

## MELEK MEDIA DALAM MENGELIMINIR DAMPAK TELEVISI PADA ANAK

**Firman Alamsyah Taufik Robbi**

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Langlangbuana

### ABSTRAK

Media literacy tidak akan seimbang, manakala media penyiaran sebagai produsen tidak didorong untuk menjadi lembaga yang “sehat”. Untuk itu langkah paralel yang disarankan mengeliminir dampak negatif. Komitmen, niat yang tulus untuk menjadikan media sebagai media pembelajaran, untuk mencerdaskan penonton dan memikirkan dampak. Profesionalisme yang dihargai pemilik media (*reward and punishment*) serta memiliki wawasan yang luas, kreativitas, kecanggihan selera. Sistem, aturan dan etika industri penyiaran yang sehat; jelas dan ditegakkan. Kemasan siaran pendidikan yang menarik, disukai penonton dengan melibatkan ahli komunikasi visual, ahli pendidikan, psikolog dll dan berdasarkan hasil riset. Membuat siaran ‘hiburan yang mendidik’ atau siaran ‘pendidikan yang menghibur’. Membuka peluang dan akses untuk setiap kelompok masyarakat yang berminat.

**Kata Kunci:** Melek media, mengeliminir, dampak televisi, anak

### ABSTRACT

*Media literacy will not be balanced, when the broadcast media as producers are not encouraged to become an institution that is "healthy". For the parallel suggested steps to eliminate the negative impact. Commitment, a sincere intention to make the media as a medium of learning, to educate the audience and think about the impact. Professionalism is valued media owners (reward and punishment) and have extensive knowledge, creativity, sophistication of taste. System, rules and ethics of a healthy broadcast industry; clear and enforced. Packaging exciting educational broadcasts, preferably involving the audience with visual communication experts, education experts, psychologists etc. and based on research. Make broadcast 'educational entertainment' or press 'education entertaining'. Open up opportunities and access for every group of people who are interested.*

**Keywords:** media literacy, eliminate, the impact of television, children

### I. Pendahuluan

Dalam Islam dikenal ungkapan bahwa, anak lahir dalam keadaan suci

bersih, orang tua dan lingkungan lah yang akan menentukan apakah kelak ia akan menjadi Nasrani atau Majusi. Ungkapan ini sejalan dengan teori

behaviorisme atau teori belajar sosial bahwa anak belajar dari lingkungannya. Termasuk perilaku dan kepribadian manusia ditentukan oleh lingkungan yang menerpa orang tersebut. Lingkungan baik akan menjadikan orang tersebut baik, dan sebaliknya jika lingkungan buruk maka buruk pula lah perilakunya.

Anak sebagai kelompok masyarakat yang memiliki karakteristik khas, merupakan kelompok yang harus diperlakukan secara khusus, seperti penjagaan, perlindungan dan kasih sayang tidak saja dari keluarganya tapi juga dari lingkungannya. Kita sebagai generasi sebelumnya, selain memelihara kelestarian alam, juga wajib memelihara kelangsungan hidup generasi yad agar kualitas hidupnya lebih baik dari yang sekarang.

Permasalahan saat ini, media massa terutama televisi merupakan media pembelajaran anak yang sangat menarik perhatiannya dan sangat dekat secara fisik. bagi anak TV merupakan orang tua kedua dalam hidupnya. Betapa tidak, aktivitas sehari-hari anak, banyak dihabiskan di rumah dan jika orangtua atau lingkungannya tidak kritis, maka ia akan banyak diterpa televisi. Siaran televisi berpengaruh

secara luas pada pola pikir, sikap mental dan perilaku, karena penyajian yang intens dan menarik; ‘disambut’ dengan kondisi anak-anak yang budaya menontonnya tinggi (rata-rata di atas 3 jam) menjadikan pengaruhnya menjadi signifikan.

Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa : “Anak-anak menjadikan TV sebagai tempat untuk mengidentifikasi dirinya, belajar tentang berbagai peran dan perilakunya yang sesuai serta sebagai penuntun yang tepat tingkah laku peranan seks (peran pria dan wanita) dalam kehidupan nyata. Untuk itu makalah ini akan memfokuskan tentang perlunya Melek Media dalam mengeliminir dampak negatif media, terutama televisi terhadap anak dan remaja.

## **II. Pembahasan**

### **2.1. Konsep- konsep Melek Media**

Melek Media adalah suatu istilah yang digunakan sebagai jawaban atas maraknya pandangan masyarakat tentang pengaruh dan dampak yang timbul akibat isi (*content*) media massa; dimana cenderung negatif dan tidak diharapkan. Sehingga perlu diberikan suatu kemampuan, pengetahuan,

kesadaran dan keterampilan secara khusus kepada khalayak sebagai pembaca media cetak, penonton televisi atau pendengar radio. Berikut ini dipaparkan tentang pengertian media literacy dari beberapa pakar. (dalam Chang, Sup, 2001 : 424) Melek Media adalah :

- 1). Kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan pesan (*National leadership Confrence on Media literacy, 1992*)
- 2). Pengetahuan tentang bagaimana fungsi media di masyarakat (Paul Messaris, 1990)
- 3). Pemahaman kebudayaan, ekonomi, politik dan keterbatasan teknologi dalam suatu kreasi, produksi dan transmisi pesan.
- 4). Pengetahuan khusus, kesadaran dan rasionalitas sebagai proses kognitif dalam memperoleh informasi
- 5). Fokus utama mengevaluasi secara kritis tentang pesan dan cara mengkomunikasikannya. Kemudian memahami sumber dan teknologi komunikasi, simbol yang digunakan, pesan yang diproduksi, diseleksi, diinterpretasi dan akibat yang ditimbulkannya.

Adapun sebagai indikator bahwa secara individu seseorang atau suatu masyarakat sudah melek media adalah sebagai berikut :

- 1). Mampu memilih (selektif) dan memilah (mengkategorikan/mengklasifikasi) media, mana yang manfaat mana yang mudarat.
- 2). Memahami bahwa Radio, terutama televisi merupakan lembaga yang 'syarat' dengan kepentingan politik, ekonomi, sosial budaya dll
- 3). Memahami bahwa Radio dan Televisi bukan menampilkan realitas dan kebenaran satu-satunya, namun bisa merupakan 'rekayasa' dari pelaku-pelakunya.
- 4). Mampu bersikap dan berperilaku kritis pada siaran radio dan televisi.
- 5). Menyadari bahwa sebagai konsumen media, khalayak semua mempunyai Hak dan Kewajiban atas isi siaran radio dan televisi.
- 6). Menyadari tentang dampak yang ditimbulkan media dan mengidentifikasi hal-hal yang harus dilakukan ketika menggunakan media.
- 7). Selektif, pandai memilih dan memilah media yang akan digunakan;
- 8). Hanya mempergunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan tertentu.

9). Membangun filter yang kokoh, baik bagi dirinya maupun terhadap orang-orang di lingkungannya, sehingga secara personal tidak mudah dipengaruhi media.

Di sisi lain Katherine Miller (2005 : 258) mengungkapkan bahwa media massa merupakan kepuasan bagi

khalayaknya, sesuai dengan kategori yang kebutuhannya masing-masing. Ada 4 (empat) kategori gratifikasi khalayak, yaitu informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial serta hiburan. Berikut indikator dari tiap-tiap kategorinya.

| No | Kategori gratifikasi           | Indikator  |
|----|--------------------------------|--|
| 1  | Informasi                      | a. Menemukan kejadian dan kondisi yang relevan<br>b. Mencari nasehat dalam praktik sehari-hari atau opini dan pilihan keputusan<br>c. Memuaskan<br>d. Belajar melalui pendidikan mandiri<br>e. dengan pengetahuan mendapatkan rasa aman  |
| 2  | Identitas Pribadi              | a. menemukan penguatan nilai pribadi<br>b. menemukan model perilaku<br>c. mengidentifikasi dengan nilai lain<br>d. memahami diri lebih dekat   |
| 3  | Integrasi dan interaksi sosial | a. memahami keadaan orang lain: empati sosial<br>b. mengenali orang lain dan merasa memiliki<br>c. menemukan basis untuk bercakap-cakap dan berinteraksi sosial<br>e. menemukan pengganti untuk pertemanan <i>real life</i><br>f. membantu mengemban peran sosial<br>g. Membuat seseorang mampu berhubungan dengan keluarga, teman, dan masyarakat |
| 4  | Hiburan                        | a. melarikan diri dari masalah<br>b. bersantai<br>c. memperoleh nilai budaya dan keindahan<br>d. mengisi waktu<br>e. melepas emosional<br>f. daya tarik seksual  |

Sumber : Miller, 2005

Uraian di atas sejalan dengan pandangan secara normatif, bahwa media terutama televisi dan radio harus berfungsi sebagai media informasi,

pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol & perekat sosial, fungsi ekonomi dan kebudayaan (pasal 4 UU 32/2002) dengan tujuan mencerdaskan bangsa,

membentuk watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa serta diarahkan untuk meningkatkan kualitas SDM.

Kondisi siaran televisi saat ini sedikit banyak, terasa atau tidak berkontribusi terhadap perubahan nilai-nilai budaya; termasuk perubahan pada sistem politik, ekonomi, agama, kependudukan dan lingkungan. Budaya yang diperkenalkan dan terus-menerus disosialisasikan melalui media televisi cenderung budaya massa/ pop/ urban padahal kita tahu kondisi masyarakat Indonesia sangat majemuk. Artinya, televisi dan media massa harus mencerminkan realitas yang sesungguhnya hidup di masyarakat, namun berorientasi menuju kepada kualitas hidup yang lebih baik. Seperti pengukuhan nilai-nilai moralitas agama dan budaya seharusnya ditegakkan. Namun faktanya tidak demikian dengan tayangan sinetron, berita, iklan yang disajikan saat ini lebih menawarkan gaya hidup urban, hedonisme, konflik, kekerasan dan sejenisnya. Sehingga tidak heran jika nampak terutama di kota-kota besar, kriminalitas yang dilakukan remaja, keseragaman dalam cara bergaul, cara berpakaian, gaya

hidup terutama di kalangan remaja dan anak-anak.

## **2.2. Dampak Media Massa pada Khalayak dalam Pendekatan Teoritis**

Televisi seperti juga media massa lainnya, ditinjau dari perspektif objektif ia hanya merupakan alat atau media yang bersifat netral; tergantung pemakainya, akan menjadi mudarat atau manfaatkah ia ? Berdasarkan kompilasi dari berbagai hasil penelitian, ternyata televisi dapat menimbulkan efek-efek seperti di bawah ini.

1. Ditinjau dari kehadiran medianya secara fisik dan efek yang timbul dari Isi/Pesan juga penyajiannya; Televisi akan berpengaruh terhadap Kognisi, Afeksi dan Konasi ; baik pada Individu, Kelompok maupun Sistem sosial.
2. Jenis pengaruh yang ditimbulkan berbentuk : Efek Ekonomi – Efek Sosial – Efek pada jadwal kegiatan – Efek menghilangkan/ menyalurkan perasaan tertentu – Efek menumbuhkan perasaan orang terhadap media

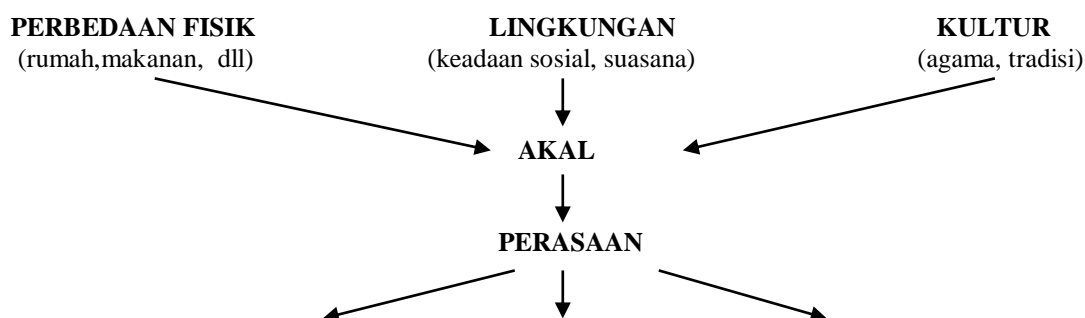
3. Intensitas kekuatan televisi untuk menimbulkan pengaruh bertingkat, mulai dari Efek sangat besar (powerful) - Efek sedang - Efek terbatas/rendah.

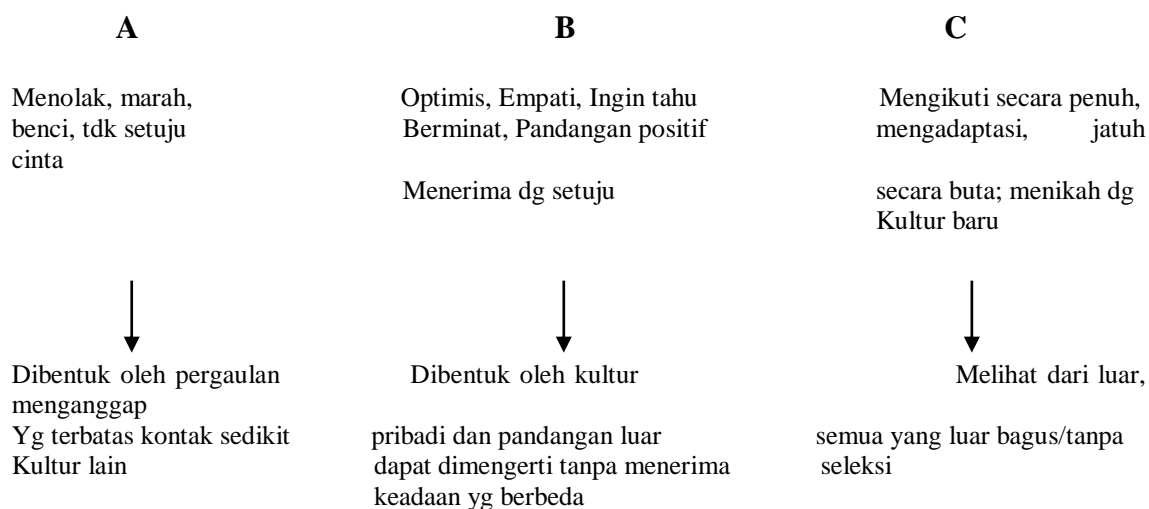
Media massa elektronik, secara empiris menimbulkan pengaruh dimana masalah intensitas dan jenisnya sangat beragam, tergantung dari konteks dan kondisi khalayak sebagai penerima pesan. Ratusan hasil penelitian yang pernah dilakukan di Amerika tentang dampak tayangan kekerasan di televisi, ternyata membuktikan hipotesis, bahwa penonton menirukan atau mencontoh (*imitation or modeling hypothesis*) perilaku agresif dari televisi serta kehilangan kendali diri (*disinhibition*). Dengan demikian tayangan kekerasan di televisi mungkin mengajarkan norma umum bahwa kekerasan adalah cara

yang dapat diterima untuk berhubungan dengan orang lain. (Severin & Tankard, 2005 : 339)

Arief Rachman sebagai pakar pendidikan menggambarkan secara rinci bagaimana hubungan antara media massa, khalayak dengan penerimaan dan reaksi terhadap nilai-nilai kultur yang masuk pada diri seseorang (diambil dari Pusat Kajian antar Budaya Lembaga Bina Antar Budaya). Perbedaan latar belakang fisik, keadaan demografis serta kondisi budaya atau tradisi seseorang yang diterpa televisi; akan menimbulkan pengaruh yang berbeda pula. Akal manusia sebagai komando utama perilaku dan kepribadian anak, akan mendorong perasaan (afeksi) dan pada gilirannya mendorong perilaku digambarkan dalam sebuah model berikut.

### Model Dislokasi Kultural





Sumber : Rachman, 1995.

Berdasarkan model di atas, nampak bahwa pengaruh atau dampak yang diakibatkan oleh media terhadap seseorang satu sama lain berbeda, tergantung dari perbedaan fisik yang dimiliki seseorang seperti keadaan rumah, makanan. Kemudian lingkungan dalam arti keadaan sosial seperti posisi anak, jumlah saudara atau juga suasana lingkungan rumah, sekolah dan sejenisnya turut menentukan efek yang akan ditimbulkan; termasuk kultur, agama atau tradisi-tradisi yang ada di kelompok masyarakat. Semua komponen ini diterima oleh akal, diramu juga dengan perasaan; maka jadilah keragaman penerimaan dan reaksi yang berbeda seperti pada person A, B atau C di atas.

Berikut beberapa hasil penelitian tentang efek positif maupun negatif dari

kehadiran televisi terhadap kognitif, afektif dan psikomotor atau perilaku khalayak yang diterpa siarannya.

a. Efek Kognitif :

adalah perubahan pengetahuan, wawasan, pemikiran sebagai akibat dari terpaan televisi. Anak-anak belajar dari informasi yang disiarkan televisi, sbg kasus film “Sesame Street” memfasilitasi berkembangnya keterampilan kognisi dan membuat generalisasi dalam situasi yang berbeda. (AlexisTan,1989)

Pada masyarakat modern, Media dijadikan sbg sumber informasi tentang dunia sekeliling, tanpa bisa mencek kebenaran yang disajikan, sehingga terbentuk pengetahuan, kepercayaan dan citra tentang realitas menurut media massa

Perempuan merupakan tontonan yang umum dalam televisi dan mengukuhkan dalam peranan tradisional, pasif, lemah, sebagai obyek sosial dengan pekerjaan yang stereotip

#### b. Efek Afektif :

adalah perubahan pada emosi atau perasaan manusia seperti, senang, benci, sedih, jengkel, marah dan sejenisnya yang timbul ketika atau sesudah diterpa tayangan televisi. Berikut hasil penelitian yang berkaitan dengan efek afektif. Ada korelasi yang meyakinkan antara penonton kekerasan dalam televisi dengan ketakutan terhadap kejahatan pada daerah dengan tingkat kejahatan tinggi – Kekerasan di TV disamakan dengan realitas sosial mereka (Gerbner and Gross, 1967-1968) Dalam sosialisasi politik, ada korelasi yang signifikan antara terpaan media massa dengan sikap terhadap pemerintah, penolakan pada kebijakan, kesenangan pada pemimpin negara, dan sikap pada politisi. (Charles K. Atkin, 1981)

Siaran Media Barat (Western media) yang meliputi tentang Islam, ternyata sebanyak 75% dan 60% digambarkan secara negatif, sehingga orang

berprasangka negatif terhadap agama Islam (Quraishy, 2001)

#### c. Efek Psikomotor/ Perilaku :

adalah perubahan kecenderungan perilaku atau langsung perilaku yang terjadi pada seseorang ketika atau sesudah diterpa tayangan televisi. Hasil penelitian yang terkait dengan efek televisi pada perilaku diantaranya adalah : Anak-anak menjadikan TV sebagai tempat untuk mengidentifikasi dirinya, belajar tentang berbagai peran dan perilakunya yang sesuai serta sebagai penuntun yang tepat tingkah laku peranan seks dalam kehidupan nyata. Keindahan dalam TV sering digunakan dalam menjual sesuatu dan itu mempengaruhi kepercayaan penonton sebesar 70 –92% terutama pada remaja putri.

Kemudian penyajian agresi pada televisi menaikkan tingkat agresi penontonnya, dan jenis agresinya sesuai dengan model yang mereka lihat; Makin mirip situasi dalam televisi dengan situasi kehidupan sebenarnya, makin tinggi efek agresi ; efek lebih lanjut bila penyajian kekerasan itu dianggap sebagai hal yang sudah sepatutnya (misalnya menganggap seharusnya polisi menembak habis penjahat)



### 2.3. Melek Media dan Pemahaman Regulasi

Saat ini pada faktanya belum banyak siaran televisi yang mengangkat kepentingan anak dan remaja, juga mengagungkan khasanah lokalitas, dalam arti lingkungan budaya, agama Islam sebagai mayoritas penduduk di Indonesia kurang diakomodir terutama oleh televisi swasta nasional. Berbagai alasan yang diajukan oleh industri penyiaran. *Pertama* acara yang berkualitas memerlukan riset yang apik, pengamatan, keahlian sehingga menjadi mahal. Berbeda jika mereka membeli sinetron Asia yang sudah jadi, berpuluh-puluh seri bisa dibeli dengan harga murah. Namun dampaknya mengikis nilai dan norma kita. *Kedua* aturan yang ada selama ini tidak didukung semua pihak terkait dalam menegakkannya. *Ketiga*, rendahnya kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) penyiaran harus diakui, karena masih relatif barunya ilmu dan profesi ini di Indonesia.

Secara ideal, konsistensi isi siaran dengan visi misi lembaga penyiaran mutlak adanya, karena ini merupakan bentuk tanggungjawab

sosial kepada khalayak sebagai konsumennya. Televisi atau radio menggunakan frekuensi sebagai ranah publik; sehingga ada hak-hak publik, termasuk hak agar media merepresentasi isi, kepentingan, kebutuhan berbagai kelompok yang ada di masyarakat.

Dalam perspektif regulasi, penyiaran menggunakan ranah publik (udara/ frekuensi) milik negara, sehingga dikeluarkannya UU nomor 32 tahun 2002 untuk mengatur sistem penyiaran di Indonesia, baik yang terkait dengan perangkat teknis, manajerial sampai pada isi siarannya (*hardware, software dan humanware*). Dalam hal isi siaran, secara tegas Undang-undang menyatakan perlindungan khusus bagi anak dan remaja, seperti bunyi pasal 36 tentang isi siaran sbb. :

*“Isi siaran wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada khalayak khusus, yaitu **anak-anak dan remaja**, dengan menyiarkan mata acara pada waktu yang tepat, dan lembaga penyiaran wajib mencantumkan dan/atau menyebutkan klasifikasi khalayak sesuai dengan isi siaran. (ayat 3)*

*Isi siaran dilarang menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkotika atau obat terlarang (ayat 5b)”*

Berdasarkan ayat di atas, KPI/KPID lembaga independen negara diperintahkan oleh undang-undang penyiaran untuk menyusun pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran (P3 dan SPS) dalam rangka menjabarkan secara jelas dan konkrit mana yang boleh dan tidak boleh disiarkan.

P3 (Pedoman Perilaku Penyiaran) merupakan perilaku yang harus dipedomani oleh pelaku penyiaran ketika siaran diproses yang bersumber pada nilai-nilai agama, moral dan peraturan perundangan yang berlaku atau norma yang berlaku dan diterima oleh masyarakat umum. Sedangkan SPS (Standar Program Siaran) adalah pedoman yang harus ditaati ketika menyiarkan (hasil produksi) yang sekurang-kurangnya berkaitan dengan : rasa hormat terhadap pandangan keagamaan; hal pribadi; kesopanan dan kesusilaan; pembatasan adegan seks, kekerasan dan sadisme; perlindungan terhadap anak, remaja dan perempuan

P3 dan SPS memilah isi siaran yang masuk kedalam kelompok faktual, seperti pemberitaan, talkshow, dialog interaktif, film dokumenter, feature/kisah berita serta kelompok non faktual seperti sinetron, musik dan sejenisnya. Untuk program faktual diatur ketika proses pembuatannya dan ketika sudah menjadi sebuah tayangan/sajian.

Selanjutnya program faktual dan non faktual yang terkait dengan tata susila, norma, sopan santun harus disesuaikan dengan budaya, agama atau tradisi masyarakat Indonesia. Hal-hal yang diatur dan tidak diperbolehkan terkait dengan topik-topik sebagai berikut.

1. Kekerasan
2. Seks
3. Pelecehan Kelompok Masyarakat Tertentu
4. Kata-kata Kasar dan Makian
5. Narkotika, Psikotropika, dan Zat Adiktif (NAPZA)
6. Alkohol dan Rokok
7. Suku dan Ras
8. Agama
9. Tayangan Supranatural
10. Korupsi
11. Judi
12. Program tayangan asing

Peraturan dan pedoman di atas,

tidak mudah untuk ditegakkan, ditengah-tengah kondisi masyarakat dengan kualitas SDM yang belum memadai baik ditinjau dari tingkat ekonomi, pendidikan, ”kedewasaan”. Dalam mendorong masyarakat agar ”cerdas” dalam menggunakan dan memanfaatkan media televisi, terutama dalam melindungi anak dari dampak negatif, diperlukan strategi yang komprehensif. Pertama, dengan menetapkan kelompok masyarakat yang strategis seperti kaum ibu, aktivis wanita, pelaku penyiaran, guru/dosen, oleh karena mereka merupakan ”mediator” untuk menjangkau khalayak khususnya anak dan remaja yang lebih

luas. Kedua, merencanakan bentuk, metode serta saluran komunikasi, edukasi yang paling efektif dan efisien. Ketiga membuat langkah atau tahapan yang sangat kontekstual sesuai dengan tujuan dan sasaran yang dihadapi. Keempat membangun sinergi dengan menjalin kemitraan dengan berbagai lembaga stakeholders penyiaran secara vertikal dan horisontal yang concern dengan pencerdasan bangsa. Kelima mendorong prakarsa tumbuhnya infrastruktur pengawasan atas media baik di dalam keluarga, organisasi sosial keagamaan, kampus, dan elemen masyarakat di Jawa Barat.

### **III. Kesimpulan**

Sebagai penutup, untuk mengeliminir efek negatif dari tayangan televisi atau media massa pada umumnya diperlukan pendekatan pada dua pihak yang berbeda sudut pandang. Pertama pada pihak media sebagai produsen dan kedua, pada masyarakat atau khalayak penonton sebagai konsumen. Untuk masyarakat pemirsa diperlukan media literacy (melek media) sebagai suatu kemampuan, pengetahuan untuk bisa menggunakan dan memanfaatkan media penyiaran secara benar. Ia akan memilih dan

memilih mana isi siaran yang manfaat atau mudarat. Selain itu, media watch (pemantauan media) juga dibutuhkan kepemilikannya bagi setiap orang. Oleh karena dia berarti telah sadar, sebagai masyarakat ia punya hak dan kewajiban untuk secara kritis mengomentari isi siaran yang ditayangkan bahkan sampai bertindak untuk menolak atau menerimanya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Chang Sup, Choi, 2001, *A Strategy for Introducing Media Education into the Korean Setting*, Korean Journal of Journalism & Communication Studies, Sogang University, Korea.

Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat, 2006, Undang Undang Penyiaran nomor 32/2002, Bandung.

\_\_\_\_\_, 2007, Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran, Bandung.

McQuail, Denis, 1987, *Mass Communication Theory*, Second Edition, Diterjemahkan Agus Dharma, & Aminuddin Ramm, 1994, Penerbit Erlangga, Jakarta.

\_\_\_\_\_ and Sven Windahl, 1981, *Communication Models: for the study of mass communications*, Longman, Inc. New York.

\_\_\_\_\_ 1992, *Media Performance : Mass Communication and The Public Interest*, Sage Publications, London, Newbury Park, New Delhi.

Rachman, Arief, 1995, Pengaruh Sarana Media Bagi Pemuda, Simposium Televisi dan Perkembangan Kepribadian Anak, Bandung.

Rachmiatie, Atie, 2006, Penelitian tentang : Potret Isi Siaran Radio dan Televisi di Jawa Barat, Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat, Bandung.

\_\_\_\_\_, 2007, Penelitian tentang : Preferensi Masyarakat tentang Content (Isi) Siaran, Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat, Bandung.

Severin & Tankard. 2005. *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta : Kencana