

## **BAB II**

# **PEMBERITAAN, MEDIA MASSA CETAK DAN KARIKATUR**

### **A. Pengertian Pemberitaan dan Konstruksi Pemberitaan**

Berita dalam pandangan konstruksionis merupakan hasil dari konstruksi sosial yang melibatkan campur tangan ideologi, nilai-nilai dari wartawan ataupun media. Konstruksi berita berawal dari pemilihan fakta, penentuan nilai berita, yang terkandung dalam perjalanan sebuah berita.

Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta, terkandung dua kemungkinan yaitu apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Pada opsi dipilih (*included*), penekanan aspek tertentu dilakukan dengan memilih aspek, fakta tertentu dan melupakan aspek yang lain. Konseskuensinya pemahaman dan konstruksi suatu peristiwa sangat mungkin berbeda antara satu media dengan media yang lainnya (Eriyanto, 2004: 105).

Konstruksi fakta dirangkai dengan proses menuliskan fakta. Pada tahap ini, bagaimana fakta disajikan kepada khalayak, bagaimana gagasan diungkapkan, bagaimana kalimat dan gaya bahasa yang digunakan. Elemen menulis fakta berhubungan dengan penonjolan realitas. Realitas yang disajikan

secara menonjol dan mencolok, mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

Nilai berita menentukan bukan hanya peristiwa apa saja yang diberitakan, melainkan juga berperan bagaimana peristiwa dikemas. Nilai jurnalistik menentukan bagaimana peristiwa didefinisikan. Ketika sebuah peristiwa dikategorikan sebagai berita, peristiwa diseleksi menurut aturan-aturan tertentu. Hanya peristiwa tertentu yang mempunyai ukuran tertentu yang disebut sebagai berita. Tidak semua aspek dari peristiwa dilaporkan, bagian tertentu harus mempunyai nilai berita. Karena dengan nilai berita yang tinggi akan menarik perhatian khalayak (Eriyanto, 2004: 105).

## **1. Organisasi Pemberitaan**

Berita pada dasarnya terbentuk lewat proses organisasi berita. Peristiwa yang kompleks dan tidak beraturan dibuat menjadi lebih rapi dengan pengorganisasian. Pengorganisasian berita melibatkan dua unsur, yaitu wartawan dan editor.

### **a. Wartawan**

Wartawan merupakan faktor yang terpenting dalam semua kegiatan pembuatan berita. Wartawan yang bekerja dalam mencari berita dilapangan berada dalam komando redaktur, biasanya wartawan dan redaktur tergabung dalam sebuah desk dalam tim. Wartawan dikenal sebagai beat man, dan rekan yang lainnya disebut leg man.

Dalam dunia jurnalistik, penyebutan kedua hal tersebut mempunyai konsekuensi dalam tugasnya. Beat man bertugas meliput keadaan di lapangan sedangkan leg man merupakan wartawan khusus yang ditugaskan meliput peristiwa-peristiwa penting dan aktual (Kustadi Suhandang, 2004 : 55).

Beberapa leg man membatasi dirinya hanya pada tugas memperoleh data dan fakta saja, selanjutnya penulisan berita diserahkan kepada redaktur (desk) yang bersangkutan. Selain itu, wartawan dapat dibagi beberapa bagian berdasarkan wilayah kerjanya, yaitu koresponden luar kota, koresponden luar negeri, koresponden perang, koresponden binagraha, dan freelance (kontributor).

b. Editor

Merupakan jurnalis yang bekerja dalam kantor surat kabar. Mereka bekerja dalam sebuah tim yang disebut redaksi, dan dipanggil editor karena tugasnya mengedit naskah berita ataupun artikel yang datang dari wartawan, kontributor, penulis, ataupun public relation. Editor dituntut untuk membuat keputusan secara cepat, di samping itu juga diperlukan mental dan kecakapan yang prima.

Penyempurnaan semua naskah berita adalah tanggungjawab para editor. Penilainya terhadap berita adalah demi kepentingan umum dengan memperhatikan keakuratan karya dari wartawan. Secara teknis, tugas editor terbagi dalam dua jenis pekerjaan, yaitu membaca dan

memperbaiki serta menyusun kembali naskah berita yang telah diterimanya. Oleh karena itu, sebelum masuk ke mesin offset, pekerjaan editing dilakukan oleh dua orang editor yang disebut, copy reader dan rewriter. Copy reader bertugas membaca dan memperbaiki naskah yang diterimanya. Perbaikan yang dilakukan yaitu mengoreksi ejaan, tata bahasa, penggunaan istilah, dan konteks wacananya. Copy reader menggunakan simbol-simbol yang dapat dipahami oleh rewriter. Berdasarkan hasil kerja copy reader itu kemudian rewriter menyusun kembali sampai siap untuk dicetak (Kustadi Suhandang, 2004 : 64).

Wartawan dan editor berada dalam satu naungan kerja keredaksionalan. Di dalam alur kerja tersebut, keduanya terikat dengan rutinitas organisasi yang berlaku dalam suatu organisasi. Setiap hari terdapat banyak berita yang masuk, kemudian diseleksi dengan menggunakan aturan tersebut. Wartawan dilapangan mencari berita yang telah sesuai dengan prinsip dan nilai jurnalistik, kemudian wartawan mengirimkan via email berita tersebut kepada editor. Apabila dipandang masih terdapat kekurangan nilai berita, maka editor kembali menghubungi wartawan dilapangan untuk menambahkan materi berita tersebut.

## **2. Produksi Berita**

Proses produksi berita melibatkan kerangka kerja dan rutinitas organisasi media. Produksi berita tidak hanya berasal dari skema wartawan saja, karena wartawan termasuk dalam lingkungan organisasi. Konsekuensinya,

cara kerja wartawan, nilai-nilai acuan mendasarkan pada kerangka kerja dan nilai-nilai organisasi media tempat wartawan mengabdikan (Eriyanto, 2004: 103).

Seluruh proses produksi berita tersebut mempengaruhi bagaimana peristiwa diberitakan, bagaimana nilai berita ditentukan, dan bagaimana sudut pandang yang ditonjolkan.

