



## PROSIDING

# Konferensi Nasional Komunikasi

## Exploitation Phenomenon of Integrated TV News Reporter in Indonesia (Commodification of Media Workers at MM Media)

Amalia Permata Wijaya<sup>1</sup>, Metha Madonna<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

<sup>2</sup>[metha.madonna@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:metha.madonna@dsn.ubharajaya.ac.id)

### Abstract

TV station reporter is a very different performance from reporter's works in print media especially in terms of time and prepare. In working hours, television reporters (TV) do not recognize the time and any situation, although it means sacrificing their time. Even the phenomenon found in the world of journalists today, especially in Indonesia, many national media implements an integrated reporting system related to saving money and production effectiveness. As applied in PT. Media MM Tbk (MMM), which is one of the largest media companies in Indonesia that houses four private television stations. The phenomenon of an integrated reporting system in the world of national journalists where media companies will benefit the contrary of a journalist 'as if' exploited all his ability, energy and mind to do reportage for some TV stations that are in the media group. From the results of observation and interview there are several forms of commodification performance of press workers (reporter) in MM Media in the implementation of 1). Coverage, 2).The process of making news and 3). Live report (live report). In presenting the news report live they have to deliver news to the four TV in MM Media, cannot be denied the same and monotonous coverage results due to the duration of the delay time of transfer from TV A to TV B only 20 seconds which resulted in reporters do the repetition of each word report the news and only differentiated the mention for each editor.

Keywords: Integrated TV News Reportage, Working Commodance of MM Media Press

### Abstrak

Reporter stasiun televisi sangat berbeda dengan kinerja reporter di media cetak terutama dalam hal waktu dan kesiap-siagaan. Pada jam kerja reporter televisi (TV) tidak mengenal waktu dan situasi apapun, meski harus mengorbankan waktu pribadinya. Bahkan fenomena yang ditemukan di dunia jurnalis masa kini khususnya di Indonesia banyak media nasional memberlakukan sistem reportase terintegrasi terkait penghematan biaya dan efektivitas produksi. Seperti yang diberlakukan di PT. Media MM Tbk (MMM) yang merupakan salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia yang menaungi empat stasiun televisi swasta. Fenomena sistem reportase terintegrasi di dunia jurnalis nasional dimana perusahaan media akan diuntungkan sebaliknya seorang jurnalis 'seakan' dieksploitasi segenap kemampuan, tenaga dan pikirannya untuk melakukan reportase bagi beberapa stasiun TV yang berada dalam naungan sebuah group media. Dari hasil observasi dan wawancara terdapat beberapa bentuk komodifikasi kinerja pekerja pers (reporter) di MM Media dalam pelaksanaan yaitu 1). Peliputan, 2). Proses pembuatan berita dan 3). *Live report* (laporan langsung). Dalam penyajian berita secara *live report*, reporter mau tidak mau menyampaikan berita untuk ke empat TV di MM Media, tidak dapat dipungkiri hasil liputannya sama dan monoton dikarenakan durasi jeda waktu pemindahan dari TV A ke TV B hanya selang 20 detik yang mengakibatkan reporter melakukan pengulangan kata setiap laporan beritanya dan hanya dibedakan penyebutan untuk masing-masing redaksi.

Kata Kunci: Reportase Berita TV Terintegrasi, Komodifikasi Pekerja Pers MM Media

## Pendahuluan

Sebagai seorang wartawan atau jurnalis tugas reporter adalah melakukan reportase untuk mendapatkan informasi sesuai rapat proyeksi (redaksi) dan arahan produser pelaksana atau koordinator liputan. Dalam menjalankan tugasnya, reporter melakukan kegiatan jurnalistik meliputi 6M, yaitu: Mencari, Memperoleh, Menulis, Menyimpan, Menyajikan, dan Menyampaikan informasi yang akurat. (Hartono, 2012:44;). Wartawan juga dituntut untuk mampu menghasilkan produk-produk jurnalistik yang menjadi katarsis informasi bagi masyarakat luas (Wijaya, 2016).

Sedangkan menurut Tommy Suprpto (2006:95), seorang reporter bekerja sebagai jurnalis yang bertugas mengumpulkan berita dari beberapa sumber yang berbeda, mengorganisasikan setiap laporan dan sewaktu-waktu menulis dan me-laporkannya melalui stasiun televisi.

