

MEDIA MASSA DAN PERAN SARJANA MUSLIM

Kadri*

Abstrak

Kompleksitas dan dinamika hidup masyarakat kontemporer antara lain dilengkapi dengan kehadiran media massa di tengah dan menyertai kehidupan mereka. Media massa telah dan selalu menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, yang dimanfaatkan sebagai petunjuk yang baik sekaligus referensi kemungkaran. Menghentikan aktivitas media massa adalah hal yang mustahil. Namun meminimalisir efek negatif sekaligus memaksimalkan sisi manfaatnya adalah keharusan, untuk memberi jaminan hidup generasi yang lebih baik dari hari kehari. Sarjana muslim adalah salah satu elemen masyarakat yang dapat berperan banyak dalam mengkonstruksi arah peradaban. Eksistensi dan karakter media massa mesti disikapi secara bijak oleh sarjana muslim, dengan mengoptimalkan berbagai peran strategis yang bisa mereka lakukan untuk dapat menjadikan media massa sebagai penuntun umat ke arah kehidupan dan masa depan yang baik.

Kata Kunci:

Media Massa, Televisi, Dampak Negatif,
Manfaat Positif, Sarjana Muslim

*Penulis adalah Dosen Tetap Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Mataram.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi merupakan salah satu indikator utama era globalisasi yang saat ini tengah berlangsung. Inovasi-inovasi di bidang teknologi komunikasi terus berlangsung, sehingga manusia selalu dimanjakan dengan suguhan produk baru yang dilahirkan dari rahim teknologi komunikasi. Berkat siaran media massa, kebutuhan informasi kita selalu terpenuhi, sehingga tidak ada momen yang berlangsung di seantero alam ini terlewatkan. Teknologi komunikasi berkontribusi menyulap dunia layaknya desa/kampung global (*global village*).

Media massa merupakan salah satu produk teknologi komunikasi yang paling sering bersentuhan langsung dengan masyarakat. Sangat jarang ditemukan sebuah rumah tanpa media massa. Minimal ada satu media massa yang selalu dikonsumsi masyarakat dalam kesehariannya. Televisi misalnya, rata-rata dikoleksi oleh masyarakat, dan bahkan di beberapa rumah mengoleksi lebih dari satu pesawat televisi. Televisi telah menjadi salah satu 'anggota keluarga' dari setiap rumah tangga. Sebagai 'makanan' harian yang menjadi selera universal manusia sejangat, televisi khususnya dan media massa umumnya selalu dinikmati setiap saat, mulai dari bangun tidur hingga seseorang tidur kembali. Nikmatnya 'menu-menu' yang disuguhkan media massa terkadang membuat pemirsa 'ketagihan' dan merasakan sesuatu yang kurang apabila belum mencicipinya. Namun tidak banyak yang sadar bahwa dibalik 'kelezatan' menu yang disuguhkan media massa, terdapat 'racun' yang berefek segera dan berefek jangka panjang.

B. Dampak dan Manfaat Media Massa

Sejatinya, media massa berfungsi sebagai pemberi informasi, pendidik dan penghibur. Fungsi ini merupakan peran 'normatif' yang telah dipahami oleh semua pelaku media massa. Masyarakat sebagai konsumen media tentu menginginkan fungsi tersebut dapat memberi kontribusi yang maksimal bagi kehidupannya. Namun, ekspektasi tersebut terkadang bertentangan dengan kepentingan para sponsor media, yang nota bene sebagai sumber energinya.

Media massa tidak hanya memberikan ruang diplomasi virtual tetapi juga merasuki ruang kesadaran individu untuk menanamkan nilai dan budaya baru. Oleh karena itu, berhadapan dengan media tanpa sikap kritis dan cerdas memungkinkan pemirsa terjerumuskan ke dalam dampak negatifnya. Tingkat kesiapan dan keterdidikan masyarakat kita yang masih rendah sangat rentan akan godaan dan dampak negatif tersebut, terutama kelompok anak-anak dan remaja, yang belum memiliki filter yang cukup dan masih mencari identitas dirinya.

