

NETRALITAS MEDIA MASSA ERA KINI

Oleh Erwin Kartinawati (erwinpurwasito@gmail.com)

Abstract

This paper is to highlight the reformation of press freedom in terms of the principle of media neutrality. Neutral, impartial or affiliated with stakeholders, and political power is one thing that is a principle in the mass media because the media must maintain its neutrality as a function of social control and educator. If the period before the reform, freedom of the press overshadowed by “bredel” or censorship, freedom apparently it is still not fully considered in the present era. Freedom of the press is now just snatched away by its own internal media. If the first media workers have to struggle to escape from the political repression of the ruler, now media workers should strive to avoid repression owners of capital with all the interest surrounding it, in order to realize the press that truly fair and responsible. Understanding and awareness of the owners of capital or management, at least for one word and one bow to actually enforce the primary purpose of journalism, not only for profit but noble responsibility to the community that is a dream to realize a good Indonesian press.

Kata kunci : *Netralitas, media, represi, kekuasaan.*

Pendahuluan

Istilah bredel atau sensor adalah hal yang tak lagi djumpai oleh para pekerja media era kini. Berkebalikannya dengan para pekerja era pra reformasi, istilah bredel atau sensor merupakan hantu tersendiri yang terus menjadi bayang-bayang bekerja. Kini, para pekerja media bebas dalam menyalurkan apa yang ada di benak dalam rangka menjalankan fungsi pers. Pun halnya saat menyusun berita hasil peliputan, tak perlu berpikir berat tentang fakta-fakta apa yang harus disembunyikan ataupun diperhalus agar tidak mengundang “sang hantu” sebagaimana masa sebelum reformasi.

Kebebasan, satu kata itulah yang mungkin bisa menggambarkan adanya perbedaan jelas kondisi media masa pra dan pasca reformasi. Pada masa sebelum reformasi baik pada orde lama maupun baru, pers benar-benar harus berpikir dan bekerja keras agar terhindar dari represi politik, dengan cara memilih sebagai pers yang berpihak kepada pemegang kekuasaan, atau memilih jalan tengah dengan cara menggeser konsep penerbitan, yakni menjauhi isu-isu yang berbau politik (memilih isu-isu netral) dan konsep *hardnews*, dengan merubahnya menjadi konsep *newsmaking*. Cara ini pernah dilakukan *Kompas* di tahun 1970-an hingga 1980-an (Sulistyo, 1993). Cara itu juga dilakukan oleh Koran *Sinar Harapan* yang pada akhirnya menjadi almarhum karena kehilangan pembaca akibat memilih tidak menyajikan berita-berita yang sifatnya “panas”. Namun demikian pada situsi semacam ini justru memicu penguatan ekonomi dengan memunculkan industri media yang memilih segmentasinya benar-benar aman dari potensi represi politik, seperti Majalah Perempuan *Femina*, *Gadis* dan *Aktuil* (Majalah Musik) (*Ibid*). Kini, bayang-bayang pemberangusan, pemberedelan atau penutupan suatu usaha industri media tak lagi ada sehingga para insan pers atau media massa mendapatkan kebebasan seluas-luasnya dalam menyampaikan pendapat dalam rangka memenuhi hak tahu masyarakat sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 28

dan dijamin dalam UU Pers No 40 Tahun 1999, menggantikan Undang-Undang Pokok Pers No 21/1982 yang sebelumnya dikenal dengan sistem pers air terjun.