Reporter media televisi, menurut Arifin S.Harahap, (2007:3) yaitu mencari dan memberikan laporan mengenai fakta peristiwa, fakta pendapat manusia atau kedua-duanya yang disertai gambar (visual) aktual, menarik, berguna dan disiarkan melalui media massa televisi secara periodik.

Namun reporter di sebuah stasiun televisi sangat berbeda dengan kinerja di media cetak terutama hal waktu dan kesiap-siagaan, pada jam kerja reporter televisive tidak mengenal waktu dan situasi apapun, meski harus mengorbankan waktu pribadinya.

Bahkan fenomena yang ditemukan di dunia jurnalis masa kini, banyak media nasional memberlakukan sistem reportase terintegrasi terkait penghematan biaya dan efektivitas produksi. Seperti yang diberlakukan di PT. MM Media yang merupakan salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia yang menaungi empat stasiun TV swasta dan dua TV Kabel.

Reporter yang bekerja di media integrasi, wajib siap bekerja melebihi dari waktu normal. Seperti diakui salah satu reporter yang bekerja di MM Media, DP mengatakan sebelum adanya sistem integrasi reporter mencari berita dan melaporkan kejadian untuk satu stasiun TV, lalu melaporkannya langsung sampai dua – tiga kali sehari. Namun setelah adanya sistem integrasi reporter melakukan laporan langsung sebanyak 10 – 14 kali dalam sehari.

Dengan bekerja untuk empat media plus dua TV Kabel dalam satu perusahaan, reporter dituntut harus profesional dan tidak membedakan empat stasiun TV tersebut, dan harus siap memenuhi permintaan masing-masing program stasiunTV.

Fenomena sistem reportase terintegrasi di dunia jurnalis nasional dimana perusahaan media akan diuntungkan, namun sebaliknya seorang jurnalis ‘seakan’ dieksploitasi segenap kemampuan, tenaga dan pikirannya untuk melakukan reportase bagi beberapa stasiun TV yang berada dalam naungan sebuah group media.

Sehingga menimbulkan pertanyaan “Bagaimana kinerja reporter *news* dalam menjaga kompetensi dan profesionalisme dengan sistem integrasi di MM Media ?” maka melahirkan sebuah judul penelitian “Kinerja Reporter News dalam Menjaga Kompetensi dan Profesionalisme dengan Sistem Integrasi di MM Media (Studi Fenomenologi: Komodifikasi Pekerja Pers di MM Media)”.

Penelitian sekaligus menguji dan membuktikan teori Komodifikasi Vincent Mosco tentang Komodifikasi Pekerja (*Labour*). Dimana komodifikasi pekerja atau buruh merupakan transformasi proses kerja dalam kapitalisme, dimana keahlian dan jam kerja para pekerja dijadikan komoditas yang dihargai dengan gaji.

## Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan sudut pandang faham fenomenologi. Menurut Edmund Husserl (1970:2-12) faham fenomenologis berusaha memahami budaya. Fenomenologi berusaha untuk mengungkap dan mempelajari serta memahami suatu fenomena beserta konteksnya yang khas dan unik dan dialami oleh individu hingga tataran “keyakinan” individu yang bersangkutan.

Secara sederhana, fenomenologi lebih memfokuskan diri pada konsep suatu fenomena tertentu dan bentuk dari studinya adalah untuk melihat dan memahami arti dari suatu pengalaman individual yang berkaitan dengan suatu fenomena tertentu. (Herdiansyah, 2010:66-67).

Penelitian ini bersifat kualitatif, dimana menurut Bogdan & Taylor adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang masalah-masalah manusia dan sosial (Gunawan, 2013:82-85).

Selanjutnya pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara. Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik (Setyadin dalam Gunawan 2013;160).

Wawancara kualitatif dilakukan bila penelitian bermaksud untuk memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang diteliti, dan bermaksud melakukan eksplorasi terhadap isu tersebut, suatu hal yang tidak dilakukan melalui pendekatan lain. Metode ini dipengaruhi oleh karakteristik individu pewawancara, termaksud ras, kelas, kesukaan, dan gender. (Gunawan, 2013;161).