Dalam proses produksi berita, terdapat dua pandangan yang menentukan bagaimana peristiwa diberitakan. Pandangan pertama, yaitu pandangan seleksi berita (*selection of the news*). Pandangan ini populer dengan lahirnya teori *gatekeeper*. Teori ini menekankan bahwa proses produksi berita adalah proses seleksi. Seleksi dilakukan oleh wartawan terhadap peristiwa, apakah patut diliput atau tidak. Setelah itu berita masuk ke meja redaktur untuk dikoreksi, diseleksi dan disunting dengan penekanan bagian tertentu yang dianggap layak untuk diterbitkan. Pandangan ini menyiratkan bahwa terdapat realitas yang riil yang ada di luar wartawan. Realitas riil tersebut yang kemudian dibentuk dalam berita (Eriyanto, 2004:99).

Pandangan yang kedua yaitu pandangan pembentukan berita (*creation of the news*). Dalam perspektif pandangan ini, berita bukan diseleksi melainkan dibentuk. Wartawan selalu aktif membentuk berita sesuai dengan nilai organisasi dan rutinitas organisasi. Dalam pandangan ini yang menjadi titik tekan yaitu bagaimana wartawan membuat berita, karena pada dasarnya pembentukan berita tidak seperti pada proses aliran, yaitu informasi mengalir dari wartawan

kemudian ke redaktur. Dalam hal ini, tentu terdapat konstruksi realitas yang dilakukan oleh wartawan (Eriyanto, 2004 :101).

Skema produksi berita, melewati dua kategori. Pertama, rutinitas organisasi yang menuntut layak ataupun tidaknya sebuah peristiwa untuk dimuat. Dari sini prinsip seleksi muncul dalam suatu kerja keredaksian. Setiap hari institusi media memproses produksi berita, dan seleksi ini merupakan bagian dari ritme dan keteraturan kerja yang dijalankan setiap hari. Skema yang kedua, yaitu dengan menggunakan nilai berita. Nilai berita tidak hanya menentukan peristiwa apa saja yang diberitakan, melainkan bagaimana berita tersebut dikemas. Nilai berita menyediakan standar dan ukuran bagi wartawan sebagai kriteria dalam melakukan tugas jurnalistiknya (Eriyanto, 2004:105).

Dimensi psikologi sangat mempengaruhi wartawan dalam memaknai sebuah peristiwa. Dimensi ini secara kognitif menggerakkan wartawan untuk skema tentang diri, sesuatu maupun gagasan tertentu. Dalam dimensi ini, wartawan dipengaruhi oleh kondisi lingkungan dan latar belakang kehidupannya. Secara psikologis, kognisi seseorang mengendap dalam pengetahuan seseorang menjadi sebuah konsep diri. Sehingga orang cenderung menyederhanakan realitas dan dunia yang kompleks bukan hanya agar dunia menjadi sederhana dan dapat dipahami, tetapi motif tersebut agar lebih mempunyai perspektif atau dimensi tertentu (Eriyanto, 2004: 72). Dengan demikian realitas yang sama bisa digambarkan secara berbeda oleh orang yang berbeda, karena masing-masing mempunyai perspektif yang berbeda terhadap

suatu realitas. Pada gilirannya wartawan mempunyai skema tertentu terhadap sebuah peristiwa, skema interpretasi, yang digunakan merupakan bagian dari cara kerja wartawan dalam mengkonstruksi sebuah peristiwa.

### 3. Konstruksi Berita

Sesuai dengan tujuan jurnalistik dalam mempengaruhi rakyat, dalam teks berita termuat konstruksi yang telah dilakukan oleh awak media. Beberapa wilayah yang menjadi lahan konstruksi berita, di antaranya :

#### a. Headline (Judul Berita)

Pada hakikatnya headline merupakan intisari berita. Headline dibuat dalam satu atau dua kalimat pendek, tapi cukup memberitahukan persoalan pokok peristiwa yang akan disampaikan. Strateginya dengan kalimat pernyataan yang menarik rasa keingintahuan, ukuran huruf, tata letaknya dapat memberikan tampilan yang segar. Variasi ini dilakukan agar menarik khalayak untuk tidak melewatkan dalam membacanya. Dalam hal ini, terdapat berbagai bentuk headline yang didasarkan pada kepentingan berita, keserasian (susunan) baris deck headline-nya, topografi, dan penempatan berita.

Menurut kepentingan berita, dikenal empat jenis headline yaitu

- a. *Banner headline*, untuk berita yang terpenting. Headline model ini dibuat dengan jenis dan ukuran huruf yang mencerminkan sifat gagah dan kuat, dalam arti hurufnya terbesar dan lebih tebal

dibandingkan dengan headline yang lainnya serta menduduki tempat lebih dari empat kolom surat kabar.

- b. *Spread headline*, untuk berita penting. Headline ini tampak lebih kecil dibandingkan dengan banner headline. Ukuran dan jenis huruf lebih kecil dan hanya menempati tiga kolom.
- c. *Secondary headline*, untuk berita yang kurang penting. Headline ini tampak lebih kecil dibandingkan dengan spread headline. Ukuran dan jenis huruf lebih kecil dan hanya menempati dua kolom.
- d. *Subordinated headline*, untuk berita yang dianggap tidak penting. Kehadirannya kadang-kadang dibutuhkan untuk menutup tempat kosong pada halaman bersangkutan. Kosong dalam arti sisa tempat pada halaman yang memuat berita-berita lain yang dianggap kurang penting sampai dengan yang terpenting. Karena itu, tempatnya cukup satu kolom dengan ukuran huruf yang lebih kecil (Kustadi Suhandang, 2004 : 115). .

