

MEDIA MASSA DAN PEMBANGUNAN KARAKTER PEMUDA

Tatang Muttaqin

Fakultas Ilmu Komunikasi UPI YAI, Jakarta

Jl. Diponegoro No.74, Jakarta

tatangmuttaqien@yahoo.co.id

Abstrak

Media massa dipandang punya kedudukan strategis dalam masyarakat dengan memetakan tiga fungsi instrumental media massa, yaitu untuk memenuhi fungsi pragmatis bagi kepentingan pemilik media massa sendiri, bagi kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik dari pihak di luar media massa, atau untuk kepentingan warga masyarakat. Secara konseptual, keberadaan media massa dan masyarakat perlu dilihat secara bertimbal balik. Untuk itu ada 2 pandangan yaitu apakah media massa membentuk (*moulder*) atau mempengaruhi masyarakat, ataukah sebaliknya sebagai cermin (*mirror*) atau dipengaruhi oleh realitas masyarakat. Dua landasan ini menjadi titik tolak dari bangunan epistemologis dalam kajian media massa, yang mencakup ranah pengetahuan mengenai hubungan antara masyarakat nyata (*real*) dengan media, antara media dengan masyarakat *cyber*, dan antara masyarakat *real* dengan masyarakat *cyber* secara bertimbal-balik.

Kata Kunci: Media, Pembangunan, Karakter

Pendahuluan

Pembangunan nasional yang dilaksanakan bangsa Indonesia selama lebih dari tiga dasawarsa telah menghasilkan kemajuan yang signifikan. Keberhasilan pembangunan tersebut mengalami titik balik dengan adanya deraan krisis moneter yang terjadi pada medio 1997 yang mengoreksi pencapaian tersebut sampai pada titik yang cukup memprihatinkan.

Dalam krisis sosial-ekonomi yang berkepanjangan, media massa sebagai alat komunikasi massa mempunyai peran strategis dalam mendukung pilar-pilar pembangunan untuk kembali kokoh. Hal tersebut dimungkinkan mengingat media massa dapat melakukan peran dasarnya sebagai lembaga yang memiliki *kredibilitas* untuk membangun kembali kepercayaan publik (*public trust*). Kredibilitas tersebut bisa didapatkan apabila media massa tidak terus terlena dalam keasyikannya dengan *infotainment* yang beraroma bisnis-hiburan. Dengan demikian hakekat kebebasan pers yang bisa dinikmati sejak era reformasi perlu ditinjau ulang, dan dikaitkan dengan hak masyarakat dalam memperoleh informasi dan edukasi. Dengan begitu masyarakat tidak akan terpengaruh pada rumor, gosip, atau isu politik yang sensasional beredar di masyarakat.

Terkait dengan pembangunan pemuda, upaya pembangunan nasional di bidang kepemudaan telah berhasil meningkatkan partisipasi pemuda dalam pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan masyarakat. Namun pencapaian tersebut masih jauh dari harapan sehingga masih banyak masalah yang tersisa.

Permasalahan pokok dalam pembangunan di bidang kepemudaan adalah rendahnya kualitas pemuda yang ditandai oleh: (1) rendahnya tingkat pendidikan; (2) rendahnya minat membaca; (3) rendahnya partisipasi angkatan kerja; (4) masih tingginya angka pengangguran di kalangan pemuda; serta (5) adanya kecenderungan maraknya masalah sosial di kalangan pemuda.

Terkait dengan peran media massa, maka peran yang dapat dilakukan ditujukan untuk menjawab masalah terakhir, yaitu meminimalisasi kecenderungan maraknya masalah sosial di kalangan pemuda. Hal ini sangat terkait dengan ketahanan watak dan kepribadian dari pemuda itu sendiri.

Dalam kaitan tersebut, sejauhmana media massa dapat berperan dalam memperkuat watak dan kepribadian (karakter) pemuda yang merupakan miniatur dari karakter bangsa secara keseluruhan.

