
CITRA BANGSA DALAM BINGKAI MEDIA

Kiki Zakiah

1. Pendahuluan

Setiap bangsa mempunyai nilai-nilai tinggi yang dibangun sepanjang sejarah pembentukan bangsa itu yang menjadi cara hidup masyarakatnya. Nilai nilai tinggi budaya suatu bangsa itu dikenal dengan istilah kearifan local. Pada dasarnya, kearifan lokal bersifat sebagai pedoman dalam berperilaku, seperti halnya mencegah perbuatan yang tidak baik secara norma adat, dan membantu dalam melakukan aktivitas. Kearifan lokal dapat terbentuk dengan adanya prinsip-prinsip yang mendasarinya, yaitu: berlangsung dalam sejarah yang cukup panjang, tumbuh secara positif atau ada manfaatnya dan secara sadar kemudian dilestarikan. Kearifan lokal dalam ragamnya dapat dibedakan jenis-jenisnya, antara lain: pertanian, etika sopan santun pergaulan, kesenian, mata pencaharian hidup, kesehatan dan obat, hidup berumah tangga dan bermasyarakat, dan pemerintah.

Local genius kebudayaan mempunyai dua elemen. (1) segala nilai, konsep dan teknologi yang telah dimiliki oleh suatu bangsa sebelum mendapat pengaruh asing; (2) daya yang dimiliki suatu bangsa untuk menyerap, menafsirkan, mengubah dan mencipta, sepanjang terjadinya pengaruh asing. Dalam tatanan formal citra bangsa ini adalah citra Negara.

Citra atau Image negara akan mempengaruhi hubungan dengan negara lain. Hal ini dapat dilihat dalam sektor perdagangan, investasi dan pariwisata. Citra Negara juga dipengaruhi perilaku penyelenggara negara dalam mengelola negara atau penyelenggara negara dan warga negaranya ketika pergi ke luar negeri, baik belajar, bekerja atau melakukan bisnis. Namun tak dapat dipungkiri jika media massa mempunyai peranan penting dalam membentuk citra suatu bangsa.

Dewasa ini media massa semakin memegang peran sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Aktivitas media dalam melaporkan peristiwa-peristiwa sering

memberi dampak yang sangat signifikan bagi perkembangan masyarakat. Media bukan saja sebagai sumber informasi, melainkan juga kerap menjadi faktor pendorong (*trigger*) terjadinya perubahan.

Banyak aspek dari media massa yang membuat dirinya penting dalam kehidupan masyarakat. Pertama, daya jangkauannya (*coverage*) yang sangat luas dalam menyebarkan informasi; yang mampu melewati batas wilayah (geografis), kelompok umur, jenis kelamin dan sosial ekonomi status (demografis) dan perbedaan faham dari orientasi (psikografis). Dengan begitu, suatu permasalahan yang dimediasikan menjadi perhatian bersama di berbagai tempat dan kalangan. Kedua, kemampuannya melipatgandakan pesan (*multiplier of message*) yang luar biasa. Suatu peristiwa politik bisa dilipatgandakan pemberitaannya sesuai jumlah eksemplar koran, tabloid, dan majalah yang tercetak; juga bisa diulang-ulang penyiarannya sesuai kebutuhan. Alhasil, pelipatgandaan ini menimbulkan dampak yang sangat besar di tengah khalayak.

Media massa merupakan institusi yang sampai saat ini masih memegang kekuasaan keempat setelah eksekutif, legislatif dan yudikatif. Diantara pro dan kontrak para ilmuwan komunikasi tentang kuatnya pengaruh media massa pada audience, kenyataannya menunjukkan banyak aksi demo dan tindakan anarkis yang dipicu oleh isi berita di media massa. Bahkan isi berita tertentu telah membentuk citra negatif masyarakat suatu negara terhadap negara tetangganya.

2. Metode

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L Berger dan Luckmann telah direvisi dengan melihat fenomena media massa sangat substantif dalam proses eksternalisasi, subyektivasi dan internalisasi inilah yang kemudian dikenal sebagai "**konstruksi**

sosial media massa". Menurut perspektif ini tahapan-tahapan dalam proses konstruksi sosial media massa itu terjadi melalui: tahap menyiapkan materi konstruksi; tahap sebaran konstruksi; tahap pembentukan konstruksi; tahap konfirmasi. (Burhan Bungin, 2007:188-189). Penjelasananya adalah sebagai berikut:

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi : Ada tiga hal penting dalam tahapan ini yakni: keberpihakan media massa kepada kapitalisme, keberpihakan semua kepada masyarakat, keberpihakan kepada kepentingan umum.
2. Tahap sebaran konstruksi : prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada khalayak secara tepat berdasarkan agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca.
3. Tahap pembentukan konstruksi realitas. Pembentukan konstruksi berlangsung melalui: (1) konstruksi realitas pembenaran; (2) kedua kesediaan dikonstruksi oleh media massa ; (3) sebagai pilihan konsumtif.
4. Tahap Konfirmasi. Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun penonton memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam pembentukan konstruksi (Burhan Bungin, 2007:14)

Pada kenyataanya, realitas sosial itu berdiri sendiri tanpa kehadiran individu baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial memiliki makna, manakala realitas sosial dikonstruksi dan dimaknai secara subyektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara obyektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial, dan merekonstruksinya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan suyektivitas individu lain dalam institusi sosialnya. (Burhan Bungin, 2007:188-189)

3. Hasil Pembahasan

Peter D. Moss memandang berita di media massa merupakan konstruksi kultural, dalam melihat realitas sosial media menggunakan kerangka tertentu untuk memahaminya. Media melakukan seleksi atas realitas, mana realitas yang akan diambil dan realitas mana yang ditinggalkan. Juga media kerap memilih nara sumber mana yang akan diwawancarai dan nara sumber mana yang tidak diwawancarai. Melalui narasinya media sering menawarkan definisi-definisi tertentu mengenai kehidupan manusia. Mana yang baik dan mana yang buruk, siapa pahlawan dan siapa penjahat, apa yang layak dan apa yang tidak layak untuk dilakukan seseorang. Dalam ungkapan Dennis McQuail, media massa merupakan filter yang menyaring sebagian pengalaman dan menyoroti pengalaman lainnya dan sekaligus kendala yang menghalangi kebenaran (Mulyana dalam Eriyanto, 2004:xii).

Media dalam kegiatannya melaporkan peristiwa yang terjadi, pada dasarnya menafsirkan dan merangkai kembali kepingan-kepingan fakta dari realitas yang begitu kompleks sehingga membentuk sebuah kisah yang bermakna dan dapat dipahami oleh khalayak. Menurut Eriyanto (2004:24), ada tiga tingkatan bagaimana media membentuk realitas.

Pertama media membingkai peristiwa dalam bingkai tertentu. Peristiwa-peristiwa yang kompleks disederhanakan sehingga membentuk pengertian dan gagasan tertentu. Media juga agen bukan hanya bagaimana peristiwa dipahami tetapi juga apakah peristiwa tersebut disetujui atau tidak. Hal ini dapat dilihat bagaimana peristiwa tersebut didefinisikan, bagaimana urutan peristiwa disajikan, siapa actor yang diwawancarai, dan sebagainya.

Kedua, media memberikan simbol-simbol tertentu pada peristiwa dan aktor yang terlibat dalam berita. Pemberitaan symbol tersebut akan menentukan bagaimana peristiwa dipahami, siapa yang dilihat sebagai pahlawan dan siapa yang dilihat sebagai musuh. Media bukan mengutip apa adanya apa yang dikatakan oleh sumber berita, ia juga akan memakai dan menyeleksi ucapan dan menambah dengan berbagai ungkapan atau kata-kata yang ditampilkan. Semua

ungkapan, kata itu bisa memberikan citra tertentu ketika diterima oleh khalayak.

Ketiga, media juga menentukan apakah peristiwa ditempatkan sebagai hal yang penting atau tidak. Apakah peristiwa hendak ditulis secara panjang atau pendek. Apakah ditempatkan di halaman pertama atau tidak. Apakah peristiwa ditulis secara bersambung ataukah tidak. Semua pilihan tersebut adalah kemungkinan yang dapat diambil oleh media.

Kearifan Bangsa dalam membentuk Citra Bangsa oleh Media Massa

Secara filosofis, kearifan bangsa dapat diartikan sebagai sistem pengetahuan masyarakat lokal/pribumi (*indigenous knowledge systems*) yang bersifat empirik dan pragmatis. Bersifat empirik karena hasil olahan masyarakat setempat, berangkat dari fakta-fakta yang terjadi di sekeliling kehidupan mereka. Bertujuan pragmatis karena seluruh konsep yang terbangun sebagai hasil olah pikir dalam sistem pengetahuan itu bertujuan untuk pemecahan masalah sehari-hari (*daily problem solving*). Di Indonesia budaya bangsa dibangun oleh nilai nilai yang sama atau hampir sama dari sekumpulan budaya local.

Citra adalah “dunia menurut persepsi kita”. citra adalah penggambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi. Solomon dalam Rakhmat (2005:224-225), mengemukakan sikap pada seseorang atau sesuatu bergantung pada citra kita tentang orang atau obyek tersebut.

Definisi menurut Onong Uchjana Effendy dalam *Kamus Komunikasi*, “citra (*image*) adalah perwakilan atau representasi secara mental dari sesuatu, baik manusia, benda, atau lembaga, yang mengandung kesan tertentu” (Effendy,1989:172).

Sedangkan pengertian citra menurut Philip Kotler (2003:301), yaitu : “*Image is the set of beliefs, ideas and impressions a*

person holds regarding an object. People's attitude and actions toward an object are highly conditioned by that objects image". (Secara garis besar bahwa citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra objek tersebut).

Citra menunjukkan keseluruhan informasi tentang dunia ini yang telah diolah, diorganisasikan, dan disimpan individu. Seperti diungkapkan Roberts (Rahmat,2005:223), tentang citra yaitu *"representing the totality of all information about the world any individual has processed, organized and stored"*.

Pernyataan dari Robert melengkapi penjelasan dari Schramm (Rahmat, 2005:223), yang mendefinisikan informasi sebagai segala sesuatu "yang mengurangi ketidakpastian atau mengurangi jumlah kemungkinan alternatif dalam situasi". Informasi yang diperoleh telah menstruktur atau mengorganisasikan realitas. Kemudian, realitas tersebut tampak sebagai gambaran yang mempunyai makna. Gambaran tersebut lazim disebut citra.

Yasraf Amir Piliang dalam buku *Posrealitas, Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*, menjelaskan bahwa "citra (*image*) adalah sesuatu yang ditangkap lewat bahasa dari realitas dunia (*reality*)" (2004:80). Ditambahkan oleh Martin Heidegger (Piliang, 2004: 81) bahwa "dunia modern telah dijajah oleh citraan, yang diproduksi manusia lewat peranan sains dan teknologi dalam merubah potret dunia, dan produk-produk sains dan teknologi tersebut menentukan pandangan dunia (*world view*) manusia modern". "Abad informasi sekarang ini disebut juga abad citraan (*the age of image*)", dan dikatakan Heidegger sebagai "abad potret dunia (*the age of the world picture*)".

Selanjutnya menurut Yasraf, manusia modern mendiami sebuah dunia yang kini telah direduksi sebagai apa yang disebut David Michel Levin (Piliang, 2004: 81) di dalam *The Opening of Vision*, sebagai *ontology potret (ontology of picture)*. Artinya, *ada* di dunia kini telah dijajah oleh *ada* dalam wujud citraan, *ada* dalam wujud representasi. Segala sesuatu kini tampil dalam bentuk

representasinya, dan di dalam dunia yang didominasi oleh ontology citra, hanya representasi itu yang dianggap sebagai nyata (*real*).

Seperti yang dijelaskan di atas, citra terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima. Media massa bekerja untuk menyampaikan informasi. Buat khalayak, informasi itu dapat membentuk, mempertahankan atau meredefinisikan citra (Rakhmat, 2005:224).

Menurut McLuhan dalam Rakhmat, media massa adalah alat perpanjangan alat indra kita. Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang tidak kita alami secara langsung. Media massa datang menyampaikan informasi tentang lingkungan sosial dan politik; televisi menjadi jendela kecil untuk menyaksikan berbagai peristiwa yang jauh dari jangkauan alat indra.; surat kabar menjadi teropong kecil untuk melihat gejala-gejala yang terjadi waktu ini di seluruh penjuru dunia dan begitu pula dengan buku yang kadang-kadang bisa menjadi kapsul waktu yang membawa kita ke masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang.

Realitas yang ditampilkan media adalah realitas yang sudah diseleksi -realitas tangan kedua-. Seperti televisi yang memilih tokoh-tokoh tertentu untuk ditampilkan dan mengesampingkan tokoh yang lain. dan sebagai khalayak, kita tidak bisa memeriksa kebenaran dari sebuah peristiwa-peristiwa yang disajikan media, maka kita memperoleh informasi itu semata-mata berdasarkan pada apa yang dilaporkan media massa.

Jadi pada akhirnya, kita akan membentuk citra tentang lingkungan sosial kita berdasarkan realitas kedua yang ditampilkan media massa. Erat kaitannya dengan penonjolan yang dilakukan media massa melaporkan dunia nyata secara selektif, sudah tentu media massa mempengaruhi pembentukan citra tentang lingkungan sosial yang timpang, bias dan tidak cermat. Akan menimbulkan stereotip. Stereotip adalah gambaran umum tentang individu, bersifat klise dan seringkali tidak benar.

Media massa sebagai wahana dalam menjalankan komunikasi massa sejak pertama kali keberadaannya telah mampu mengubah

berbagai pemikiran, perasaan dan bahkan mengarahkan pada satu tindakan tertentu.

Media massa juga telah mewarnai hubungan antara dua negara. Hubungan Indonesia dan Malaysia misalnya, sekarang ini secara informal lebih banyak diwarnai oleh media massa dibanding oleh para pejabat negara atau orang-orang yang secara resmi mengatur hubungan tersebut. Persepsi masyarakat tentang kedua negara lebih banyak dibentuk oleh media massa dibanding oleh pejabat yang berwenang. Bahkan niat baik pejabat kedua negara tidak akan tersosialisasikan tanpa bantuan media massa.

Meskipun isi media di kedua negara tersebut tidak hanya memberitakan yang negatif mengenai negara tetangganya baik di Indonesia maupun di Malaysia, namun berita-berita positif tentang negara tetangganya seolah “tenggelam” dibenak audiencenya. Hal ini mungkin terperangkap dalam mitos *the bad news is good news*.

Media massa merupakan institusi yang sampai saat ini masih memegang kekuasaan keempat setelah eksekutif, legislatif dan yudikatif. Diantara pro dan kontrak para ilmuwan komunikasi tentang kuatnya pengaruh media massa pada audience, kenyataannya menunjukkan banyak aksi demo dan tindakan anarkis yang dipicu oleh isi berita di media massa. Bahkan isi berita tertentu telah membentuk citra negatif masyarakat suatu negara terhadap negara tetangganya.

Disinilah bahaya media massa dinilai berbahaya. Menurut van Den Haag dan kritikus sosial lainnya (Rakhmat, 2005:226), media massa menimbulkan depersonalisasi dan dehumanisasi manusia. Media massa bukan saja menampilkan realitas kedua, tetapi karena distorsi, media massa juga “menipu” manusia; memberikan citra dunia yang keliru.

Bisa digaris bawahi bahwa media massa sering menimbulkan lingkungan sosial yang tidak sebenarnya. Dengan cara itu media massa membentuk citra khalayaknya ke arah yang dihendaki media tersebut.

Pembentukan Citra Bangsa Oleh Media Massa.

Tugas seorang diplomat, konsuler, atau anggota staf diplomatic tidak terlepas dari informasi dan komunikasi. Oleh karena itu, tugas mereka erat kaitannya dengan media massa atau pers. Media massa memerlukan diplomat sebagai sumber informasi, dan diplomat membutuhkan media massa untuk menyampaikan informasi atau pesan-pesan dari Negara yang diwakilinya kepada public internasional. Agar tugas-tugas diplomatic dapat berjalan dengan sukses, seorang diplomat harus mengenal dunia pers dan jurnalistik. Hal ini agar diplomat dapat menilai berita-berita tentang Negeranya disajikan media massa, dapat menilai profesionalisme dan idealism sebuah media massa, dan dapat menentukan sikap atas kecenderungan isi berita tersebut. Hal ini penting untuk menentukan pilihan yang tepat dalam menyalurkan informasi tentang Negara yang diwakilinya, dan menunjukkan sikap tertentu selama menjalin hubungan kemitraan dengan media bersangkutan.

Keberadaan media massa di tengah kemajemukan hubungan antara satu Negara dengan Negara lain, merupakan saluran politik dan diplomasi di dalam pemenuhan kepentingan di antara Negara-negara tersebut. Negara atau actor non Negara akan mempunyai kesulitan yang mendasar bila tidak mempunyai kapabilitas untuk melakukan komunikasi massa yang berhasil dan berdaya guna. Apalagi para actor di dalam arena internasional pada masa kini pada kenyataannya tidak semata terpusat pada Negara saja. Perusahaan-perusahaan multi nasional, IGO, NGO bahkan kelompok-kelompok radikal seperti teroris memberikan “warna” terhadap hubungan internasional melalui media massa.

Dewasa ini beragam media sedang membangun sistem yang melingkupi dunia dengan menciptakan “kenyataan kedua” (*the second reality*) yaitu penciptaan model-model kenyataan yang ditentukan oleh media. Pada masa kini kebanyakan orang mengetahui sesuatu disebabkan kontribusi jurnalisme. Baik sebagai lembaga maupun sebagai kumpulan individu jurnalis yang “menciptakan kenyataan” berdasarkan aturan profesionalisme dan hirarki kepentingan lembaga media itu sendiri.

Media massa adalah suatu sub system dari system yang disebut Negara. Sistem media massa akan sangat tergantung kepada system pemerintahan dan system politik suatu Negara. Di kebanyakan Negara liberal, media betul-betul menjadi sarana demokrasi bagi semua warga. Kebebasan yang diperoleh media massa acapkali tidak disertai oleh tanggungjawab media massa. Malahan media massa seringkali terlibat dalam penyimpangan norma-norma social dikarenakan adanya kepentingan ekonomi dari industry media, dan tidak jarang terjebak dalam sensasional dan bukan pada materi yang dibutuhkan oleh khalayak dalam memenuhi kebutuhan informasi. Sebaliknya di Negara-negara otoriter, kebebasan untuk menyatakan realitas sering terhalangi. Informasi yang disajikan harus menguntungkan pihak pemerintah, dan partai politik yang berkuasa meskipun harus mengabaikan aspek objektivitas berita. Realitas kedua akan dikonstruksi media sesuai dengan kepentingan Negara, pemerintah atau partai politik yang berkuasa.

Pemerintahan yang otoriter selalu peduli dengan dampak dari informasi dan bersamaan dengan semakin pentingnya media, mereka akan berupaya keras untuk mengatur informasi yang diberikan kepada warganya. Media akan selalu dikendalikan dengan ketat oleh Negara penganut system otoriter dan berusaha keras mencegah warganya untuk mengakses sumber informasi alternative. Bahkan Inggris dan Amerika Serikat yang dikenal sebagai Negara dengan system terbuka pernah juga melakukan kendali yang luar biasa ketat terhadap media ketika berlangsung perang Malvinas/ Falkland tahun 1982 dan Perang Teluk.

Menurut Arie Indra Chandra (2007:242), media adalah yang mengangkat isu-isu di dalam hubungan internasional dengan mengekspose peristiwa secara mencolok untuk kemudian tak terelakkan menjadi perhatian dunia. Peranan media kiranya akan dominan dalam mendesak dipenuhinya persyaratan suatu isu baik dari sisi ruang lingkup, kegawatan, kemencolokan, maupun kedekatan isu untuk diperhatikan oleh actor-aktor di dalam hubungan internasional. Selain itu semakin terbuka system politik

suatu Negara maka semakin besar pengaruh media massa terhadap kehidupan politik Negara tersebut. Sebab salah satu ciri dari system politik yang terbuka adalah berfungsinya pendapat umum dalam mekanisme pengambilan keputusan public dan pendapat umum sendiri dibentuk terutama oleh media massa. Bahkan media massa dapat dikatakan sebagai “pilar keempat” dari system pemerintahan demokratis, sejajar dengan eksekutif, legislative dan yudikatif. Melalui pendapat umum yang menginternasional pula media massa mempunyai peluang untuk menggiring sesuatu menjadi isu internasional atau tidaknya. Meskipun suatu persoalan pada awalnya hanya menjadi isu domestic dan dikelola sebatas domestic, akan berubah menjadi masalah internasional ketika media massa mengeksposnya sehingga menjadi perhatian dunia.

Citra sebuah negara bukan hanya merek sebuah produk dari suatu negara, atau membuat logo dan tagline lalu didukung iklan yang mahal di berbagai media. Citra Negara tidaklah sesederhana itu, negara yang sudah mempunyai citra yang baik di dunia dibangun dari proses yang panjang. Iklan yang paling manjur yaitu iklan dari kesan yang dibawa oleh pengunjung yang datang ke Negara tersebut dan tentu ikut mempengaruhi tokoh kuat yang mampu membawa nama baik negara tersebut. Tidak mudah memang, membangun Citra atau Image suatu negara, perlu penggalan yang lebih dalam, baik dalam bentuk komunikasi dan pelayanan yang prima ke setiap pendatang yang berkunjung ke Negara kita maupun budaya hidup yang tidak negatif. Sedangkan industry dan tehnology merupakan pilar tersendiri dalam memberikan Citra atau Image. Dengan tagline “remarkable Indonesia”, Kementerian Perdagangan melakukan berbagai upaya nyata untuk membangun citra positif Indonesia.

4. Kesimpulan

Kearifan local sebagai suatu nilai nilai tertinggi dari suatu masyarakat, dalam beberapa kasus dapat memicu konflik antar Negara. Indonesia dan Malaysia contohnya sentimen bangsa salah satunya bermula dari nilai-nilai seni Indonesia yang kemudian diklaim Malaysia sebagai nilai kearifan lokalnya. Kearifan local yang menjadi kebanggaan di suatu bangsa menjadi dipertanyakan kelokalannya ketika bangsa lain merasa memiliki nilai nilai luhur yang sama. Meskipun dalam kasus ini lokalitas diukur oleh asal usul induk bangsa yaitu bangsa Melayu. Malaysia yang terdiri dari tiga bangsa yaitu Melayu, Cina dan India, hanya berkonflik kearifan local seninya dengan bangsa Indonesia. Sedangkan dengan bangsa Cina dan bangsa India tidak. Hal ini terjadi karena, media massa di masing masing Negara baik Indonesia maupun Malaysia cenderung membingkai bangsa tetangganya dengan kurang menguntungkan dan dilakukan secara terus menerus yang pada gilirannya menimbulkan sentiment bangsa pada audience media massa tersebut. Meskipun masing masing Negara mempunyai regulasi media massanya, tapi menyangkut kearifan local sangatlah sulit untuk diatasi. Oleh sebab itu perlu dicari kearifan local lain yang dapat menyatukan kembali keakraban bangsa Indonesia dan Malaysia, sehingga citra yang dibentuk adalah citra indahya kebersamaan untuk saling memajukan bangsa dalam segala bidang untuk menghadapi masalah masalah yang ruang lingkungnya lebih luas, seperti ASEAN, PBB, dll. Mungkinkah?

Daftar Pustaka

- Berger, Peter L & Thomas Luckmann. 1991. *Tafsir Sosial atas Kenyataan; Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Terjemahan Hasan Basari. Jakarta: LP3ES.
- Berger, Peter L dan Thomas Luckman. 1967. *The Social Construction of Reality, A Treatise in the sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books.
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Group.

-
- 2007. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana.
- Burton, Graeme. 2008. *Yang Tersembunyi Di Balik Media: Pengantar Kepada Kajian Media*. Terjemahan. Bandung: Jalasutra.
- Chandra, Arie Indra. 2007. *Peran Media Massa Sebagai Pencipta Realitas Kedua dalam Politik Golbal*. Suatu Tulisan Dalam Buku *Transformasi dalam Studi Hubungan Internasional: Aktor, Isu dan Metodologi*. (Yulius P. Hermawan. Editor). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Eriyanto. 2004. *Analisis Framing: Kostruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa* . Jakarta: Granit.
- M. Wibowo. 2002. *Malaysia Membungkam Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Solomon.
- McQuail, Denis & Karen Siune. (Editor). 2002. *Media Policy: Convergence, Concentration and Commerce*. California: SAGE Publications Ltd.
- McQuail, Denis. 1994. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Terjemahan Agus Dharma & Aminuddin Ram. Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mulyana, Deddy & Solatun. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- 2006. *Metode Penelitian Kualitatif; Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*. Bandung: Jalasutra.
- Prajarto, Nunung (Editor). 2004. *Komunikasi, Negara, dan Masyarakat*. Seri Kajian Sosial – Politik Kontemporer. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta: Fisipol UGM
- Soelhi, Mohammad. 2009. *Komunikasi Internasional Perspektif Jurnalistik*. Bandung: Symbiosa Rekatama Media.