Pada dasarnya media massa seperti televisi merupakan 'makhluk' yang tidak terlalu hegemonik, karena eksistensi manusia masih lebih dominan dalam memperlakukannya. Efek media massa terkait dengan niat dan hasrat kita yang mengkonsumsinya. Ketika kita hasratkan sebagai mitra untuk mengembangkan dan memperbaiki diri, kita bisa belajar banyak dari media massa. Sebaliknya bila diniatkan untuk belajar hal yang mungkar, juga tersedia di setiap media massa kita. Masalahnya adalah bagaimana dengan anak-anak yang belum memiliki daya selektif maksimal ketika berinteraksi dengan media massa.

Terciptanya *habituation* merupakan efek jangka panjang dari suguhan media massa yang tidak mendidik. Sinetron dan acara yang bermuatan kekerasan lainnya dalam televisi

misalnya, berpeluang membuat seseorang terbiasa dengan iklim kekerasan dan kriminal, sehingga mereka menjadi tidak peka, permissif, dan toleran terhadap kekerasan itu sendiri. Kekerasan yang ditonton oleh anak di layar kaca membuat mereka menginternalisasi nilai-nilai kekerasan dan berpikir bahwa kekerasan merupakan hal yang lumrah. Berangkat dari persepsi tentang kekerasan yang keliru seperti inilah, seorang anak menampilkan kekerasan dan berbicara dengan kata-kata yang kasar tanpa disertai perasaan bersalah.

Beberapa tayangan sinetron dengan tema remaja juga cenderung menampilkan gaya hidup hedonis, bahasa dan gaya pergaulan kurang etis, yang sungguh tidak mencerminkan perilaku religius dan moralis sebagai anak yang hidup di negeri beradab. Wajah sinetron kita juga cenderung melakukan simplifikasi dan penyederhanaan realitas. Ketergantungan yang besar terhadap suguhan acara televisi dapat membuat anak kita menjadi generasi yang pasif dan kurang kreatif, dan juga anak-anak kita menjadi miskin akan pengalaman-pengalaman empirik.

Tayangan dan film/sinetron yang bermuatan unsur kekerasan dan pornografi bukan hanya terlihat dalam sinetron bersegmen remaja, tetapi juga pada film bersegmen anak-anak. Film kartun *Tom & Jerry* misalnya, dinilai tidak edukatif bagi anak, karena adegan pukul memukul antara musuh bebuyutan tikus dan kucing dalam film tersebut hanya mengajarkan kekerasan. Dengan efek behavioralnya, tayangan-tayangan kekerasan di televisi memungkinkan anak untuk bersikap imitasi atau meniru adegan yang ada dalam televisi. Kita masih ingat tragedi tewasnya pelajar beberapa tahun silam akibat 'digulat' oleh temannya yang terinspirasi oleh acara *smackdown* pada salah satu stasiun televisi swasta.

Efek negatif media juga tercipta ketika beberapa pemirsa menhasratkan untuk belajar kejahatan di dalamnya. Rakhmat¹ mensinyalir bahwa media massa tidak hanya berdampak kognitif tetapi juga behavioral. Pengaruh ini memungkinkan pemirsa televisi melakukan imitasi terhadap segala sesuatu yang ditontonnya. Asumsi ini mengingatkan kita akan modus-modus kejahatan yang terjadi di tanah air. Meskipun tidak ada penelitian ilmiah yang dilakukan, tetapi pernyataan pelaku yang diwawancarai mempertegas bagaimana mereka belajar kejahatan dari televisi. Pelaku mutilasi di Bis Maya Sari Bakti Jakarta misalnya mengakui melakukan kejahatan tersebut karena terinspirasi dari kasus Rian (penjagal dari Jombang) yang memang *di block up* secara massif oleh media massa. Bahkan begitu bangganya media massa menamakan tayangan eksklusif ketika berhasil mendapatkan moment yang spesial tentang Rian.