Peran Media Massa di Era Modern

Media massa dipandang punya kedudukan strategis dalam masyarakat (Baran & Davis, 2000). Ashadi Siregar (2004) memetakan tiga fungsi instrumental media massa, yaitu untuk memenuhi fungsi pragmatis bagi kepentingan pemilik media massa sendiri, bagi kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik dari pihak di luar media massa, atau untuk kepentingan warga masyarakat.

Secara konseptual, keberadaan media massa dan masyarakat perlu dilihat secara bertimbal balik. Untuk itu ada 2 pandangan yaitu apakah media massa membentuk (*moulder*) atau mempengaruhi masyarakat, ataukah sebaliknya sebagai cermin (*mirror*) atau dipengaruhi oleh realitas masyarakat. Dua landasan ini menjadi titik tolak dari bangunan epistemologis dalam kajian media massa, yang mencakup ranah pengetahuan mengenai hubungan antara masyarakat nyata (*real*) dengan media, antara media dengan masyarakat *cyber*, dan antara masyarakat *real* dengan masyarakat *cyber* secara bertimbal-balik.

Pandangan pertama, bahwa media membentuk masyarakat bertolak dari landasan bersifat pragmatis sosial dengan teori stimulus – respons dalam behaviorisme. Teori media dalam landasan positivisme ini pun tidak bersifat mutlak, konsep mengenai pengaruh media massa terdiri atas 3 varian, *pertama*: menimbulkan peniruan langsung (*copy-cut*), *kedua*: menyebabkan ketumpulan terhadap norma (*desensitisation*), dan *ketiga*: terbebas dari tekanan psikis (*catharsis*) bagi khalayak media massa.

Pandangan kedua menempatkan media sebagai teks yang merepresentasikan makna, baik makna yang berasal dari realitas empiris maupun yang diciptakan oleh media. Dengan demikian realitas media dipandang sebagai bentukan makna yang berasal dari masyarakat, baik karena bersifat imperatif dari faktor-faktor yang berasal dari masyarakat, maupun berasal dari orientasi kultural pelaku media. Dari sini media dilihat pada satu sisi sebagai instrumen dari kekuasaan (ekonomi dan/atau politik) dengan memproduksi kultur dominan untuk pengendalian (dominasi dan hegemoni) masyarakat, dan pada sisi lain dilihat sebagai institusi yang memiliki otonomi dan independensi dalam memproduksi budaya dalam masyarakat.

Secara teoretis, media massa memegang peranan penting sebagai katalisator dalam masyarakat (Lasswell, 1934), bahkan teoretisi Marx

melihat media massa sebagai piranti yang sangat kuat (*a powerfull tool*). Namun seiring dengan semakin beragamnya media dan semakin berkembangnya masyarakat, kebenaran teori-teori tersebut menjadi diragukan. Beberapa studi tentang media massa di Indonesia menunjukkan hasil yang sangat beragam.

Dikaitkan dengan pembangunan nasional, pemetaan dampak media massa yang cukup memadai dikemukakan oleh John T. McNelly (Zulkifli, 1996) yang dikenal dengan *McNelly's Four Position*, yaitu: (1) sudut pandang nol (*null position*) yang menyatakan bahwa media massa memiliki sedikit peranan atau bahkan tidak memiliki peranan sama sekali dalam pembangunan nasional; (2) sudut pandang antusias yang melihat media massa memiliki peran yang besar terhadap pembangunan suatu negara; (3) *cautions position* yang menganggap media massa memiliki peranan dalam pembangunan negara namun bukan sebagai elemen utama dalam menentukan ada tidaknya perubahan; (4) sudut pandang pragmatik yang melihat bahwa berperan atau tidaknya media massa terhadap pembangunan negara haruslah didapatkan secara kontekstual.