Menurut Poewardari (1998) observasi merupakan metode yang paling dasar dan

paling tua, karena dengan cara-cara tertentu kita selalu terlibat dalam proses mengamati. Observasi selalu menjadi bagian dalam penelitian, dapat berlangsung dalam konteks laboratorium (eksperimental) maupun dalam konteks alamiah. Observasi dalam rangka penelitian kualitatif harus dalam konteks alamiah (naturalistik). Istilah observasi diturunkan dalam bahasa latin yang berarti “melihat” dan “memerhatikan”. Istilah observasi diarahkan kepada kegiatan memerhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut. (Gunawan, 2013;143)

Teknik pengumpulan data melakukan observasi dan wawancara mendalam terhadap pekerja pers MM Media. Adapun *key informan* yang dipilih yaitu Reporter *News* di MM Media dan Kepala Divisi *News Gathering*.

## Pembahasan

Komodifikasi menurut Vincent Mosco (2009:32) adalah “*The particular form that product take when their production is principally of transforming use values into exchange value*”. Yaitu proses mengubah barang dan jasa menjadi komoditas atau barang dagangan sebagai alat untuk mendapatkan keuntungan (bagaimana mengubah nilai guna menjadi nilai tukar).

Untuk dapat memahami konsep ekonomi politik media secara keseluruhan, Vincent Mosco menawarkan 3 konsep dasar yang harus dipahami, yakni : (a) Komodifikasi Intrinsik (Isi atau *Content*). Bentuk pertama yang tentu kita kenali adalah komodifikasi *content* atau isi media komunikasi. Komoditas pertama dari sebuah media massa yang paling pertama adalah *content* media. Proses komodifikasi ini dimulai ketika pelaku media mengubah pesan melalui teknologi yang ada menuju sistem interpretasi yang penuh makna hingga menjadi pesan yang menguntungkan (*marketable*); (b) Komodifikasi Ekstrinsik (*Audiens* atau Khalayak). Proses modifikasi peran pem-baca/khalayak oleh perusahaan

media dan pengiklan, dari fungsi awal sebagai konsumen media menjadi konsumen khalayak selain media. Pada proses ini, perusahaan media memproduksi khalayak melalui sesuatu program/tayangan untuk selanjutnya dijual kepada pengiklan. Terjadi proses kerja sama yang saling menguntungkan antara perusahaan media dan pengiklan dimana perusahaan media digunakan sebagai sarana untuk menarik khalayak, yang selanjutnya di jual kepada pengiklan; (c) Komodifikasi pekerja (Labour). Komodifikasi pekerja atau buruh merupakan transformasi proses kerja dalam kapitalisme, dimana keahlian dan jam kerja para pekerja dijadikan komoditas yang dihargai dengan gaji. Buruh merupakan kesatuan konsep dari pembuahan, atau kekuatan perusahaan (*invasi*), *imagine* dan pekerjaan desain dan pelaksanaan, atau kekuatan untuk melak-sanakannya. Dalam proses komodifikasi, tindakan modal untuk memisahkan konsepsi dari eksekusi, keterampilan atau skill dari kemampuan untuk melaksanakannya.

Dengan adanya komodifikasi ini akan mendorong lahirnya eksploitasi dari pemilik media kepada reporter dengan menetapkan sistem integrasi terhadap reporter guna mendapatkan keuntungan.

Seperti pada penelitian sebelumnya dalam Tesis Metha Madonna yang berjudul “Independensi Wartawan Dalam Menghadapi Narasumber Pemasang Iklan (Studi Kasus: Komodifikasi Pekerja di Surat Kabar TOP)” dimana dalam penelitian menunjukkan telah terjadi komodifikasi pekerja yaitu melibatkan wartawan dalam mencari iklan sebagai tuntutan kebutuhan dan bagian strategi perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

Implikasinya independensi dan profesionalisme wartawan mau tidak mau terpengaruh dalam membuat karya jurnalistik yang lebih mengedepankan keuntungan atau tujuan komersial baik yang berasal dari eksternal maupun internal.

