

Media, Lokomotif Perubahan dan Pembangunan

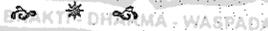
Neka Fitriyah



ABSTRACT

People often think that communication is a given thing. They feel that they are able to do it naturally. The problem then raise when there is a gap in their social relationship. After easily concluded that it is a miscommunication, then communication started to get a special attention. This condition keeps repeating when we are faced to a development strategy which is not objectively understandable, by neither government society, nor related institution. The biggest hope relied on a communication message pattern and the right media chosen in the information given. It is an important thing to do, hence if there is a negative aspect, it won't spread out, so there is no more miscommunication to be blame as an apology of an unachievable development.

Keywords: Distinguish communication, message, right media, development strategy.



Pendahuluan

Masalah dasar yang dihadapi untuk perubahan dan pembangunan sesungguhnya tidaklah berubah: bagaimana menciptakan situasi dan kondisi yang mendukung proses tersebut. Ketika negara (baca: proses penyelenggaraan pemerintah) makin dirasakan kurang mendukung, maka pilihannya menjadi lebih pasti, bagaimana menjadikan negara sebagai pendukung proses perubahan dan pembangunan. Untuk kebutuhan ini dilakukan dua strategi. Pertama, melucuti kekuasaan negara yang dipandang atau bisa bertendensi dan memberi peluang korup. Kedua, memperkuat posisi rakyat dengan pendidikan berkelanjutan.

Langkah-langkah yang disusun ke arah kondisi sebagaimana diinginkan di atas saat ini coba dilakukan dengan beberapa upaya. Pertama, keinginan untuk menciptakan suatu tata pemerintahan baru yang disebut *good governance*. Kedua keinginan untuk memperkecil peran negara dengan tekanan pengurangan subsidi dalam segala bidang dan penghapusan kegiatan negara yang berorientasi sosial, dan ketiga berkembangnya keinginan untuk menggantikan revolusi hijau dengan agenda baru dengan mengintegrasikan sektor pertanian dan industri.

Ilustrasi di atas pada dasarnya hendak menunjukkan adanya perubahan penting dan terdapat dinamika internal dalam pemerintahan yang ada di dunia. Pertanyaan yang muncul kemudian adalah dimana letak korelasi dan peran media sebagai motor penggerak perubahan dan pembangunan?

Seiring alur sejarah berkembangnya pembangunan, selalu ada dikotomi yang tajam antara pemerintah sebagai pembuat kebijakan pembangunan dan rakyat sebagai objek pembangunan. Pemerintah beserta jajarannya selalu bersikeras bahwa seluruh strategi kebijakan pembangunan sudah diperuntukan untuk kesejahteraan kehidupan rakyat. Adapun rakyat dengan segala indikasinya selalu menilai bahwa kebijakan apapun yang digulirkan pemerintah tidak pernah mengakar dan merakyat.

Ilmu komunikasi sering menyebut gejala ini dengan *miscommunications*, dimana pesan tidak bisa dipahami dengan benar oleh komunikan. Maka kemudian yang terjadi bukan saja tafsir pesan yang keliru, lebih dari itu pola perubahan sikap dan pola perubahan berpikir yang negatif dari kedua belah pihak. Dampak berikutnya terjadilah gesekan-gesekan kepentingan yang mengubah orientasi dari isi pesan semula. *Miscommunications* disini terjadi antara pemerintah dan rakyat yang masing-masing – baik secara individu maupun institusi – memiliki pemahaman yang berbeda, dan gejala ini makin kuat manakala satu sama lain merasa benar sehingga menimbulkan gangguan dalam hubungan sosial.

Salah satu cara untuk menjembatani dikotomi dan *miscommunications* ini adalah dengan media komunikasi. Pemilihan media, baik elektronik maupun non elektronik, strategi dan isi pesan yang tepat diyakni bukan saja mampu menetralsir, tetapi juga bisa membuat pesan diterima dengan benar,

untuk kemudian dilaksanakan dengan kesadaran penuh. Sifat media yang memungkinkan pesan diterima secara; 1). Serempak (*simultaneously*) antara komunikator dan komunikan yang besar jumlahnya, 2). Cepat (*rapid*) dalam arti kata memungkinkan pesan yang disampaikan diterima dalam waktu cepat, dan 3). Komunikan yang heterogen memudahkan pesan diterima oleh berbagai jenis kalangan. Tiga ciri media ini memotivasi pemerintah menggunakan media dalam pesan-pesan pembangunan.