Berdasarkan peta di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam skala minimal sekalipun media massa memiliki peran. Model efek terbatas (*limited effect model*) yang dianggap paling minimal dan pesimis dalam melihat efek media massa menyatakan bahwa sekecil apapun media massa tetap memberikan efek. Apalagi jika dikaitkan dengan kenyataan dan kondisi sosial dan budaya masyarakat Indonesia yang masih terbatas pendidikannya dan masih kuat budaya paternalistiknya. Kenyataan ini diperkuat dengan adanya realitas sosial politik di Indonesia, di mana peran lembaga otoritatif (*trias politica*), seperti eksekutif, legislatif, dan yudikatif belum melakukan perannya secara sempurna sehingga media massa sebagai *the fourth estate* akan mendapat tempat tersendiri.

Dengan demikian, di era global ini nampaknya keberadaan media massa dalam masyarakat merupakan suatu kebutuhan yang bertimbal balik, masyarakat membutuhkan media massa untuk memenuhi kebutuhannya dan media massa sebagai entitas bisnis juga membutuhkan masyarakat yang menjadi konsumennya untuk menjaga eksistensinya.

Sejalan dengan perubahan-perubahan politik besar yang terjadi sejak 1999, dan berjalannya konsolidasi demokrasi, maka media massa nasio-

nalpun mengalami perubahan-perubahan besar. Mulai disadari benarnya filosofi dasar bahwa tanpa adanya media massa yang independen dan bebas campur tangan negara, maka tidak ada demokrasi. Oleh karena itulah, UU Pers No. 40 Tahun 1999 dan UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 kemudian ditetapkan untuk menjamin kebebasan dan independensi media massa. Walaupun masih banyak tanda tanya apakah kedua undang-undang ini sudah cukup mampu menjamin pers sebagai kekuatan keempat (*fourth estate*) dari demokrasi.

Media massa yang terjamin kebebasan dan independensinya pada gilirannya menguntungkan semuanya, baik negara maupun masyarakat. Walaupun seringkali dianggap merugikan kepentingan-kepentingan politik tertentu (*vested interest*), namun demikian *precision journalism* (berdasarkan *investigative reporting*), justru dapat menjadi semacam *early warning system* terhadap ancaman-ancaman laten terhadap negara dan masyarakat, termasuk praktek-praktek yang merongrong kekayaan rakyat seperti korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN).

Urgensi Pembangunan Karakter Pemuda

Sebagai proses kinerja pemaknaan sosial, budaya tidak berlangsung dalam ruang kosong. Artinya, apa yang disebut budaya berlangsung dalam kategori-kategori ruang waktu tertentu, memiliki perjalanan sejarah (historiositas), bukan proses yang hanya berlingkup individual, dan proses yang melibatkan kelompok. Kelompok itu bisa berupa etnik, ras, agama, bangsa dan usia, seperti usia pemuda yang antara 15 – 35 tahun. Ketika dikaitkan dengan watak dan karakter pemuda, kita sedang berhadapan dengan proses pemaknaan rasa-merasa, cara berpikir, cara bersikap, dan cara menanggapi persoalan pada lingkup pemuda.

Pemuda merupakan salah satu elemen bangsa yang sangat penting karena: (1) merupakan angkatan kerja produktif; dan (2) jumlahnya cukup besar yaitu 84,3 juta atau sekitar 38,3 persen dari total penduduk Indonesia. Alasan kualitatif dan kuantitatif tersebut memposisikan pemuda pada tempat yang strategis, yaitu sebagai sumber daya manusia yang menjadi tulang punggung bangsa sehingga menentukan arah pembangunan suatu bangsa.

Sayangnya, potensi sumber daya manusia yang besar tersebut masih menghadapi permasalahan yang cukup akut, yaitu: (1) memudarnya jati diri pemuda; (2) belum cukup dewasa sehingga tidak cukup tahan terhadap budaya baru yang negatif; (3) cenderung konsumtif; (4) belum mampu mengoptimalkan kreativitas dan daya inovasi; (5) semangat juang yang semakin menurun; dan (6) berkembangnya perilaku yang menyimpang di kalangan pemuda seperti: narkoba, premanisme, dan tindak kekerasan.