Berdasarkan pada keserasian baris (*deck*), terdapat bentuk headline seperti

- a. *Cross lie headlie* yaitu headline yang terdiri dari satu baris saja
- b. *Pyramid headline* yaitu headline yang terdiri dari lebih dari satu

baris dan disusun dengan pola piramid

- c. *Inverted pyramyd headline* yaitu headline yang disusun dengan bentuk piramida terbalik
- d. *Plush left headline* yaitu headline yang terdiri dari bebrapa baris dan disusun dengan rata sebelah kiri
- e. *Flush right headline* yaitu headline yang terdiri dari bebrapa baris dan disusun dengan rata sebelah kanan
- f. *Hanging idention headline* yaitu headline yang terdiri dari tiga baris atau lebih, dengan susunan baris pertama merupakan baris yang terpanjang sedangkan baris berikutnya lebih pendek (Kustadi Suhandang, 2004 : 117)

b. Lead (teras berita)

Lead merupakan sari dari berita. Di dalamnya termuat laporan singkat mengenai peristiwa yang ada. Rumus baku yang terdapat dalam lead yaitu terdapat unsur 5 W dan 1 H. Konstruksi dalam wilayah ini yaitu dengan menonjolkan salah satu sisi dari unsur 5 W dan 1 H, menggunakan stilistika (gaya penuturan cerita).

Berdasarkan penekanan atau penonjolan salah satu unsur 5 W dan 1 H, lead berita terdapat enam lead yaitu

- a. *What lead* yaitu lead yang penekanannya pada aspek apa (macam dan bentuk peristiwa).
  - b. *Who lead* yaitu lead yang penekanannya pada aspek siapa (orang maupun lembaga yang terkait dengan peristiwa).
  - c. *When lead* yaitu lead yang penekanannya pada aspek waktu (kapan peristiwa terjadi).
  - d. *Where lead* yaitu lead yang penekanannya pada aspek tempat (dimana peristiwa terjadi).
  - e. *Why lead* yaitu lead yang penekanannya pada aspek sebab terjadinya sebuah peristiwa
  - f. *How lead* yaitu lead yang penekanannya pada aspek bagaimana peristiwa tersebut terjadi (Kustadi Suhandang, 2004 : 122-124).
- c. Body (tubuh atau kelengkapan berita)

Selain wilayah headline dan lead yang merupakan inti dari berita. Body berita merupakan bagian dari berita yang merinci kelengkapan informasi jadi suatu peristiwa. Body berita dapat menjadi penjelas headline maupun lead. Dengan kelengkapan informasi, maka pembaca dapat mengetahui secara menyeluruh segala sisi dari suatu peristiwa.

Meskipun sebagai pelengkap, body berita sering digunakan sebagai pelegitimasi terhadap informasi awal, dan body dikonstruksi sedemikian

rupa agar dapat menarik perhatian pembaca. Adapun strategi menarik pembaca yaitu dengan penyajian body berita yang meliputi, bentuk *pyramid*, bentuk kronologis, *pyramid* terbalik, dan *block paragraph*. (Kustadi Suhandang, 2004 : 137).

#### **4. Kebijakan Pemberitaan**

Produk jurnalisme (berita), tidak dapat dipisahkan dari kebijakan redaksional yang ada dalam newsroom, termasuk penghayatan nilai-nilai jurnalisme yang dianut oleh redaktur dan jurnalis di lapangan. Kebijakan redaksi adalah pedoman (baik tertulis maupun tidak tertulis), yang menjadi buku suci redaksi dalam mengelola news room (mulai dari menentukan isu liputan, angle liputan, memilih narasumber, penugasan, sampai format tulisan). Dengan kata lain, kebijakan redaksi (editorial policy) merupakan kaidah bagi setiap langkah operasional pemberitaan.

Kebijakan pemberitaan mengalami puncak akumulasi pada saat berita masuk dalam newsroom. News room bukan merupakan ruang yang hampa dan netral. Posisi ruang pemberitaan yang demikian mempunyai konsekuensi pada rumitnya menegakkan idealisme dan nilai-nilai suci pemberitaan. Ruang pemberitaan semakin menjadi akumulasi dari berbagai kepentingan yang melekat dalam sebuah media. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, dalam seperti dikutip Agus Sudibyo menggarisbawahi berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang

pemberitaan yang selanjutnya melahirkan kebijakan redaksi (Agus Sudiby, 2001: 7).

Berbagai faktor yang sejatinya dekat dengan kehidupan media karena melekat secara kelembagaan maupun secara personal yaitu pertama, faktor individual. Faktor ini berhubungan dengan latar belakang pengelola media. Yang menjadi titik tekan dalam faktor ini yaitu bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari pengetahuan awak media, yang meliputi latar belakang kehidupan, umur, agama, dan kerangka berfikir. Aspek-aspek tersebut dapat mempengaruhi pemberitaan secara signifikan. Aspek personal secara hipotetik mempengaruhi skema pemahaman pengelola media sesuai dengan ketertarikan wartawan terhadap sebuah entitas peristiwa.

Kedua, faktor rutinitas media (media routine). Rutinitas media berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media mempunyai parameter tertentu yang menjadi standar kelayakan terhadap sebuah berita. Rutinitas media juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk, bagaimana bentuk pendelegasiannya, melalui proses dan tanaga siapa saja tulisan dimulai.

Ketiga, faktor organisasi. Faktor ini berhubungan dengan struktur organisasi yang secara hipotetik mempengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan merupakan bagian kecil dari struktur besar organisasi media. Masing-masing mempunyai kepentingan yang berbeda. Dialektika

dalam level organisasi media ini dapat menjelaskan munculnya kecenderungan pemberitaan. Pengalaman pemberitaan media pada saat masa awal reformasi telah membuktikan, media sangat mengedepankan berita politik yang tajam, sensasional, hal ini berbeda dengan media saat orde baru. Keempat, faktor ekstramedia yang meliputi sumber berita, sumber penghasilan berita, pemerintah (sistem politik) dan kondisi lingkungan, dan ideologi media (Agus Sudibyo, 2001: 7).

## **5. Berita dalam Pandangan Konstruksionis**

Mengikuti perspektif sosiologi pengetahuan yang dikembangkan Peter L Berger dan Thomas Luckman, setiap sebuah kenyataan (realitas) yang hadir dalam sebuah konteks sosial secara praktis telah dibentuk secara sosial. Realitas tersebut berarti realitas sosial (M. Najib Azka, 1998 : 7). Dalam Teori Konstruksi Sosial, Berger dan Luckman menyebutkan bahwa semua realitas tidak dibentuk secara alamiah serta tidak juga diturunkan oleh Tuhan, tetapi sebaliknya, realitas dibentuk dan dikonstruksi (Eriyanto, 2002 : 15).