Tidak semua suguhan media massa dipenuhi unsur mudorat, karena terdapat banyak manfaat (sisi positif) yang dapat diambil dari media massa sehingga media massa dapat diperankan sebagai guru sosial-nya publik. Orang tua juga harus terus menjadikan rumah sebagai sarana pendidikan informal bagi anak, termasuk menjadikan ruang tempat televisi berada sebagai 'ruang kelas' dengan terus mengontrol dan mendampingi sang anak di saat menonton televisi sembari mendiskusikan dan menjelaskan tentang perihal acara dan tontonan yang sementara disimak. Pendidikan formal yang berlangsung di sekolah juga diharapkan mendukung upaya orang tua untuk menjaga anak dari pengaruh negatif tayangan televisi, apalagi sebagian praktik imitasi kekerasan yang ditonton anak di televisi berlangsung saat atau pada jam sekolah. Lewat upaya kolaboratif seperti ini, diharapkan anak dan generasi muda kita bisa menjadi pemirsa yang selektif dan kritis sehingga mereka

¹Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 2005), 273

bisa menjadikan televisi sebagai salah satu 'lembaga' pendidikan bagi masa depannya.

C. Optimalisasi Aspek Positif Media Massa (Televisi)

Kesadaran akan adanya dampak negatif dari televisi mengharuskan kita untuk mencari solusi terbaik untuk mengatasinya. Tidak mungkin kita harus membiarkan anak dan generasi kita dinabobokan oleh tontonan-tontonan yang tidak edukatif, sebagaimana tidak mungkin media televisi untuk berhenti siaran. Di saat ketidakberdayaan pemerintah dan lembaga terkait membuat regulasi yang bisa memaksa industri media untuk tampil lebih sopan, peran orang tua sebagai pendidik di rumah tangga sangat strategis untuk meminimalisir dampak televisi bagi sang anak. Oleh karena itu, ada beberapa hal yang dinilai bijak dilakukan orang tua:

Pertama, mengatur jumlah dan posisi televisi di rumah. Kebijakan ini memberi kesempatan orang tua untuk bisa mengontrol tradisi menonton anak, karena orang tua akan sulit memantau apabila televisi berada pada masing-masing ruang *private* seperti kamar tidur, dan anak lebih bebas menonton apa saja yang diinginkannya. Untuk menekan selera dan kebiasaan menonton televisi, sedapat mungkin televisi ditempatkan pada ruang yang kurang strategis dan menarik bagi anggota keluarga. Pada rumah keluarga yang sangat 'benci' dengan dampak negatif televisi, biasanya pesawat televisi yang mereka miliki ditempatkan pada gudang atau tempat yang dianggap kurang menarik dalam rumahnya, bukan pada ruang keluarga yang dialasi dengan meja dan lemari mewah sebagai salah satu perabot dan hiasan rumah. Ruang keluarga yang seharusnya sebagai tempat berkumpul dan bercengkrama antara ayah, ibu, dan anak telah diganggu oleh acara-acara sinetron dan *reality show* yang pada dasarnya menanamkan ideologi kapitalis dan nilai-nilai antisosial.

Kedua, mengidentifikasi karakteristik tontonan. Orang tua harus dapat membedakan mana acara yang layak dan tidak bagi sang anak. Berdasarkan manfaat dan mudhorat bagi anak, tayangan bersegmen anak di televisi dapat dikategorikan menjadi tiga; "acara hijau", "acara kuning", dan "acara merah". Acara televisi dikategorikan hijau apabila tidak mengandung adegan kekerasan, seks, dan mistis. Acara anak dengan kategori ini dapat ditonton sendiri oleh anak tanpa harus ditemani orang tua. Orang tua baru 'diwajibkan' menemani di saat anak nonton acara dengan kategori kuning, karena isinya yang relatif sedikit mengandung adegan kekerasan, seks, dan mistis. Sedangkan acara dengan kategori merah 'haram' disaksikan oleh anak, karena didominasi oleh adegan kekerasan, seks, dan mistis yang sangat vulgar.