Sedangkan obyek dalam penelitian ini sebuah perusahaan media di Indonesia yaitu PT. MM Media Tbk (Perseroan) adalah

perusahaan media terbesar dan terintegrasi di Indonesia. Operasional perseroan terdiri dari basis media yang lengkap yang memberikan solusi iklan yang menyeluruh kepada semua pelanggan iklan. Bisnis inti MM Media terdiri dari penyiaran TV nasional Free-To-Air (FTA) dan bisnis konten. MM Media adalah jaringan penyiaran TV nasional FTA nomor 1 di Indonesia.

PT. MM Media Tbk didirikan sebagai perusahaan induk media pada tahun 1997 dan memulai operasional secara komersial pada 2001. Sejak saat itu, MM Media melakukan ekspansi secara pasti disektor media melalui investasi yang berkelanjutan termasuk melalui akuisisi data dan mendirikan bisnis baru. MM Media telah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia tahun 2007.

Saat ini, MM Media merupakan perusahaan multimedia terintegrasi yang terkemuka di Indonesia. MM Media mencapai posisi ini dengan menerapkan strategi yang efektif dan dihitung yang menghasilkan nilai bagi perusahaan dan pemegang saham. Dari tahun ke tahun MM Media mengalami perkembangan secara signifikan.

MM Media telah memberlakukan sistem reportase terintegrasi dimana seorang reporter diwajibkan bekerja untuk kelima media yaitu I TV, G TV, MM TV, R TV, dan TVcable MM News. Sebagaimana yang diungkapkan oleh informan ME, “Ada empat TV nasional yang dinaungi sama MM Media serta beberapa TVcable, ada MM News. Jadi ada lima TV yang kita harus penuhi segala perintah permintaan dari beberapa produser.”

Namun selain untuk ke lima TV hasil reportase reporter juga seringkali digunakan untuk media lain, misalnya radio dan online. Seperti pada saat terjadi peristiwa besar reportase tidak hanya untuk ke-empat TV plus satu TV cable, bahkan sampai radio pun ikut meminta *live report by sound*.

Dikatakan ST, “Waktu saya AFF itu benar-bener integrasinya sampai di radio, sampai di *online* semua minta transkrip itu benar-bener gimana ya, kayak setiap detik tuh

*handphone* ga berhenti berdering gitu ya pasti ada aja permintaanya itu sih yang lagi *hetic* banget, kalau lagi *hetic* karna semua TV dan bahkan radio juga kadang minta.”

Diberlakukan penerapan sistem integrasi di MM Media tak luput dari campur tangan perusahaan yaitu Kepala Divisi News Gathering. Orang yang bertanggung jawab atas penerapan sistem integrasi di MM Media. Adapun alasan diberlakukannya sistem integrasi yaitu untuk mengefisienkan semua tim liputan dan mempermudah tim liputan dalam mencari berita agar berita yang didapatkan lebih banyak dan mempermudah dalam biaya dengan memanfaatkan penggunaan alat SNG dan TVU.

Dikatakan GE, “Alasan dasar mengefisienkan semua tim liputan agar mempermudah tim liputan, jadi semua pengerahan liputan itu lebih mudah, karna timnya gak butuh banyak-banyak. Dampaknya semua berita kita dapat, lebih banyak berita, Kalau gak ada integrasi satu banyak, berapa biayanya. Jadi banyak yang diuntungkan seperti radio, TV apalagi *online*.”

Dengan demikian beban pekerja pers tidak hanya menyampaikan informasi dalam empat versi berita sesuai pesanan produser, tapi juga reporter dituntut untuk dapat memilah dan mengambil *angel* yang berbeda untuk setiap reportase sesuai dengan selera masing-masing produser.

Sebagaimana yang diungkapkan DA, “Nah kalau terintegrasi artinya seorang reporter harus bisa mengakomodir keinginan dari semua unit masing-masing televisi, misalnya R TV minta apa itu kita akomodir, I TV minta apa kita akomodir, G TV juga, MM TV juga semuanya. Nah emang pekerjaan kita akan terasa lebih berat banget di lapangan khususnya kalau *live*, kalau *live* dulu sebelum integrasi kita hanya *live* satu kali untuk unit televisi yang minta *live* aja. Misalnya *live* untuk I TV udah untuk I TV aja atau *live* untuk R TV udah untuk R TV aja. Tapi ketika integrasi bukan ga mungkin keempat TV itu minta *live*, nah ketika keempat TV itu minta *live* kita harus

akomodir juga atas nama MM Media itu setelah integrasi.”