Dalam pemahaman seperti ini, realitas berarti berwajah ganda. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda atas suatu realitas. Setiap orang mempunyai kerangka yang berbeda dalam menafsirkan realitas sosial dengan konstruksinya masing-masing.

Menurut pandangan teori tersebut, konstruksi sosial mempunyai dimensi dialektis, dinamis, dan plural. Proses dialektis meliputi tiga tahap,

yaitu eksternalisasi yang merujuk pada kegiatan kreatif manusia, objektivikasi yang merujuk pada proses di mana hasil-hasil aktivitas kreatif manusia mengkonfrontasikan individu sebagai kenyataan objektif dan internalisasi merujuk pada proses di mana kenyataan eksternal itu menjadi bagian dari kesadaran subjektif individu (Eriyanto, 2002 : 16).

Selain itu, dimensi dinamis, realitas sebagai konstruksi sosial selalu terjadi dalam sebuah dialektika sosial. Dalam level individu, dialektika berlangsung antara faktisitas objektif dan makna subjektif. Sementara dalam level sosial, pluralitas konstruksi mengalami proses dialektika. Maka realitas tersebut merupakan realitas subjektif dan realitas objektif sekaligus. Dalam realitas subjektif, realitas tersebut menyangkut makna, interpretasi, hasil relasi antara individu dan objeknya.

Dalam NU Politik; Analisis Wacana Media, Berger memandang realitas sosial secara objektif memang ada tapi maknanya berasal dari dan dibentuk oleh hubungan subjektif dan dunia objektif (Fathurin Zen, 2004:52).

Berita merupakan salah satu wujud realitas sosial karena berita hadir dalam konteks yang memungkinkan hadirnya beberapa unsur sosial masyarakat. Berita menurut pandangan konstruksionis adalah konstruksi atas realitas. Berita, berbeda dengan pandangan yang berkembang selama ini. bukanlah kopi atas realitas. Pandangan ini didasarkan pada asumsi bahwa tidak ada realitas, yang ada hanyalah konstruksi atas realitas.

Wartawan bisa jadi mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda ketika melihat sebuah peristiwa, itu dapat dilihat dalam bagaimana mereka mengkonstruksi peristiwa tersebut yang kemudian diwujudkan dalam bentuk berita. Dalam proses internalisasi, wartawan dilanda oleh realitas. Realitas diamati oleh wartawan dan diserap dalam kesadaran wartawan. Dalam proses eksternalisasi, wartawan menceburkan dirinya untuk memaknai realitas. Konsep tentang fakta diekspresikan untuk melihat realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika tersebut (Eriyanto, 2002:17).

Uraian tersebut merupakan realitas yang ada dalam pikiran wartawan, dan itu yang akan terus berdialektika dengan realitas yang teruji dan fakta yang ditemukan di lapangan. Hasil teks cerita, karena terus dipandang sebagai produk dari konstruksi atas realitas. Penafsiran atau peristiwa bukan kopi atau transfer dari kenyataan ke dalam berita.

Salah satu metode dalam pandangan kaum konstruksionis untuk membedah realitas berita yaitu analisis Framing. Analisis ini berusaha untuk mengungkapkan bagaimana media mengkonstruksi sebuah realitas. Analisis yang selama ini cukup populer yaitu model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki. Model ini mencoba membedah realitas berita dengan menggunakan pendekatan dalam empat stuktur berita yaitu sintaksis (penyusunan berita), skrip (pengisahan berita), tematik (pengungkapan berita), dan retorik (penekanan berita).

## 6. Berita dalam Konteks *Dakwah bil Qalam*

Dalam sisi normatif, kita sebagai umat beragama diperintah untuk meneliti sebuah berita yang datang dari manapun dan memberikan larangan bagi kita untuk lekas percaya dengan berita tersebut. Dalam Surat Al Hujarat ayat 6 Allah berfirman :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنْ جَاءَكُمْ فَاَسِقُوْا بِنَبِيٍّ فَتَبَيَّنُوْا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ  
فَتُصَيِّبُوْا عَلٰٓى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ ﴿٦﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu*” (QS Al- Hujarat : 06). (Departemen Agama 1997 : 846)

Menurut Nashir Bin Sulaiman Al Umar dalam buku tafsir Surat Al Hujarat, menyebutkan bahwa ayat tersebut memerintahkan umat Islam untuk menafsirkan berita yang datang. Ayat tersebut mengandung perintah untuk *tastsabut* (meyakinkan kebenaran suatu berita) dan *tabayyun* (mencari kejelasan suatu berita).

Perintah pertama terkait dengan kebenaran yang datang dari sumber berita sedangkan yang kedua berkaitan dengan kebenaran dan kejelasan substansi materi berita serta hal-hal yang mengitarinya. Ayat tersebut memuat prinsip seleksi dan klarifikasi (*crosscheck*) terhadap setiap berita,

informasi yang sampai kepada kita (Nashir Bin Sulaiman Al Umar, 2001: 232).

Demikian juga prinsip seleksi diterapkan dalam media massa sebagai penghasil berita. Media massa pada dasarnya adalah media diskusi publik tentang suatu masalah yang melibatkan wartawan, sumber berita, dan khalayak. Masing-masing pihak menyajikan perspektif mereka untuk memberikan pemaknaan terhadap satu persoalan. Setiap pihak berusaha untuk menonjolkan penafsirannya.