Dalam konteks *nation and character building*, pemuda merupakan bagian dari bangsa yang sedang dalam proses pembentukan. Menurut Jan Romein, watak berkembang berdasarkan pengalaman (*common fate*) dalam sejarah bangsa. Hal yang sama juga diucapkan oleh Ernts Cassirer (1946), bahwa bangsa tidak dapat dilepaskan dari pengalaman kehidupan masyarakat bangsanya. Aktivitas masyarakat bangsa dalam perkembangan sejarahnya banyak berhubungan dengan pertumbuhan negara bangsa (*nation state*).

Clifford Gertz (1993) mengakui betapa sulitnya memahami manusia Indonesia yang super majemuk yang menghuni beribu pulau. Kesulitanannya adalah bagaimana memahami manusia Indonesia lewat pemetaan panorama perjalanan sejarah yang penuh konflik, sejak zaman kerajaan sampai era krisis yang berkepanjangan.

J de Finance (1991) menyatakan bahwa etika dan moralitas berkaitan dengan watak. Watak seseorang membuat orang itu berkepribadian, dan watak bangsa membentuk kepribadian bangsa. Untuk itu diperlukan semacam solusi untuk menanamkan dan memekarkan segala sesuatu yang bernilai positif bagi perkembangan watak dan kepribadian bangsa. Aspek-aspek positif itu harus diagendakan dalam rangka menciptakan sebuah masyarakat masa depan Indonesia baru.

Watak masyarakat (*social character*) merupakan satu elemen dari suatu watak bangsa atau kepribadian bangsa. Danandjaja (1998) menyarankan penggabungan gagasan lama tentang sifat adaptasi pranata sosial terhadap kondisi lingkungan dengan modifikasi karakteriologi psiko-analitik. Teori Erich Fromm mengenai watak masyarakat mengakui asumsi transmisi kebudayaan dalam hal membentuk kepribadian tipikal atau kepribadian kolektif. Namun Fromm juga mencoba menjelaskan fungsi-fungsi sosio-historik dari tipe kepribadian tersebut yang menghu-

bungkan kebudayaan tipikal dari suatu kebudayaan obyektif yang dihadapi suatu masyarakat. Untuk merumuskan hubungan tersebut secara efektif, suatu masyarakat perlu menerjemahkannya ke dalam unsur-unsur watak (*traits*) dari individu anggotanya agar mereka bersedia melaksanakan apa yang harus dilakukan.

Payung besar nasionalisme sebagai ideologi yang mencakup prinsip kebebasan, kesatuan, dan kepribadian selaku orientasi nilai kehidupan kolektif suatu kelompok dalam usahanya merealisasikan tujuan pada awal pergerakannya difokuskan pada masalah kesadaran identitas, pembentukan solidaritas lewat proses integrasi dan mobilisasi lewat organisasi (Hertz, 1945). Dalam konteks kekinian, lembaga yang mampu menjangkau khalayak luas tanpa hambatan (*barrier*) ruang dan waktu adalah media massa. Televisi nasional, TVRI mampu menjangkau hampir sembilan puluh persen masyarakat Indonesia, demikian halnya RRI sudah menjangkau hampir seluruh wilayah Indonesia. Daya jangkau yang luar biasa dari kedua media publik menjadikannya sangat strategis dalam memperkuat persatuan dan kesatuan yang didasarkan kesamaan pandangan, senasib sepenanggungan.

Peran Media Massa dalam Pembangunan Karakter Pemuda

Media massa mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam membangun masyarakat pembelajar (*learning society*) karena perannya yang sangat potensial untuk mengangkat opini publik sekaligus sebagai wadah berdialog antarlapisan masyarakat.