Dari hasil observasi dan wawancara terdapat beberapa bentuk komodifikasi kinerja pekerja pers (reporter) di MM Media dalam pelaksanaan yaitu peliputan, proses pembuatan berita dan *live report* (laporan langsung).

Sebelum dilangsungkannya penayangan berita di ke empat TV yang ada di MM Media, yang pertama dilakukan reporter adalah peliputan. Peliputan dilakukan dalam satu tim, terdiri dari reporter, campers (*camera person*), apabila harus *live report* ditambahkan dengan satu *cameramen* dari TVU.

Setelah integrasi satu tim liputan anggotanya bisa dari TV lain, sehingga anggotanya tidak harus berasal dari stasiun TV yang sama. Seperti dikatakan RI, “Kita bisa jalan dengan teman TV lain, misalnya repoternya saya MM TV, setelah integrasi kita bisa di *mix* kerja dengan campersnya dari TV G atau dari I TV. Kalau dulu kan repoternya MM TV campersnya juga MM TV tapi kalau integrasi itu kita bisa *mix* dengan teman-teman TV lain.”

Hal senada dikatakan DA, “Saya anggaphlah saya reporter dari MM TV nah ketika di lapangan saya bisa saja jalan atau liputan dengan *cameramen* dari I TV gitu atau saya bisa saja liputan dengan *cameramen* dari MM TV begitu pun dengan G TV saya juga bisa jalan dengan *cameramen* G TV nah itu mungkin salah satu penerapan integrasi di lapangan.”

Dalam peliputan reporter ditugaskan mencari data atau informasi mengenai peristiwa yang sedang terjadi saat itu, sebelum melakukan peliputan, reporter mendapatkan listingan berita apa yang harus diliput melalui *email* atau *group chat* dari korlip masing-masing desk reporter tersebut. Peliputan beritapun kadang sesuai permintaan dari masing-masing produser keempat TV nasional di MM Media.

Intensitas permintaan peliputan yang begitu padat, terlalu banyak permintaan (sesuai selera produser) dan faktor tuntutan kecepatan,

tentunya menjadi beban yang cukup berat bagi reporter MM Media. Selain itu, pengambilan *angle* dan narasumber pun berbeda, misalkan I TV dan R TV hanya menyiarkan berita *hard news*, MM TV *hard news* dan *soft news*, berbeda dengan G TV yang hanya menyiarkan berita *soft news*.

Dikatakan ME, “Satu kali liputan kita bisa beberapa *angle* berita. Terus *livenya* bisa banyak, terus materi yang kita dapetin bisa banyak dan beritanya gak monoton, terus wawancaranya bisa banyak karna beberapa TV, yang aku tau kalau misalnya N udah pake narasumber A, berarti TV G bisa pakai narasumber B, R TV narasumber C jadi mereka juga produser di TV. Selain itu TV juga tidak hanya monoton *angle*-nya tapi mereka juga ingin main *angle*-nya jadi kita dituntut satu berita itu bisa membuat beberapa *angle* dan beberapa naskah dan beberapa narasumber.”

Berikutnya komodifikasi dalam proses pembuatan naskah berita yaitu setelah dilakukannya peliputan, tahap selanjutnya adalah proses pembuatan naskah yang nantinya diserahkan kepada *News Gathering* atau masing-masing produser program empat TV tersebut.

Proses pembuatan naskah apabila ada permintaan dari produser dalam satu bentuk dan tidak terlalu panjang bisa dijadikan satu naskah. Apabila berita tersebut berbeda bentuk seperti *hardnews* dan *softnews* tidak bisa dijadikan satu naskah, harus membuat naskah yang berbeda (*double* naskah). Dalam sehari reporter bisa menghasilkan banyak naskah untuk satu peliputan dikarenakan permintaan masing-masing stasiun TV yang menginginkan bentuk naskah yang berbeda.

Reporter bisa membuat satu naskah atau dibagi menjadi tiga sesuai dengan pesanan, misalnya penggrebikkan sama hasil olah TKP itu masuk ke *hardnews* dan kalau profile korban masuknya ke *softnews*. Tapi kalau bentuknya *hardnews-hardnews* jadi satu, tapi kalau *hardnews* sama *softnews* berarti dua.