Terdapat berbagai cara untuk berdakwah diantaranya, *dakwah bil lisan* (ceramah, tabligh, khutbah), *dakwah bil hal* (pemberdayaan masyarakat secara nyata, keteladanan perilaku) atau *dakwah bil qalam* (dakwah lewat pemberitaan atau tulisan) juga harus lebih digalakkan. Pemanfaatan media massa dalam hal berdakwah dapat dilakukan melalui penulisan opini yang umumnya terdapat di berbagai surat kabar harian, mingguan, tabloid atau majalah-majalah hingga bulletin internal masjid. Jurnalis yang memiliki peran sebagai *muaddib* (pendidik umat), *musaddid* (pelurus informasi tentang ajaran dan umat Islam), *muwahis* (pemersatu atau perekat ukhuwah Islamiah) dan sekaligus sebagai *mujahid* (pejuang, pembela, penegak agama dan umat). Objek dan cakupan dakwah bil qalam lebih bersifat meluas dan lebih banyak karena pesan dakwah dan informasi Islam yang dituliskan dapat dibaca oleh ratusan, ribuan, bahkan ratusan ribu hingga jutaan orang pembaca dalam waktu yang hampir bersamaan. Media

massa memang alat efektif untuk membentuk opini umum, bahkan mempengaruhi orang secara kuat dan massif.

Di sisi lain, sebagai jawaban mengapa berdakwah lewat jurnalistik (dakwah bil qalam) adalah melalui tulisan-tulisan di media massa, seseorang dapat menciptakan opini publik, mempengaruhi massa, hingga melakukan propaganda. Satu hal lagi yang tidak boleh terlupakan adalah sebagai umat pilihan, haruslah mewarisi keterampilan dan kemahiran para ulama, ahli fikir dan cendekiawan. tidak kalah pentingnya lagi, adalah tugas umat Islam menyadarkan umat Islam yang menyebarkan tulisan di berbagai media massa, agar memiliki kesadaran dan mampu serta mau mengemban misi suci sebagai jurnalis Islam ([silvia86.wordpress.com/](http://silvia86.wordpress.com/))

## **B. Media Massa Cetak**

### **1. Pengertian Media Massa Cetak**

Majalah atau media cetak adalah salah satu bentuk media massa yang diartikan sebagai pers dalam pengertian sempit. Sama seperti media massa lainnya (elektronik), surat kabar pada dasarnya adalah media diskusi publik tentang suatu masalah yang melibatkan tiga pihak : wartawan, sumber berita, dan khalayak. Ketiga pihak itu mendasarkan keterlibatannya pada peran sosial masing-masing dan hubungan diantara mereka terbentuk melalui operasionalisasi wacana yang mereka konstruksi. Media juga dilihat sebagai forum bertemunya semua kelompok dengan sudut pandang yang berbeda-beda. Setiap pihak

berusaha menonjolkan basis penafsiran, klaim, dan argumentasi masing-masing (Bimo Nugroho, 2004 : 26).

Lazimnya media cetak hidup seiring dengan perkembangan kehidupan masyarakat. Seiring dengan semakin meningkatnya minat baca masyarakat, media cetak hadir untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Di sisi lain media cetak sifatnya lebih fleksibel. Selain waktu terbitnya bervariasi, tampilan media cetak menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Untuk memenuhi interaksi dengan khalayak, media cetak memfasilitasinya dengan menyediakan ruang bagi khalayak berupa surat pembaca, opini masyarakat terhadap suatu hal.

## **2. Karakteristik Media Massa Cetak**

Majalah hadir diawali dengan ditemukannya mesin cetak pada awal abad ke 16. Seiring dengan keadaan masyarakat yang telah meningkat kemampuan literasinya dan kesadaran masyarakat terhadap hal-hal baru, pada abad ke 18, majalah mulai mendapatkan ruang dalam masyarakat. Pada abad ke 19, merupakan awal pendistribusian majalah secara massal ke berbagai lapisan masyarakat. Pada abad ke 20, majalah mulai menempati variasi kebutuhan masyarakat, dengan lahirnya majalah berita (Septiana santana, 2005: 90-91).

Sebagai media massa cetak, majalah mempunyai karakteristik yang berbeda. Antara surat kabar dengan majalah memiliki

perbedaan diantaranya materi pesan, frekuensi terbit, serta tampilan fisiknya (Adianto dan Ardiana, 2004 : 99).

Majalah merupakan media yang relatif mudah dalam pengelolaannya, serta tidak membutuhkan modal yang banyak. Majalah dapat diterbitkan oleh kelompok masyarakat, dengan leluasa dan fleksibel dalam menentukan bentuk, jenis dan sasaran khalayaknya. Meskipun sebagai media massa cetak, majalah berbeda dengan surat kabar. Majalah mempunyai karakteristik sebagai berikut:

#### 1. Penyajian Lebih Dalam

Frekuensi majalah umumnya adalah mingguan, selebihnya dwi mingguan, satu bulanan, bahkan triwulanan. Majalah berita bisanya terbit mingguan, sehingga para wartawan mempunyai waktu yang cukup lama untuk memahami dan mempelajari suatu peristiwa. Para wartawan juga mempunyai waktu untuk menganalisis terhadap berita, sehingga penyajian berita dan informasinya dapat dibahas secara mendalam (Adianto dan Ardiana, 2004 : 113).

#### 2. Nilai Aktualitas Lebih Lama

Nilai aktualitas majalah lebih lama dibandingkan dengan surat kabar, yaitu selama satu minggu. Surat kabar nilai

aktualitasnya hanya satu hari pada saat peristiwa terjadi, karena peristiwa berkembang dari hari ke hari.

### 3. Gambar dan foto lebih banyak

Jumlah halaman dalam majalah lebih banyak, sehingga selain penyajian yang mendalam, majalah dapat menampilkan gambar dan foto yang lengkap, sesuai dengan ukuran yang besar dan berwarna, serta kualitas kertas yang digunakan pun lebih baik. Foto-foto yang ditampilkan majalah memiliki daya tarik terlebih biasanya foto dalam majalah sifatnya eksklusif.

### 4. Cover (sampul) sebagai daya tarik

Cover majalah lazimnya menggunakan jenis kertas yang lebih bagus dengan gambar dan warna yang berkualitas. Menarik atau tidak menariknya sampul majalah tergantung pada tipe suatu majalah, serta konsistensinya majalah tersebut dalam menampilkan karakteristiknya.