Peran media massa seperti pisau bermata dua, berperan positif sekaligus juga berperan negatif. Peran positif media massa berupa (1) membuka wacana dalam mengangkat issue atau informasi menjadi terbuka (*covert menjadi overt*), (2) sebagai ajang publik dalam mengaktualisasikan aspirasi, (3) sebagai penjaga gawang demokrasi yang mempertemukan informasi dari masyarakat dan penguasa (4) sebagai alat kontrol publik masyarakat dalam mengendalikan seseorang, kelompok, golongan, atau lembaga dari perbuatan sewenang-wenang, (5) meningkatkan kesadaran terhadap persoalan sosial, politik, dan lain-lain di lingkungannya, dan (6) memperkuat posisi tawar-menawar publik terhadap pemerintah,

partai politik, dan berbagai kekuatan sosial dan ekonomi.

Peran negatif media massa dapat berujud sebagai berikut: (1) pemberitaan yang mereduksi fakta sehingga menghasilkan kenyataan semu (*false reality*), yang dapat berakibat menguntungkan kepentingan tertentu dan sekaligus merugikan kepentingan pihak lain, (2) kinerja pemberitaan pers yang dapat merenggangkan hubungan ketergantungan publik dengan lembaga media massa, sehingga pemberitaan pers makin jauh dari kepentingan sejati publiknya, (3) cara pandang atau perspektif pemberitaan yang dapat menjebak pada pembelaan kepentingan kelompok yang tertindas terhadap yang mapan, atau sebaliknya, media massa tersebut membela kelompok mapan untuk menghadapi kaum lemah.

Dalam paradigma pembangunan, media komunikasi massa mempunyai peran resmi sebagai "guru" yang harus mendidik dan memotivasi massa agar dapat melaksanakan partisipasi dan kontrol sosial pembangunan. Dengan berkembangnya media massa sebagai *the fourth estate of democracy*, media massa mempunyai peran yang sangat paradoksal. Di satu sisi, perkembangan media massa mendorong penciptaan iklim *higher consumption* dengan *rising expectation* yang tak terkendali sehingga melahirkan *rising frustration*, sementara peluang bagi partisipasi dan kontrol sosial praktis hampir tidak ada. Namun, di lain pihak, media massa menciptakan iklim "industrialisasi" yang melahirkan lembaga-lembaga baru yang lebih mendorong peluang bagi struktur birokrasi untuk melakukan akumulasi modal sosial dan penyalahgunaan kekuasaan.

Kesimpulan

Tidak dapat dipungkiri bahwa media massa memiliki hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi dengan masyarakatnya. Organisasi media massa yang relatif lebih modern dan mapan membuat posisi tawar media massa menjadi lebih dominan dalam mempengaruhi khalayak dibandingkan dengan sebaliknya. Sehubungan dengan hal tersebut, ada beberapa catatan yang dapat dijadikan rekomendasi untuk mengoptimalkan peran media massa dalam pembangunan watak dan karakter pemuda, khususnya untuk mencegah berlarutnya kemerdekaan pers Indonesia yang cenderung 'kebablasan', sebaiknya kita mencoba menjabarkan secara konkret paradigma *civic*