Kebebasan di dalam bermedia ini pada akhirnya mendorong adanya diversifikasi industri media, termasuk penyiaran yang sebelumnya hanya dimonopoli oleh satu atau sekelompok tertentu, mengingat izin pendirian media termasuk televisi sebelumnya cukup sulit. Akibatnya, saat itu terjadi monopoli kepemilikan media termasuk halnya tentang konten atau isi media, sehingga salah satunya muncul sindiran “Indonesia bukan hanya Jakarta, Bung”, dan lain sebagainya. Munculnya Undang-Undang Penyiaran disamping UU Pers makin memperluas kesempatan masyarakat untuk mendapatkan informasi dan menghapus sentralisasi penyiaran. Televisi yang sebelumnya hanya *TVRI* dan *TPI*, kemudian terus bertambah dengan kehadiran *RCTI*, *Indosiar*, *ANTV*, *Trans TV*, *TV 7*, *Lativi*, *Metro TV*, sekalipun beberapa diantaranya kini adalah kepemilikan satu pihak (Grup MNC yang menguasai *RCTI*, *MNC*/dulu *TPI*, dan *Global TV*; *TVOne*/dulu *Lativi* dan *ANTV* yang mana merupakan grup Bakrie, *Trans TV* dan *Trans7* dalam bendera Transmedia, pun *Indosiar* dan *SCTV* yang merupakan satu grup). Di tingkatan daerah, juga bermunculan televisi-television lokal yang hampir dapat dijumpai di setiap kabupaten atau kota. Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI) mencatat ada lebih dari 200 televisi lokal tersebar di negeri ini (www.atvli.com). Data Dewan Pers, pada tahun 2007, terdapat 816 media cetak di 33 provinsi dan organisasi kewartawanan mencapai 27. Jumlah ini bisa dua kali lipatnya karena ada media cetak yang tidak mengirimkan blanko isian ke Dewan Pers atau terdeteksi oleh Dewan Pers (Isnaini, 2011).

Banyaknya sumber informasi, khususnya televisi baik televisi swasta nasional maupun lokal ditambah dengan media penyiaran berlangganan lain yang bisa diakses masyarakat ini tentunya sangat menguntungkan masyarakat. Masyarakat dapat memilih informasi mereka inginkan, dan memenuhi semua kebutuhan informasi mereka dengan sekian saluran yang ada. Kita juga melihat, media pun tak lagi menunjukkan ketakutan mereka untuk menyampaikan isu-isu panas sebagaimana dihindari masa pra reformasi. Media saat ini bebas bahkan sangat bebas dalam mengemas dan menyajikan fakta-fakta yang mereka dapat. Tak ada lagi ketakutan dalam menyajikan informasi termasuk terang-terangan menyerang pemerintah atau pihak penguasa, sekiranya dianggap perlu dikritik, dalam rangka menjalankan kontrol sosial atas fungsi pers. Namun Pemilu Presiden 2014, berdasar pengamatan penulis, mengubah segalanya. Ini merupakan sejarah baru bagi pers Indonesia khususnya pasca orde baru, dimana sejumlah media di negeri ini secara terang-terangan menunjukkan keperpihakan atau dukungan mereka terhadap tokoh politik, penguasa. Sejumlah media khususnya televisi, begitu jelas dapat kita lihat, sering menyiarkan kegiatan politik pemilik modal. Hal itu jelas dapat kita lihat mulai jelang masa pemilihan umum presiden 2014. *Metro TV*, misalnya, beberapa kali menyiarkan segala jenis kegiatan berkaitan dengan Partai Nasdem baik dalam bentuk *breaking news*, *headline news* maupun menjadi bagian dalam tubuh suatu program berita saat masa-masa jelang Pemilu presiden 2014. Setelah masa kampanye, stasiun ini jelas-jelas menunjukkan afiliasinya terhadap pasangan Jokowi dan JK.

Apa yang dilakukan *Metro TV* ini sama halnya dilakukan *TV One*. Televisi *free to air* ini beberapa kali menyiarkan pidato Abu Rizal Bakrie setelah dinyatakan sebagai calon Presiden dari Partai Golkar. *TV One* menyiarkan pidato Ical ini secara langsung dengan memberikan suatu slot khusus bernama “Kabar Khusus”. Pasca kegagalan Ical maju dalam bursa Pemilu 2014, sama halnya dengan *Metro TV*, menunjukkan afiliasi atau dukungannya terhadap pasangan calon presiden Prabowo-Hatta serta partai koalisi. Menilik apa yang ditulis dalam Undang-Undang RI Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, ini jelas tidak diperbolehkan. Pasal 36 ayat (4) , menyebut secara jelas bahwa Isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu.