## **3. Media Cetak Sebagai Arena Perang Simbolik**

Media dipandang sebagai arena perang antarkelas. Ia adalah media diskusi publik dimana masing-masing kelompok sosial tersebut bertarung, saling menyajikan prespektif untuk memberikan pemaknaan terhadap suatu persoalan. Targetnya adalah pandangannya lebih diterima oleh publik (Eriyanto, 2001 : 37).

Menurut Stuart Hill yang dikutip Eriyanto, media massa pada dasarnya tidak memproduksi, melainkan membangun realitas melalui pemakaian kata-kata yang terpilih. Realitas tidaklah secara sederhana dapat dilihat sebagai satu set fakta, tetapi hasil dari ideologi atau pandangan tertentu. Realitas pada dasarnya adalah pertarungan antara berbagai kelompok untuk menonjolkan basis penafsiran masing-masing. Sehingga realitas yang hadir bukan realitas yang alamiah, tetapi sudah melalui proses pemaknaan kelompok yang dominan. Media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya. Seperti dikatakan Tony Bennett sebagaimana dikutip Eriyanto, media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas sesuai dengan kepentingannya (Eriyanto, 2001 : 36).

Ada berbagai kepentingan yang bermain dalam media massa. Disamping kepentingan ideologi antara masyarakat dan negara, dalam diri media massa juga terselubung kepentingan yang lain, seperti kepentingan kapitalisme pemilik modal, kepentingan keberlangsungan lapangan kerja bagi para karyawan dan sebagainya. Pihak yang berkepentingan tersebut saling berpacu menggunakan media masa untuk menonjolkan klaim, konstruksi sosial dan definisi masing-masing tentang suatu peristiwa. Keputusan atau kecenderungan media

juga dipengaruhi oleh sumber elit yang diwawancarai (Bimo Nugroho dkk, 2002: 27).

Sumber berita menggunakan media untuk memperoleh perhatian bagi diri mereka sendiri atau gagasan-gagasan mereka barangkali dapat membantu menyusun peristiwa-peristiwa, atau menunjukkan bahwa persoalannya merupakan sesuatu yang bernilai berita. Sumber berita disini dipandang bukan sebagai pihak yang netral yang memberikan informasi apa adanya. Ia juga mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi media dengan berbagai alasan : memenangkan opini publik, atau memberi citra tertentu kepada khalayak. Sebagai pihak yang mempunyai kepentingan, sumber berita tentu saja memberlakukan politik pemberitaan. Ia akan memberikan informasi yang sekiranya baik bagi dirinya, dan mengembargo informasi yang tidak baik bagi dirinya (Agus Sudibyo, 2001; 10).

Menurut George Junus Aditjondro, yang dikutip Nugroho, Eriyanto, Surdiasis, dalam wacana berita pihak-pihak yang bersengketa dalam suatu kasus masing-masing berusaha menampilkan sisi-sisi informasi yang ingin ditonjolkan (sambil menyembunyikan sisi-sisi lain), sambil mengaksentuasikan kesahihan pandangannya dengan mengacu pada pengetahuan, ketidaktahuan serta perasaan pembaca (Bimo Nugroho dkk, 2002: 27). Dengan strategi framing, media memasukkan arah kepentingan dan kecenderungannya. Proses framing

menjadikan media massa suatu arena informasi tentang masalah-masalah tertentu diperebutkan dalam suatu perang simbolik antara berbagai pihak yang sama-sama menginginkan pandangannya di dukung oleh pembaca. Framing relevan dibahas dalam konteks bagaimana memahami masalah sosial. Peristiwa-peristiwa penting yang bersentuhan langsung dengan kepentingan publik selalu menarik perhatian masyarakat dan memfokuskannya pada problem sosial tertentu, peristiwa ini umumnya mendorong kalangan media untuk menghadirkan suatu diskusi dimana semua pihak dapat menyuarakan pendapat dan penafsirannya tentang peristiwa itu sendiri dan masalah sosial yang terkandung didalamnya. Tidak bisa dihindarkan, media massa pun menjadi arena perang retorika atau perang klaim antara pemerintah, aktivitas sosial, LSM, dan pihak lain yang berkepentingan dan tertarik dengan masalah tersebut (Bimo Nugroho dkk, 2002: 28).

Perang klaim tersebut dapat mengarah kepada terjadinya definisi atau pemahaman tentang realitas sosial. Definisi tersebut terjadi jika perang klaim menyebabkan perubahan mendasar dalam struktur persepsi khalayak, elit maupun umum tentang realitas-realitas di sekitar masalah yang diperdebatkan. Hal ini terjadi jika media hanya memberi peluang kepada satu pihak untuk menonjolkan frame atau interpretasi mereka dalam wacana berita yang terbentuk. Khalayak tidak diberi cukup peluang untuk mendapatkan informasi yang

objektif, sehingga kurang terkondisi untuk membentuk struktur pemahaman yang beragam atas suatu masalah.

#### **4. Media Cetak Menyajikan Berita**

Setiap media massa baik cetak maupun elektronik mempunyai kebijakan sendiri-sendiri dalam isinya. Sebab, masing-masing media itu tidak hanya melayani masyarakat yang beragam tetapi juga menyangkut individu atau kelompok sosial. Menurut Roy Eldon Hiebert sebagaimana dikutip Nurudin, isi media setidaknya bisa dibagi kedalam enam kategori yakni berita dan informasi, analisis dan interpretasi, pendidikan dan sosialisasi, hubungan masyarakat dan persuasi, iklan dan bentuk, penjualan lain, hiburan. (Nurudin, 2003 : 93)

Berita dan informasi adalah hal pokok yang harus dipunyai oleh media massa. Setiap hari media massa memberikan informasi dan berbagai kejadian diseluruh dunia kepada para audience-nya. Surat kabar menyediakan berbagai bentuk informasi agar masyarakat memahami dan lebih tahu. Intinya, media menyediakan informasi apa yang dibutuhkan masyarakat (pembaca), karena keberlangsungan sebuah surat kabar sangat ditentukan oleh pembaca. Tanpa pembaca institusi surat kabar akan mati. Pembaca akan merasa senang membaca surat kabar jika merasa segala kebutuhannya dicukupi olehnya. Disini,

surat kabar harus berkompetisi dengan sumber-sumber lain atau dengan surat kabar yang lainnya.

