untuk menemukan bahwa institusi tersebut membentuk media sesuai dengan kepentingan dan tujuan institusi. Sebagai contoh, ekonomi politik mengkaji bagaimana ekonomi memaksakan batas atau membiaskan bentuk budaya massa yang diproduksi dan didistribusikan melalui media. Namun ekonomi politik kurang memperhatikan bagaimana budaya massa mempengaruhi kelompok spesifik atau subkultur. Ekonomi politik lebih memperhatikan pemahaman tentang bagaimana proses-proses produksi dan distribusi isi dipaksakan.

Para teoritis ekonomi politik memiliki pusat perhatian pada tertib sosial yang lebih besar dan kepemilikan media oleh elit. Mereka mengkritisi tumbuhnya privatisasi media di Eropa dan meningkatnya sentralisasi kepemilikan media diseluruh dunia. Mereka juga berpendapat bahwa teoritis pun perlu secara aktif melaksanakan perubahan sosial, dan melekat dalam karakteristiknya sebagai

teori kritik, ekonomi politik memberikan pula suatu dasar evaluasi terhadap *status quo*.

Senada dengan paparan di atas, Barret dalam Barret dan Newbold (1995:22), mengemukakan bahwa ekonomi politik sering dikaitkan dengan permasalahan makro, diantaranya adalah tentang kepemilikan dan kontrol media. Ekonomi politik pada umumnya dilihat dalam proses-proses konsolidasi, diversifikasi, komersialisasi, dan internasionalisasi.

Dalam pada itu Mosco dan Barret dan Newbold (1995:22) memberikan dua definisi tentang ekonomi politik. Pertama, ekonomi politik adalah studi tentang relasi sosial, khususnya relasi kekuasaan, meliputi produksi, distribusi, dan konsumsi sumberdaya. Kedua, ekonomi politik adalah studi tentang kontrol dan kelangsungan hidup dalam kehidupan sosial. Mosco juga mengidentifikasi tiga gambaran esensial dari ekonomi politik. Pertama, yaitu merupakan studi tentang perubahan sosial dan transformasi historis. Kedua, ekonomi politik memiliki perhatian dalam mengkaji relasi-relasi sosial secara keseluruhan yang merupakan bidang-bidang ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Ketiga, ekonomi politik memiliki komitmen pada filsafat moral, yaitu perhatian pada nilai-nilai sosial dan prinsip-prinsip moral. Sementara itu Golding dan Murdock (Barret & Newbold, 1995:186) menambahkan gambaran yakni perhatian pada keseimbangan antara perusahaan kapitalis dan intervensi publik.

Mosco (1996:25) mengungkapkan bahwa ekonomi politik cenderung untuk memusatkan perhatian pada seperangkat hubungan sosial yang spesifik yang diorganisasikan seputar kekuasaan atau kemampuan untuk mengontrol orang, proses, dan barang. Hal ini mengarahkan ekonomi politik dalam komunikasi untuk melihat pada pergeseran bentuk kontrol sepanjang produksi, distribusi, dan konsumsi. Dalam pada itu pengertian komunikasi dalam ekonomi politik adalah proses sosial tentang pertukaran yang produknya merupakan tanda atau perwujudan dari suatu relasi sosial. Ekonomi politik berpusat pada bagaimana komunikasi secara sosial dikonstruksi.

Mosco (Barret & Newbold, 1995:187) mengungkapkan tiga konsep untuk aplikasi ekonomi politik pada komunikasi. Pertama,

komodifikasi, yaitu proses menerima barang dan pelayanan yang dinilai dalam manfaatnya, dan mentransformasikan barang dan pelayanan itu ke dalam komoditi yang dinilai untuk apa yang dapat diperoleh di pasar. Kedua, spesialisasi, yaitu proses menguasai batas ruang dan waktu dalam kehidupan sosial. Ketiga, sturkturisasi, yaitu memasukkan ide-ide agensi, proses sosial dan praktek sosial kedalam analisis sturktur. Meski demikian kontribusi yang paling besar dari ekonomi politik pada studi komunikasi adalah analisis institusi media dan konteksnya. Konsep-konsep Mosco relevan untuk meneliti melintasi seluruh jarak aktivitas media, mempunyai potensi untuk mengarah pada suatu model holistik siklus dari produksi (dan konteksnya) hingga penerimaan (dan konteksnya).

Konsep-konsep itu memberikan suatu landasan yang dapat dipetakan melalui identifikasi Golding dan Murdock (Barret dalam Barret dan Newbold, 1995:187), yaitu dengan empat proses historis yang merupakan pusat dari ekonomi politik kritik tentang budaya. Proses-proses historis itu adalah pertumbuhan media, perluasan capaian perusahaan, komodifikasi, dan perubahan peranan negara dan intervensi pemerintah.