Ketiga, mendampingi sambil mendidik. Setelah dapat mengidentifikasi kategori acara televisi yang layak atau tidak ditonton oleh anak, orang tua sedapat mungkin mendampingi anak di saat mereka berada di depan pesawat televisi. Selain untuk mengontrol tontonan anak, orang tua juga dapat berdiskusi tentang acara yang sedang ditonton sembari menjelaskan makna dan manfaat acara tersebut bagi sang anak. Kehadiran TV kabel dengan berbagai *channel* televisi (dalam dan luar negeri) akhir-akhir ini makin membuka peluang bagi anak kita untuk mencicipi tontonan yang berbau kekerasan, seksualitas, dan tayangan-tayangan amoral lainnya. Pengawasan ekstra dari orang tua mutlak dilakukan sembari memberi penjelasan yang rasional dan bijak akan eksistensi dan manfaat suatu program televisi bagi sang anak.

Keempat, menjadi pemirsa yang selektif dan kritis. Ketiga upaya yang dijelaskan di atas apabila dilaksanakan secara maksimal, maka secara otomatis akan membentuk komunitas pemirsa yang kritis dan selektif terhadap televisi. Hanya pemirsa yang selektif dan kritis terhadap acara televisi-

lah yang dapat secara bijak memaknai eksistensi dan kehadiran televisi di tengah anggota keluarganya, dengan terus-menerus menekan dan meminimalisir dampak negatif dari televisi. Ketika komunitas pemirsa (terutama dari kalangan orang tua) sudah mulai selektif dan kritis terhadap tayangan media, maka mereka akan menjadi komunitas yang kuat untuk mengadakan 'perlawanan' terhadap pihak-pihak terkait yang dianggap bertanggungjawab pada sebuah siaran televisi. Sebagai contoh, komunitas pemirsa kritis dapat mendatangi Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) untuk menyampaikan keberatan atas sebuah tayangan yang tidak mendidik. Atau komunitas pemirsa kritis secara kekeluargaan mendatangi dan berkomunikasi menggunakan 'hati nurani' dengan pengelola atau operator TV kabel untuk memintanya menghapus *channel* TV yang mempertontonkan kekerasan dan seksualitas.

D. Sarjana Muslim dan Pemanfaatan Media Massa

Kemajuan dan inovasi teknologi informasi, terutama media massa laksana bola salju, yang terus bergulir, makin lama makin besar dan tidak terelakkan. Namun masalahnya adalah bukan bagaimana menolak dan menghindarinya, tetapi bagaimana menyikapi, menyiasati dan memanfaatkannya demi membangun kehidupan dan peradaban yang lebih baik, tanpa tercerabut dari akar lokalnya. Umat Islam sebagai bagian masyarakat dunia tidak mungkin dapat mengelak dari arus dan perkembangan tersebut, apalagi jika ingin *survive* dan berjaya di tengah perkembangan dunia yang kian kompetitif. Masa depan umat antara lain diamanatkan kepada para sarjana muslim. Oleh karena itu media massa harus dapat diwarnai oleh sarjana muslim agar content-nya bernuansa Islam, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembinaan umat.

Minimal ada tiga peran yang bisa dilakoni sarjana muslim ketika hendak menjadikan media massa sebagai sarana membangun umat.

Pertama, Sarjana muslim harus menjadi bagian dari manajemen media. Peran ini bisa mengantarkan sarjana muslim sebagai figur yang memiliki peran strategis dalam menentukan corak dan *performance* media massa. Peran ini penting mengingat pekerjaan media adalah pekerjaan mengkonstruksi realitas. Pandangan seperti ini menurut Eriyanto², diklaim oleh kelompok konstruktivis. Realitas yang diberitakan oleh media dalam pandangan kaum konstruktivis bersifat “subyektif”. Realitas itu hadir karena dihadirkan oleh konsep subyektif pekerja media. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari pekerjanya. Dengan demikian tidak ada realitas yang obyektif, yang dapat dicomot saja oleh sang wartawan.

Realitas pada dasarnya dikonstruksi oleh masing-masing pekerja media. Oleh karena itu, apabila dalam kenyataannya terdapat keragaman realitas yang ditampilkan oleh media, maka hal tersebut lebih disebabkan oleh adanya cara konstruksi yang berbeda dari masing-masing pekerja mereka tentang realitas yang dilihatnya. Media dalam pandangan kaum konstruktivis tidak lebih sebagai “agen konstruksi”.

Untuk menjalankan fungsinya sebagai agen konstruksi, media mempunyai standar dan mekanisme kerja tersendiri, seperti penentuan narasumber (actor), realitas yang ditampilkan, otoritas untuk melakukan pengeditan, termasuk menambahkan atau mengurangi content yang akan ditampilkan. Shoemaker dan Reese³ dalam model *Hierarchy of influence*-nya menyebut pengaruh individu pekerja media sebagai

²Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2002), 19

³Pamela Shoemaker dan Stephen D. Reese, *Mediating the Message* (New York: Long Man, 1991), 84

salah satu aspek yang mempengaruhi kecenderungan dan orientasi media. Pemilik media (manajemen media) mempunyai kontribusi yang tidak sedikit dalam memberikan kontrol terhadap orientasi suatu institusi media. Pemilik media, oleh McQuail⁴ dikategorikan sebagai salah satu kekuatan sosial (di samping kekuatan-kekuatan lainnya) yang mempengaruhi organisasi media.

Gambaran di atas semakin mempertegas betapa strategisnya peran pekerja media dalam mengkonstruksi realitas dan tampilan media massa. Sarjana muslim harus berani berkompetisi untuk menjadi pekerja media massa, apalagi peluang dan kesempatan selalu terbuka. Lahirnya UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran telah banyak membuat demokratisasi komunikasi dan penyiaran. Hak-hak lokal (daerah) dalam bidang penyiaran senantiasa diakomodir, karena rakyat lokal yang memiliki frekwensi terbatas yang digunakan oleh radio dan televisi. Sebagai tindak lanjut dari Undang-undang tersebut, diformulasikan sebuah kebijakan yang terkait dengan *sharring* siaran nasional dan lokal bagi televisi. Stasiun televisi nasional tidak lagi secara bebas menyiarkan siaran yang seragam untuk seluruh wilayah Indonesia. Mereka (televisi swasta nasional) harus menerapkan aturan Sistem Siaran Berjaringan (SSB), dengan membangun stasiun televisi berjaringan di daerah. SCTV misalnya, diharuskan membangun jaringan SCTV NTB, dengan pembagian konten tayangan; 80 % acara bermuatan lokal NTB dan 20 % sisanya dialokasikan untuk siaran nasional.

Kebijakan ini mesti dibaca sebagai peluang strategis bagi mahasiswa dan sarjana muslim, yang harus disikapi secara akademik dan profesional, termasuk oleh seluruh civitas akademika, dengan mendesain kurikulum yang relevan, termasuk

⁴Dennis McQuil, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Alih bahasa Agus Dharmawan dan Amiruddin, (Jakarta: Erlangga, 1987), 142

mengundang dosen-dosen yang profesional di bidangnya. Tradisi-tradisi akademik harus dikonstruksi sedemikian ilmiahnya agar atmosfir ilmiah-akademik senantiasa menghembus di lingkungan kampus, sehingga akan memberi dampak bagi terciptanya atau tercetaknya sarjana sosial Islam yang siap bersaing dan memiliki semangat kewirausahaan dan kemandirian. Keterampilan-keterampilan praktis di bidang komunikasi dan penyiaran serta pengembangan masyarakat harus terus digalakkan seiring dengan pengetahuan dan ilmu teoritis yang telah mereka dapatkan.

Kebijakan akademik yang baik dari kampus harus diikuti oleh adanya kreativitas mahasiswa. Mahasiswa harus sadar bahwa untuk menjadi alumni yang sukses memasuki dunia kerja, tidak cukup dengan Indeks Prestasi (IP) yang tinggi, tetapi harus didukung oleh keterampilan yang terkait dengan jurusan masing-masing. Kuncinya adalah dengan memberanikan diri untuk melatih dan terlibat dalam kegiatan-kegiatan penunjang di kampus, seperti menjadi pengelola (penyiar dan reporter) radio kampus atau menjadi wartawan di media cetak kampus, atau menjadi aktivis yang sukses. Strategi ini dimaksudkan sebagai langkah awal untuk membenahi diri sebelum menjadi penyiar atau wartawan yang sebenarnya, atau sebelum mengikuti kompetisi atau audiensi pekerja media massa yang sesungguhnya yang tentunya lebih kompetitif.

Kedua, sarjana muslim harus menjadi narasumber media massa. Meskipun tidak sestrategis peran yang pertama, tetapi peran ini cukup kontributif bagi upaya menciptakan media massa yang lebih baik. Tetapi tantangan untuk sampai pada posisi ini jauh lebih berat, apalagi ketika media massa mensyaratkan kualifikasi yang ketat/tinggi bagi narasumbernya. Idealnya, untuk sampai pada posisi ini dibutuhkan proses panjang yang dimulai dari bangku kuliah. Selama menjadi warga kampus mahasiswa muslim harus membangun tradisi tulis dan

berbicara yang baik. Kampus telah mewedahi sarana untuk pengembangan diri tersebut. Menulis atau berceramah juga mesti dimulai dari media yang kecil, seperti majalah dinding, bulletin jurusan, sebelum merambah ke media-media yang berlevel local maupun nasional. Budaya komunikasi ujaran juga dapat diawali dari aktif berdiskusi di kelas, ceramah di kelompok terbatas seperti organisasi intra dan ekstra kampus, kultum di pengajian dan majelis Islam lainnya, sebelum merambah menjadi narasumber atau penceramah di radio atau televisi lokal dan nasional.

Untuk mengisi konten di media massa, bisa dilakukan dengan aktif-kreatif tanpa harus menunggu diundang oleh pemilik media massa. Mahasiswa dan sarjana muslim harus kreatif untuk mendesain program-program yang menarik. Untuk itu dibutuhkan kreatifitas dan semangat kewirausahaan dengan membangun wadah kreatif seperti *Production House* (Rumah Produksi) yang akan memproduksi berbagai paket acara untuk dijual ke beberapa stasiun televisi atau radio yang sebentar lagi akan ‘menyerbu’ daerah kita. Sarjana tarbiyah misalnya, dapat menkonstruksi atau membuat paket-paket pendidikan islami, atau sarjana Syari’ah, dapat mendesain paket kesadaran hukum yang bisa ditawarkan ke stasiun televisi. Apalagi dengan sarjana dakwah yang telah dibekali dengan ilmu khusus tentang komunikasi massa, pasti dapat melakukan hal tersebut dengan penuh kreatifitas.

Ketiga, sarjana muslim harus menjadi pemodal media. Media tanpa dukungan modal tidak akan bisa jalan. Oleh karena itu relasi antara media massa dengan pemilik modal seperti dua sisi mata uang. Era globalisasi yang ditandai dengan perkembangan teknologi informasi, telah menggairahkan industri media. Prospektifnya bisnis media massa telah menjadi daya tarik sendiri bagi para pengusaha. Pengusaha tidak hanya sekedar menggunakan media sebagai tempat mengiklankan

produk dan usaha mereka saja, tetapi beberapa pengusaha juga telah membeli dan memiliki perusahaan media. Lim Sioe Liong misalnya dengan *Indosiar*-nya, atau Surya Paloh dengan harian *Media Indonesia* dan *Metro TV*, serta beberapa pengusaha lainnya.

Oetama⁵ mengatakan bahwa sistem sosial ekonomi baru, mempengaruhi pertumbuhan pers Indonesia. Sistem ekonomi berencana yang berlaku setelah tahun 1969 memberikan tempat yang besar dan kuat kepada sistem ekonomi pasar, bahkan juga kepada sistem pasar internasional. Bagian substansial dari sistem ekonomi pasar ialah persaingan produk, promosi, periklanan. Bisnis iklan berkembang, dan media massa adalah salah satu mimbar untuk menampung promosi lewat iklan.