Media Komunikasi dan Pembangunan

Media komunikasi dan pembangunan merupakan dua hal penting yang keduanya saling mengisi untuk mencapai dan memperkuat tujuan yang telah ditetapkan. Dua elemen ini menjadi bagian dari rangkaian agenda aktivitas pembangunan keseharian.

Dalam pengertian paradigmatik, media komunikasi bersifat intensional, mengandung tujuan; karena itu harus dilakukan dengan perencanaan yang matang. Sejauh mana kadar perencanaan itu bergantung kepada pesan yang akan dikomunikasikan pada komunikan (baca: warga masyarakat) yang dijadikan sasaran. Media komunikasi secara paradigmatik ini mengandung banyak definisi. Namun, dari sekian banyak definisi yang ada, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah: *proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media.*

Dari definisi tersebut tersimpul tujuan, yakni memberitahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*) atau perilaku (*behavior*). Upaya-upaya perubahan yang mengarah pada pola sikap dan pola pikir akan berjalan mulus manakala model komunikasi yang ditawarkan dapat diterima dengan baik, dan pemilihan media yang tepat juga mempengaruhi kualitas perubahan tersebut.

Deniel Harner pada tahun 1957 pernah melakukan studi yang kemudian hasilnya diterbitkan sebagai buku dengan judul "*The Passing of Traditional Society*". Studi yang dinilai sebagai studi pertama yang mengupas hubungan media komunikasi pembangunan. Pada pokoknya Herner mengemukakan bahwa perubahan menuju arah pembangunan dimulai dengan terjadinya urbanisasi, seterusnya urbanisasi akan meningkatkan melek huruf, lalu dari situ peran media meningkat dan kemudian meningkatkan pula partisipasi politik rakyat.

Untuk kemudian Herner juga mensyaratkan bahwa anggota masyarakat harus memiliki mobilitas tinggi baik dalam arti fisik yakni pergerakan satu masyarakat termasuk dalam arti perpindahan lokasi tinggal, maupun dalam arti psikis yang berarti Bergeraknya seseorang dalam arti orientasi hidup dan kejiwaan. Kemampuan merasa bersama orang lain, kesanggupan menyesuaikan diri dan kesediaan untuk berinovasi merupakan empati yang

menjadi prasyarat untuk mengambil peran baru sekaligus penyesuaian pada situasi baru. Wawasan masyarakat tidak lagi terbatas dan media massa mendidik masyarakat untuk menerima perubahan yang mengacu kepada pembangunan menyeluruh.

Asumsi lain yang mewarnai tata garis pembangunan yang berkaitan erat dengan media ada pada keyakinan bahwa pada dasarnya masyarakat dibentuk oleh berbagai kekuatan ekonomi yang dikemas manis oleh media sebagai destimator atau penyalur informasi. Media juga merupakan saluran yang dimanfaatkan untuk mengendalikan arah dan memberikan dorongan bagi pembangunan bagi perubahan sosial. Hal ini bertitik tolak dari asumsi-asumsi sebagai berikut:

1. Media merupakan *industri* yang berubah dan berkembang menciptakan lapangan pekerjaan, barang dan jasa serta menghidupkan industri lain yang berkaitan.
2. Media merupakan *sumber kekuatan*, atas kontrol manajemen dan inovasi masyarakat.
3. Media merupakan *lokasi* (forum) yang semakin berperan untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat.
4. Media sebagai *wahana* pengembangan kebudayaan, dan menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.
5. Media *menyelenggarakan produksi, reproduksi dan distribusi* pengetahuan dalam pengertian simbol yang mengandung acuan bermakna tentang pengalaman dalam kehidupan sosial.