Menurut Baran dan Davis (2000:215), terdapat teori-teori interpretif, yaitu teori dengan lingkup kajian mikro (mikroskopik), yang berfokus pada cara individu dan kelompok sosial menggunakan media untuk menciptakan dan membantu perkembangan yang terbentuk dalam kehidupan sehari-hari. Teori-teori itu diacu sebagai teori-teori kajian kultural. Selain itu terdapat teori-teori dalam lingkup kajian makro (makroskopik) yang berfokus pada cara para elit sosial menggunakan kekuasaan yang bersifat ekonomi untuk memperoleh kontrol dan mengeksploitasi institusi media. Teori ini mengungkapkan bahwa kaum elit menggunakan media untuk mempropagandakan budaya hegemonik sebagai sarana untuk menjaga posisi dominan mereka dalam tertib sosial. Teori ini disebut sebagai ekonomi politik.

Teori-teori mikroskopik kurang memperhatikan konsekuensi jangka panjang dari media bagi tertib sosial dan lebih memperhatikan pada cara media mempengaruhi kehidupan individu. Teori-teori ini mengabaikan tekanan pada isu-isu yang lebih besar tentang

tertib sosial dalam mendukung permasalahan yang tercakup dalam kehidupan sehari-hari. Sebaliknya, teori-teori makroskopik kurang memperhatikan pengembangan penjelasan detil tentang cara individu dipengaruhi oleh media dan lebih memperhatikan pada cara media mempengaruhi tertib sosial secara keseluruhan.

Peneliti dalam tataran mikroskopik cenderung untuk memahami apa yang sedang berlangsung di dunia di sekitarnya. Mereka melihat pengalaman kita sehari-hari dan realitas sendiri merupakan konstruksi artifisial. Mereka ingin melihat cara media masuk dalam kehidupan rutin sehari-hari tanpa menciptakan kekacauan yang serius.

Peneliti dalam tataran makroskopik melihat cara media ikut mempengaruhi arah politik, cara mengelola perekonomian nasional, atau penyediaan layanan sosial. Mereka ingin mengetahui apabila media memasuki atau mengacaukan proses-proses sosial yang beskala besar. Sebagai contoh permasalahan tentang kekacauan yang ditimbulkan oleh media terhadap arah politik nasional.

Seperti yang dikemukakan oleh Baran dan Davis (2000:216), idealnya teori-teori makroskopik dan mikroskopik digunakan secara komplementer dalam melakukan kajian media. Artinya eksplanasi di tingkat individual (mikro) perlu dikombinasikan dengan eksplanasi tingkat kemasyarakatan (makro) agar dihasilkan gambaran yang komprehensif dan lengkap tentang media. Media akan dipandang secara holistik dan kontekstual, tidak secara elementer dan parsial, terpisah dari konteksnya. Oleh karena itu kemudian akan diperoleh pemahaman yang lebih lengkap pula dari banyak segi.

Kajian media yang berfokus pada penggunaan media untuk menciptakan bentuk-bentuk budaya yang membangun kehidupan sehari-hari akan lebih komprehensif dan lengkap gambarannya jika disertai dengan paparan yang berfokus pada penguasaan kaum elit sosial atas kekuatan ekonomi untuk mengeksploitasi institusi media. Hasilnya adalah pemahaman tentang media dalam pemikiran yang lebih mendasar, yaitu kritisisme kultural yang menentang *status quo* melalui penayangan manipulasi media dan yang mengkritisi budaya hegemonik. Budaya hegemonik adalah budaya yang ditentukan

dari atas atau dari luar yang melayani kepentingan-kepentingan dari kaum elit dalam posisi sosial dominan.

### **Implikasi Kajian Makro-mikro dalam Media Literasi untuk Televisi**

Implikasi dari kajian makro-mikro dalam media literasi untuk televisi adalah bahwa media edukasi yang diberikan kepada masyarakat perlu disusun kurikulumnya dengan mengakomodasi pentingnya memahami media dalam lingkup kajian makro-mikro. Melalui kajian mikro, masyarakat akan memahami cara budaya diproduksi oleh media, khususnya televisi. Sebagai contoh adalah cara produksi budaya yang dilakukan melalui pergulatan antara logika industri dan nonindustri. Pertarungan antara tayangan yang diperlakukan sebagai komoditas demi mengejar keuntungan bagi produsen dan tayangan yang televisi yang mampu mencerdaskan kehidupan anak bangsa. Kebiasaan-kebiasaan atau tata cara hidup yang hemat dan bersahaja berhadapan dengan perilaku konsumtif yang terbentuk melalui tayangan televisi.

Masyarakat perlu dilatih untuk memiliki kecerdasan dalam memahami sesuatu yang berlangsung dalam kehidupan di sekitarnya. Misalnya, dalam memahami apa pengaruhnya bagi anak-anak jika mereka menonton tayangan televisi yang menyajikan kekerasan. Apa akibatnya bagi ibu-ibu jika mereka banyak disuguhi tayangan yang mengajarkan mereka menjadi konsumtif. Masyarakat perlu menyadari bahwa realitas itu merupakan realitas bentukan yang tanpa kita sadari masuk dalam kehidupan kita, sehingga menjadi praktek-praktek atau cara-cara hidup sekelompok orang yang dilakukan individu dalam keseharian. Sebagai contoh adalah budaya instan yang melanda kehidupan kaum muda akibat terpaan tayangan yang menampilkan berbagai tata cara dalam memperoleh popularitas secara instan, misalnya Indonesian Idol, Idola Cilik, dan sebagainya. Ide tersebut kemudian akan menjadi sandaran kaum muda, seolah-olah bahwa popularitas itu dapat dicapai dengan cara instan. Dalam konteks ini masyarakat melalui media edukasi diberi pemahaman bahwa selalu ada kaitan antar tindakan dalam institusi masyarakat, antara media dan masyarakat, antara televisi dan target khalayak

yang dijangkaunya. Ketika masyarakat mengkonsumsi tayangan televisi setiap harinya, maka sesungguhnya apa yang mereka tonton adalah produksi budaya, yang akan menghasilkan ide-ide bersama yang menjadi sandaran suatu masyarakat atau kelompok untuk mengkonstruksi apa yang mereka lakukan. Termasuk budaya instan yang ditiru menjadi sandaran kelompok masyarakat karena konsumsinya terhadap tayangan televisi. Budaya instan adalah upaya memacu produksi secara massa dengan mengacu pada logika industri.

Dari sini tampak televisi dan masyarakat telah menjalankan praktek konkret yang meliputi memproduksi dan mengkonsumsi tayangan televisi. Praktek-praktek tersebut merupakan mekanisme penting dalam memantapkan ideologi kapitalistik. Ideologi ini merupakan ideologi yang dominan yang menghegemoni masyarakat tanpa kekuasaan, seperti anak-anak, kaum ibu, dan kaum remaja. Kelompok inilah yang harus dilindungi dalam konteks media literasi karena sifatnya yang rentan terhadap pengaruh tayangan televisi. Di sini kemudian diperlukan keterlibatan dari institusi sosial, semacam sekolah, institusi berbasis komunitas keagamaan (gereja, masjid, dan sebagainya), dan pemerintah (melalui KPI) untuk saling terkait dalam melakukan media edukasi bagi masyarakat.

Melalui pemahaman makroskopik, masyarakat perlu diedukasi tentang cara-cara para elit melakukan kontrol terhadap institusi ekonomi dan pengaruhnya terhadap media massa, termasuk televisi. Dalam konteks ini masyarakat perlu memahami bahwa institusi ekonomi membentuk media sesuai dengan kepentingan dan tujuan institusi. Kepentingan dan tujuan tersebut akan membentuk budaya massa yang didistribusikan melalui televisi. Isu sentral yang perlu diperkenalkan adalah menyangkut kepemilikan dan kontrol atas televisi. Sebagai contoh adalah bagaimana kontrol oleh elit ekonomi atas media telah melahirkan proses komodifikasi. Apabila tayangan televisi diperlakukan sebagai komoditas, maka kepadanya akan dilekatkan sebuah nilai yang berlaku di pasar, tayangan apa yang laku dijual.

Masyarakat juga perlu memahami bahwa televisi merupakan sarana produksi yang dapat diarahkan sesuai kepentingan elit

ekonomi pemilik modal. Kepentingan itu misalnya yang terkait dengan kepentingan politik. Sebagai contoh untuk mengekalkan *status quo*, atau untuk mempertahankan kekuasaan. Tengoklah saja, misalnya pada masa Orde Baru. Televisi menjadi sarana untuk memprogandakan kepentingan elit politik yang memiliki akses atas kepemilikan media untuk mengekalkan kekuasaannya. Keadaan ini sekaligus menunjukkan bahwa dengan kajian makro dapat dilihat institusi media dikaitkan dengan konteksnya.

Menutup tulisan ini, dapat dikemukakan bahwa lingkup kajian makro-mikro dalam perspektif antropologi adalah upaya untuk melihat tayangan televisi dari banyak segi (*multi-faceted*), sehingga dengan demikian akan mendapatkan penjelasan holistik, lengkap, mendalam, komprehensif dan kontekstual tentang tayangan televisi. Hal ini penting dalam media edukasi agar masyarakat dapat memiliki kekayaan perspektif dalam menyoroti tayangan televisi. Dengan demikian masyarakat pun dapat memiliki kemampuan media literasi handal untuk media, khususnya televisi.

#### **Daftar Pustaka**

- Baran, Stanley J & Dennis K. Davis, 2000. *Mass Communicaton Theory: Foundations, Ferment, and Future*. 2<sup>nd</sup> ed. Wadsworth. Balmont.
- Barret, Oliver Boyd & Chris Newbold. 1995. *Approaches to Media: A Reader*. Arnold. London.
- Griffin, E.M. 1997 *A First Look at Communication Theory*. 3<sup>rd</sup> ed. McGraw-Hill Companies. New York.
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss. 2008. *Theories of Human Communication*. 9<sup>th</sup> Ed. Thomson Wadsworth. Belmont.
- Wirodono, Sunardian. 2006. *Matikan TV-Mu: Teror Media Televisi di Indonesia*. Resist Book. Yogyakarta.