Fenomena intervensi pemodal dalam kebijakan pemberitaan pers telah menjadi masalah klasik dalam dunia pers. Dr. John C. Merrill⁶ dalam bukunya *The Imperative of Freedom, A Philosophy of Journalism Autonomy*, telah jauh hari mengatakan bahwa kebebasan dan independensi pers dalam melaksanakan tugasnya ditekan oleh kepentingan ekonomi yang menguasai pers itu sendiri. Kovach dan Rosenstiel⁷ juga mengutip pengalaman Tom Johnson (mantan penerbit *Los Angeles Times* dan presiden *Cable News Network*) yang melihat bagaimana para pemilik media, dan pemilik modal mengintervensi dan merumuskan berita yang harus diturunkan.

Nimmo⁸ menyebut tiga pengaruh dari masuknya faktor ekonomi dalam pembuatan berita. *Pertama*, alokasi ruang dan waktu. Besar dan kecilnya iklan yang dimuat oleh suatu media akan memberi pengaruh terhadap kuantitas berita yang ada

⁵Jakob Oetama, *Perspektif Pers Indonesia* (Jakarta: LP3S, 1987), 27

⁶Pandangan John C. Merrill dikutip oleh Jakob Oetama dalam *Ibid*, 31

⁷Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Penerjemah Yusi A. Pareanom, (Jakarta: Pantau, 2003), 75

⁸Dan Nimmo, *Komunikasi Politik: Komunikator, Khalayak, dan Efek*, (Bandung: Rosda Karya, 2000), 227-228

dalam media tersebut. Sebagai usaha ekonomi, setiap institusi media menyediakan ruang dan waktu yang lebih banyak bagi pemasang iklan. *Kedua*, mempengaruhi mutu pemberitaan. Besarnya mutu dan tingkat staf organisasi berita, sangat tergantung pada berapa banyak orang yang dapat diperkerjakan oleh suatu media. Banyak dan tidaknya pekerja media, sangat ditentukan oleh berapa banyak pendapatan (termasuk dari iklan) dari media yang bersangkutan. Dan *ketiga*, faktor ekonomi memainkan peran yang penting dalam berbagai jenis kepentingan khusus yang diwakili dalam kepemilikan media. Pemilik media mempunyai wewenang untuk mengontrol berita surat kabar bagi kepentingan mereka sendiri.

E. Penutup

Gambaran di atas mempertegas begitu strategisnya modal bagi suatu usaha kebaikan. Artinya, ketika sarjana muslim menjadi jutawan atau kaya, maka usaha di bidang media massa adalah suatu bisnis yang mesti dilirik karena efeknya bagi pengembangan umat begitu besar, sebesar jangkauan siaran media massa yang tersebar.

Daftar Pustaka

- Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LkiS, 2002)
- Kovach, Bill dan Tom Rosenstiel, *Sembilan Elemen Jurnalisme* Penerjemah Yusi A. Pareanom (Jakarta: Pantau, 2001)
- McQuil, Dennis, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Alih bahasa Agus Dharmawan dan Amiruddin (Jakarta: Erlangga, 1987)

- Mulkan, Dede. “Sehari Tanpa Televisi”, *Artikel* dimuat oleh Harian Pikiran Rakyat, tanggal 18 Oktober 2006
- Nimmo, Dan, *Komunikasi Politik: Komunikator, Khalayak dan Efek* (Bandung: Rosda, 2000)
- Oetama, Jakob, *Perspektif Pers Indonesia* (Jakarta: LP3S, 1987)
- Shoemaker, Pamela dan Stephen D. Reese, *Mediating the Message* (New York, Long Man, 1991)
- Sobur, Alex, *Analisis Teks Media* (Bandung, Rosda, 2002)
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 2005)