journalism, atau *public journalism*, sebagaimana ditawarkan ahli komunikasi Jay Rosen (1998) atau di Indonesia mengemuka konsep jurnalisme makna. Inti paradigma baru pemberitaan media massa adalah selalu mengedepankan kepentingan dalam setiap liputannya, tanpa mengabaikan objektivitas pemberitaan itu sendiri. Berbagai cara yang bisa ditempuh: *Pertama*, orientasi pemberitaan media massa lebih ditujukan ke signifikansi peristiwa dibanding popularitas tokohnya. *Kedua*, media massa harus menggeser pola berita dari sensasionalitas drama ke utilitas (kemanfaatan) informasi. *Ketiga*, media massa tidak boleh terpukau oleh 'peristiwa', tetapi harus memberi perhatian kepada 'kejadian'. Demi kepentingan konsumennya (publik media), pers perlu memiliki kemampuan mengubah 'kejadian' menjadi 'peristiwa'. Dalam konteks media massa, 'peristiwa' adalah 'kejadian' besar yang patut diberitakan. Sebaliknya, 'kejadian' merupakan 'peristiwa' kecil yang kurang punya manfaat untuk diberitakan, baik untuk kepentingan pengelola media massa, maupun publiknya. *Keempat*, media massa harus mampu memperkuat visi sosialnya dengan memfasilitasi publik. Untuk kepentingan ini, media massa dituntut memberi akses kontrol intern, dengan melibatkan perlunya pengawasan publik media terhadap yang disajikan. *Kelima*, mendorong pandangan kritis terhadap media massa, yang memacu gerakan pemantauan media (*media watch*) di tengah masyarakat. Gerakan itu mencoba menolak terjadinya pemihakan media massa atas dasar nilai-nilai (kepentingan) dan ideologi tertentu, yang bertentangan dengan filosofi dan profesionalisme ideal media massa, yang bersifat universal. Selanjutnya, ditilik dari aspek substansi pesan (content), media massa diharapkan dapat berpartisipasi dalam pembangunan karakter pemuda, dengan cara sebagai berikut:

Pertama, memperkenalkan dan menanamkan nilai-nilai egaliterisme, toleransi dalam pluralisme kepada generasi muda kita. Mudah-mudahan orang atau kelompok melakukan tindak kekerasan terhadap orang atau kelompok lain, sesungguhnya diawali ketidaksabaran dalam menerima perbedaan-perbedaan pandangan ataupun pendapat sosial politik. Demikian pula dengan masih kuatnya sikap-sikap diskriminatif dan rasialisme dalam masyarakat kita. Hal ini antara lain tidak dapat dilepaskan dari paradigma kehidupan sosial politik masa sebelum reformasi yang sering dianggap mencurigai perbedaan-perbedaan pen-

dapat dalam masyarakat. Media massa dapat sangat berperan dalam memberikan pemahaman terhadap pentingnya membangun proses kompromi dalam kehidupan masyarakat. Setiap sengketa dan perselisihan antara kelompok masyarakat dan negara, maupun antar kelompok-kelompok di dalam masyarakat diharapkan dapat diselesaikan di dalam kerangka proses hukum ataupun mediasi yang bersifat non-kekerasan.

Kedua, adanya keperluan menanamkan nilai-nilai solidaritas sosial pada generasi muda. Perlu ditanamkan bahwa demokrasi bukan hanya soal kebebasan dan persamaan, melainkan juga solidaritas sosial. Demikian yang tercakup dalam semboyan awal demokrasi modern pasca revolusi Perancis (*liberte, egalite, fraternite*). Kepedulian pada masyarakat miskin, misalnya merupakan satu bentuk solidaritas sosial yang mendukung demokrasi, karena ikut memberdayakan kekuatan masyarakat sipil. Media massa yang ideal sebaiknya tidak hanya menyediakan halaman ataupun program acara yang hanya berpusat pada aktualitas ataupun menyajikan realitas keseharian, apalagi hanya disajikan dengan kurang memperhatikan nilai-nilai estetika melalui pendekatan yang tidak jarang cenderung dilebih-lebihkan.

Ketiga, kemampuan "mengajak tanpa menghakimi" menurut kami perlu dilakukan terhadap generasi muda kita. Baik buruknya generasi muda sesungguhnya merupakan cermin dari generasi sebelumnya. Baik nilai-nilai kebebasan, persamaan, maupun nilai-nilai solidaritas sosial akan mampu tertanam dengan berbagai cara, termasuk upaya mengajak ataupun ikut berpartisipasi.

Dalam konteks peran pemerintah saat ini yang semakin terbatas dalam mengintervensi media massa adalah dengan mengoptimalkan keberadaan media massa melalui strategi media yang terencana, tepat dan terukur. Diharapkan melalui strategi media tersebut terjadi perubahan watak dan karakter pemuda yang lebih baik dan produktif. Strategi media tersebut dapat dilakukan dengan cara mengoptimalkan media melalui penanganan kampanye sosial yang tepat dan mengena, serta memberikan penghargaan kepada media massa yang mendorong tumbuh kembangnya karakter positif untuk pemuda.

