

aksi. Bahkan, semua sistem ini disarati dengan *hyper-commercialism*, komodifikasi terhadap semua ranah kehidupan.

Terhadap dampak globalisasi telah muncul berbagai respons baik dari gerakan protes di tingkat global maupun local, yang pada gilirannya juga telah melahirkan sejumlah media alternatif di banyak negara.⁴ Momentum kesejarahan untuk melakukan perlawanan terhadap dampak globalisasi itu semakin terbuka dengan munculnya berbagai aliansi gerakan pada jenjang global dan nasional, khususnya yang bertujuan melakukan demokratisasi ekonomi serta merekonstruksi pasar agar lebih sesuai dengan kepentingan publik. Aliansi gerakan antarnegara dan gerakan demokratisasi akar-rumput (*grass-root*) yang bersikap kritis terhadap kebijakan neo-liberalisme dan liberalisasi perdagangan dunia serta praktik-praktik lembaga semacam IMF dan Bank Dunia memperlihatkan adanya momentum tersebut.

Perlawanan itu muncul dalam berbagai bentuk. Sebutlah salah satu contoh cukup terkenal dan dianggap sebagai penggalan paling akhir dari sejarah panjang jurnalisme alternatif (di AS), adalah kelahiran Independent Media Centre. Ketika Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) bertemu di Seattle pada November 1999, ratusan jurnalis dan ribuan pemrotes berkumpul di kota tersebut. Para jurnalis mewakili sejumlah organisasi media korporat, sementara pemrotes mewakili kelompok kepentingan berbeda yang menentang WTO dan kebijakannya.

Merasa khawatir bahwa organisasi-organisasi berita besar akan gagal meliput protes WTO secara memadai, sekelompok aktivis media di Seattle merencanakan sebuah pendekatan provokatif. Pada bulan-bulan ketika

pertemuan WTO berlangsung, mereka membentuk Independent Media Centre (atau *Indymedia*). Mereka menggalang donasi, mengorganisasi sukarelawan, membuat sebuah situs (<http://www.indymedia.org/>), dan merancang sebuah ruang berita dengan komputer, jaringan Internet, sistem penyuntingan digital, dan *streaming audio dan video*. Ketika WTO digelar, *Indymedia* menyediakan bagi para jurnalis-sukarelawan sebuah ruang untuk menempatkan berita, foto, dan video protes dan mengunggahnya ke situs.

Sudah tentu masih banyak contoh protes yang muncul dalam menanggapi dan menentang dampak globalisasi dan kapitalisasi media yang disuarakan oleh warga atau komunitas di sejumlah negara lewat berbagai media alternatif. Media-media kecil yang muncul secara sporadis di berbagai tempat di belahan dunia seakan menggemakan suara yang sama: perlawanan terhadap globalisasi dan tirani yang ditimbulkannya. Namun, anehnya, di beberapa negara dengan rezim pemerintahan yang tertutup, proses globalisasi pula yang membuka selubung ketertutupan itu dan pada akhirnya melahirkan kebangkitan kekuatan rakyat yang tak jarang juga menggunakan media alternatif untuk melawan rezim yang dipandang tertutup itu.

Media Alternatif dan Demokratisasi di Indonesia

Bagaimana dengan kondisi di Indonesia? Di tanah air juga berlangsung konstruksi kekuatan-kekuatan global yang ikut memengaruhi kebijakan media dan pengelola media di Tanah Air, untuk menerima kebijakan-kebijakan yang memberikan peluang bagi pemilik kapital global untuk menanamkan kepentingan di Indonesia. Sebagai bagian dari proses liberalisasi ekonomi global, kebebasan pers di Indonesia amat mungkin akan semakin mengarah pada suatu kebebasan pers yang berpihak pada kepentingan ekspansi dan akumulasi modal, dan karenanya tidak dengan sendirinya fungsional bagi proses demokratisasi yang mensyaratkan peran media sebagai bagian dari suatu *public sphere* bagi pertumbuhan sebuah masyarakat madani.

4 Beberapa kajian akademis telah menunjukkan gejala ini, lihat, misalnya, J. Downing (2002). *Community Radio at the Beginning of the 21st Century: Commercialism vs. Community Power*. Dalam N.W. Jankowski & O. Prehn (eds.), *Community Media in the Information Age*. New Jersey: Hampton Press; A.G. Dagnon (2004). *The Long and Winding Road of Alternative Media*. Dalam J.D.H. Downing, D. McQuail, P. Schlesinger, & E. Wartella (eds.), *The Sage Handbook of Media Studies*. Thousand Oaks, CA: Sage; C. Fairchild (2010). *Social Solidarity and Constituency Relationships in Community Radio*. Dalam K. Howley (ed.), *Understanding Community Media*. Los Angeles: Sage; E. Jurriens (2003). *Radio Komunitas di Indonesia: 'New Brechtian Theatre' di Era Reformasi?* Dalam *Jurnal Antropologi Indonesia*, 72, E. Jurriens (2009). *From Monologue to Dialogue: Radio and Reform in Indonesia*. Leiden: KITLV Press; A. O'Connor (1990). *The Miners' Radio Station in Bolivia: A Culture of Resistance*. Dalam *Journal of Communication*, 40 (1).

Tak heran kalau isu-isu seperti transnasionalisasi, internasionalisasi, atau Amerikanisasi gaya hidup serta imperialisme budaya mencuat bersamaan dengan munculnya sejumlah media transnasional atau beberapa media *franchise* di Indonesia yang sebagian besar dikuasai oleh jaringan kapitalisme media global.

Tekanan pasar ini secara sistematis berpotensi memengaruhi kualitas kebebasan pers dan kandungan pemberitaan pers itu sendiri. Beralasan kalau kemudian muncul kekhawatiran umum, misalnya, menyangkut isu-isu yang ditampilkan media akan cenderung menjadi serbaseragam. Meski memang belum banyak riset mendalam menyangkut dampak konsentrasi kepemilikan media terhadap corak isi atau sajiannya. Namun, dari sejumlah riset terbatas terdapat kecenderungan bahwa konsentrasi kepemilikan salah satunya berdampak pada keseragaman isi media. Proses penyeragaman atau homogenisasi isi media ini bisa dilihat pada acara-acara TV di Tanah Air yang sering sangat mirip sehingga sulit untuk dibedakan. Demikian pula dalam berbagai program berita yang isinya boleh dikatakan hampir sama pula.

Dalam konteks demokratisasi, globalisasi media dan homogenisasi isi media ini dipandang bisa berakibat melenyapkan pluralitas atau keberagaman yang dibutuhkan bagi tumbuhnya wacana-wacana alternatif dalam ruang media. Karena itu, perkembangan media alternatif menjadi logis dan penting dalam rangka memberikan ruang bagi suara-suara alternatif yang tidak memiliki tempat di media umum atau arus-utama (*mainstream media*) yang sebagian besar dikuasai oleh korporasi media besar tadi.

Apa itu media alternatif? Apa sebetulnya tujuan pembentukan media alternatif? Apa saja bentuknya? Tentu tak ada satu penjelasan cukup memuaskan untuk melukiskan berbagai tipe penerbitan atau sumber informasi yang berada di luar penerbitan arus-utama ini. Ada yang menyebut media jenis ini sebagai media atau penerbitan *independent, disiden, radikal, underground, subversif, non-korporat, progresif, akar-rumput (grassroots), aktivis, anarkis, kecil, pinggiran, etnik, subkultur, komunitas, dan alternatif*.

Dalam sejumlah pembahasan teoretis mengenai media alternatif, ada pandangan misalnya, yang melihat bahwa media jenis ini muncul sebagai respons atau reaksi terhadap kapitalisasi media dan dominasi media arus-utama dalam ruang pemberitaan. Dalam hal ini, media alternatif menjadi suara alternatif di tengah suara-suara media arus-utama yang dikontrol oleh media korporat.⁵ Media alternatif mencoba menyuarakan dialog publik dan memberi ruang bagi kaum pinggiran atau marjinal di tengah-tengah dominasi wacana arus-utama.

Tim O'Sullivan (1994), misalnya, mendefinisikan media alternatif sebagai bentuk komunikasi massa yang dipandang menolak atau menentang politik yang mapan dan terlembagakan, dalam pengertian bahwa mereka semua menyokong perubahan dalam masyarakat, atau sekurang-kurangnya melakukan penilaian kritis terhadap nilai-nilai tradisional. Karena itu, media alternatif juga sering disebut sebagai media "radikal" atau media "bawah-tanah", lantaran sering bersikap kritis dan berseberangan dengan produksi berita arus-utama, dengan merepresentasikan doktrin-doktrin sosial dan politik yang terletak di luar batas-batas yang didefinisikan oleh konsensus.

Dalam berbagai momen, media alternatif menjadi kekuatan pro-demokrasi yang bergerak di bawah tanah dan menggalang suara alternatif untuk menumbangkan kekuasaan tiranik. Media alternatif biasanya digerakkan oleh berbagai gerakan politik akar-rumput, bawah tanah, kelompok radikal, komunitas etnik, atau subkultur, yang bermaksud memberikan "suara lain" dalam ruang publik. Sebagai media perlawanan, ia melawan hegemoni pemberitaan dan sumber berita yang menopang *status quo*. John D.H. Downing menyebut media radikal sebagai media "*that is generally small-scale and... that expresses an alternative vision to hegemonic policies, priorities and perspectives*".⁶

⁵ Nancy Kranich, misalnya, mengemukakan, "*alternative*" is the term "most apt" to describe small and independent publishers since these publishers "counterbalance the corporate media". Lihat Kranich, Nancy. "A Question of Balance: The Role of Libraries in Providing Alternatives to the Mainstream Media." *Collection Building* 19.3 (2000): 85 - 90.

⁶ John Downing, *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 2001:v.

Banyak bentuk media alternatif yang muncul dalam berbagai latar sosial politik dan konteks masyarakatnya, baik dalam menanggapi serbuan kapitalisasi media korporat maupun dalam berhadapan dengan kekuasaan politik yang dianggap korup dan menindas. Tak heran kalau kemudian muncul berbagai media alternatif baik mengacu pada isi, cakupan, gaya penulisan, maupun sistem distribusi yang secara konsisten berbeda dari lingkungan media dominan atau media arus-utama.

Lalu, bagaimana peran media alternatif dalam proses demokratisasi di Indonesia di tengah kepungan globalisasi media?

Perbincangan tentang media alternatif, media radikal, media bawah-tanah, atau penerbitan dan penyebaran bacaan atau materi pesan yang dianggap membangkang secara sosial, politik atau budaya, sebenarnya bukanlah fenomena yang baru dalam sejarah transisi sebuah masyarakat atau bangsa. Sayangnya, di Indonesia belum banyak literatur yang cukup memadai untuk menggambarkan fenomena ini. Kebanyakan penelaah media di Tanah Air tampaknya masih lebih tertarik dengan kajian media arus-utama atau media umum. Jadi, tak usah heran kalau kajian media alternatif menjadi jauh tertinggal.

Media (radikal) alternatif biasanya muncul di bawah rezim otoriter atau rezim yang didukung oleh militer yang tidak toleran terhadap dinamika masyarakat sipil. Demikian pula halnya dengan di Indonesia. Transisi kekuasaan dari Orde Baru ke Orde Reformasi kemudian telah melahirkan sejumlah media alternatif yang ingin melakukan perlawanan terhadap pesan-pesan dominan dari media arus-utama yang dikooptasi oleh kekuasaan saat itu. Namun, sayangnya sebagian media alternatif itu tidak bertahan lama, hampir semuanya mati muda dan sebagian yang lain lagi layu sebelum berkembang dan akhirnya hanya tinggal kenangan. Penyebab kematian itu tentunya tidak tunggal. Mungkin karena tujuan utamanya telah tercapai, mungkin pula karena persoalan politik media yang bersangkutan, baik internal maupun eksternal.

Namun, dalam pertumbuhannya, media alternatif juga tidak hanya muncul di bawah rezim yang korup dan menindas, melainkan juga bisa muncul di masa iklim politik yang terlihat "normal". Media alternative, misalnya, bisa muncul karena respons terhadap globalisasi

pasar bebas, kebijakan neo-liberal, atau dominasi kapitalisme yang dirasakan oleh sejumlah komunitas atau etnik yang termarginalkan di bawah rezim kapitalisme yang tidak pro-publik atau tidak pro-rakyat.

Media alternatif juga bisa muncul sebagai jawaban atas dominasi budaya arus-utama yang membosankan yang sekian lama dianggap telah mendiktekan kriteria budaya, moral, dan nilai dalam masyarakat. Munculnya media alternatif dari kelompok-kelompok subkultur biasanya karena alasan ideologis seperti ini dengan klaimnya yang tak jarang berseberangan dengan pandangan umum atau *status quo*.

Sementara itu, gerakan-gerakan alternatif dan kultural yang muncul di berbagai negara bagi penguatan *civil society* selain menjadi saluran aktivitas bagi para aktivis lingkungan dan pendidikan juga sering menggunakan media advokasi untuk menyebarkan gagasan-gagasan dan program-program mereka ke kelompok-kelompok masyarakat tertentu yang menjadi sasaran khusus (*target audiences*) gerakannya. Pesan-pesan media jenis ini biasanya tidak hanya menyuarakan ideologi gerakannya, melainkan juga mengajak khalayak pembacanya untuk bertindak.

Dengan memperhatikan kandungan pesan dan latar belakang pembentukannya, media alternatif jelas bersifat anti-kemapanan (*anti-establishment*). Jadi, dalam konteks ini, media alternatif bisa dikatakan sebagai media pemberdayaan atau media pembebasan, yakni pemberdayaan dari keadaan tidak berdaya dan pembebasan dari struktur yang menindas.

Media Alternatif sebagai Forum Publik Alternatif

Ketika kita berbicara tentang media alternatif, satu hal paling mudah kita sepakati adalah bahwa tidak ada satu pun definisi media alternatif yang sepenuhnya kita sepakati. Tapi, untuk sekadar pemahaman umum, mungkin ada baiknya diketengahkan beberapa pemikiran mengenai media alternatif dari beberapa pakar di bidangnya.

John Fiske, misalnya, dalam artikelnya, "Popularity and the Politics of Information" (1992), membuat titik pijak teoretis lebih konkret melalui diskusinya tentang pers. Di dalam artikelnya dia menguraikan

tiga bentuk produksi berita yang berbeda: "pers berkualitas", "pers alternatif", dan "pers populer" (*quality, alternative, dan popular press*).

Berdasarkan uraian Fiske, kita bisa melihat bahwa *the quality press*, melalui produksi fakta-fakta obyektif, benar-benar melengkapi kandungan isinya untuk menciptakan keyakinan ketimbang skeptisisme di antara para pembacanya. Sementara itu, transmisi perspektif pesan lebih radikal didukung oleh *alternative press*, yang bergantung pada praktik dan kerja para jurnalis radikal dan dikonsumsi terutama oleh kelas menengah terdidik. Bentuk pemberitaan pers alternatif biasanya lebih kritis terhadap praktik-praktik kelas dominan, namun para pembaca dan jurnalisnya biasanya lebih marjinal dari blok kekuasaan itu sendiri. Selanjutnya, *tabloid* atau *popular press*, tidak seperti "pers berkualitas" atau "pers alternatif", mendekonstruksi oposisi/pertentangan antara *news* dan *entertainment*. Pers jenis ini memprimadonakan genre campuran, informasi dan hiburan, atau *infotainment*, sebagai jualan utamanya.

Sementara itu, John Downing dalam *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements* (2001) menyamakan atau menyebut secara bergantian media alternatif dan media radikal. Downing bahkan sering (lebih suka) menulisnya "*radical alternative media*". Tampaknya hal itu dimaksudkannya untuk menunjukkan unsur atau sifat radikal dari media alternatif yang diterbitkan oleh berbagai gerakan sosial yang ditelaahnya.

Dalam pandangan Downing (2001: xi), "media alternatif radikal" umumnya melayani dua tujuan yang tumpang-tindih:

- "(a) to express opposition vertically from subordinate quarters directly at the power structure and against its behavior;
- (b) to build support, solidarity, and networking laterally against policies or even against the very survival of the power structure. In any given instance, both vertical and lateral purposes may be involved."

Kemudian dalam salah satu tulisannya yang berjudul "*The Alternative Public Realm: The 1980s Anti-Nuclear Press in West Germany and*

Britain" (1988), Downing mengemukakan bahwa media alternatif bisa menjadi "*an alternative public forum—sometimes referred to as the 'public sphere' or 'public realm'—to the official forum and the official story.*"

Karena itu, tepatlah seperti pernah dikemukakan oleh Chris Atton, dalam bukunya *Alternative Media* (2002: 4), "*Alternative media, I argue, are crucially about offering the means for democratic communication to people who are normally excluded from media production.*"

Posisi Media Alternatif

Di bawah ini terdapat beberapa ciri-ciri penting yang bisa kita gunakan untuk memosisikan dan sekaligus membedakan antara media arus-utama dan media alternatif. Tentu saja ketajaman posisi atau perbedaan di antara kedua jenis penerbitan itu juga akan sangat bergantung pada sejumlah faktor seperti konteks sosial-ekonomi, politik, dan budaya yang menjadi latar kemunculan sebuah media.

Posisi Media Alternatif di Tengah Media Arus-Utama

MEDIA ARUS-UTAMA	MEDIA ALTERNATIF
Big Media	Small Media
Corporate/Big business Power elite/bloc Large-scale publication	Small groups/communities/race, ethnic Marginal groups/mass Small-scale publication
Mainstream culture	Subcultures/minorities/ethnic cultures
Pro-establishment/status quo Hegemony Dominant lifestyle	Anti-establishment Counter-hegemony Alternative lifestyles

R. Williams (1980) highlighted three aspects of democratic communication which we might consider as foci for this realignment: *decapitalization, deprofessionalization* and *deinstitutionalization*. Lihat R. Williams, "Means of Communication as Means of Production," dalam *Problems in Materialism and Culture: Selected Essays* (London: Verso, 1980), hlm. 50-63.

Posisi Media Alternatif (-Radikal) dalam Struktur Kekuasaan

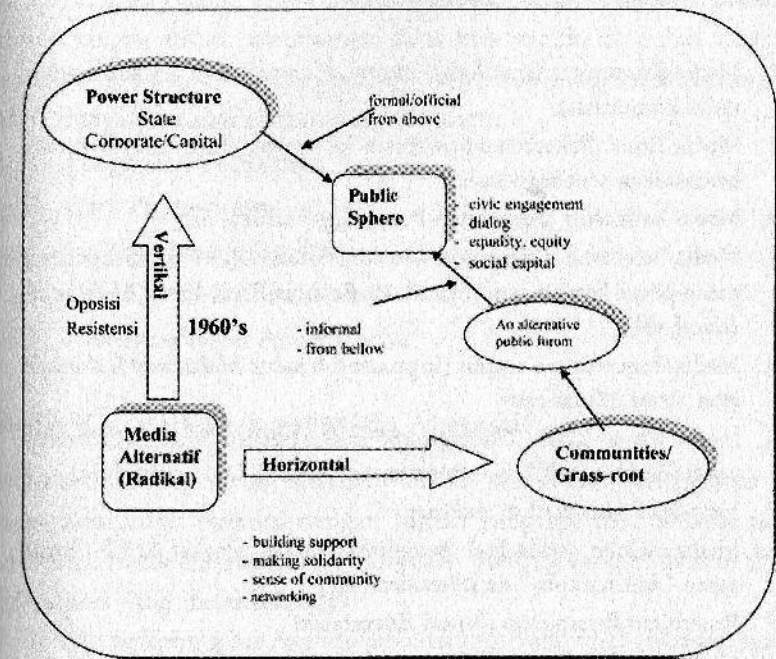
Kapitalisasi	De-Kapitalisasi
Mass commercial publications, advertising Profit-oriented Pro-copyright	Non-commercial, subsidized Non-profit Anti-copyright
Profesionalisasi	De-Profesionalisasi ¹
Basic concern for profit Konstruksi Conservative, affirmative	Basic concern for ideas Dekonstruksi Radical, opposition, deviance, critical

Sumber: dikembangkan dari kategori dalam Ibrahim (2005).

Dalam sejarah pertumbuhannya memang kadang-kadang media komunitas berhadapan secara langsung dengan kekuasaan yang ada, tetapi kadang-kadang secara tidak langsung, misalnya, dengan menjadikannya sebagai forum lokal untuk menjadi wahana bagi warga dalam mengartikulasikan dan mendiskusikan berbagai persoalan yang mereka hadapi.

Sebagaimana pernah dikatakan oleh Dunkelmann, media komunitas, "...not necessarily aimed at a confrontation with the establishment (1960's), but at trying to create a local forum for articulation and discussion (1970's) (Dunkelmann, 1975).

Karena itu, memahami sejarah media alternatif dalam berhadapan dengan struktur kekuasaan yang ada, kita akan melihat perkembangan yang menarik dari waktu ke waktu. Sebagai gambaran umum, gambar berikut ini bisa menunjukkan bagaimana posisi media alternatif (-radikal) dalam struktur kekuasaan.



Ragam Media Alternatif

Ada berbagai corak media atau penerbitan yang bisa kita golongkan sebagai media alternatif. Berdasarkan berbagai kriteria di atas ada beberapa corak/ragam media alternatif yang bisa kita temui dalam berbagai latar sosial-politik dan momen sejarah sosial yang melahirkannya. Media alternatif yang muncul di bawah "rezim demokrasi", "rezim otoriter", atau "rezim kapitalisme" akan senantiasa menampilkan salah satu atau beberapa media alternatif di antara beragam media alternatif di bawah ini.

Beberapa Corak/Ragam Media Alternatif

1. Media Komunitas (*small-scale setting of community*, TV komunitas, radio komunitas)
2. Media Etnis (Penerbitan-penerbitan kelompok etnis minoritas atau berdasarkan sentimen rasial)
3. Media Subkultur (Penerbitan Punk, Gay, Lesbian, dll)
4. Media/Selebaran Keagamaan (Buletin, fotokopi-an yang mengusung pesan-pesan keagamaan, ingat kasus Revolusi Iran, kasus *Al-Yasar al-Islami*, dll)
5. Media/Penerbitan Kampus (Ingat contoh kasus *Mahasiswa Indonesia* atau *Suara Mahasiswa*)
6. Media Bawah-tanah, *Underground media* (seperti *Suara Independen* yang diterbitkan AJI di Indonesia, *Samidzat* di Uni Soviet dulu)
7. Situs-situs Alternatif di Internet
8. Media Seluler (teknologi pengiriman pesan singkat SMS) (Ingat pesan "Antinarkoba" dari Presiden SBY)
9. Penerbitan Perempuan (Jurnal *Perempuan*)
10. Media Gerakan Sosial/Perlawanan (seperti kasus *Zapatista*)
11. Media Buruh/Kelas Pekerja (*Working-class newspaper*)
12. Media Arus-bawah (*Grass-root media*)
13. Penerbitan NGO (media advokasi) seperti *Bujet* (diterbitkan oleh BIGS di Bandung) atau *Sapulidi* (diterbitkan oleh Koalisi Anti Korupsi [KOAK] di Lampung), dll.
14. Media Protes (graffiti, coretan di dinding, desain simbol/tanda/tulisan di tubuh/busana, pamflet, selebaran gelap)
15. Media anarkis (*racism/racist media*, *radical working-class newspaper*)
16. Musik/lagu-lagu alternatif (pop alternatif, lirik-lirik kritik sosial lagu-lagu Iwan Fals dulu)
17. Film Alternatif (Mungkin di sini masuk beberapa film Garin)
18. Bacaan Alternatif dan Toko Buku Alternatif

Namun, untuk melihat apakah sebuah media itu tergolong media alternatif atau bukan, setidaknya ada beberapa hal yang bisa dijadikan pertimbangan untuk menilainya. Kita bisa melihatnya dari beberapa segi baik dari segi *produksi*, *publikasi*, *distribusi* maupun *konsumsi*-nya. Atau, dengan melihat elemen-elemen seperti:

1. Pengelola/Penerbitnya
2. Cara Produksinya
3. Isi/Kandungan Pesannya
4. Cara Distribusi/Sirkulasinya
5. Khalayak/Target Audience-nya

Media Komunitas sebagai Media Alternatif

Salah satu contoh media alternatif adalah media yang diterbitkan oleh suatu komunitas tertentu dengan tujuan yang spesifik. Sebagai media alternatif, media komunitas memiliki arti penting yang khusus di dalam komunitas yang melahirkannya:

1. Media komunitas menyajikan alternatif yang vital terhadap agenda media korporat yang berorientasi keuntungan (*the profit-oriented agenda of corporate media*);
2. Media komunitas digerakkan untuk tujuan-tujuan sosial ketimbang didorong oleh motif pribadi dan keuntungan;
3. Media komunitas memberdayakan rakyat ketimbang memperlakukannya sebagai konsumen pasif, dan ia memelihara khazanah pengetahuan lokal ketimbang menggantinya dengan solusi baku;
4. Kepemilikan dan kontrol media komunitas berakar pada, dan bertanggung jawab pada, komunitas yang dilayaninya;
5. Dan, media komunitas berkomitmen pada pendekatan hak-hak asasi manusia, keadilan sosial, lingkungan dan kelangsungan hidup.⁷

⁷ "Community media provide a vital alternative to the profit-oriented agenda of corporate media. They are driven by social objectives rather than the private, profit motive. They empower people rather than treat them as passive consumers, and they nurture local knowledge rather than replace it with standard solutions. Ownership and control of community media is rooted in, and responsible to, the communities they serve. And they are committed to human rights,

Karakteristik Media Komunitas

Media atau komunikasi komunitas sebagai sebuah konsep mengacu pada bagaimana individu-individu dan organisasi-organisasi melibatkan publik dalam sarana-sarana partipatoris yang mengangkat isu-isu dalam berbagai bentuk, bergantung pada waktu dan tempat.

Kelompok-kelompok komunitas akan mencoba menyandarkan dukungan dari para anggota komunitas tersebut dengan menjelaskan relevansi topik persoalan bagi komunitas secara keseluruhan (Hollander & Stappers 1992)

Ada beberapa karakteristik media komunitas yang bisa membedakannya dengan jenis media lain. Maslog, dkk. (1997:3), misalnya, menyebutkan sejumlah karakteristik media komunitas, seperti:

1. Dimiliki dan dikontrol oleh orang-orang dalam komunitas;
2. Biasanya lebih kecil dan berongkos rendah;
3. Menyediakan komunikasi dua-arah yang interaktif (*interactive two-way communication*);
4. Nonprofit dan otonom, karena itu, non-komersial;
5. Memiliki liputan atau jangkauan terbatas;
6. Menggunakan sumberdaya sendiri (pribumi) yang memadai;
7. Merefleksikan kebutuhan dan kepentingan komunitas;
8. Program dan kandungannya mendukung perkembangan komunitas.⁸

Salah satu media komunitas yang bisa dibuat, misalnya, adalah *Newsletter Komunitas*. *Newsletter Komunitas* adalah kanal komunikasi atau forum bagi suatu komunitas tertentu dalam upayanya untuk berbagi atau memenuhi kebutuhan anggota komunitas akan informasi yang berkaitan

social justice, the environment and sustainable approaches to development." Lihat "What is the Special Significance of Community Media to Civil Society?" *Media Development*, Issue no. 4, 2002, hlm. 1.

8. C. C. Maslog, R. L. Navarro, L. N., Tabing, dan L. V. Teodoro, eds. (1997). *Communication for People Power: An Introduction to Community Communication*. Quezon City, Philippines (UNESCO-TAMBULI Project).

dengan perkembangan komunitas tersebut. Setidaknya kita bisa melihat berbagai bentuk *Newsletter Komunitas* yang bisa diterbitkan, seperti:

- *Newsletter* dengan sasaran komunitas tertentu atau di dalam konteks komunitas tertentu;
- *Newsletter* dengan distribusi berskala terbatas dengan cakupan lokasi/wilayah komunitas tertentu;
- *Newsletter* dengan isu atau tema yang relevan dengan persoalan yang dihadapi oleh komunitas lokal tertentu;
- *Newsletter* dengan misi tertentu untuk mencapai tujuan atau memecahkan masalah tertentu, atau menumbuhkan kesadaran bagi komunitas tertentu.
- *Newsletter* yang diterbitkan oleh lembaga/komunitas tertentu dengan misi tertentu bagi komunitas tertentu pula.

Posisi *Newsletter Komunitas*

Seperti halnya media alternatif yang berkembang di berbagai tempat, *newsletter komunitas* juga memiliki tempat dan posisi tertentu bila dibandingkan dengan media umum yang ada. Setidaknya secara ideal, *newsletter* dalam sebuah komunitas memiliki posisi penting bila dilihat dari kedudukannya sebagai forum atau kanal suara komunitas. Posisi penting *Newsletter Komunitas* bisa dilihat, misalnya, dari:

- *Newsletter Komunitas* sebagai Instrumen Kampanye Sosial alias sebagai media advokasi yang diterbitkan oleh "advocacy-oriented volunteers";
- *Newsletter Komunitas* sebagai "Small Media" vs "Big Media";
- *Newsletter Komunitas* sebagai "Media Alternatif" berorientasi komunitas (*Community Oriented Alternative Media*);
- *Newsletter Komunitas* sebagai "Media Partisipatif";
- *Newsletter Komunitas* sebagai "Community Awareness Media";
- *Newsletter Komunitas* sebagai Saluran Suara bagi Kaum Marjinal dan "Subculture" yang tak punya tempat di media umum.

Memahami Tipe dan Karakteristik Komunitas

Dalam kaitan dengan pengelolaan *Newsletter Komunitas* perlu kiranya diketahui tipe komunitas dan karakteristiknya, agar media alternatif yang dibuat nanti sesuai dengan target dan tujuan yang diharapkan.

Komunitas merujuk pada sekelompok orang yang memiliki kesamaan dalam hal karakter dan/atau minatnya. Kerena itu, semakin fokus dan spesifik komunitas yang kita pilih sebagai khalayak sasaran, semakin mudah kita merancang isi *Newsletter*-nya.

Secara garis besar ada dua tipe komunitas:

- Pertama, "*The Geographical Community*"; Komunitas berdasarkan batasan geografis tertentu, misalnya: Komunitas Kampung Tugu, dst.
- Kedua, "*The Community of Interest*"; Komunitas berdasarkan kesamaan identitas atau minat/kepentingan/ kepedulian, misalnya: Komunitas petani, nelayan, pedagang, mahasiswa, dsb.

Memahami secara cermat karakteristik komunitas juga akan bermanfaat bagi pengelola media komunitas sebagai media alternatif bagi komunitas. Pertanyaan-pertanyaan yang perlu diajukan, misalnya, Siapa sesungguhnya komunitas sasaran *Newsletter* kita? Apa saja karakteristik mereka? Di mana mereka? Apa aktivitas atau pekerjaan mereka? Bagaimana mereka berpikir? Bagaimana mereka memanfaatkan waktu mereka?

Dengan mengajukan dan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut kita sesungguhnya sedang melakukan semacam analisis khalayak. Kita perlu mengetahui secara terperinci karakteristik khalayak kita mengingat masing-masing komunitas memiliki ciri-ciri khas yang membedakannya dari komunitas yang lain.

Karakteristik Komunitas bisa dilihat berdasarkan:

- **Demografis/sosio-ekonomis:** umur, jenis kelamin, status termasuk tipe keluarga, pendidikan, wilayah, pekerjaan/ penghasilan/kelas sosio-ekonomi, termasuk latar belakang bahasa.
- **Geodemografis:** wilayah, tempat tinggal, nilai lokasi,
- **Psikografis:** pola pikir, pola sikap, pola perilaku (*gaya hidup*).

Dengan memahami secara cermat tipe dan karakteristik komunitas yang menjadi sasaran, kita bisa lebih tepat dalam merancang pesan media komunitas. Adapun prinsip-prinsip penyusunan pesan *newsletter komunitas* yang perlu diperhatikan adalah sbb:

- **Lengkap:** Pesan yang disampaikan memberikan informasi selengkap mungkin;
- **Singkat:** Pesan disajikan secara singkat, padat dan jelas. Pesan disampaikan dalam kalimat yang jelas dan lugas;
- **Konkret:** Pesan menyajikan informasi yang konkret, tidak abstrak;
- **Kontekstual:** Pesan disusun dengan mempertimbangkan sikon; (situasi-kondisi) atau latar belakang khalayak yang akan membaca pesan itu;
- **Sensitif-Kultur:** Pesan mengindahkan kesantunan yang dianut masyarakat;
- **Sensitif-Gender:** Pesan mempertimbangkan suara kaum perempuan;
- **Saksama:** Pesan disusun secara cermat dan akurat;
- **Eye-Touching:** Pesan bisa didukung dengan kemasan visual (foto, gambar, ilustrasi) yang menarik sesuai dengan bahasa dan kebudayaan si penerima pesan (komunitas).

Selain prinsip-prinsip tersebut, media komunitas juga harus berorientasi atau berpusat pada kepentingan komunitas (*Community-Centered Approach*). Partisipasi anggota komunitas dalam produksi informasi bisa menghasilkan masyarakat pembaca yang sadar dan kritis (komunitas terlibat). Masyarakat punya peran dalam menentukan agenda lembaga/ newsletter. Orang biasa pun perlu dimintai pendapatnya (prinsipnya: menyuarakan pihak-pihak yang tidak bersuara). Hak untuk berpartisipasi dalam proses produksi informasi (prasyarat masyarakat sadar/melek media).

Dengan cara demikian, barulah media atau dalam hal ini *Newsletter Komunitas* akan memiliki keunggulan karena: (1) Isinya fokus terhadap tema/isu/persoalan tertentu; (2) Target khalayaknya jelas

pada komunitas tertentu; dan (3) Mediana partisipatif; dialog, interaksi, respons dari suara komunitas.

Penutup

Kita semakin menyadari bahwa tidak semua hal yang dihadapi komunitas bisa disalurkan secara memuaskan dalam media arus-utama atau "big media". Oleh karena itu, media alternatif seperti *Newsletter Komunitas* penting sebagai saluran alternatif bagi suara komunitas. Media komunitas dengan demikian menjadi forum publik untuk menyalurkan dan menyuarakan berbagai kepentingannya.

Sebagai media alternatif, *Newsletter Komunitas*, misalnya, bisa menjadi penyuar atau saluran suara dari kelompok komunitas yang selama ini tak punya saluran komunikasi untuk bersuara. Sebagai media partisipatif, *Newsletter Komunitas* menampung suara, keluhan, harapan, persoalan yang muncul dari bawah-ke-atas, dari komunitas yang selama ini suaranya nyaris tak terdengar.

Sebagai media yang berorientasi pada kepentingan komunitas, di dalam media komunitas, para anggota komunitas-lah yang menjadi partisipan aktif dalam "komunikasi komunitas" ketimbang sekadar menjadi khalayak-pasif. Khalayak bukan diperlakukan sebagai konsumen pesan atau berita melainkan publik atau warga yang sadar informasi. Dengan demikian, barulah media alternatif bisa berperan sebagai saluran dan forum bagi terwujudnya pemberdayaan, pembebasan, dan pencerdasan warga.

BAB XI

PENUTUP: CATATAN AKHIR UNTUK CALON ILMUWAN DAN PENELITI KRITIS MUDA

*"We must prepare young people for living
in a world of powerful images, words, and sounds."*

UNESCO, 1982

Akhirnya, sampailah kita pada ujung pembahasan. Uraian bab demi bab dalam buku ini ingin menunjukkan bahwa kata "kritis" dalam pendekatan kritis bukanlah sekadar retorika akademis atau slogan politis. Ia adalah ajakan ke arah pendirian akademis dan pemihakan pada tujuan yang jelas bagi para pengkaji media dan budaya, yakni bagaimana menciptakan tatanan masyarakat (dan juga budaya akademis) yang demokratis dan egaliter. Tugas peneliti dan ilmuwan kritis adalah menjadikan proses pencapaian tujuan itu sebagai amanat moral dan tanggung jawab intelektual yang terus memanggilnya untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi kemanusiaan dan masyarakat, tempat ia hidup dan mendedikasikan dirinya. Kesadaran akan amanat dan tanggung jawab ini hendaklah ditumbuhkan di kalangan mahasiswa, calon ilmuwan, dan peneliti muda yang dengan sadar hendak memosisikan dirinya dalam bidang kajian yang mengklaim sebagai memegang perspektif kritis.

Bila kita membalik halaman sejarah dan berusaha menyimak karya-karya awal dari para teoretisi media kritis, seperti Mazhab Frankfurt, *British Cultural Studies*, serta strukturalisme dan pascastrukturalisme akan tampaklah bahwa budaya dipahami sebagai suatu konstruk sosial,

yang secara intrinsik terkait dengan perubahan lingkungan sosial dan spesifik secara historis, di dalamnya ia diterima dan bahwa gender, ras, kelas, seksualitas, dan dimensi-dimensi kehidupan sosial lainnya dikonstruksi secara sosial dalam representasi media (Durham dan Kellner 2001). Kajian media dan budaya terlibat dalam pertanyaan kritis mengenai politik representasi, didasarkan seperti pada pendekatan-pendekatan feminis dan teori-teori multikultur untuk menganalisis secara lengkap peran gender, kelas, ras, etnisitas, nasionalitas, preferensi sosial, dan lain-lain di media (Hall 1997). Dimensi-dimensi sosial dari konstruksi media dipahami oleh kajian budaya sebagai amat membentuk khalayak yang mengambil dan menggunakan teks.

Memang sudah banyak kritik yang ditujukan kepada mereka yang mengklaim sebagai memegang perspektif kritis dalam kajian komunikasi, media, dan budaya. Di antara kritik itu, jarang atau sedikit sekali karya atau hasil penelitian dari keserjanaan kritis dalam bidang komunikasi yang dikutip atau dijadikan rujukan oleh bidang lain. Kritik juga melihat terpisahnya idealisasi dunia akademis dari keterlibatan politis atau gerakan sosial yang justru bersikap kritis terhadap relasi sosial, ideologi, dan institusi dominan dalam masyarakat. Selain itu, kritik juga melihat ketidakpedulian penganjur keserjanaan kritis untuk berpartisipasi dalam membantu gerakan sosial atau aksi politik yang amat dibutuhkan dalam proses demokratisasi.

Sudah tentu kritik itu tidak sepenuhnya benar. Tetapi tanpa kritik semacam itu kadang-kadang sikap arogansi intelektual menguat dan kelemahan-kelemahan yang melekat menjadi tidak disadari kian akut. Semua ini akan menjadi awal dari lemahnya perkembangan teori dalam kaitannya dengan praksis sosial. Padahal, di sinilah salah satu akar dari perkembangan ilmu.

Komitmen intelektual dan pendirian akademis serta pemihakan terhadap tujuan dan cita-cita untuk membangun sistem komunikasi demokratis (dan sudah tentu juga tatatan masyarakat lebih demokratis) harus dipegang sejak dini bahkan sebelum kajian dibuat atau penelitian dilakukan. Seorang ilmuwan dan peneliti kritis senantiasa tergetas hatinya dan tersentuh nuraninya menyaksikan berbagai proses dan

akibat gerak perubahan dalam lintasan sejarah masyarakatnya. Apalagi kalau yang disaksikan itu bertentangan dengan cita-cita dan tujuan untuk menciptakan tatanan komunikasi dan masyarakat yang egaliter dan demokratis.

Dalam sebuah dunia yang kian saling terhubung, juga ada kekhawatiran yang meluas mengenai dampak media terhadap budaya nasional dan cara media global memberitakan isu-isu politik, ekonomi, sosial, dan kehidupan sehari-hari. Beberapa peneliti kritis telah memfokuskan pada kajian ekonomi politik dan kepemilikan media, dan mereka sering memahami kontrol korporasi terhadap media bahkan oleh korporasi yang lebih kecil sebagai masalah sosial global yang besar. Kajian-kajian lain pada dekade yang lalu telah meneliti dampak media global terhadap budaya nasional, serangan imperialisme budaya dari para konglomerat media Barat atau gerak perlahan Amerikanisasi media global dan budaya konsumen (Schiller 1969/1990; Tunstall 1977). Sarjana yang lain lagi melihat tumbuhnya pluralisasi sumber-sumber media dunia dan hibridisasi budaya global dan lokal, seperti terlihat dengan meningkatnya literatur yang menggali cara-cara artefak media global diterima dan digunakan dalam konteks lokal (Lull 1995; Canclini 1995). Kajian-kajian itu, di satu sisi, ada yang menyoroti bagaimana media atau artefak budaya tertentu telah menyokong penindasan dalam konteks lokal, nasional, atau bahkan global, dan, di sisi lain, ada pula literatur yang merayakan demokratisasi atau pluralisasi sebagai efek dari media global.

Pada skala global, nasional, bahkan lokal akhir-akhir ini kita menyaksikan peningkatan perkembangan sistem media dan politik yang dikemudikan oleh kapital dan pasar, kehancuran sektor publik, pengkhianatan cita-cita demokrasi, terdistorsinya ruang publik, kemunduran standar kehidupan, dan kemerosotan lingkungan hidup. Kesemua itu langsung atau tak langsung telah berakibat mendalam pada penderitaan manusia yang luar biasa dan letupan ketegangan-ketegangan rasis dan nasionalis yang tak jarang mengejutkan.

Para pemikir berusaha mencari akar penyebab dari persoalan itu. Ilmuwan dan peneliti kritis berusaha mendalami titik masalah

dengan melihat konflik yang melekat antara sistem ekonomi kapitalis yang membelah masyarakat menjadi kelas-kelas berhadapan dengan komponen egaliter dari sistem politik demokratis. Dengan begitu kita seperti sedang berdiri di persimpangan jalan yang rapuh. Masyarakat mutakhir, misalnya, memiliki teknologi komunikasi yang kian canggih untuk mendemokratisasikan dirinya. Tetapi, menurut McChesney (1993), kendala terbesar bagi penerapan secara demokratis teknologi ini adalah kontrol korporasi atas komunikasi dan relatif tidak berdayanya publik.

Memang organisasi korporasi telah menjadi institusi paling utama dalam masyarakat modern. Segala hal mulai dari identitas pribadi, penggunaan sumber daya alam hingga definisi nilai dan distribusi barang dan jasa makin berada di bawah kendali korporasi. Kemajuan korporasi modern makin dalam masuk melanggar batas-batas sektor non-kerja dan non-ekonomi dalam kehidupan dan dominasinya atas institusi-institusi lain mungkin layak disebut sebagai suatu bentuk aktivitas kolonisasi baru: kolonisasi atas pembuatan keputusan publik dan atas dunia kehidupan sehari-hari. Kekhawatiran semacam ini, misalnya, sudah digambarkan dengan jitu oleh Stanley A. Deetz (1992) dalam bukunya *Democracy in an Age of Corporate Colonization* dan juga dalam buku *The Globalization of Corporate Media Hegemony*, suntingan Lee Artz dan Y. R. Kamalipour (2003).

Dalam karyanya yang menarik, *Capitalism's Eye: Cultural Spaces of the Commodity*, Kevin Hetherington (2007) menelaah sejarah budaya bagaimana orang-orang mengalami komoditas di era ekspansi industrial. Hetherington menantang argumen dominan bahwa "masyarakat tontonan" ("*society of the spectacle*") yang terbentuk sepenuhnya muncul pada pertengahan abad ke-19. Dia menjelaskan bahwa kemunculan budaya konsumsi massa yang didominasi oleh pengalaman visual adalah proses lebih lambat, tidak benar-benar berkuasa hingga setelah Perang Dunia Pertama. Dia melihat ke *department store*, kehidupan rumah tangga, dan pameran-pameran besar selama ambang abad yang lalu. Dengan cara demikian, dia menjanjikan kita untuk mengubah pandangan bagaimana kita memahami sejarah budaya kapitalisme, khususnya di Amerika dan

Eropa dan akar sejarah tontonan yang dimediakan yang mendominasi dunia kita saat ini.

Di tengah kurun waktu ketika proses transisi demokrasi di Indonesia mulai dikolonisasi oleh kepentingan korporasi, sementara para pemilik korporasi berlomba-lomba berpolitik mengatasnamakan kebebasan demokrasi, implikasinya akan terlihat dan terasa jelas bagi perkembangan bidang komunikasi dan politik kehidupan sehari-hari. Pada dasarnya, media akan merepresentasikan sumber-sumber pemberitaan yang dapat dimobilisasi untuk menurunkan (*demote*) atau memajukan (*promote*) demokrasi. Namun, di tengah dominasi korporasi atas ruang jurnalisme yang makin digerakkan logika keuntungan, media akan menjadi pemelihara *status quo* dengan melegitimasi pusat-pusat kekuasaan yang dianggap menguntungkan, dengan memarjinalkan suara-suara kritis, menyurutkan informasi kritis, menghalangi pilihan yang sungguh-sungguh, mempersingkat debat publik, dan memutus gerak perilaku kolektif. Media justru amat bergairah dalam mengkomodifikasikan berita gosip dan skandal apalagi kalau ia berkonotasi politik dan seks dengan bingkai "selebritisasi", "tabloidisasi", dan "infotainment".

Kini ketika "model pasar" ketimbang "model publik" makin memperoleh arti penting dan penciptaan keuntungan menjadi pusat utama tujuan organisasi dan perusahaan media. Budaya telah diubah menjadi komoditas yang merupakan subyek hukum pasar. Kualitas diukur oleh sukses pasar (Croteau dan Hoynes 2001: 34). Masuk akal mengingat media adalah institusi budaya (*cultural institutions*) dan sekaligus usaha komersial (*commercial ventures*). Tekanan pada aspek budaya atau komersial yang membedakan kinerja media dalam kaitan dengan demokrasi dan kepentingan publik. Bila aspek budaya dipandang sebagai produksi simbolis, maka aspek komersial mewakili realitas yang berbeda.

Secara singkat kita bisa melihat kecenderungan dari dua orientasi kinerja media pada tabel di bawah ini: pada satu sisi, ada media yang menekankan pada orientasi budaya, dan pada sisi lain, ada media yang menekankan pada orientasi komersial. Jalan mencari keseimbangan di antara kedua orientasi adalah seni dan sekaligus tantangan yang akan

terus dihadapi oleh para pekerja media pada dasawarsa-dasawarsa yang akan datang.

Orientasi Budaya dan Orientasi Komersial dari Media

Orientasi Budaya	Orientasi Komersial
Warganegara	Konsumen
Hak-hak asasi manusia	Hak-hak kepemilikan
Politik	Pasar
Kepentingan publik	Kepentingan investor dan pengiklan
Partisipasi publik	Perluasan pasar
Ruang publik	Privatisasi
Spiritualitas	Materialisme
Kepercayaan	Kontrak

Sumber: Diadaptasi dari berbagai sumber, seperti Devcreux (2007) dan Hodkinson (2011).

Memang benar harus diakui bahwa privatisasi dan komersialisasi budaya untuk tingkat tertentu juga telah merangsang kreativitas dan inovasi dalam karya cipta dan industri kreatif. Tetapi orientasi budaya yang mengutamakan keanekaragaman, keterbukaan, kreativitas, dan bukan prioritas mencari keuntungan justru makin merosot di tengah komersialisme yang kasar. Komersialisasi media yang pada mulanya memiliki efek kreatif, karena desakan kompetisi yang ketat dan tekanan dari kepentingan investor dan pengiklan, menyebabkan standar kualitas isi media merosot dengan mengutamakan kemasan santai, singkat, asal menghibur, dan persoalan budaya remeh-temeh (*trivial culture*). Tekanan nilai-nilai komersial yang berjalan bergandengan dengan konsentrasi kepemilikan akan melahirkan hiperkomersialisme media dan terbukti telah menyingkirkan budaya jurnalisme berkualitas dan jurnalisme investigatif, sehingga komodifikasi media ternyata juga berpotensi mematikan bagi kreativitas artistik dan jurnalistik.

Hal tersebut menjadi lebih parah karena kenyataan yang terjadi bila kita melihat kekurangan konsep demokrasi untuk menuntun kepentingan publik di tengah dominasi korporasi atas pembuatan

keputusan publik sebagian besar terletak pada pemahaman yang usang atas proses-proses komunikasi dan relasi-relasi kuasa. Bagi kebanyakan orang, isu demokrasi, perwakilan, kebebasan berbicara, dan sensor adalah mengenai hubungan individu dan kelompok dalam masyarakat dengan pemerintah. Praktik demokrasi sering disalahpahami hanya sebatas proses-proses politik berkala seperti pemilihan umum atau pertemuan-pertemuan. Ironinya, demokrasi politik dan yang berpotensi besar seperti tertanam dalam praktik kehidupan sehari-hari justru jarang menjadi perhatian yang sungguh-sungguh.

Jadi, di tengah pertumbuhan korporasi dan proses komunikasi dan demokratisasi, kita melihat selalu ada kontradiksi. Seorang ilmuwan dan peneliti kritis tidak hanya berusaha menunjukkan adanya kontradiksi itu, tetapi bila memungkinkan mengubahnya demi tercipta sistem komunikasi dan politik yang adil.

Ada beberapa hal yang bisa (dan pada tingkat tertentu harus) dilakukan oleh para pengkaji komunikasi, media, dan budaya kritis agar bidang akademis atau keserjanaan ini selalu relevan dengan tuntutan dan dinamika perkembangan masyarakat.¹

Pertama, para sarjana komunikasi kritis harus terus terang *mengistimewakan* jurnalisme sebagai suatu bentuk wacana (*discourse*) karena sesungguhnya tidak mungkin menerima suatu masyarakat demokratis tanpa jurnalisme yang memainkan peran penting di dalam proses politik. "Jika kita serius dengan demokrasi partisipatoris, kita harus serius dengan jurnalisme dan hubungannya dengan demokrasi," kata McChesney (1993: 102).

Para pengkaji komunikasi kritis harus mengkaji lebih radikal untuk mendapatkan penjelasan mengapa jurnalisme tidak melayani tujuan-tujuan demokrasi. Lalu, menawarkan langkah terbaik mengenai apa yang harus dilakukan agar kita bisa memiliki jurnalisme yang lebih demokratis di masa depan.

¹ Kami menyoroti keempat poin berikut ini berdasarkan uraian McChesney (1993), hlm. 98-104.

Kedua, komitmen pada komunikasi demokratis dan jurnalisme seyogianya juga menjadi jalan bagi keserjanaan kritis untuk melibatkan diri dalam dunia aktivisme yang bermaksud membangun publik yang cerdas atau warganegara yang kritis. Mereka senantiasa terdorong untuk bekerja dengan kelompok-kelompok aktivis dan publik yang lebih besar untuk membantu menafsirkan pesan media secara kritis, memanfaatkan sistem media yang ada untuk mendapatkan hasil terbaik, menggalang sumber daya untuk membangun saluran komunikasi alternatif, dan pada gilirannya menghasilkan media komunikasi mereka sendiri. Adalah amanat ilmuwan dan peneliti kritis untuk memenuhi peran ini.

Ketiga, keterlibatan yang mendalam dalam aktivisme, seperti dalam membantu serikat pekerja untuk menciptakan hubungan industrial yang demokratis dan egaliter, atau dalam kelompok lingkungan hidup untuk menciptakan ruang hidup yang lebih sehat bagi generasi mendatang, atau dalam kelompok feminis untuk memperjuangkan nasib perempuan di berbagai bidang kehidupan, atau dalam kelompok pencinta anak-anak yang menjadi korban langsung kekerasan kapitalisme, bersama-sama dengan media, adalah beberapa agenda yang harus didukung oleh mereka yang mengklaim memiliki pendirian kritis.

Keempat, para pengkaji komunikasi kritis tentu saja tidak cukup hanya mengistemewakan jurnalisme, menciptakan publik atau warganegara yang kritis, atau melibatkan diri dalam aktivisme di bidang serikat pekerja, lingkungan hidup, perempuan, dan anak-anak saja. Mereka juga harus selalu mengaitkan jantung uraiannya dengan kapitalisme. Jadi, jelas ini adalah kritik terus-menerus terhadap kapitalisme dan implikasinya bagi proses pembentukan sistem komunikasi yang demokratis dan tatanan masyarakat yang lebih demokratis, egaliter, dan manusiawi.

Tidak mengherankan kalau kemudian muncul tanggapan mengenai bagaimana sebaiknya peran negara dalam menghadapi kekuatan korporasi ini. Thompson (1990: 260-264), misalnya, menganjurkan adanya intervensi negara terhadap pasar untuk mencapai apa yang disebutnya sebagai "pluralisme yang diatur" (*regulated pluralism*), sementara Mosco (1996: 202-203) mendorong para sarjana kritis untuk

mengkaji peran intervensi negara dalam proses marketisasi, privatisasi, dan internasionalisasi industri komunikasi.

Buku ini telah berupaya mengkaji media sebagai salah satu kekuatan utama dalam membentuk budaya dan demokrasi kita. Dalam kasus-kasus tertentu, media memainkan peran penting dalam mengubah kesadaran individu, perilaku budaya, dan bahkan kebijakan publik. Media, demikian tulis R. Campbell, C.R. Martin, dan B. Fabos (2004) dalam buku *Media and Culture*, telah bertindak "sebagai pengemas budaya kaum muda, pelapor peristiwa-peristiwa tragis, penyusup ke dalam dukacita pribadi keluarga, dan penentu bagaimana kita berpikir tentang isu-isu masyarakat."

Pertumbuhan industri media, budaya komersial, dan konvergensi teknologi baru telah memunculkan tantangan luar biasa bagi kita semua. Dengan kemajuan ini, media terlihat menjadi begitu terobsesi demi meraup keuntungan seketika dan melayani pemilik korporasi, harus menceritakan dan menjual kisah-kisah penuh sensasi yang membuat mereka tidak hanya mendokumentasikan tragedi, skandal, atau gosip tetapi juga mengeksploitasi dan memelintir representasinya.

Lalu apa yang harus dilakukan? Tujuan menjadi jelas bahwa kita tidak hanya harus menjadi konsumen media yang lebih kritis melainkan juga lebih terlibat sebagai warganegara yang menerima tanggung jawab dalam menentukan bentuk dan arah budaya media yang lebih baik dan manusiawi di masa datang. Namun, ini bukanlah sebentar nostalgia membayangkan budaya "masa silam yang lebih baik" sehingga menjadi alat untuk mengutuk fenomena budaya baru. Bukan pula semacam romantika pada budaya masa lalu dan sinisme pada budaya masa kini. Pandangan yang sinis harus dihindari karena biasanya hanya akan menumbuhkan benih dan bentuk baru intoleransi. Dengan perspektif kritis memungkinkan kita untuk berpartisipasi dalam debat tentang budaya media sebagai kekuatan konsumtivisme dan demokrasi.

Untuk menjadi warganegara yang kritis dan terlibat, yang biasa disederhanakan dengan istilah warganegara yang "melek media",² atau untuk mengaitkan kajian budaya sebagai bagian penting dari proyek "pedagogi kritis",³ kita harus bertindak secara seimbang antara mengambil posisi kritis (mengembangkan penafsiran dan penilaian yang cerdas) terhadap media dan menjadi toleran terhadap perbedaan ekspresi (menghargai keanekaragaman proses dan produk budaya yang khas). Bahkan, badan dunia seperti UNESCO (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization) (1982) pernah mengeluarkan pernyataan yang, antara lain, berbunyi, "Kita harus menyiapkan anak muda untuk hidup dalam sebuah dunia citra, kata-kata, dan bunyi yang sangat kuat."

"Memang," sebagaimana ditulis oleh Paul Johnson (2008) dalam bukunya yang terkenal *Intellectuals: From Marx and Tolstoy to Sartre and Chomsky*, "kemunculan intelektual sekular merupakan faktor kunci dalam membentuk dunia modern." Namun, bagi kami, penulis

2 Tujuan akademisi dan pendidik "media literasi" (melek media) adalah mendidik warga dan membantu orangtua bersikap aktif dan kritis terhadap pesan media. Warga yang melek media mampu mempelajari bagaimana pesan media dikonstruksi, bagaimana pesan itu digunakan untuk memanipulasi, dan bagaimana pesan itu memengaruhi perkembangan masyarakat. Biasanya mengembangkan perspektif kritis melek media melibatkan penguasaan empat tahap yang saling berhubungan satu sama lain, yakni pengetahuan dan kemampuan untuk melakukan deskripsi, analisis, penafsiran dan evaluasi/penilaian atas pesan-pesan media. Jadi, pendidikan melek media atau pedagogi media kritis adalah salah satu cara untuk menumbuhkan warganegara yang kritis terhadap komodifikasi budaya media dan komunikasi publik.

3 Henry Giroux, misalnya, telah membawa kajian budaya pada akhir 1980-an untuk memperkaya pendidikan dengan memperluas konsepsi pedagogi dan literasi. Giroux menggunakan kajian budaya untuk mengubah dan memperkaya pedagogi kritis dan menyediakan peralatan dan praktek intelektual yang baru untuk mengubah pendidikan. Dia berpendapat bahwa kajian budaya perlu melihat pentingnya pedagogi dan untuk melanjutkan komitmennya bagi transformasi sosial demokrasi yang radikal, ketimbang sekadar memperturutkan kehendak pembacaan tekstualis atau kajian khalayak tentang bagaimana orang menggunakan dan menikmati budaya populer, seperti dalam beberapa versi kajian budaya yang muncul pada dekade yang lalu. Lihat, misalnya, Henry Giroux (1992). *Border Crossings. Cultural Workers and the Politics of Education*. New York: Routledge; Henry Giroux (1993). *Living Dangerously. Multiculturalism and the Politics of Culture*. New York: Peter Lang Publishers; Henry Giroux (1994). *Disturbing Pleasures: Learning Popular Culture*. London & New York: Routledge; Henry Giroux dan Peter McLaren, (eds.) (1989). *Critical Pedagogy, the State, and the Struggle for Culture*. Albany, N.Y.: SUNY Press; Henry Giroux dan Peter McLaren (1994). *Between Borders: Pedagogy and Politics in Cultural Studies*. New York & London: Routledge; Henry Giroux dan Patrick Shannon (1997). *Cultural Studies and Education: Toward a Performative Practice*. New York & London: Routledge.

buku ini, kemunculan intelektual kritis merupakan faktor kunci dalam membentuk kesadaran akan sebab-sebab dan akibat-akibat dari perkembangan dunia modern.

Benar seperti yang pernah dikatakan oleh Richard Hoggart, Raymond Williams, Noam Chomsky, ataupun Robert McChesney bahwa seorang ilmuwan kritis haruslah berperan seperti "intelektual kritis klasik" atau sebagai "intelektual publik" (*public intellectuals*) (Jacoby 1987). Seorang analis media kritis haruslah menyokong demokratisasi budaya agar tercipta akses bagi semua orang, baik sebagai produsen maupun konsumen, terhadap sumber daya kultural dan dengan demikian membentuk "inteligensia untuk rakyat" (*intelligentsia for the people*) (Williams, 1983).

Untuk itulah, kita diingatkan agar selalu menjaga perspektif historis kita dan terus berjuang untuk memelihara kesehatan intelektual dan spiritual kita. Mungkin ini terdengar utopis. Namun, seperti kata-kata Bertolt Brecht yang terkenal, "Jika Anda akan berpikir ini Utopis, maka saya akan bertanya kepada Anda untuk memikirkan mengapa ia Utopis."⁴

⁴ Seperti dikutip dalam Raboy (1990), hlm. 357 dan dalam McChesney (1993), hlm. 103.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Irwan. 2005. "Diversitas Budaya, Hak-Hak Budaya Daerah dan Politik Lokal di Indonesia, dalam *Desentralisasi, Globalisasi, dan Demokrasi Lokal*, ed. Jamil Gunawan. Jakarta: LP3ES.
- Abercrombie, N., S. Hill, dan B. Turner. 1985. *The Dominant Ideology Thesis*. London: Allen & Unwin.
- Adorno, Theodor. 1991. *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. Editor: J. M. Bernstein. London: Routledge.
- Adorno, Theodor dan Max Horkheimer. 1944/1997. *The Dialectic of Enlightenment*. London: Verso.
- Adorno, Theodor dan Max Horkheimer. 1993. *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception*. Dalam Simon Doring (ed.). *The Cultural Studies Reader*. London: Routledge.
- Agaba, Grace Rwomushana. 2005. "An Exploration of the Effect of Market-Driven Journalism on The Monitor Newspaper's Editorial Content", Tesis, Rhodes University.
- Agnew, John. 2005. *Hegemony: The New Shape of Global Power*. Philadelphia: Temple University.
- Albarran, Alan B. 1996. *Media Economics: Understanding Markets, Industries and Concepts*. Ames: Iowa State University Press.
- Alexander, Alison, James Owers, dan Rodney Carveth (eds.). (1993). *Media Economics Theory and Practice*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Alfaro, R. M. 2006. "Citizens and Media Cultures: Hidden behind Democratic Formality". *Global Media and Communication*, 2 (3), 299 - 313.
- Allan, Stuart (ed.). 2005. *Journalism: Critical Issues*. New York: Open University Press.
- Althusser, L. 1971. "Ideology and Ideological State Apparatuses", dalam L. Althusser *Lenin and Philosophy and Other Essays*. New York: Monthly Review Press.
- Altschull, J. Herbert. 1984. *Agents of Power: The Role of News Media in Human Affairs*. New York: Longman.
- Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi
- Anderson, B.R.O'G. 1983. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Anderson, Robin dan Lance Strate (eds.) (2000). *Critical Studies in Media Commercialism*. Oxford & New York: Oxford University Press.
- Ang, Ien. 1985. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London/New York: Methuen.
- Ang, Ien. 1991a. *Desperately Seeking the Audience*. London/New York: Routledge.
- Ang, Ien. 1991b. "On the Politics of Empirical Audience Research", dalam *Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. hlm. 35-52. New York and London: Routledge.
- Appadurai, A. 1990. "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy", dalam *Public Culture*, 2(2), 1-24.
- Appadurai, A. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Armando, Ade. 2011. *Televisi Jakarta di Atas Indonesia: Kisah Kegagalan Sistem Televisi Berjaringan di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.
- Arthur, Chris. 2000. *Religious Pluralism: A Metaphorical Approach*, Aurora Colorado: The Davies Group, Publishers.
- Artz, Lee dan B. O. Murphy. 2000. *Cultural Hegemony in the United States*. Thousand Oaks: Sage.
- Artz, Lee dan Y. R. Kamalipour (eds.) 2003. *The Globalization of Corporate Media Hegemony*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Artz, Lee, Steve Macek, dan Dana L. Cloud (eds.) 2006. *Marxism and Communication Studies: The Point is to Change It*. New York: Peter Lang.
- As, I. 2006. "The Digital Mosque: A New Paradigm in Mosque Design", dalam *Journal of Architectural Education*, 60 (1), 54-66.
- Ashe, Fidelma. 2007. *The New Politics of Masculinity: Men, Power, and Resistance*. London & New York: Routledge.
- Attaway-Fink, Betty. 2004. Market-Driven Journalism: Creating Special Sections to Meet Reader Interests. Dalam *Journal of Communication Management* 9 (2): 145-154.
- Atton, Chris. 1999. "A Reassessment of the Alternative Press", dalam *Media, Culture & Society*, 21: 51 - 76.
- Atton, Chris. 2002. *Alternative Media*. London: Sage.
- Babe, Robert E. 1995. *Communication and the Transformation of Economics*. Boulder, Colo.: Westview Press.

- Bagdikian, Ben H. 2000. *The Media Monopoly*, 6th edn. Boston: Beacon Press.
- Bagdikian, Ben H. 2001. A Secret in the News: The Country's Permanent Poor. 2 April, www.znet.org.
- Bagdikian, Ben H. 2004. *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Baker, Edwin C. 2002. *Media, Markets and Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Baker, Edwin C. 2007. *Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters*. New York: Cambridge University Press.
- Baldasty, Gerald J. 1992. *The Commercialization of News in the Nineteenth Century*. Urbana: University of Illinois Press.
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. 2000. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*, Edisi ke-2. Belmont, CA: Wadsworth, 2000.
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. 2012. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*, edisi ke-6. Boston: Wadsworth.
- Barber, Benjamin R. 2007. *Consumed: How Markets Corrupt Children, Infantilize Adults, and Swallow Citizens Whole*. New York: W.W. Horton & Company.
- Barnouw, Erik (ed.). 1997. *Conglomerates and the Media*. New York: The New Press.
- Barret-Lennard, B. 2001. *Anti-Globalisation*. Melbourne: Beach Box Books.
- Barsky, Robert F. 2007. *The Chomsky Effect: A Radical Works beyond the Ivory Tower*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Barthes, R. 1994. Myth Today. Dalam J. Storey (ed.), *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader*, Hertfordshire : Harvester Hempstead.
- Barzilai-Nahon, K., dan Barzilai, G. (2005. "Cultured Technology: The Internet and Religious Fundamentalism", dalam *The Information Society 21(1)*, 25-40.
- Baudrillard, Jean. 1981. *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. St Louis, MO: Telos Press.
- Baudrillard, Jean. 1983. Our Theater of Cruelty. Dalam *In The Shadow of Silent Majorities*. New York: Semiotext[e].
- Baudrillard, Jean. 1998. "For a Critique of the Political Economy of the Sign", dalam *Jean Baudrillard: Selected Writings*. Editor: M. Poster. Cambridge: Polity Press.
- Baudrillard, Jean. 1998. *The Consumer Society: Myths and Structures*, London Thousand Oaks, CA, New Delhi: Sage.

- Baudrillard, Jean. 2000. "Beyond Use Value", dalam *The Consumer Society Reader*. Editor: Martyn J. Lee. Malden, MS: Blackwell.
- Baudrillard, Jean. 2003. The Violence of the Image and the Violence Done to the Image. Dalam Victoria Grace, Heather Worth, & Laurence Simmons (eds.). *Baudrillard West of the Dateline*. Palmerston North: Dunmore Press.
- Bauman, Zygmunt. 1998. *Globalization*. Cambridge: Polity Press.
- Bazin, Jean-Nicolas dan Jérôme Cottin. 2004. *Virtual Christianity: Potential and Challenge for the Churches*. Geneva: WCC Publications.
- Beam, Randal A. 1997. The Characteristics of Market-Oriented Daily Newspapers. Paper presented at the annual meeting of the *Association for Education in Journalism and Mass Communication*, Chicago, IL.
- Beaudoin, Tom. 1998. *Virtual Faith: The Irreverent Spiritual Quest of Generation X*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Bennett, David (ed.). 1998. *Multicultural States: Rethinking Difference and Identity*. London & New York: Routledge.
- Bettig, R. V., dan J. L. Hall. 2003. *Big Media, Big Money: Cultural Texts and Political Economics*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Beynon, John. 2002. *Masculinities and Culture*. Birmingham: Open University Press.
- Biagi, Shirley. 2010. *Media/Impact: An Introduction to Mass Media*, edisi ke-9. Singapore: Cengage Learning Asia.
- Blankson, I, dan P. Murphy (eds.). 2007. *Negotiating Democracy: Media Transformations in Emerging Democracies*. Albany: State University of New York Press.
- Bocock, Robert. 1993. *Consumption*. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre. 2001. *Masculine Domination*. Terj. Richard Nice. Stanford: Stanford University Press.
- Boyd-Barrett, O. 1977. Media Imperialism: Towards an International Framework for the Analysis of Media Systems. Dalam J. Curran, M. Gurevitch, & J. Woollacott (eds.). *Mass Communication and Society*. London: Edward Arnold.
- Boyd-Barrett, O. 1997. International Communication and Globalization: Contradictions and Directions. Dalam A. Mohammadi (ed.), *International Communication and Globalization: A Critical Introduction*. London: Sage.
- Boyd-Barrett, O. dan C. Newbold (eds.) 1995. *Approaches to Media: A Reader*. London: Arnold.

- Boyd-Barrett, O. dan T. Rantanen. 1998. *The Globalisation of News*. London: Sage.
- Brasher, Brenda E. 2004. *Give Me that Online Religion*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Brenner, Suzanne. 1999. "On the Public Intimacy of the New Order: Images of Women in the Popular Indonesian Print Media", dalam *Indonesia* (57): 13-37.
- Briggs, Asa dan Peter Burke. 2006. *Sejarah Sosial Media: Dari Gutenberg Sampai Internet*. Terjemahan: A. Rahman Zainuddin. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Brooke, T. 1997. *Virtual Gods*. Eugene, OR: Harvest House.
- Brown, J. R., J. K. Cramond, dan R. J. Wilde. 1974. Displacement Effects of Television and the Child's Functional Orientation to the Media. Dalam J. G. Blumer dan E. Katz (eds.), *The Uses and Mass Communication*, Beverly Hills, CA: Sage, hlm. 93-112.
- Bryant, Jennings dan Wes Fondren. 2009. "Displacement Effects", dalam Robin L. Nabi dan Mary Beth Oliver (eds.). *The SAGE Handbook of Media Processes and Effects*. New York & London: Sage Publications.
- Bunt, G. 2000. *Virtually Islamic: Computer-Mediated Communication and Cyber Islamic Environments*. Lampeter, UK: University of Wales Press.
- Burgess, J. P. 2004. "The Sacred Site in Civil Space: Meaning and Status of the Temple Mount/al-Haram al-Sharif", dalam *Social Identities*, 10(3), 311-323.
- Byerly, Carolyn M. dan Karen Ross. 2006. *Women and Media: A Critical Introduction*. Malden, Oxford, Victoria: Blackwell.
- Byrne, Peter. 1995. *Prolegomena to Religious Pluralism: Reference and Realism in Religion*, London: Macmillan.
- Cai, M. X. 2005. "An Experimental Examination of the Computer's Time Displacement Effects", dalam *New Media & Society* 7 (1), hlm. 8-21.
- Campbell, Colin. 1989. *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford: Blackwell.
- Campbell, H. 2004. "Challenges Created by Online Religious Networks", dalam *Journal of Media and Religion*, 3(2), 81-99.
- Campbell, H. 2005. *Exploring Religious Community Online: We are One in the Network*. New York: Peter Lang Publishing.
- Campbell, H. 2005. "Making Space for Religion in Internet Studies", dalam *The Information Society*, 21 (4), 309-315.

- Campbell, John E. dan Matt Carlson. 2002. "Panopticon.com: Online Surveillance and the Commodification of Privacy", dalam *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 46 (4): 586-606.
- Campbell, Richard, Christopher R. Martin, dan Bettina Fabos. 2004. *Media and Culture: An Introduction to Mass Communication*, edisi ke-4. Boston & New York: Bedford/St. Martin's.
- Canclini, Néstor García. 1995. *Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Caplan, S. E. 2005. "A Social Skill Account of Problematic Internet Use", dalam *Journal of Communication*, 55: 721-736.
- Caputo, John D. 2001. *On Religion*. London & New York: Routledge.
- Carega, A. 1999. *E-vangelism: Sharing the Gospel in Cyberspace*. Lafayette: Vital Issues Press.
- Carey, J. W. 1989. *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Boston: Unwin Hyman.
- Carey, J. W. 1993. "Looking Back to the Future: How Communication Technologies Enter American Household", dalam J.V. Pavlik dan E.E. (eds.), *Demystifying Media Technology*. Mountain View, CA: Mayfield, hlm. 32-39.
- Carrette, Jeremy dan Richard King. 2006. *Selling Spirituality: The Silent Takeover of Religion*. Routedledge: New York.
- Castells, M. 1996. *The Information Age: Economy, Society and Culture: Vol. 1. The Rise of the Network Society*. Oxford, UK: Blackwell.
- Castells, M. 1996. *The Rise of the Network Society*. Malden, Massachusetts: Blackwell.
- Castells, M. 1999. Flows, Networks, and Identities: A Critical Theory of the Informational Society. Dalam M. Castells (ed.) *Critical Education in the New Information Age*. Lanham, Rowman & Littlefield.
- Castells, M. 2000. "Materials for an Exploratory Theory of the Network Society", dalam J. Hartley dan R. Pearson (eds.). *American Cultural Studies: A Reader*, Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. 2001. *The Internet Galaxy*. Oxford: Oxford University Press
- Chaffee, Steven H. (1992). *Explication* (Sage Communication Concepts 1), Newbury Park, CA: Sage.
- Chama, J. R. C. 1996, Desember 16. Finding God on the Web. *Time*, 149 (1), 52-59.

- Chen, Milton. 1994. *Anak dan Televisi*, edisi terj. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Chen, Yi-Fang. 2006. "Social Phenomena of Mobile Phone Use: An Exploratory Study in Taiwanese College Students". Makalah yang disajikan pada the Second International Conference on Digital Communication Conference of the National Chung-Cheng University, Chia-Yi, Taiwan.
- Chomsky, N. 1987. *The Chomsky Reader*. New York: Pantheon Books.
- Chomsky, N. 1986. *Pirates and Emperors: International Terrorism in the Real World*. Montreal: Black Rose Books.
- Chomsky, N. 1987. *Manufacturing Consent*. New York: Pantheon.
- Chomsky, N. 1989. *Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies*. London: Pluto Press.
- Chomsky, N. 1995. "Globalization and Resistance. An Interview with Noam Chomsky by Husayn Al-Kurdi", dalam *Kick It Over*, issue #35 (Summer), Toronto, Ontario, Canada: Station A.
- Chomsky, N. 1998. "Propaganda and Control of the Public Mind", dalam Robert W. McChesney, Ellen Meiksins Wood, dan John Bellamy Foster (eds.), *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communication Revolution*. New York: Monthly Review Press.
- Chomsky, N. 1999. *Profit over People: Neoliberalism and Global Order*. London, Toronto & New York: Seven Stories Press.
- Chomsky, N. 2002. *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*. New York, NY: Seven Stories Press.
- Chomsky, N. dan M. Foucault (2006). *The Chomsky-Foucault Debate, On Human Nature*. New York & London, The New Press.
- Chossudovsky, Michel. 2003. *The Globalization of Poverty: Deconstructing the New World Order*. New York: **Global Research Publishers**.
- Christians, C. G. 2002. "Religious Perspectives on Communication Technology", dalam *Journal of Media and Religion*, 1(1), 37-47.
- Clark, J. 2007. "This Special Shell": The Church Building and the Embodiment of Memory", dalam *Journal of Religious History*, 31(1), 59-77.
- Clifford, J. 1992. "Traveling Cultures", dalam L. Grossberg, C. Nelson, dan P. Treichler (eds.). *Cultural Studies*. London: Routledge.
- Cobb, Jennifer. 1998. *Cybergrace: The Search for God in the Digital World*. New York, NY: Crown Publishers.

- Coltrane, Scott, dan Kenneth Allan. 1994. "New' Fathers and Old Stereotypes: Representations of Masculinity in 1980s Television Advertising", dalam *Masculinities*. 2 (4): 43-66.
- Compaine, B. M., dan D. Gomery. 2000. *Who Owns the Media? Competition and Concentration in the Mass Media Industry*, Edisi ke-3. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Compton, J. 2004. *The Integrated News Spectacle: A Political Economy of Cultural Performance*. New York: peter lang.
- Connell, Robert. 1990. "An Iron Man: The Body and Some Contradictions of Hegemonic Masculinity", dalam M. A. Messner dan D. F. Sabo (eds.). *Sport, Men and the Gender Order: Critical Feminist Perspectives*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Connell, Robert. 2005. *Masculinities*. 2nd Edition. Sydney: Allen and Unwin.
- Craig, Steve. 1993. "Selling Masculinities, Selling Femininities: Multiple Genders and the Economics of Television", dalam *The Mid-Atlantic Almanack*. (2): 15-27.
- Croteau, D. dan W. Hoynes. 2003. *Media Society: Industries, Images and Audiences*, edisi ke-3. London: Sage.
- Cunningham, C. 1999. *Stones of Witness: Church Architecture and Function*. Great Britain, UK: Sutton Publishing Limited.
- Cunningham, S. dan J. Sinclair (eds.). 2001. *Floating Lives: The Media and Asian Diasporas*. Boulder, CO: Rowman & Littlefield.
- Curran, J. 1977. "Capitalism and Control of the Press, 1800-1975", dalam J. Curran, M. Gurevitch, dan J. Woollacott (eds.). *Mass Communication and Society*. London: Routledge.
- Curran, J. 2002. *Media and Power*. London: Routledge.
- Curran, J. dan M. Gurevitch. 2000. *Mass Media and Society*, edisi ke-3. London: Arnold.
- "Cyberfaith: How Americans Pursue Religion Online." December 23, 2001 http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_CyberFaith_Report.pdf. Diakses pada 29 Januari 2010.
- Dagron, A.G. 2004. "The Long and Winding Road of Alternative Media", dalam J.D.H. Downing, D. McQuail, P. Schlesinger, & E. Wartella (eds.), *The Sage Handbook of Media Studies*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dahlan, M. Alwi. 1985. "Analisa Jaringan Komunikasi: Perkembangan dan Relevansi", dalam *Jurnal Inovasi*.
- Davis, Creston, John Milbank, dan Slavoj i ek (eds.). 2005. *Theology and the Political: The New Debate*. Durham: Duke University Press.

- Dawson, Lorne L. dan Douglas E. Cowan (eds.). 2004. *Religion Online: Finding Faith on the Internet*. New York, NY: Routledge.
- Dayan, Daniel dan Elihu Katz. 1992. *Media Events*. Cambridge: Harvard University Press.
- De Soto, Hernando. 2000. *The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Evrywhere Else?*. New York: Basic Books.
- Debord, Guy. 1994. *The Society of the Spectacle*. New York: Zone Books.
- Deetz, Stanley A. 1992. *Democracy in an Age of Corporate Colonization: Developments in Communication and the Politics of Everyday Life*. Albany, N.Y: State University of New York Press.
- Demers, D. 2002. *Global Media: Menace or Messiah?* rev. edn. Cresskill, NJ: Hampton.
- Devereux, Eoin (2007. *Understanding the Media (Edisi kedua)*. London & New York: Sage.
- Dijk, Jan A.G.M. van. 2006. *Network Society*. London: Sage.
- Dixon, P. 1997. *Cyberchurch, Christianity and the Internet*. Eastborne, UK: Kingsway Publications.
- Downing, J. H. 2002a. "Community Radio at the Beginning of the 21st Century: Commercialism vs. Community Power", dalam N.W. Jankowski & O. Prehn (eds.), *Community Media in the Information Age*. New Jersey: Hampton Press.
- Downing, J. H. 2002b. "Independent Media Centres: A Multi-local, Multi-media Challenge to Global Neo-liberalism", dalam M. Raboy (ed.). *Global Media Policy in the New Millennium*. Luton: Luton University Press.
- Downing, J. H. 2001. *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- Downing, J. H., A. Mohammadi, dan A. Sreberny-Mohammadi (eds.) 1995. *Questioning the Media: A Critical Introduction*, second ed. London: Sage.
- Downing, J. H., Dennis McQuail, Philip Schlesinger, dan Ellen Wartella (eds.), *The SAGE Handbook of Media Studies*, London: Sage, 2004.
- Doyle, G. 2002. *Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media*. London: Sage.
- Drane, John. 2001. *The McDonaldization of the Church: Consumer Culture and the Church's Future*. Macon, Georgia: Smyth & Helwys Publishing.
- Durham, Meenakshi Gigi dan Douglas Kellner (eds.) 2001. *Media and Cultural Studies: KeyWorks*. Massachusetts dan Oxford: Blackwell.

- During, S. (ed.) 1993. *The Cultural Studies Reader*. London: Routledge.
- Dyer, R. 1985. "Male Sexuality in the Media", dalam A. Metcalf dan M. Humphries (eds.). *The Sexuality of Men*. London: Pluto.
- Edwards, T. 1997. *Men in the Mirror: Men's Fashions, Masculinity and Consumer Society*. London: Cassell.
- Enzensberger, H. M. 1974. *The Consciousness Industry*. New York: Seabury.
- Fairchild, C. 2010. "Social Solidarity and Constituency Relationships in Community Radio", dalam K. Howley (ed.), *Understanding Community Media*. Los Angeles: Sage.
- "Faith Online: 64% of wired Americans have used the Internet for spiritual or religious purposes," April 7, 2004. http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Faith_Online_2004.pdf. Diakses pada 29 Januari 2010.
- Feasey, Rebecca. 2008. *Masculinities and Popular Television*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Featherstone, Mike. 1991. *Postmodernism and Consumer Culture*, London: Sage.
- Featherstone, Mike. 1995. *Undoing Culture: Globalization, Postmodernism and Identity*. London: Sage.
- Featherstone, Mike (ed.) 1990. *Global Culture: Nationalism, Globalism and Modernity*. London: Sage Publications.
- Feldman, T. 1997. *An Introduction to Digital Media*, London: Routledge.
- Felix, David. 1998. "Asia and the Crisis of Financial Globalization", dalam Dean Baker, Gerald Epstein, dan Robert Pollin (eds.). *Globalization and Progressive Economic Policy*. Cambridge University Press.
- Ferguson, D. A., dan Perse, E. M. 2000. "The World Wide Web as a Functional Alternative to Television", dalam *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44 (2), hlm. 155-174.
- Ferguson, M. 1992. "The Mythology about Globalization", dalam *European Journal of Communication*, Vol. 7 no. (1): 69-93.
- Ferguson, M. 1993. "Globalisation of Cultural Industries: Myths and Realities", dalam M. Breen (ed.). *Cultural Industries: National Policies and Global Markets*. Melbourne, Australia: Centre for International Research on Communication and Information Technologies.
- Fidler, Roger. 1997. *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks, Ca.: Pine Forge.
- Fisher, Aubrey. 1978. *Perspectives on Human Communication*. New York: Macmillan.

- Fiske, John. 1987. *Television Culture*. London: Methuen.
- Fiske, John. 1990. *Introduction to Communication Studies*, 2nd edition, London: Routledge.
- Fiske, John. 1992. "Popularity and the Politics of Information", dalam P. Dahlgren dan C. Sparks (eds), *Journalism and Popular Culture*. London: Sage: 45-63.
- Flanagin, A. J., dan M. J. Metzger. 2001. "Internet Use in the Contemporary Media Environment", dalam *Human Communication Research*, 29 (1), hlm. 153-181.
- Fontana, Benedetto. 1993. *Hegemony and Power. On the Relation Between Gramsci and Machiavelli*. London & Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Fraser, C. Dan S.R. Estrada. 2001. *Buku Panduan Radio Komunitas*. Tim Jaring Line. Jakarta: Tim Unit Komunikasi UNESCO Jakarta.
- Friedman, M. 1982. *Capitalism and Freedom*. Chicago: University of Chicago Press.
- Friedman, T.L. 2005. *The World is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century*. NY: Picador.
- Friedman, T.L. 2008. *Hot, Flat, and Crowded: Why We Need a Green Revolution - and How It Can Renew America*. NY: Farrar, Straus and Giroux.
- Fukuyama, Francis. 1992. *The End of History and The Last Man*. London: Hamish Hamilton.
- Garnham, Nicholas. 1990. *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. London: Sage.
- Garnham, Nicholas. 1995. "Political Economy and Cultural Studies: Reconciliation or Divorce?", dalam *Critical Studies in Mass Communication*, 12: 95-100.
- Garnham, Nicholas. 2000. *Emancipation, the Media, and Modernity: Arguments about the Media and Social Theory*. New York: Oxford University Press.
- Geertz, C. 1957. "Ethos, World View and the Analysis of Sacred Symbols", dalam *The Antioch Review*, Jilid 17, No.4.
- Geertz, C. 1959. "Religion as a Cultural System", dalam *Anthropological Approaches to the Study of Religion*, ed.: M. Banton. London. Tavistock.
- Geertz, C. 1973. *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books.
- Geertz, C. 1980. *Negara: The Theatre State in Nineteenth-Century Bali*. Princeton,

- Gerbner, George. 1996. "The Stories We Tell", Versi awal terbit dalam *Culturelink*, Agustus 1996 dan *Nieman Reports*, Musim Gugur 1996.
- Gibson, W. 1984. *Neuromancer*. New York: Ace Book.
- Giddens, Anthony. 1990. *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, Anthony. 1999. *Runaway World: How Globalization Is Reshaping Our Lives*, New York: Routledge.
- Giroux, Henry. 1992. *Border Crossings: Cultural Workers and the Politics of Education*. New York: Routledge.
- Giroux, Henry. 1993. *Living Dangerously: Multiculturalism and the Politics of Culture*. New York: Peter Lang Publishers.
- Giroux, Henry. 1994. *Disturbing Pleasures: Learning Popular Culture*. London & New York: Routledge.
- Giroux, Henry dan Patrick Shannon. 1997. *Cultural Studies and Education: Toward a Performative Practice*. New York & London: Routledge.
- Giroux, Henry dan Peter McLaren. 1994. *Between Borders: Pedagogy and Politics in Cultural Studies*. New York & London: Routledge.
- Giroux, Henry dan Peter McLaren, (eds.) 1989. *Critical Pedagogy, the State, and the Struggle for Culture*. Albany, N.Y.: SUNY Press.
- Gitlin, T. 2000. "Prime Time Ideology", dalam H. Newcomb (ed.), *Television, the Critical View* (hlm. 574-594). Oxford: Oxford University Press.
- Gitlin, T. 2002a. "Media Sociology: the Dominant Paradigm", dalam D. McQuail, (ed.), *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, hlm. 25-35. London: Sage.
- Gitlin, T. 2002b. *Media Unlimited: How the Torrents of Images and Sounds Overwhelms Our Lives*. New York: Metropolitan Books.
- Goggin, Gerard. 2006. *Cell Phone Culture: Mobile Technology in Everyday Life*. London: Routledge.
- Golding, P. 1994. The Communication Paradox: Inequity at the National and International Levels. Dalam *Media Development* vol. 4: 7-9.
- Golding, P. dan G. Murdock. 1996. "Culture, Communications and Political Economy", dalam J. Curran dan M. Gurevitch (eds.) *Mass Media and Society*, 2nd edn. London: Arnold: 11-30.
- Golding, P. dan G. Murdock (eds.) 1997. *The Political Economy of the Media, Vol. 1 & 2*. Cheltenham & Brookfield: Edward Elgar.

- Golding, P., dan G. Murdock. 1996. "Culture, Communications and Political Economy", dalam J. Curran dan M. Gurevitch (eds.). *Mass Media and Society*. Edisi kedua. London & New York: Arnold.
- Gramsci, A. 1971. *Selections from the Prison Notebooks*. London: Routledge.
- Green, L. dan R. Guinery (eds.) 1994. *Framing Technology: Society, Choice & Change*, Sydney, Allen & Unwin.
- Gregory, S. S. 1993. "Heartbreak in Cyberspace (Romantic Relationships Formed Through Computer Network)", dalam *Time*, 142, No. 3 (19 Juli): 58.
- Grimes, Sarah M. 2006. "Online Multiplayer Games: A Virtual Space for Intellectual Property Debates?", dalam *New Media & Society*, 8(6): 969-990.
- Grossberg, L., E. Wartella, dan D.C. Whitney. 1998. *Media Making - Mass Media in Popular Culture*. London: Sage.
- Gurevitch, M. dan J.G. Blumler. 1990. "Political Communication and Democratic Values", dalam J. Litchenber (ed.). *Democracy and Mass Media*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Habermas, J. 1970. *Toward A Rational Society*. Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. 1974. "The Public Sphere", *New German Critique* 3 (Autumn): 49-59.
- Habermas, J. 1979. *Communication and the Evolution of Society*. Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. 1989. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Hackworth, Jason. 2007. *The Neoliberal City: Governance, Ideology, and Development in American Urbanism*. Ithaca, NY: Cornell.
- Hadden, J. K., dan Cowan, D. E. 2000. *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*. New York: JAI Press.
- Hadiz, Vedi R. 2004a. "Indonesian Local Party Politics: a Site of Resistance to Neoliberal Reform", dalam *Critical Asian Studies*, 36 (4) Desember, 615-636.
- Hadiz, Vedi R. 2004b. "The Failure of State Ideology in Indonesia: The Rise and Demise of Pancasila", dalam *Communitarian politics in Asia*, ed. Chua Beng Huat. London: Routledge.
- Hagen, Ingunn dan Janet Wasko (eds.) 2000. *Consuming Audiences*. Creskill, NJ: Hampton.

- Hahnel, Robin. 2002. *The ABCs of Political Economy: A Modern Approach*. London: Pluto Press.
- Hakoama dan Hakoyama. 2011. "The Impact of Cell Phone Use On Social Networking and Development Among College Students", dalam *The American Association of Behavioral and Social Sciences Journal*, Volume 15.
- Hall, Edward T. 1981. *Beyond Culture*. New York: Anchor Books/Doubleday.
- Hall, Stuart. 1980a. "Cultural Studies: Two Paradigms", dalam *Media, Culture, & Society*, 2: 57-72.
- Hall, Stuart. 1980b. "Encoding/Decoding", dalam S. Hall, D. Hobson, A. Lowe dan P. Willis (eds.), *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson, 1980.
- Hall, Stuart. 1980c. "The Social Production of News", dalam S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, dan P. Willis (eds.). *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.
- Hall, Stuart. 1982. "The Rediscovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies", dalam M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, dan J. Woollacott (eds), *Culture, Society, and the Media*. London and New York: Methuen. hlm. 56-90.
- Hall, Stuart. 1986. "Media Power and Class Power", dalam J. Curran (ed.), *Bending Reality: The State of the Media*. London: Pluto Press. hlm. 5-14.
- Hall, Stuart. 1989. "Ideology and Communication Theory", dalam B. Dervin, L. Grossberg, B. O'Keefe dan E. Wartella (eds.), *Paradigm Exemplars. Vol. 2, Rethinking Communication*. Thousand Oaks, CA: Sage. hlm. 40-52.
- Hall, Stuart. 1996. "Signification, Representation, Ideology: Althusser and the Post-Structuralist Debates", dalam J. Curran, D. Morley, dan V. Walkerdine (eds.). *Cultural Studies and Communications* (hlm. 10-34). London: Edward Arnold.
- Hall, Stuart. 1997. "The Local and the Global: Globalization and Ethnicity", dalam Anthony D. King (eds.). *Culture, Globalization and the World System: Contemporary Conditions for the Representations of Identity*. Mineapolis: University of Minnesota Press.
- Hall, Stuart (ed.) 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London/Buckingham: Sage/Open University Press.
- Hall, Stuart dan Jefferson, Tony (eds.) 1976. *Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Postwar Britain*. London: Hutchinson.

- Hall, Stuart dan Paddy Whannel. 1994. "The Young Audience", dalam John Storey (ed.). *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader*. New York, London, etc.: Harvester & Wheatsheaf.
- Hall, Stuart, D. Hobson, A. Lowe, dan P. Willis (eds.) 1980. *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.
- Hallin, D.C. 2000. "Commercialism and Professionalism in the American News Media", dalam J. Curran dan M. Gurevitch (eds.). *Mass Media and Society*, 3rd edn. London: Arnold: 218-37.
- Hallin, D.C. 2008. "Neoliberalism, Social Movements and Change in Media Systems in the Late Twentieth Century", dalam David Hesmondhalgh dan Jason Toynebee (eds.). *The Media and Social Theory*. London & New York: Routledge: 43-58.
- Hallin, D.C. dan P Mancini. 2004. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Hamelink, C. J. 2007. "The Politics of Global Communication", dalam Y. R. Kamalipour (ed.). *Global Communication*, 2nd edn. Belmont, CA: Thomson Wadsworth: 201-231.
- Hamelink, C.J. 1983. *Cultural Autonomy in Global Communications*. New York: Longmans.
- Hamelink, C.J. dan Linné, Olga. 1994. *Mass Communication Research: On Problems and Policies*. Norwood, NJ: Ablex.
- Hamilton, James T. 2000. "Alternative Media: Conceptual Difficulties, Critical Possibilities", dalam *Journal of Communication Inquiry* 24 (4) (October): 357 - 78.
- Hamilton, James T. 2004. *All The News That's Fit to Sell: How the Market Transforms Information into News*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Hamnet, Ian. 1990. "Religious Pluralism", dalam Hamnet (ed.), *Religious Pluralism and Unbelief: Studies Critical and Comparative*, London: Routledge.
- Hanke, R. 1992. "Redesigning Men: Hegemonic Masculinity in Transition", dalam S. Craig (ed.). *Men, Masculinity and the Media*. Newbury Park, CA: Sage, hlm. 185-198.
- Harris, Jay T. 2001. "News and Profits", dalam *The Nation*, 28 Mei: 6.
- Hart-Landsberg, M. 2006. Neoliberalism: Myths and Reality. Dalam *Monthly Review* 57 (11): 1-17.
- Hartley, John. 1996. *Popular Reality: Journalism, Modernity, Popular Culture*. London: Arnold.

- Harvey, D. 1989. *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford, UK: Blackwell.
- Harvey, D. 2003. *The New Imperialism*. New York: Oxford University Press.
- Harvey, D. 2005. *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University.
- Harvey, D. 2006. *Spaces of Global Capitalism*. London: Verso.
- Hatley, Barbara. 1999. "Cultural Expression and Social Transformation in Indonesia", dalam A. Budiman, B. Hatley, dan D. Kingsbury (eds.). *Reformasi: Crisis and Change in Indonesia*. Clayton: Monash Asia Institute.
- Hayles, N. 1999. "The Condition of Virtuality", dalam P. Lunenfeld (ed.). *The Digital Dialectic: New Essays on New Media*, Cambridge, Massachusetts, MIT Press.
- Haywood, Chris dan Máirtín Mac an Ghail (2003). *Men and Masculinities: Theory, Research, and Social Practice*. Buckingham & Philadelphia: Open University Press.
- Hebdige, D. 1979. *Subculture - The Meaning of Style*. London: Methuen.
- Hefner, Robert W. (ed.) 1998. *Market Cultures: Society and Morality in the New Asian Capitalism*. Boulder: Westview.
- Held, D., Is Globalisation New?, Open Democracy, 13. Updated 25 January 2002, www.opendemocracy.net. Diakses awal Desember 2011.
- Helland, C. 2000. Online-Religion/Religion-Online and Virtual Communities. Dalam J. K. Hadden dan D. E. Cowan (Eds.), *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises* (hlm. 205-223). New York: JAI Press.
- Herman, Edward S. 1995. "Media in the US Political Economy", dalam J. Downing, A. Mohammadi, dan A. Sreberny-Mohammadi (eds.). *Questioning the Media: A Critical Introduction*, 2nd ed. London: Sage.
- Herman, Edward S. 1998. "The Propaganda Model Revisited", dalam Robert W. McChesney, Ellen Meiksins Wood, dan John Bellamy Foster (eds.), *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communication Revolution*. New York: Monthly Review Press.
- Herman, Edward S. dan Gerry O'Sullivan. 1990. *The Terrorism Industry*. New York: Pantheon Books.
- Herman, Edward S. dan Noam Chomsky. 1998. *Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media*. New York, NY: Pantheon.
- Herman, Edward S. dan R.W. McChesney. 1997. *The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism*. New York: Cassell.

- Heryanto, Ariel. 2000. *Perlawanan dalam Kepatuhan: Esai-Esai Budaya*. Bandung: Mizan.
- Heryanto, Ariel (ed.) 2008. *Popular Culture in Indonesia: Fluid Identities in Post-Authoritarian Politics*. London & New York: Routledge.
- Heryanto, Ariel. 2009. "Budaya Pop Indonesia: Kehangatan Seusai Perang Dingin", dalam *Prisma*, Vol. 28, No. 2.
- Heryanto, Ariel. 2010. "Entertainment, Domestication, and Dispersal: Street Politics as Popular Culture", dalam Edward Aspinall & Marcus Mietzner (eds.). *Problems of Democratisation in Indonesia: Elections, Institutions and Society*. Singapore: ISEAS.
- Hesmondhalgh, David. 2008. Neoliberalism, Imperialism and the Media. Dalam David Hesmondhalgh dan Jason Toynbee (eds.). *The Media and Social Theory*. London & New York: Routledge.
- Hetherington, Kevin. 2007. *Capitalism's Eye: Cultural Spaces of the Commodity*. London: Routledge.
- Hill, David T. 1994. *The Press in New Order Indonesia*. Asia Paper 4. Western Australian: University of Western Australia Press & Asia Research Centre on Social, Political and Economic Change Murdoch University.
- Hodkinson, Paul. 2011. *Media, Culture and Society: An Introduction*. London & New York: Sage.
- Hoggart, Richard. 1957. *The Uses of Literacy*. Hammondsworth: Penguin.
- Hooker, V. M. 1999. "Expression: Creativity without Restraint", dalam Donald K. Emerson (ed.). *Indonesia beyond Soeharto: Polity, Economy, Society in Transition*. New York: M.E. Sharpe.
- Hooker, V. M. (ed.) 1993. *Culture and Society in New Order Indonesia*. Kuala Lumpur: Oxford University Press.
- Hoover, Stewart M. 2006. *Religion in the Media Age*. London & New York: Routledge.
- Hoover, Stewart M. dan Douglas K. Wagner. 1997. "History and Policy in American Broadcast Treatment of Religion", dalam *Media, Culture, Society*, Vol. 19, No.1.
- Hoover, Stewart M., L. Clark, dan L. Rainie. 2004. Faith Online. Diakses February 17, 2006 dari http://www.pewInternet.org/pdfs/PIP_Faith_Online_2004.pdf.
- Horkheimer, Max, dan Theodor W. Adorno. 1972. *Dialectic of Enlightenment*. New York: Herder & Herder.

- Horsfield, Peter, Mary E. Hess, dan Adán M. Medrano (eds.) 2004. *Belief in Media: Cultural Perspectives on Media and Christianity*. London: Ashgate.
- Horwitz, R. B. 2005. "On Media Concentration and the Diversity Question", dalam *The Information Society*, 21: 181-204.
- Howe, J. W. 2004. "Varieties of Religious Experience - the Architectural Dimension", dalam *Religion and the Arts*, 8 (3), 344-357.
- Huntington, Samuel P. 1996. *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. New York: Simon & Schuster.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2004. *Sirnanya Komunikasi Empatik: Krisis Budaya Komunikasi dalam Masyarakat Kontemporer*. Bandung: PBQ.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2005. "'Chaospirituality' di Taman Kontemplasi Barin: Refleksi atas Fenomena Spiritualitas Akhir-akhir ini. Makalah disampaikan pada Diskusi bertema "Spiritualitas dalam Realitas Kebudayaan Kontemporer", diselenggarakan oleh Forum Studi Kebudayaan (FSK) FSRD ITB, Bandung, 31 Mei.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2007. *Budaya Populer sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2009. "Pemahaman Newsletter Komunitas." Makalah disampaikan pada Pelatihan diselenggarakan Komisi Penanggulangan AIDS Nasional (KPAN), di Jakarta, 24 Maret.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2011. *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2013. "Budaya Digital sebagai Konteks Hidup Umat Beriman di Indonesia". Makalah disampaikan pada Seminar Nasional bertema "Budaya Digital sebagai Konteks Hidup Masyarakat", diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Pendidikan Teologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta, 23 November.
- Ibrahim, Idi Subandy (ed.) 1997. *Ecstasy Gaya Hidup: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Bandung: Mizan.
- Ibrahim, Idi Subandy dan Dedy Djamaluddin Malik (eds.) 1997. *Hegemoni Budaya*. Yogyakarta: Bentang.
- Irigaray, Luce. 1985. *Speculum of the Other Woman*. Terj. Gillian C. Gill. New York: Cornell.

- Irigaray, Luce. 1988. *The Sex Which is not One*. Terj. Catherine Porter dan Carolyne Burke. New York: Cornell.
- Iwabuchi, K. (2000). To Globalize, Regionalize, or Localize Us, That is the Question: Japan's Response to Media Globalization. Dalam G. Wang, J. Servaes, dan A. Goonasekera (eds.). *The New Communications Landscape: Demystifying Media Globalization*. London: Routledge.
- Jacoby, R. 1987. *The Last Intellectuals: American Culture in the Age of the Academe*. New York: Basic Books.
- Jhally, Sut. 1990. *The Codes of Advertising: Fetishism and the Political Economy of Meaning in the Consumer Society*. New York: Routledge.
- Jin, D.Y. 2007. "Transformation of the World Television System under Neoliberal Globalization, 1983-2003", dalam *Television & New Media* 8 (3): 179-96.
- Jin, D.Y. 2008. "Neoliberal Restructuring of the Global Communication System: Mergers and Acquisitions", dalam *Media Culture Society*, 30 (3): 357-373.
- Johnson, Paul. 1988/2008. *Intellectuals: From Marx and Tolstoy to Sartre and Chomsky*. London & New York: HarperCollins Publishers.
- Jurriëns, E. 2003. "Radio Komunitas di Indonesia: 'New Brechtian Theatre' di Era Reformasi?", dalam *Jurnal Antropologi Indonesia*, 72.
- Jurriëns, E. 2009. *From Monologue to Dialogue; Radio and Reform in Indonesia*. Leiden: KITLV Press.
- Kahera, A. I. 2002. "Gardens of the Righteous: Sacred Space in Judaism, Christianity and Islam", Dalam *Cross Currents*, 52(3), 328-341.
- Katz, J. 1999. "Men, Masculinities, and Media: Some Introductory Notes", dalam WCW Research Report, Spring, hlm. 17.
- Katz, J. E. dan Rice, R. E. 2002. *Social Consequences of Internet Use*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kayany, J. M., dan P. Yelsma. 2000. "Displacement Effects of Online Media in the Socio-technical Contexts of Households", dalam *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44, 2), hlm. 215-229.
- Keane, John. 1991. *The Media and Democracy*. Oxford: Polity Press.
- Kellner, