

DILEMA MEDIA: KONTINUM INDEPENDENSI DAN KUASA BISNIS

The Media Dilemma: A Continuum between Independence and Business Power

Bambang Mudjiyanto; Launa; Hayu Lusianawati; Arry Rahayunianto

Badan Riset dan Inovasi Nasional; Universitas Sahid, Jakarta

Abstract: *This conceptual study examines the tension between media independence and business power through a critical political-economy perspective. It uses qualitative descriptive analysis of literature on technological determinism, media ownership, globalization, the public sphere, framing, agenda setting, and news production. The analysis positions independence as a continuum rather than an absolute condition because journalistic work is shaped by individual actors, routines, organizations, extra-media forces, and ideology. Ownership concentration, advertising dependence, political affiliation, market competition, and editorial control can influence issue selection, framing, distribution, and the visibility of facts. At the same time, commercial organization does not automatically prove interference in every news item; such claims require case-specific evidence. Historical maps of Indonesian media groups in the source are treated as contextual illustrations and not as a description of current ownership. The study argues that editorial safeguards, ownership transparency, conflict-of-interest rules, newsroom autonomy, source diversity, and public accountability are needed to protect journalism's democratic function. Because the source does not specify a systematic literature-search protocol or analyze an empirical news corpus, its conclusions remain theoretical and diagnostic.*

Keywords: Media political economy; Media independence; Media ownership; Business power; News production

Abstrak: Kajian konseptual ini membahas ketegangan antara independensi media dan kuasa bisnis melalui perspektif ekonomi-politik kritis. Metode yang digunakan ialah analisis deskriptif kualitatif terhadap literatur mengenai determinisme teknologi, kepemilikan media, globalisasi, ruang publik, framing, agenda setting, dan produksi berita. Analisis menempatkan independensi sebagai kontinum, bukan kondisi absolut, karena kerja jurnalistik dipengaruhi individu, rutinitas, organisasi, kekuatan ekstramedia, dan ideologi. Konsentrasi kepemilikan, ketergantungan iklan, afiliasi politik, kompetisi pasar, dan kontrol editorial dapat memengaruhi pemilihan isu, pembingkai, distribusi, serta visibilitas fakta. Namun, organisasi komersial tidak otomatis membuktikan intervensi pada setiap berita; klaim tersebut memerlukan bukti khusus per kasus. Peta historis kelompok media Indonesia dalam sumber diperlakukan sebagai ilustrasi konteks, bukan deskripsi kepemilikan terkini. Kajian menegaskan perlunya perlindungan editorial, transparansi kepemilikan, aturan konflik kepentingan, otonomi ruang redaksi, keragaman sumber, dan akuntabilitas publik untuk menjaga fungsi demokratis jurnanisme. Karena sumber tidak menjelaskan protokol pencarian literatur sistematis atau menganalisis korpus berita empiris, simpulannya tetap bersifat teoretis dan diagnostik.

Kata Kunci: Ekonomi-politik media; Independensi media; Kepemilikan media; Kuasa bisnis; Produksi berita

1. Pendahuluan

Media menjalankan fungsi informasi, pengawasan, pembentukan opini, dan penyediaan ruang publik, tetapi pada saat yang sama beroperasi sebagai organisasi ekonomi. Ketegangan antara idealisme jurnalistik dan kebutuhan mempertahankan bisnis membuat independensi tidak cukup dipahami sebagai prinsip normatif.

Dalam industri media, kepemilikan, iklan, kompetisi, teknologi, regulasi, dan afiliasi politik dapat membentuk keputusan redaksional. Pengaruh tersebut tidak selalu hadir sebagai perintah langsung; ia dapat bekerja melalui struktur anggaran, rutinitas, seleksi sumber, target khalayak, dan asumsi mengenai nilai jual berita.

Kajian ini bertujuan menjelaskan independensi sebagai kontinum, memetakan relasi ekonomi-politik yang bekerja di sekitar media, dan menunjukkan bagaimana kepentingan dapat beroperasi pada berbagai tingkat produksi berita.

Dalam konteks Indonesia, naskah sumber menempatkan perubahan pers dari instrumen gerakan politik menuju industri yang semakin kapital-intensif sebagai latar historis. Liberalisasi ekonomi sejak akhir 1960-an, pertumbuhan perusahaan pers, dan kompetisi pascareformasi mempertemukan fungsi pengawasan publik dengan kebutuhan akumulasi modal (Dhakidae, 1991; Kristiawan, 2012). Latar ini penting, tetapi tidak boleh dipakai untuk menyimpulkan bahwa seluruh organisasi media bekerja dengan pola intervensi yang sama.

Masalah penelitian diarahkan pada tiga pertanyaan: bagaimana independensi dipahami dalam organisasi komersial; kepentingan apa yang bekerja di balik bisnis media; dan pada tingkat mana keputusan jurnalis serta redaksi dibentuk. Dengan demikian, pembahasan tidak berhenti pada kepemilikan, tetapi menelusuri produksi berita dari individu sampai ideologi.

2. Kajian Literatur

2.1. Determinisme Teknologi dan Globalisasi

Teknologi media memperluas jangkauan komunikasi dan mengubah organisasi ruang, waktu, serta interaksi. Gagasan bahwa medium ikut membentuk pengalaman membantu menjelaskan mengapa perubahan teknologi memengaruhi pola

produksi dan konsumsi informasi. Namun, teknologi bukan satu-satunya penentu karena kepemilikan, regulasi, dan praktik sosial ikut membentuk penggunaannya (McLuhan, 1962).

Globalisasi memperluas jaringan industri media dan mempercepat sirkulasi kapital, konten, serta teknologi. Dalam logika komersial, nilai tukar dapat menggeser nilai guna informasi. Analisis karena itu perlu menilai siapa yang menguasai sumber daya komunikasi, bagaimana pasar bekerja, dan kepentingan apa yang memperoleh akses (Mosco, 1996).

Determinisme teknologi berguna untuk membaca perubahan skala, kecepatan, dan bentuk komunikasi. Konsep medium sebagai pesan dan desa global menunjukkan bahwa perangkat komunikasi tidak netral terhadap pengalaman sosial. Meskipun demikian, hubungan sebab-akibat tidak boleh direduksi pada teknologi karena perangkat selalu digunakan dalam struktur ekonomi, budaya, dan politik tertentu (McLuhan, 1962).

2.2. Ekonomi-Politik Media

Ekonomi-politik media menghubungkan struktur kepemilikan, mekanisme pasar, kebijakan, tenaga kerja, teknologi, dan isi media. Pendekatan kritis menilai bagaimana kekuatan ekonomi dan politik dapat membatasi pilihan, memusatkan kontrol, mengomodifikasi khalayak, dan memengaruhi representasi (Golding & Murdock, 1991; Wasko, 2005).

Golding dan Murdock menekankan karakter holistik, historis, dan materialis. Holistik berarti media dibaca dalam relasi sosial, ekonomi, politik, dan budaya; historis berarti perubahan industri ditempatkan dalam perkembangan kapitalisme; sedangkan materialis berarti analisis menelusuri kepemilikan, tenaga kerja, distribusi, dan sumber daya nyata yang menopang produksi simbolik.

Pendekatan liberal cenderung membaca iklan, investor, dan pasar sebagai unsur profesional industri, sedangkan pendekatan kritis menanyakan apakah unsur tersebut menjadi instrumen kontrol kelompok dominan. Perbedaan ini penting agar analisis tidak menyamakan keberadaan bisnis dengan bukti intervensi, tetapi juga tidak mengabaikan ketimpangan kekuasaan yang mungkin memengaruhi isi.

2.3. Komodifikasi, Spasialisasi, dan Strukturasi

Ekonomi-politik komunikasi mengkaji komodifikasi isi, khalayak, dan tenaga kerja; spasialisasi melalui ekspansi serta integrasi perusahaan; dan strukturasi melalui hubungan timbal balik antara agen dan struktur (Mosco, 1996). Smythe menempatkan perhatian khalayak sebagai komoditas yang dijual kepada pengiklan, sedangkan Murdock mengingatkan bahwa isi tetap penting untuk memahami kerja ideologi.

Kajian industri dan korporasi kemudian menelusuri integrasi horizontal maupun vertikal, diversifikasi usaha, kontrol distribusi, serta hubungan lintas sektor. Konsentrasi dapat menyediakan modal untuk teknologi dan jangkauan, tetapi sekaligus meningkatkan risiko berkurangnya pluralitas pengendali, konflik kepentingan, dan homogenisasi agenda.

2.4. Ruang Publik, Framing, dan Agenda Setting

Media dapat menyediakan ruang bagi debat publik dan pengawasan kekuasaan, tetapi ruang tersebut rentan terhadap intervensi negara maupun pasar (Habermas, 1984). Framing menjelaskan pemilihan serta penonjolan aspek realitas, sedangkan agenda setting menjelaskan pemindahan arti penting isu dari agenda media menuju perhatian publik (Eriyanto, 2002; McCombs & Shaw, 1972).

Konsep hegemoni, aparatus ideologis, dan propaganda membantu membaca cara makna dominan dinormalisasi melalui institusi komunikasi (Althusser, 2015; Herman & Chomsky, 1988; Patria & Arief, 2015). Kerangka tersebut dipakai sebagai lensa kritis, bukan sebagai pengganti bukti empiris mengenai proses redaksi tertentu.

Tabel 1: Lensa Analitis Kajian

Dimensi	Mekanisme	Implikasi editorial
Teknologi	Perubahan medium membentuk praktik komunikasi.	Hindari determinisme tunggal.
Ekonomi-politik	Kepemilikan, pasar, regulasi, dan tenaga kerja.	Telusuri mekanisme kekuasaan.
Ruang publik	Media sebagai arena debat dan pengawasan.	Nilai akses dan otonomi.
Framing/agenda	Seleksi, penonjolan, dan arti penting isu.	Analisis isi dan proses redaksi.

Sumber: sintesis kerangka teori dan pembahasan naskah sumber.

3. Metode Penelitian

Studi menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berbasis kajian literatur dengan perspektif ekonomi-politik kritis. Bahan mencakup teori teknologi media, kepemilikan, ruang publik, framing, agenda setting, serta hierarki pengaruh produksi berita. Peta kelompok media dalam sumber digunakan sebagai ilustrasi historis.

Analisis dilakukan dengan mengelompokkan argumentasi sumber ke dalam tema independensi, kepemilikan dan konglomerasi, bias bisnis, konstruksi berita, serta hierarki pengaruh. Hubungan antartema kemudian disintesis untuk membedakan mekanisme pengaruh yang dapat diuji dari pernyataan normatif atau generalisasi yang belum ditopang data.

Sumber tidak menjelaskan strategi pencarian, kriteria inklusi, periode literatur, prosedur analisis, atau korpus berita empiris. Tidak ada wawancara dengan jurnalis, pemilik, pengiklan, regulator, atau khalayak. Karena itu, kajian bersifat teoretis-diagnostik dan tidak membuktikan intervensi pada organisasi atau berita tertentu.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Independensi sebagai Kontinum

Independensi mencakup otonomi redaksi, kebebasan dari intervensi, akurasi, verifikasi, keterbukaan konflik kepentingan, dan loyalitas kepada publik. Dalam praktik, media tidak sepenuhnya berada pada kutub independen atau dependen. Posisi bergerak menurut isu, struktur organisasi, kondisi pasar, dan kekuatan aktor yang terlibat.

Tekanan dapat muncul dari pemilik, pemasang iklan, elite politik, regulator, sumber berita, atau tuntutan khalayak. Namun, hubungan kepemilikan atau komersial tidak otomatis membuktikan bahwa setiap berita dikendalikan. Analisis harus menunjukkan mekanisme pengaruh, keputusan redaksional, dan perubahan isi secara spesifik.

Kebebasan, otonomi, netralitas, dan independensi saling berkaitan tetapi tidak identik. Kebebasan menunjuk ruang bertindak; otonomi menunjuk kewenangan mengambil keputusan profesional; netralitas berhubungan dengan perlakuan adil terhadap pihak yang relevan; sedangkan independensi menuntut keputusan bebas dari kepentingan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan. Jurnalisme tetap dapat berpihak pada kebenaran faktual dan kepentingan publik tanpa menjadi partisan.

Tabel 2: Indikator Kontinum Independensi

Dimensi	Mekanisme	Implikasi editorial
Lebih independen	Otonomi editor, sumber beragam, sponsor transparan.	Keputusan berbasis nilai berita dan verifikasi.
Area rentan	Ketergantungan iklan, akses elite, target pasar kuat.	Perlu pengamanan dan keterbukaan konflik.
Lebih dependen	Intervensi, penghilangan fakta, agenda tersembunyi.	Butuh bukti keputusan dan pola isi.

Sumber: sintesis kerangka teori dan pembahasan naskah sumber.

4.2. Kepemilikan, Konsentrasi, dan Bias Bisnis

Konsentrasi kepemilikan dapat meningkatkan efisiensi dan daya investasi, tetapi juga mengurangi keragaman pengendali serta memperbesar risiko konflik kepentingan. Sumber memuat peta kelompok media Indonesia dari rujukan lama. Karena struktur korporasi dapat berubah, peta tersebut tidak direproduksi sebagai kondisi kepemilikan terkini.

Konglomerasi berlangsung melalui akuisisi, integrasi horizontal, integrasi vertikal, dan diversifikasi lintas usaha. Dampaknya terhadap jurnalisme bergantung pada tata kelola: apakah ruang redaksi memiliki kewenangan, apakah hubungan bisnis diungkapkan, dan apakah distribusi sumber daya memperluas atau justru mempersempit keragaman isi. Karena itu, ukuran perusahaan bukan satu-satunya indikator kualitas independensi.

Sumber mengidentifikasi bias iklan, kepentingan pemilik, kecenderungan mengikuti arus utama, sensasionalisme, dan bias politik-ideologis. Kategori ini berguna sebagai hipotesis analitis, tetapi memerlukan bukti dari kebijakan, komunikasi internal, pola liputan, atau perbandingan konten.

Bias iklan dapat tampak pada penghindaran isu yang merugikan klien; bias pemilik pada keberpihakan terhadap kepentingan korporasi; bias arus utama pada peniruan agenda; sensasionalisme pada penonjolan konflik demi perhatian; dan bias politik-ideologis pada framing yang konsisten menguntungkan aktor tertentu. Penilaian harus mempertimbangkan periode, jenis berita, sumber, serta perbandingan agar tidak berubah menjadi tuduhan umum.

Tabel 3: Risiko Bias dalam Organisasi Media

Dimensi	Mekanisme	Implikasi editorial
Iklan	Menghindari isu yang merugikan klien.	Pisahkan fungsi iklan dan redaksi.
Pemilik	Konten menyesuaikan kepentingan korporasi.	Transparansi dan otonomi editor.
Arus utama	Mengikuti isu media lain tanpa evaluasi.	Perluas agenda dan sumber.
Sensasionalisme	Menonjolkan konflik demi perhatian.	Terapkan proporsionalitas.
Politik-ideologis	Framing mendukung aktor atau posisi tertentu.	Ungkap afiliasi dan uji konsistensi.

Sumber: sintesis kerangka teori dan pembahasan naskah sumber.

4.3. Lima Level Produksi Berita

Model Shoemaker dan Reese menempatkan isi media dalam lima tingkat pengaruh: individu, rutinitas, organisasi, ekstramedia, dan ideologi. Model ini mencegah penyederhanaan bahwa semua masalah hanya berasal dari pemilik karena pilihan berita juga dibentuk kompetensi jurnalis, tenggat, format, sumber, regulasi, dan nilai profesional.

Pada level individu, latar pendidikan, pengalaman, nilai, sikap, kompetensi, dan etika jurnalis dapat memengaruhi seleksi serta penafsiran fakta. Pengaruh ini dibatasi oleh verifikasi, penyuntingan, kode etik, dan kerja kolektif, sehingga analisis tidak tepat jika hanya menebak orientasi personal wartawan.

Level rutinitas mencakup nilai berita, tenggat, format, pembagian kerja, kebiasaan menghubungi sumber, dan prosedur penyuntingan. Rutinitas memberi efisiensi, tetapi dapat mempersempit perspektif jika redaksi terus bergantung pada sumber elite, mengikuti agenda pesaing, atau mengutamakan kecepatan di atas pemeriksaan.

Level organisasi meliputi struktur kewenangan, visi, anggaran, teknologi, segmen pasar, kebijakan, dan kepemilikan. Level ekstramedia mencakup narasumber, pengiklan, khalayak, kelompok kepentingan, pemerintah, regulasi, kompetitor, dan platform. Pada level ideologi, kerangka dominan menentukan apa yang dianggap normal, penting, menyimpang, atau layak diberitakan.

Tabel 4: Lima Level Pengaruh Produksi Berita

Dimensi	Mekanisme	Implikasi editorial
Individu	Latar, nilai, kompetensi, dan etika jurnalis.	Pelatihan dan kode etik.
Rutinitas	Tenggat, format, nilai berita, dan kebiasaan.	Evaluasi prosedur kerja.
Organisasi	Struktur, anggaran, kebijakan, dan kepemilikan.	Lindungi kewenangan redaksi.
Ekstramedia	Sumber, iklan, regulator, pasar, dan teknologi.	Diversifikasi dan transparansi.
Ideologi	Kerangka dominan dalam memaknai realitas.	Refleksi serta pluralitas perspektif.

Sumber: sintesis kerangka teori dan pembahasan naskah sumber.

4.4. Framing, Agenda, dan Kontrol Editorial

Pemilihan isu, narasumber, sudut pandang, kata, gambar, dan penempatan berita membentuk framing. Pengulangan serta penonjolan mengatur agenda perhatian. Proses tersebut merupakan bagian normal produksi jurnalistik, tetapi menjadi problematis ketika kepentingan tersembunyi menyingkirkan fakta relevan atau membatasi keragaman secara sistematis.

Sumber membahas editorial blue penciling, yakni penghilangan bagian tertentu dari berita. Penyuntingan tidak otomatis merupakan sensor karena redaksi memang harus memverifikasi, memadatkan, dan menjaga etika. Ia menjadi intervensi ketika bagian dihapus untuk melindungi kepentingan tanpa alasan jurnalistik yang dapat dipertanggungjawabkan.

Pada media audiovisual, konstruksi juga dibentuk oleh pilihan gambar, suara, durasi, urutan, dan konteks. Dalam semua platform, realitas media dihasilkan melalui penyiapan materi, distribusi, pembentukan makna, dan konfirmasi. Framing serta agenda setting membantu menguji pola seleksi tersebut, sedangkan semiotika dapat membaca tanda; ketiganya tetap membutuhkan korpus yang jelas agar kesimpulan dapat diuji (Bungin, 2013; Sobur, 2001).

4.5. Perlindungan Independensi

Perlindungan memerlukan pemisahan fungsi bisnis dan redaksi, transparansi kepemilikan, kebijakan konflik kepentingan, kewenangan editor, dokumentasi koreksi, keberagaman sumber, serta mekanisme pengaduan publik. Serikat pekerja dan keamanan kerja juga penting agar jurnalis dapat menolak tekanan.

Akuntabilitas tidak hanya ditujukan kepada negara, tetapi juga kepada pemilik, pengiklan, platform, dan ruang redaksi. Evaluasi harus berbasis indikator: variasi sumber, keseimbangan isu, koreksi, keterbukaan sponsor, konsistensi standar, dan bukti intervensi.

Tabel 5: Batas Bukti dan Agenda Penelitian

Keterbatasan	Dampak	Kebutuhan
Pencarian literatur tidak sistematis	Cakupan dan bias sumber tidak diketahui.	Laporkan strategi dan kriteria inklusi.
Tidak ada korpus berita	Pola framing tidak dapat diverifikasi.	Analisis isi longitudinal.
Tidak ada data organisasi	Mekanisme intervensi belum terbukti.	Wawancara dan telaah dokumen redaksi.
Peta kepemilikan historis	Tidak mewakili kondisi terkini.	Verifikasi data kepemilikan per periode.

Sumber: evaluasi metodologis berdasarkan pelaporan sumber.

5. Kesimpulan

Independensi media berada pada kontinum yang dibentuk relasi teknologi, pasar, kepemilikan, politik, organisasi, rutinitas, individu, dan ideologi. Kuasa bisnis dapat memengaruhi produksi berita, tetapi pengaruh harus dibuktikan melalui mekanisme serta bukti kasus, bukan diasumsikan dari status komersial semata.

Perspektif ekonomi-politik, framing, agenda setting, dan hierarki pengaruh memberi perangkat untuk mendiagnosis risiko. Namun, kajian ini tidak memakai korpus berita atau data organisasi sehingga tidak dapat menetapkan tingkat intervensi. Penelitian berikutnya perlu memadukan analisis kepemilikan, dokumen redaksi, wawancara, dan perbandingan isi secara longitudinal.

Daftar Pustaka

- Althusser, Louis. 2015. *Ideologi dan Aparatus Ideologi Negara*. Jakarta: IndoPROGRESS.
- Arianto. 2011. Ekonomi Politik Lembaga Media Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 191-201.
- Aunillah, Rinda. 2020. Determinisme Teknologi: Perayaan Idul Fitri di Saat Pandemi. *Sahafa*, 3(1), 1-12.
- Bagdikian, Ben. 2004. *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Bungin, Burhan. 2013. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Croteau, David, & William Hoynes. 2003. *Media Society*. London: Sage.
- Curran, James, & Colin Sparks. 1991. Press and Popular Culture. *Media, Culture & Society*, 13(2), 215-237.
- Danny, Ida. 1992. *Manusia dan Media dalam Refleksi Budaya Marshall McLuhan*. Jakarta: Lembaga Studi Filsafat.
- Dhakidae, Daniel. 1991. *The State, the Rise of Capital and the Fall of Political Journalism*. Ann Arbor: Cornell University Press.

- Eriyanto. 2002. Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. Yogyakarta: LKiS.
- Forgeard, Valerie. 2021. Why the World Is a Global Village. Brilliantio, accessed 9 May 2022.
- Friedman, Milton. 1962. Capitalism and Freedom. Chicago: University of Chicago Press.
- Golding, Peter, & Graham Murdock. 1991. Culture, Communication, and Political Economy. Dalam James Curran & Michael Gurevitch, eds., Mass Media and Society. London: Edward Arnold.
- Habermas, Jurgen. 1984. The Theory of Communicative Action, Vol. 1. Boston: Beacon Press.
- Hall, Stuart. 1997. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. London: Sage.
- Hardiman, Francisco Budi. 1993. Menuju Masyarakat Komunikatif. Yogyakarta: Kanisius.
- Herman, Edward S., & Noam Chomsky. 1988. Manufacturing Consent. New York: Pantheon Books.
- Heryanto, Ariel. 2000. Perlawanan dalam Kepatuhan. Bandung: Mizan.
- Hidayat, Medhy. 2016. Jean Baudrillard, Simulasi dan Hiperrealitas. MedhyHidayat.com, accessed 10 May 2022.
- Kristiawan, R. 2012. Liberalisasi Media: Kajian Ekonomi Politik tentang Demokratisasi dan Industrialisasi Media di Indonesia. Tesis, Universitas Indonesia.
- Littlejohn, Stephen W., & Karen A. Foss. 2009. Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mannheim, Karl. 1991. Ideologi dan Utopia. Yogyakarta: Kanisius.
- McCombs, Maxwell E., & Donald L. Shaw. 1972. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- McLuhan, Marshall. 1962. The Gutenberg Galaxy. Toronto: University of Toronto Press.
- McQuail, Denis. 2005. McQuail's Mass Communication Theory. London: Sage.
- Moglen, Eben, Michael Pertschuck, & Scott Sherman. 1999. Media Conglomerate. *The Nation*.
- Mosco, Vincent. 1996. The Political Economy of Communication. London: Sage.
- Patria, Nezar, & Andi Arief. 2015. Antonio Gramsci, Negara dan Hegemoni. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Priowidodo, Gatut. 2008. Menakar Kekuatan dan Industri Televisi Lokal di Era Otonomi. *Scriptura*, 2(1), 56-62.
- Rusadi, Udi. 2012. Kompetensi Jurnalis sebagai Aktor dalam Produksi Berita Media Multiplatform. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 16(2), 111-122.
- Rusadi, Udi. 2015. Kajian Media: Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori, dan Metode. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Samatan, Nuriyati. 2009. Strategi Pengembangan Media: Antara Bisnis dan Ideologi. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 14(3), 190-199.
- Shoemaker, Pamela J., & Stephen D. Reese. 1996. Mediating the Message. 2nd ed. White Plains: Longman.
- Sobur, Alex. 2001. Analisis Teks Media. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudibyo, Agus. 2004. Ekonomi Politik Media Penyiaran. Yogyakarta: LKiS.
- Sufyanto. 2015. Selebritisasi Politik. Bandung: Nusa Media.
- Wasko, Janet. 2005. Studying the Political Economy of Media and Information. *Comunicacao e Sociedade*, 7, 25-48.
- Widiastuti, Tuti. 2012. Independensi Media sebagai Institusi Public Sphere. *Komunika*, 15(1), 27-39.