Daftar Pustaka

Baran, SJ & Davis, "Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future", Wadsworth, Canada, 2000.

- Cassirer, E, *"The Myth of the State"*, Posthumous, England, 1946.
- Curran, J, Douglas, A & Whannel, G, *'The Political Economy of the Human Interest Story'*, in A. Smith (Ed.), *Newspaper and Democracy*, Mass: MIT Press, Cambridge, 1981.
- Deutsch, KW, *"Nationalism and Social Communication"*, 2nd Edition, David McKay, New York, 1966.
- Evanita, Afnidarti & Armida, "Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Rumah Tangga, Rosdakarya, Bandung, 2004.
- Finance, J, *"An Ethical Inquiry"*, Gregoriana University, Roma, 1991.
- Fromm, E, *"The Sane Society"*, Rinehart, New York, 1955.
- Gertz, C, *"The Interpretation of Cultures: Selected Essays"*, Fontana, London, 1993.
- Gozali, R, "Memberi Makna (Lain) Sumpah Pemuda", KOMPAS, 2004
- Hertz, S, *"Nasionalism, In History and Politics"*, Kegan Paul, London, 1945.
- Hughes, M, *"News and the Human Interest Story"*, University of Chicago Press, Chicago, 1940.
- Jakob Oetama, "Antara Jurnalisme Fakta dan Jurnalisme Makna", UGM, Yogyakarta, 2003.
- Kartodirdjo, Sartono, "Pengantar Sejarah Indonesia Baru: Sejarah Pergerakan Nasional", Jilid 2, Gramedia, Jakarta, 1990.
- Krismantari, I, "MTV dan Penontonnya", Rumah Sinema, Jakarta, 2004.
- Lasswell, HD, *"World Politics and Personal Insecurity"*, Chicago University Press, Chicago, 1934.
- McBride, S, et al, *"Many Voices, One World"*, Report by the International Commission for the Study of Communication Problems. UNESCO, Paris, 1980.
- McComb, ME & Shaw, DL, *'The Agenda-Setting Function of the Press'*, Public Opinion Quarterly 36, 1972.
- McLuhan, M, *"Understanding Media: The Extensions of Man"*, McGraw-Hill Book Company, New York, 1964.
- McQuail, D, *"Mass Communication Theory"*, 2nd Edition. Beverly Hills, Sage, CA, 1987.
- Naisbitt, J, *"Global Paradox"*, William Morrow and Company, Inc, London, 1994.
- PP No. 7/2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2004-2009.
- Schudson, M, *"Discovering the News: A Social History of American Newspapers"*, Basic, New York, 1978.
- Scramm, W, *"Mass Media and National Development."*, Stanford University Press, Stanford, 1964.
- Siregar, A, "Peranan Strategis Media Massa dalam Pembangunan Jatidiri Bangsa: Antara Cita dan Realita", Forum Diskusi Kebudayaan BAPPENAS, Jakarta, 2004.
- Siswanto, A et al, "Studi Strategi Pengembangan Watak Jatidiri Bangsa Melalui Media", Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata – PT Nursula Jaya Utama, Jakarta, 2003.
- Sukadental, A. 'Masyarakat Informasi dan Model Politik Komunikasi'. *Jurnal Komunikasi Audientia* Vol. I No.3/1993.
- Toffler, A, *"The Third Wave: The Controversial New Perspective on Tomorrow"*, Pan Book Ltd, London, 1980.
- Trenaman, JSM & McQuail, D, *"Television and the Political Image"*, Mathuen, London, 1961.
- UU No. 40/1999 tentang Pers.
- UU No. 32/2002 tentang Penyiaran

Zulkifli, A, “PDI di Mata Golongan Menengah Indonesia”, PT Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 1996.