Apa yang dilakukan oleh dua stasiun televisi ini sebenarnya juga dilakukan oleh *MNC Media*, di masa jelang Pemilu dimana sebelum pecah kongsi dengan partai Hanura. Stasiun-stasiun televisi di bawah kepemimpinan Hari Tanoesoedibjo itu getol menyiarkan program-program koalisi antara Wiranto dan HT, meski ditolak sebagai bentuk kampanye. Namun tentu masyarakat dapat melihat dan menilai bahwa media telah digunakan sebagai alat propaganda dan kepentingan pribadi kelompok tertentu. Tulisan ini dibuat sebagai bentuk kritik terhadap kebebasan pers pasca reformasi, khususnya bila ditilik dari prinsip netralitas.

Pembahasan

Contoh realitas yang kita jumpai lewat berita-berita yang ditayangkan stasiun televisi di atas khususnya bila berkenaan dengan afiliasi partai politik dan penguasa, mengindikasikan bahwa kebebasan pers di negeri ini sebenarnya tidak ada. Apa yang menimpa pemberitaan media di atas dapat dilihat sebagai bentuk represi terhadap kebebasan pers. Ini tentu sangat ironis. Jika dahulu para pekerja media harus berjuang menghindar dari represi politik sang penguasa, kini pekerja media harus berjuang menghindari represi pemilik modal dan segala kepentingan melingkupinya, demi mewujudkan pers yang benar-benar adil dan bertanggungjawab. Sangat ironis karena kebebasan pers kini justru diciderai dan direnggut oleh internal media massa itu sendiri. Di internal media sendiri bukan berarti lepas dari pergolakan yakni antara menuruti perintah dengan alasan ekonomis ataukah harus mengedepankan idealisme dan nurani. Dari sini kita dapat melihat bahwa pers (pekerja) akan tetap dan terus berjuang melawan adanya represi-represi dalam wujud dan tingkatan berbeda sebagaimana masa pra reformasi, namun pada substansinya adalah sama.

Apa yang menimpa media kita khususnya dalam bidang pemberitaan, jika bolh diwujudkan dalam bentuk tanda tanya, bahwa jurnalisme telah dirusak oleh para pemilik profesi itu sendiri? Mereka yang berdiri di balik pemberitaan, tentu akan mengakui jika tidak akan pernah lepas dari namanya tekanan pemilik modal sebab bagaimanapun media massa adalah institusi bisnis yang juga mengutamakan keuntungan. Pengetahuan dan kesadaran pula dari para pemilik modal akan inti dari jurnalisme merupakan sesuatu yang penting dan utama sebab kepercayaan masyarakat yang menjadi taruhan.

Netralitas atau keberimbangan memang bukan perkara mudah. Apa yang menimpa media kita seperti contoh di atas, rupanya juga dialami media di luar negeri yang telah lama eksis dan juga memiliki kekuatan modal besar. Contohnya adalah *Fox News*, sebagai salah satu *news channel* di AS. Berdasar sebuah penelitian yang dilakukan Donald A. Loffredo dkk terhadap tayangan *Hannity and Colmes Shows*, *Fox News* yang mengklaim dirinya sebagai media yang *fair* dan *balance*-pun, rupanya tidak mampu berlaku adil dan berimbang dalam siaran jurnalistiknya (Loffredo, etc, 2013). Persoalan netralitas media agar pers mampu bebas dalam menjalankan tugas dan fungsinya ini rupanya dalh persoalan lama. Bill Kovach (2003) menceritakan jika pada Juni 1997 sebanyak 25 wartawan berkumpul di Harvard Faculty Club, Cambridge AS. Mereka adalah para redaktur surat kabar papan atas dan beberapa nama paling berpengaruh di televisi dan radio, serta beberapa pengajar terhebat jurnalisme. Mereka di sana karena merasakan ada yang salah dengan profesi mereka. Mereka nyaris tak mengenali adanya apa yang mereka anggap sebagai jurnalisme daam kebanyakan hasil kerja rekan mereka. Mereka khawatir, alih-alih melayani kepentingan publik besar, profesi mereka malah merusaknya. Hal itu dijelaskan karena mereka tergerus oleh tekanan bisnis dan perhitungan untung rugi. Bonus diterima wartawan makin terkait dengan keuntungan perusahaan, bukan pada kualitas pekerjaan mereka.