Prinsip tersebut dapat diterangkan secara teoritik dengan background teori Uses and Gratifications (teori kegunaan dan kepuasan), yang dikenalkan Herbert Blumer dan Elihu Katz, dalam teori ini pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik didalam usaha memenuhi kebutuhannya. Teori Uses and Gratifications mengasumsikan bahwa pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2003 : 181)

Dalam menyajikan berita atau memberikan informasi, media tidak sekedar memberikan semata, tetapi juga mengevaluasi, menganalisis setiap kejadian tersebut. Lewat keahlian dalam menginterpretasikan pesan dan fakta-fakta dari lapangan, media masa berusaha menyajikan berita yang mudah untuk dipahami dan memberikan data-data pendukung yang sangat berguna untuk melakukan interpretasi pesan, lewat tangan editornya, media cetak membuat tajuk rencana yang berusaha menjelaskan suatu peristiwa yang terjadi, meramalkan dan menunjukkan mana yang baik dan mana yang jelas (Nurudin, 2003 : 994)

Sebagaimana dijelaskan oleh teori Agenda Setting bahwa media massa menyaring berita, artikel, atau tulisan yang disiarkannya. Secara selektif, gatekeepers (penjaga gawang) seperti penyunting, redaksi, bahkan wartawan sendiri menentukan mana yang pantas diberitakan dan mana yang harus disembunyikan. Setiap kejadian atau isu diberi bobot tertentu dengan panjang penyajian (ruang dalam surat kabar) dan cara penonjolan (ukuran judul, letak dan posisi dalam surat kabar, frekuensi pemuatan (Eriyanto, 2004 : 117)

Dalam pandangan pluralis, berita adalah refleksi dan pencerminan dari realitas. Sehingga ia harus mencerminkan realitas yang hendak diberitakan. Sedang paradigma kritis melihat berita sebagai hasil dari pertarungan wacana antara berbagai kekuatan dalam masyarakat yang selalu melibatkan pandangan dan ideologi wartawan atau media. Bagaimana realitas itu dijadikan berita sangat tergantung bagaimana pertarungan itu terjadi, yang umumnya dimenangkan oleh kekuatan dominan dalam masyarakat (Eriyanto, 2002 : 34)

Menurut paradigma konstruksionis berita adalah hasil dari konstruksi sosial dimana selalu melibatkan pandangan, ideologi dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Bagaimana realitas itu dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai, sehingga realitas yang sama bisa jadi menghasilkan berita yang berbeda, karena ada cara melihat yang berbeda.

Menurut Dedy Djamaluddin Malik dengan menggunakan analisis framing, akan jelas terlihat bahwa masing-masing media, baik cetak maupun elektronik, mempunyai penangkapan tersendiri tentang apa berita yang perlu ditonjolkan dijadikan fokus dan mana yang harus disembunyikan atau dihilangkan, dengan cara bagaimana sebuah isu dituturkan dan ditayangkan, pasti setiap media memiliki sudut pandang, cara dan gaya masing-masing yang berbeda, meskipun perbedaan itu tidak selalu signifikan (Dedy Djamaluddin, 2001 : 69)

Dalam mengemas dan menyajikan berita media menggunakan framing untuk menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain, menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana, penempatan yang mencolok (menempatkan di headline, depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian garfis untuk mendukung memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi dan lain-lain. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak (Bimo Nugroho dkk, 2002: 21)

## **C. Karikatur Nabi**

### **1. Hukum Visualisasi Nabi**

Umat Islam menilai visualisasi sosok Nabi Muhammad SAW dikhawatirkan akan menimbulkan kontraproduktif dengan apa yang diajarkannya, yaitu pengesaan Allah. Menurut ketua Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia, KH. Ma'ruf Amin, Nabi Muhammad SAW mempunyai kekhususan, kalau digambarkan, pasti tidak akan bisa menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Hal itu merupakan prinsip yang disepakati umat Islam di seluruh dunia. Menurut Ma'ruf, memang Muhammad SAW adalah manusia, tapi bukan manusia biasa. Bila digambarkan, akan mengurangi keutuhan yang digambarkan dalam Islam. Dari sisi akibat, Penggambaran sosok Nabi SAW bisa mengarah pada penghinaan atau bahkan pengkultusan yang berlebihan. Kemudian orang bisa menyembah gambar. Selain tidak boleh digambarkan juga tidak boleh ada pemujaan. Hanya Allah yang layak dituhankan, bukan penyampai wahyu-Nya.

Secara umum larangan visualisasi terhadap nabi berdasarkan pada sebuah hadis yang diriwayatkan Muslim, “Sesungguhnya orang yang paling berat siksaannya di Hari Kiamat adalah pelukis.” Pelukis dan pematung dianggap “menandingi” Allah, dengan “menciptakan” makhluk bernyawa. Ditulis juga dalam hadis itu, mereka akan dipaksa “Menghidupkan makhluk itu”; jika tidak bisa, mereka akan disiksa. Dalam riwayat Muslim yang lain, “Malaikat tidak akan memasuki rumah yang di dalamnya ada gambar dan

patung.” Demikianlah sederet dalil yang biasa digunakan untuk mengharamkan gambar dan patung.

Sedangkan menurut dalam kacamata sosiologis, hadis tersebut berkaitan dengan konteks kelahiran Islam dalam ranah budaya Arab. Bahwa perupaian dalam bentuk patung erat kaitannya dengan media kemusyrikan. Adapun Islam hendak menegakkan ajaran tauhid dan menghancurkan segala media kemusyrikan itu. Perupaian yang dikenal oleh bangsa Arab ketika Islam lahir tidak bertujuan seni, tapi sebagai kultus dan sembah. Pertimbangan filosofis itulah yang membuat adanya pelarangan melukis dan membuat patung [<http://islamlib.com/id/artikel/adakah-seni-rupa-dalam-islam/>].

Visualisasi sosok Nabi Muhammad SAW dapat menimbulkan upaya kontraproduktif dengan apa yang diajarkannya, yaitu pengesaan Allah. Visualisasi terhadap nabi merupakan bentuk perlakuan terhadap nabi yang tidak tepat. Dalam konteks karikatur yang dicetak oleh media Barat, karikatur tersebut sangat memandang nabi sebagai figur yang penuh dengan kontroversi. Memvisualisasikan nabi dengan visualisasi seperti teroris, gila perempuan merupakan bentuk penghinaan terhadap nabi.

Berkaitan dengan penghinaan nabi, terdapat riwayat Hadis Bukhari yang menerangkan tentang penghinaan terhadap nabi yaitu :

عن انس ابن مالك يقول مريهودي برسول الله صلى الله عليه وسلم فقال السام عليك ، فقال رسول الله صلى الله وسلم و عليك . فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم اتدرون ما يقول ، قال السام عليك ، قالوا يا رسول الله الا تقتله ؟ قال لا ، اذا سلم عليكم اهل الكتاب فقولوا و عليكم . (رواه البخارى)

Artinya : Dari Anas bin Malik, dia berkata : Seorang Yahudi lewat bertemu Rasulullah SAW, lalu ia mengucapkan, "*Assamu'alaika* (*Kematian atasmu*, yakni mengganti *Assalamu'alaika*), maka Rasulullah SAW menjawab : "*Wa alaika* ", lalu Rasulullah SAW bersabda: "*Adalah kalian mengetahui apa yang diucapkannya, "Assaamu'alaika?"*, Mereka berkata : "*Wahai Rasulullah, sebaiknya kami membunuhnya?"* Beliau bersabda : "*Tidak.Apabila Ahlul Kitab bersalam kepadamu, maka ucapkanlah kepada mereka, Wa'alaikum*" (Achmad sunarto, dkk, 1993 : 63)

Dalam riwayat tersebut menjelaskan etika kita dalam menghormati Nabi Muhammad SAW. Riwayat tersebut jelas sekali kita dilarang memanggil Nabi dengan penghinaan, cacian. Apalagi termasuk memvisualisasikan Nabi secara menyimpang.

Karikatur nabi yang dimuat oleh media Barat penuh dengan stereotipe yang mendiskreditkan Rasulullah SAW, dan terlebih merupakan penghinaan terhadap agama seseorang karena memvisualisasikan nabi sebagai teroris dengan bom yang berada di atas kepalanya dan nabi digambarkan senang mengoleksi perempuan untuk memuaskan nafsunya. Dan sikap kita sebagai orang yang dihina yaitu cukup menimpali

penghinaan tersebut dengan balasan yang setimpal dengan penuh kelembutan.

## **2. Sikap Umat Islam Tentang Karikatur Nabi**

Sikap umat muslim menanggapi karikatur Nabi Muhammad SAW beragam. Reaksi protes dari kaum Muslim di Iran, Pakistan, dengan turun ke jalan melakukan demonstrasi. Umat muslim Suriah melakukan penyegelan terhadap kantor Duta Besar Denmark. Pemboikotan terhadap produk Denmark dilakukan di Mesir. Semua menuntut *Jyllands Posten* dan pemerintah Denmark meminta maaf kepada umat muslim sedunia. *Jyllands Posten* dan pemerintah Denmark menolak meminta maaf dengan alasan apa yang dilakukan dalam konteks kebebasan berekspresi dan demokrasi. Menurut mereka, permintaan maaf justru akan mencederai prinsip kebebasan dan demokrasi.

Protes keras dilakukan oleh umat muslim Indonesia. Beberapa elemen organisasi Islam, yaitu Forum Umat Islam (FUI), Front Pembela Islam (FPI) turun ke jalan menuntut *Jyllands Posten* dan Pemerintah Denmark meminta maaf. Komunitas umat Islam tersebut menganggap bahwa karikatur nabi merupakan skenario atau konspirasi menghancurkan Islam dari Benua Biru, dengan menggambarkan Islam sebagai entitas yang mengerikan.

Sedangkan respon dari kalangan liberal justru menyesalkan tindakan berlebihan kaum Muslim yang merusak, membakar kedutaan

besar Denmark. Tindakan anarkisme tersebut menurut Gunawan Muhammad malah akan menyulitkan kaum Muslim Denmark, terlebih kaum Muslim di Eropa merupakan kalangan minoritas.

Gunawan Muhammad melihat secara sosiologis, karikatur bukan sebagai konspirasi ataupun skenario mengenyahkan Islam dari Eropa, tapi sebagai pandangan rasialis orang Eropa terhadap kaum minoritas (Islam). Orang Eropa tidak menyukai imigran (Islam) yang masuk ke Eropa dengan membawa nilai-nilai baru yang akan mengancam nilai-nilai Eropa. Secara peta demografi dan ekonomi Eropa terancam dengan kedatangan imigran. Dari sini pertimbangan, Eropa merasa terancam secara politik ekonomi dengan kedatangan kaum imigran. [<http://islamlib.com/id/artikel/reaksi-berlebihan-merepotkan-muslim-eropa/>]

### **Daftar Pustaka**

Ardianto, Elvinaro dan Erdiyana, Komala. 2004. *KOMunikasi Massa*.  
Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Assegaf, Dja'far H. 1985. *Jurnalistik Masa Kini, Pengantar Ke Praktek*

*Kewartawanan*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Eriyanto. 2002. *Analisis Framing; Konstruksi, Ideologi, dan Politik*

*Media*. Yogyakarta: LKIS.

Nugroho, Bimo, dkk. 2002. *Politik Media Mengemas Berita*. Jakarta

:

ISAI

Nurudin, 2003. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Pustaka Relajar

Red, Blake dan Edwin Haroldsen.2003. *Taksonomi CONSEP Komunikasi*

.Penerj. Hasan Bahana. Surabaya : Papyrus

Santana, Septiana, 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor

Indonesia

Sudibyoy, Agus.2001. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*.

Yogyakarta: LKIS.

Suhandang, Kustadi.2004.*Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi,*

*Produk, Kode Etik*. Bandung : Yayasan Nuansa Cendikia.