Sebagai industri media dituntut untuk selalu menyajikan informasi lengkap, akurat yang dibutuhkan dan dicari masyarakat. Arus informasi yang diperlukan membuat masyarakat bersikeras dengan tujuan-tujuannya, dan pemerintah dengan koordinasi bersama jajarannya memberikan pelayanan atas kepentingan-kepentingan masyarakat. Sumber kekuatan media terletak pada proses kontrol yang dimiliki media. Dalam peran ini media berusaha menjadi mitra yang bisa memberikan masukan, kritik dan bahkan mengendalikan isi-isi kebijakan (pesan) yang dirasakan bisa merugikan banyak pihak. Adapun sebagai forum, media berkewajiban menampilkan momen-momen penting yang harus dikonsumsi masyarakat luas, sehingga masyarakat bukan saja mengetahui tetapi bisa terlibat aktif untuk memberikan aspirasinya. Terlebih sebagai wahana media menjadi mediator yang menjembatani potensi masyarakat yang mesti dikembangkan sebagai akumulasi ciri khas budaya bangsa. Pada posisi ini pula pemerintah memberikan dukungan material dan imaterial agar potensi lebih terarah dan cepat berkembang.

Wilbur Schramm melalui studinya pada tahun 1964 menyebutkan media massa dapat berperan dalam beberapa hal yang paling pokok adalah dapat membantu menyebarkan informasi tentang pembangunan, dan mengajarkan melek huruf serta keterampilan lainnya yang memang dibutuhkan untuk membangun masyarakat dan dapat menjadi penyalur suara masyarakat agar mereka terus ambil bagian dalam pembuatan keputusan di negaranya. Penelitian tentang peranan media komunikasi dan pembangunan nasional ini ditegaskan oleh UNESCO. Laporan lengkap penelitian tersebut ia tulis menjadi sebuah buku berjudul "*Mass Media and National Development: The Role of Informations in Derecovery Countries*".

Banyak perubahan yang terjadi pada media massa bahkan perubahan tidak pernah berhenti dalam inovasi ataupun perannya. Meski demikian, ada hal-hal prinsip yang tampak bertahan, yang kiranya masih perlu diperhatikan. Misalnya media hadir sebagai agen dan saksi perubahan. Sebagai agen perubahan media berfungsi sebagai rantai komunikasi antar dua (atau lebih) sistem sosial yang memelopori perubahan tersebut. Hal itu tercermin dalam peranan utama seorang agen perubahan (Havelock, 1973 hal 7):

1. Sebagai *katalisator*; menggerakkan masyarakat untuk melakukan perubahan.
2. Sebagai *pemberi pemecahan persoalan*
3. Sebagai pembantu proses *perubahan* dan penyebaran *inovasi*, serta memberi petunjuk tentang bagaimana;
 - a. Mengenali dan merumuskan kebutuhan
 - b. Mendiagnosa permasalahan dan menentukan tujuan
 - c. Mendapatkan sumber-sumber yang relevan
 - d. Memiliki dan menciptakan pemecahan masalah
 - e. Menyesuaikan dan merencanakan tahapan pemecahan masalah.

Pembangunan adalah sebuah proses, dimensinya yang begitu banyak menyebabkan pelaksanaannya tidak selancar yang diharapkan. Rumitnya pembangunan di Indonesia disebabkan objek yang terikat begitu heterogen, terdiri dari suku bangsa dan nilai budaya masing-masing. Heterogenitas ini menimbulkan sensitifitas yang sewaktu-waktu bisa mengancam kehidupan berbangsa.

Media Lokomotif Perubahan dan Pembangunan

Pada dasarnya realitas pembangunan di dunia nyata mempengaruhi media, dan ternyata keberadaan media juga berpengaruh besar terhadap kondisi nyata pembangunan. Keduanya saling berpegaruh dan mempengaruhi. Media memang tidak tumbuh dalam ruang hampa. Media akan terus

berkembang, mengikuti aktivitas teknologi, ekonomi, sosial, budaya dan kekuatan lain yang ada di sekitarnya.

Adapun inti media massa sebagai agen perubahan dalam proses pembangunan, menurut O'Gorman (1978) meliputi peran-peran sebagai berikut;

1. The "Ought" yaitu mengidentifikasi tujuan, isu dan permasalahannya.
2. The "Can be" yaitu untuk melakukan identifikasi dan pemanfaatan dari sumber, kepemimpinan dan organisasi.
3. The "Shall be" yakni dimensi tindakan atau kegiatan dimana prioritas diadakan dan ditetapkan.

Mendefinisikan media sebagai agen perubahan mengandung kesulitan yang cukup tinggi karena banyak sekali nilai-nilai yang terkait di dalamnya. Namun demikian ada landasan yang perlu dipahami secara mendasar: media seperti halnya lisan dan isyarat, sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari komunikasi pembangunan. Pada hakikatnya media adalah perpanjangan lidah dan tangan yang berjasa mengikatkan kapasitas pemerintah untuk mengembangkan struktur sosialnya.

Ada dua hal yang harus dipahami bersama tentang media sebagai alat komunikasi pembangunan pemerintah-rakyat; *pertama*, meskipun bentuk fisik media itu bermacam-macam, fungsi utamanya adalah memudahkan komunikasi, khususnya pada situasi dimana komunikasi tatap muka tidak dimungkinkan. Kedua media secara tidak langsung menjalankan proses atau penyebaran pola perilaku sosial. Ketiga media memiliki peran mediasi (penengah-penghubung) antara realitas sosial objektif yang dihadapi rakyat dan pemerintah sebagai penentu agenda pembangunan.

Mediasi sebagaimana yang dimaksud, dapat berlangsung dalam berbagai bentuk tergantung pada tujuan, interaktivitas dan efektivitas. Mediasi mengandung banyak manifestasi dan variasi. Dengan memperhatikan cara komunikasi dan cara media menghubungkan diri dengan realitas, dapat dipahami peran dan posisi media dalam pembangunan, yakni:

1. Media sebagai jendela, pengalaman yang meluaskan pandangan kita dan memungkinkan kita memahami apa yang terjadi.
2. Juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa.
3. Pembawa atau pengantar informasi pendapat.
4. Jaringan interaktif yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui berbagai macam umpan balik
5. Papan penunjuk jalan yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan dan instruksi.
6. Penyaring yang memilih bagian pengalaman yang perlu diberi

perhatian khusus dan menyisihkan aspek pengalaman lainnya, baik secara sadar dan sistematis maupun tidak.

7. Cermin yang memantulkan citra masyarakat terhadap masyarakat itu sendiri.

Disini kita memiliki pandangan alternatif yang jelas bahwa media paling baik digunakan secara terencana untuk menimbulkan perubahan dengan menerapkannya dalam pembangunan berskala besar. Kejelasan dan ketegasan media sendiri, tentu tidak memberikan jaminan penuh bagi proses pembangunan, sebab media merupakan dokumen yang realisasinya akan sangat bergantung pada kekuatan politik yang ada. Media masih akan ditentukan oleh sejauhmana partisipasi semua pihak bisa tumbuh. Tanpa partisipasi yang intensif, peluang bagi media untuk menumbuhkan kesadaran pembangunan akan sulit terwujud. Maka, harapan akan kecerdasan dan partisipasi pun boleh jadi akan tetap sebagai impian yang sulit diraih.

Media dengan demikian tidak boleh disederhanakan hanya sebagai mekanisme penyajian informasi dan pengetahuan. Ia harus dikaitkan dengan beberapa hal. *Pertama*, dengan *input* atau sumber-sumber aspirasi, gagasan dan potensi berasal. Dari mana aspirasi dan partisipasi bisa dibangun? Siapa yang mengontrol sumber daya yang ada, yang akan menjadi input proses pembangunan? Jika media hanya dijadikan sebagai simbol, maka bahaya pertama sudah datang.

Kedua, menyangkut proses, yakni tentang bagaimana pengambilan keputusan dilakukan, siapa yang terlibat dan bagaimana prosesnya dijalankan. Masalah dasar yang perlu diajukan adalah siapa yang mengontrol proses ini. *Ketiga*, menyangkut *output* dari proses distribusi yang berlangsung. Siapa yang paling mempunyai akses untuk mengontrol distribusi? Apakah rakyat atau kalangan elite saja. Bagaimana jika terjadi penyimpangan? Ketidakadilan yang kini berlangsung menjadi cermin dari tidak terkontrolnya distribusi hasil. Sehingga hanya segelintir pihak saja yang mendapatkan hasil, sementara yang lain tidak mendapatkannya. Kenyataan inilah yang memperkuat argumen tentang pentingnya kontrol dari rakyat atas seluruh arena ini.

Pertanyaan yang sering muncul adalah mengapa pemerintah dan masyarakat memberikan perhatian kepada media, dan apa alasan-alasan yang dimiliki untuk menggunakan media sebagai strategi yang tepat? Jawaban yang paling sederhana akan menjelaskan bahwa media dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan-keinginan khalayak. Pun yang paling mudah dan murah dijangkau. Setiap orang menggunakan media secara berbeda. Usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, status sosial-ekonomi, dan sebagainya mempengaruhi alasan seseorang menggunakan media. Selain itu masih banyak faktor lain yang tidak terlalu kentara seperti sikap-sikap

individual, aspirasi, harapan ketakutan dan banyak lainnya. Semua faktor itu tidak saja mempengaruhi penggunaan media oleh seseorang, namun juga mempengaruhi apa yang akan ditemukan dari media.

Sekarang, akan lebih jelas kranya jika posisi dan peran media dalam pembangunan ini kita bedah melalui ragam jens media massa yang ada, yang antara lain;

1. Koran

Pernyataan bahwa pemerintah dan khalayak membaca koran untuk memberi dan memperoleh informasi memang tidak salah, namun terlalu sederhana. Seseorang ingin tahu sesuatu karena berbagai alasan: untuk meraih prestise, menghilangkan kebosanan, agar merasa lebih dekat dengan lingkungan serta untuk menyesuaikan perannya di masyarakat. Bagi sebageian besar kalangan, koran merupakan sumber informasi dan gagasan tentang masalah publik yang serius. Tidak hanya berita yang diperlukan, namun juga penafsirannya atau pendapat-pendapat pada tajuk rencana. Semua itu diakses untuk membantunya merumuskan pendapat sendiri.

Informasi yang diterima khalayak dapat membuat persepsi, kebutuhan dan kepentingan khalayak berubah. Perubahan ini sebenarnya dibentuk untuk kepentingan tertentu. Koran bisa membentuk atau menggiring mobilitas massa manakala informasi yang disajikan bersentuhan erat dengan kehidupan khalayak. Isi pemberitaan yang heterogen yang ditampilkan koran juga memungkinkan isi pesan bisa dicerna dan dipahami dengan lebih tepat.

2. Media Siaran

Radio, televisi sebagai media siaran dengan berbagai kekuatan yang dimiliki juga mempunyai banyak fungsi sosial. Mulai dari fungsi kontak sosial, rujukan kehidupan sehari-hari, untuk menyenangkan diri sendiri, melepas kebosanan, dan sebagainya. Pada dasarnya ada tiga alasan mengapa media siaran digunakan untuk sosialisasi program pembangunan. *Pertama*, selama ini media siaran digunakan kalangan pemirsa atau khalayak untuk mengetahui beragam peristiwa dan informasi penting. *Kedua*, menjadikan informasi sebagai pembelajaran. *Ketiga*, media sebagai sarana tepat untuk menyampaikan aspirasi, kritik untuk pembangunan.

Seperti sering kita saksikan berbagai program dan siaran, media siaran melalui pesan yang disajikan mempunyai efektivitas dalam perubahan sikap dan perilaku khalayaknya. Contoh kecil manakala ada sebuah iklan layanan masyarakat tentang manfaat menjaga kebersihan melalui alur cerita menampilkan bukan saja manfaat

kebersihan tetapi resiko jika tidak menjaga kebersihan. Masyarakat disini diberi pengarahannya positif sehingga secara perlahan akan memahami untuk kemudian perlahan akan melakukan tindakan yang diprogramkan.

Ilustrasi di atas menunjukkan bahwa dengan visualisasi gambar yang menarik sangat efektif, daya visual yang ditampilkan mempermudah pesan difahami dengan benar. Khalayak bisa diberikan pilihan dan dibekali pengetahuan tentang sikap yang harus diambil. Logikanya manakala pesan, apa pun bentuk dan tujuannya, dikemas dengan menarik, mudah dicerna, dan berguna bagi kehidupan khalayak tidak akan sulit untuk menggiring khalayak untuk merubah dan mendukung program pembangunan.

3. Majalah

Jenis media ini sama-sama dapat menjalin kedekatan pribadi dengan khalayaknya. Apalagi media yang disebut "majalah", yang cakupannya bahasanya lebih sempurna dan lebih dalam kajian liputannya, memuat ilustrasi, pengalaman pribadi. Begitu juga tentang informasi yang disajikan, biasanya memberikan alternatif dan solusi lebih dalam bagi pembacanya. Jenis media ini ternyata juga memiliki khalayak setia akibat kedekatan pribadi yang dicerminkan dalam pola penulisannya.

Simpulan

Walaupun selama ini aktifitas media seolah-olah cukup banyak digerakan untuk mendukung pembangunan, namun sebagian besar pada dasarnya banyak yang sekadar menyampaikan informasi secara sepihak dari lembaga-lembaga pembangunan atau bahkan dari khalayak itu sendiri soal pembangunan. Media itu seharusnya berusaha untuk mengetahui langsung apa yang menjadi keinginan atau aspirasi masyarakat dalam pembangunan. Guna menjangkau aspirasi masyarakat ini, media memiliki empat strategi yang bisa dipakai dalam mendorong pembangunan:

1. Strategi yang didasarkan pada media. Strategi ini biasanya mengelompokkan kegiatan dalam sebuah medium tertentu yang disukai. Strategi media di sini secara tipikal memulai rencananya dengan mempertanyakan, "Apa yang dapat saya lakukan? Bagaimana cara menggunakan media untuk tujuan itu?"
2. Strategi desain instruksional. Digunakan oleh para pendidik yang memfokuskan strateginya pada pembelajaran individu di masyarakat.

3. Strategi partisipatori. Dalam strategi ini cara yang dipakai adalah dengan mengorganisasikan sejumlah informasi yang dilakukan oleh masyarakat untuk kemudian didistribusikan lebih lanjut.
4. Strategi pemasaran. Strategi ini sebagai suatu strategi komunikasi yang sifatnya paling langsung dan terasa biasa. Umpamanya, kalau Anda dapat menjual pasta gigi mengapa tidak dapat menjual kesehatan, pertanian dan lainnya.

Berbagai ulasan yang dikemukakan, pada intinya ada peran-peran yang dapat dikomunikasikan dalam pembangunan, yakni:

1. Media dapat menciptakan iklim bagi perubahan dengan menunjukkan nilai-nilai, sikap mental, dan bentuk perilaku yang menunjang modernisasi.
2. Media dapat mengajarkan keterampilan-keterampilan baru.
3. Media massa dapat mengantarkan pengalaman-pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri.
4. Komunikasi lewat media dapat meningkatkan aspirasi yang merupakan perang untuk bertindak.

Fungsi di atas bisa ditarik satu benang merah bahwa kinerja media dengan fungsinya sebagai agen pembaharuan, mediasi, dan sebagai pendidik masyarakat dengan pesan yang disajikannya dapat membantu pola strategi pembangunan agar lebih terarah. Walaupun mungkin perubahan yang ada masih sangat terbatas. Tugas lebih lanjut yang dimainkan media adalah bagaimana mengemas pesan dengan benar agar bisa dimengerti secara merata oleh khalayak. Terakhir, tentu saja, pemilihan jenis media yang tepat sebagai sebuah strategi komunikasi pembangunan akan sangat ikut menentukan hasil yang akan dicapai.[]

Daftar Rujukan

- William L. Rivers, Jay W. Jenson, Theodora Peterson. 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana.
- Onong Uchjana Efendi. 1992. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ashadi Siregar, Rondang Pasaribu. 1999. *Bagaimana Mengelola Media Korporasi Organisasi*. Yogyakarta: LP3Y.
- Asep Syamsul M. Romli. 2004. *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar, reporter dan Script Writer*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Denis Mc Quail. 1994. *Komunikasi Massa*. Surabaya: Penerbit Erlangga.
- Zulkarnimen Nasution. 1998. *Komunikasi pembangunan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Budi Irawanto. 1999. *Film Ideologi dan Militer*. Jakarta: Media Presindo.
- Timur Mahardika. 2001. *Strategi Tiga Kaki: Dari Pintu Otonomi Daerah*. Yogyakarta: Laper Pustaka Utama.

Biodata Penulis

Neka Fitriyah, S.Sos lahir di Jakarta, 11 Agustus 1977. Menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) Ilmu Komunikasi dari Universitas Samratulangi (Unsrat), Manado. Selain menjadi pengajar di Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Untirta, Neka juga menjadi penyiar di Stasiun Radio Swasta Harmony FM. Saat ini bertempat tinggal di Taman Lopang Indah Blok F 2 No. 8. Untuk berkomunikasi dengan Neka, kita bisa berkirim e-mail ke alamat: neka_fizria@plasa.com atau kontak di nomor: 0816-4613-911