Persoalan ini bisa jadi juga yang tengah terjadi di industri media Indonesia. Semua hal, pada akhirnya ditarik dalam satu benang bernama demi atau untuk keuntungan. Wartawan nyaris tak lagi memiliki posisi tawar untuk menjaga idealisme mereka dalam rangka menjalankan fungsi pers yang sesungguhnya untuk kepentingan masyarakat, bukan untuk pemerintah atau untuk pemilik kekuasaan. Namun begitu, mereka tak berdaya sekalipun terikat organisasi kewartawanan yang turut mencekoki dengan etika-etika dan idealisme seharusnya dipegang, karena semuanya dikembalikan bukan organisasi yang membayar mereka, namun perusahaan. Padahal, redaksi harus memiliki independensi untuk meyajikan berita dengan obyektif tanpa memperoleh tekanan dari pihak pimpinan, pemodal atau pemilik lembaga penyiaran (P3SPS, 2012). Bagaimanapun juga, di dalam industri bisnis media, berita pada akhirnya tak lebih dari sebuah komoditas. Burton menyebutnya ada harga pada berita. Berita menjadi komoditas sebab berita dijual dan dibeli melalui agen berita. Jurnalis *freelance* dibayar berdasarkan berita yang mereka hasilkan untuk televisi. Pasar memiliki pengaruh besar terhadap penyediaan berita terkait penentuan tarif iklan yang dipasang di sela-sela slot berita pada televisi komersial (Burton, 2011).

Terlepas dari adanya kewajiban untuk kepentingan publik, media secara umum beroperasi menurut diktat ekonomi pasar. Dedy N. Hidayat menyatakan, selama semua itu dipandang dari sisi ekonomi, maka berita sebagaimana dikatakan pula oleh Graemen Burton, tak akan lebih dari sekadar komoditas. Tendensi liberalisasi industri media memunculkan ancaman tersendiri terhadap kualitas pers (Hidayat, 2003). Terus bertambahnya jumlah televisi membuat persaingan di dunia usaha ini semakin sengit. Kedikdaktoran pasar akan menentukan siapa dan apa yang akan dikesampingkan media penyiaran. Selain menyingkirkan pelaku pasar yang tak

memiliki kapasitas modal memadai, kepentingan akumulasi modal juga berpotensi mendikte institusi penyiaran agar tidak mengangkat isu-isu permasalahan yang bertentangan dengan kepentingan ekspansi dan akumulasi modal. Lembaga penyiaran juga akan menyimpan kecenderungan untuk menayangkan idiologi-idiologi sesuai permintaan pasar agar tidak tersungkur sehingga di saat bersamaan media mengabaikan ketimpangan yang disebabkan kesenjangan sosial ekonomi, yang sebenarnya menjadi dasar permasalahan di masyarakat dengan dasar tidak memiliki nilai berita diliput.

Pers baru akan mengangkatnya jika telah menjelma menjadi drama tragis, isu-isu dasar mewujud menjadi kerusuhan sosial, amuk masa atau peningkatan kriminalitas yang menganggu kenyamanan sosial mayoritas kelompok kelas menengah yang notabene merupakan konsumen utama industri media, memiliki daya beli atau sumber daya serta akses ke media untuk mengeluhkan ketidaknyamanan mereka. Kaidah akumulasi modal membuat akses ke media menjadi mahal, hanya terjangkau oleh kelompok atau individu tertentu. Bagi kelompok publik yang tidak memiliki sumber daya berupa kekuatan politik dan dukungan ekonomi maka peluang memperoleh akses ke media guna menyuarakan isu kepentingan mereka, tentu akan diperkecil oleh kepentingan industri pers menampilkannya dan peristiwa yang memiliki nilai jual atau memiliki bobot politik yang menyangkut kepentingan politik besar. Kelompok yang memiliki sumber daya akan mampu mengelola isu dengan membeli jam tayang, melakukan rekayasa *public relation* yang tertib berbudaya seperti jumpa pers, seminar, dll. Kompetisi ini pada akhirnya berimbas pada posisi jurnalis yang lemah dimana mereka tidak dengan leluasa mampu menerapkan idealisme jurnalistik karena harus memilih bertahan atau kehilangan kesejahteraan.

Paparan tadi menunjukkan tentang adanya pengaruh luar berupa tekanan pasar dan pengaruh dari dalam berupa kepentingan pemilik modal, yang sebagian besar juga akibat pengaruh tekanan pasar. Dua hal itu mampu mempengaruhi jalannya media termasuk dalam mengelola produk mereka berupa berita.

Berita dan Faktor Berpengaruh

Isi media massa, khususnya televisi sangat dipengaruhi oleh berbagai tekanan internal maupun eksternal yang dialami media penyiaran bersangkutan sebagai organisasi. Menurut McQuail hal itu dapat diketahui dengan melihat bagaimana cara media bekerja (*Only by knowing how the media themselves operate can we understand how society influences the media and vice versa*) (Mc Quail, 2000). Secara umum, McQuail membagi faktor-faktor berpengaruh menjadi dua yakni faktor internal dan faktor eksternal. Baik faktor internal maupun eksternal sama-sama memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi gerak organisasi media yang pada akhirnya turut mempengaruhi isi media.

Faktor internal terdiri tiga hal yakni : manajemen, profesional media (sumber daya manusia), pendukung teknik/tehnologi (alat). Faktor eksternal berupa tekanan ekonomi dan tekanan sosial politik. Tekanan ekonomi berupa : kompetitor/pesaing,

agen berita/informasi, pengiklan/sponsor, pemilik, serikat pekerja. Sedangkan tekanan sosial politik seperti : kontrol di bidang politik/hukum, kelompok penekan, dan institusi sosial lain. Disamping itu masih terdapat beberapa kekuatan lain yang turut mempengaruhi organisasi media yakni berupa suplai atas peristiwa, informasi, budaya, distribusi channel, audiens, minat, ketertarikan/kebutuhan.

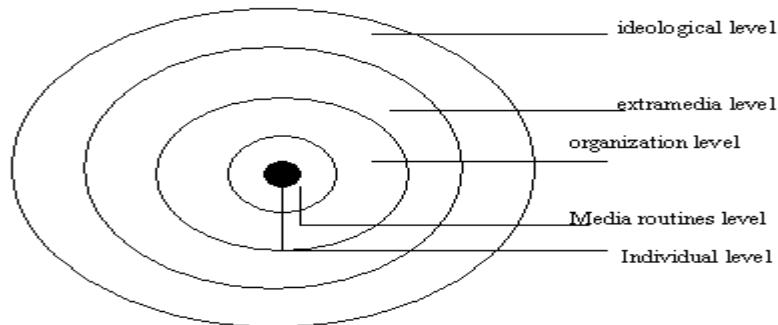
Lantas bagaimana faktor eksternal utamanya tekanan bisnis dan ekonomi mempengaruhi kualitas isi media? McQuail kembali mengatakan jika hal itu dapat dilihat dari konten disajikan. Konten media akan mencerminkan tingkat ketergantungan media terhadap kepentingan pengiklan dan bisnis (McQuail, *6th edition*). Kondisi ini sangat erat kaitannya pula dengan keputusan pemilik modal. Konten media selalu mencerminkan kepentingan dari mereka yang membiayainya. Media komersial menjadi sangat rentan terhadap persoalan ini sebab media komersial terkadang memang harus membuat keputusan untuk dapat terus bertahan, meski itu dapat secara langsung mempengaruhi konten. Apa yang dikatakan McQuail ini benar adanya setidaknya berdasar hasil penelitian Lidia Pokrzycka. Survey yang ia lakukan terhadap 100 wartawan di Lublin Polandia, sebuah kawasan termiskin di kawasan Eropa menjelaskan hal itu (Pokrzyca, 2011). Kondisi ekonomi yang sulit berdampak pada kondisi perusahaan. Kondisi ini membuat kritik terhadap pemerintah dan pejabat tidak mudah dilakukan. Kondisi ini juga membuat berbagai kelompok kepentingan dengan sangat mudah menekan wartawan termasuk melalui perusahaan media tempat bekerja. Kondisi ini menyebabkan kredibilitas media turun di mata rakyat hingga menyebabkan masyarakat enggan diwawancara, termasuk karena takut akan konsekuensi bila memberikan keterangan terhadap wartawan, dari pihak penguasa.

Seharusnya, konten media tidak boleh dipengaruhi oleh apapun. Dalam bidang jurnalistik dikenal dengan istilah dinding api (*fire wall*), dimana keputusan isi media khususnya berita tidak boleh dipengaruhi oleh apapun karena berkenaan dengan tanggung jawab sosial media massa. Hal ini lebih ditekankan untuk televisi mengingat keunggulannya dibanding jenis media lain seperti audio-visual serta *real time*, sehingga pengaruhnya terhadap masyarakat juga dipercaya lebih besar dibanding jenis media lain. Bahwa siaran yang dipancarkan dan diterima secara bersamaan, serentak dan bebas, memiliki pengaruh yang besar terhadap pembentukan pendapat, sikap, dan perilaku khalayak, maka penyelenggara penyiaran wajib bertanggung jawab dalam menjaga nilai moral, tata susila, budaya, kepribadian dan kesatuan bangsa yang berlandaskan kepada Ketuhanan YME dan kemanusiaan yang adil dan beradab (UU Penyiaran, point e). Isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia (UU Penyiaran, ps 36 (1)).

Namun sebagaimana diungkapkan McQuail di atas, bahwa isi media sangat dipengaruhi oleh kondisi eksternal maupun internal media sebagai organisasi. Tanggung jawab sebagaimana diamanahkan undang-undang maupun berbagai teori normatif tentang jurnalistik tampaknya bukan hal ringan untuk dijalankan. Terdapat

beberapa hal yang dapat mempengaruhi jalannya tanggung jawab itu terutama berkenaan dengan keberlangsungan industri media itu sendiri.

Apa yang telah dipaparkan di atas baik dari McQuail maupun beberapa hasil penelitian mengenai apa saja yang dapat mempengaruhi konten media berikut kualitasnya, juga sama dengan apa digambarkan oleh Shoemaker & Reese (1996).



Gambar.: Factors of Influence Content Media by Shoemaker

Menurut Shoemaker, hal-hal yang dapat mempengaruhi isi media bekerja di lima tataran (level) yakni level individu, rutinitas media (media routine), level organisasi, level luar media (extramedia) dan level idiologi. Level individu yakni berada pada pekerja media berupa karakteristik, latar belakang, pengalaman, sikap, kepercayaan, peranan, etika, nilai dan kekuasaan di dalam media. Faktor-faktor yang ada dalam level individu (intrinsik) ini dikatakan tidak mempengaruhi secara langsung terhadap konten media namun melalui cara memandang terhadap suatu hal yang pada akhirnya dapat mempengaruhi bagaimana konten media dibentuk. Level media routine terdiri atas sumber (pemasok), organisasi media, dan penonton (konsumen), extramedia berupa sumber informasi (kelompok kepentingan, public relations, organisasi berita lainnya, sumber pendapat (pemasang iklan, penonton), lembaga lain (bisnis, pemerintahan, agama, dsb), lingkungan ekonomi, serta teknologi. Bagaimana idiologi dianut media jelas akan memberikan warna pada konten.

Penutup

Apa yang terjadi pada media kita saat ini mungkin hanya bisa menjadi semacam rasan-rasan atau perbincangan di tingkatan kalangan bawah. Sebab bagaimanapun sebenarnya ada lembaga milik pemerintah yang bertugas mengawasi dan menyoroti perilaku media khususnya penyiaran. Namun sejauh ini isi media masih belum banyak berubah. Masih terdapat kecenderungan atau keperpihakan media terhadap suatu hal yang dapat dilihat dari bagaimana mereka mengemas suatu berita (framing). sebagai masyarakat kita berharap bahwa kondisi pers kita benar-benar akan mampu menjadi pers yang sehat yang ditunjukkan dengan kebebasan bersuara, dan isi media yang memang bersih, tidak berpihak selain demi kepentingan masyarakat yang lebih

besar. Hal ini sangat penting tidak hanya berkaitan dengan tugas dan fungsi media selaku pendidik dan penyampai informasi. Tidak hanya mampu memberikan isi yang mampu mendidik ke masyarakat namun juga internal pekerja media.

Kondisi media yang penuh dengan tekanan ekonomi dan politik yang terus menerus dan ditunjukkan secara terang terangan melalui isi media, akan memberikan pendidikan yang buruk utamanya bagi para pekerja media baru atau yang belum memiliki dasar kuat tentang etika dan idealisme dalam pemberitaan. Parahnya hal ini mungkin juga akan dicontoh oleh para pelaku bisnis media di tataran lokal yang tidak berangkat dari pemahaman akan esensi suatu pemberitaan atau fungsi media namun berangkat dari dasar murni bisnis, murni mengejar keuntungan.

Beberapa tahun belakangan ini sudah diterapkan suatu aturan dimana semua wartawan atau pekerja media harus lulus standar kompetensi demi menjaga tanggung jawab mereka sebagai jurnalis. Menurut penulis ini adalah hal yang sangat baik. Namun tidakkah standar kompetensi ini pada akhirnya hanya akan tidak ada makna berarti jika tidak diimbangi dengan kompetensi-nya (baca : pemahaman dan kesadaran) para pemilik modal atau pihak manajemen, setidaknya untuk satu kata dan satu haluan untuk benar-benar menegakkan tujuan utama jurnalisme. Bukan semata demi keuntungan namun tanggung jawab yang lebih mulia yakni untuk masyarakat.

Daftar Pustaka

- Isnaini, Fadril Aziz, 2011. *Wartawan dan Berita*. Bandung : Fokus Media.
- Kovach, Bill; Rosenstiel Tom, 2003. *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta: Yayasan Pantau.
- Maswadi Rauf; Mappa Nasrun, 1993. *Indonesia dan Komunikasi Politik*. Jakarta: PT Gramedia.
- UU Pers No 40/1999
- UU Penyiaran No 32/ 2002
- Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran Tahun 2012.
- Kode Etik Jurnalistik KEWI Tahun 2006.
- Loffredo, Donald A.; Harrington, Rick; Eubanks, Crystal, “ Fox News: Fair and Balanced? We Report. You Decide”, *Journal of International Institute for Science, Technology and Education (IISTE)*, Vol.13 tahun 2013.
- McQuail, Denis, 2000. *McQuail's Mass Communication Theory (4th edition)*, Sage Publications.
- , *McQuail's Mass Communication Theory (6th edition)*.
- Pokrzycka, Lidia, “Restrictions on Journalistic Freedom in The Regional and Local Polish Press, As Exemplified by the Lublin Region”, *Web Journal of Mass Communication Research (WJMCR)*, vol 38 (November 2011).
- Burton, Graeme, 2011. *Membincangkan Televisi*. Yogyakarta : Jalasutra.

Hidayat, Dedy N, 2003 “Fundalisme Pasar dan Konstruksi Sosial Industri Penyiaran : Kerangka Teori Mengamati Pertarungan di Sektor Penyiaran”, Departemen Ilkom FISIP UI.