Setelah dilakukannya proses pembuatan naskah, komodifikasi terjadi pada *live report*, apabila sang reporter mendapatkan *live report* selain membuat naskah juga dituntut melaporkan kejadian secara langsung dengan menggunakan alat TVU atau SNG dikarenakan keinginan masing-masing TV berbeda dalam soal *live report*.

Seperti halnya MM TV meminta reporter untuk melakukan *live report* sebaliknya MM Media hanya ingin reporter membuat paket berita saja. Untuk *live report* setiap harinya akan selalu ada. Baik untuk desk (bidang) metro ataupun desk sosial masyarakat dan lain-lain. Di listingan setiap harinya akan selalu ada *live report* untuk para reporter yang bekerja di MM Media, baik untuk kejadian besar atau tidak. Alasannya di MM Media ada TV khusus berita yaitu MM TV.

Selain *live report* reporter dituntut untuk memenuhi berbagai macam bentuk berita, dari *live report*, *live on the tape* (LOT) hingga wawancara *on came* dengan narasumber dan membuat paket berita yang dimana reporter tidak hanya *live report* tetapi juga peliputan seperti biasa. Agar semua kebutuhan ke empat TV terpenuhi.

## Kesimpulan

Dalam penyajian berita secara *live report* reporter mau tidak mau menyampaikan berita untuk ke empat TV di MM Media, tidak dapat dipungkiri hasil liputannya sama dan monoton dikarenakan durasi jeda waktu pemindahan dari TV A ke TV B hanya selang 20 detik yang mengakibatkan reporter melakukan pengulangan kata setiap laporan beritanya dan hanya dibedakan penyebutan untuk masing-masing redaksi.

Selain itu dalam penyajian berita secara paket berita reporter dituntut membuat naskah minimal tiga naskah berita untuk keempat TV, dikarenakan ada MM TV khusus TV berita, memberikan *angle* dan narasumber yang berbeda dikarenakan masing-masing kebutuhan empat TV di MM Media tidak sama.

Beban kerja reporter bertambah ketika ada kejadian besar reporter harus melakukan *live report (standupper)* dan juga melakukan *LOT, On Came*, dan membuat naskah berita *Package* dikarenakan masing-masing TV mempunyai keinginan dan kebijakan yang berbeda-beda. Sehingga banyak permintaan dari masing-masing TV, sementara diterjunkan ke lapangan hanya ada satu tim.

## Daftar Pustaka

- Gunawan, Iman. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif, Teori & Praktik*. Bumi Aksara: Bandung
- Harapan S Arifin. (2007). *Jurnalistik Televisi Teknik Memburu dan Menulis Berita*. Indeks: Jakarta
- Hartono, Dudi Iman. (2012). *Infotainment*. Akademia: Jakarta
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif (untuk ilmu-ilmu sosial)*. Jakarta: Salemba Humanika
- Kin, Robert. K. (2002). *Studi Kasus: Strategi Penelitian Kualitatif (SPK)*. Jakarta.
- M.A. Morrisian. (2008). *Manajemen Media Penyiaran; Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Media Grafika
- McQuail, Denis. (1987). *Teori Komunikasi Massa. Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mosco, Vincent. (2009). *The Political Economy of Communication. Second Edition*. Colifornia: SAGE Publications India Pvt Ltd.
- Pratama. (2016). *Integrasi dan Migrasi Sistem*. Informatika Bandung: Bandung
- Potter, Deborah. (2005). *Buku Pegangan Jurnalisme Independen*. Departemen Luar Negeri A.S.
- Wazis, Kun (2012). *Media Massa dan Konstruksi Realitas*. Malang: Aditya Media Publishing.
- Wijaya, Sri Herwindya Baskara, Firdastin Ruthnia Yudiningrum. (2016). *Meningkatkan Kecerdasan Bangsa Melalui Optimalisasi Penerapan Standar Kompetensi Wartawan*. Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Vol 1 (2): 97-101

## Undang-Undang

Kode Etik Jurnalistik (KEJ), Dewan Pers. (2011).

## Tesis

Madonna, Metha (2013). *Independensi Wartawan dalam Menghadapi Narasumber Pemasang Iklan (Studi Kasus: Komodifikasi Pekerja di Surat Kabar TOP)*. Jakarta: IISIP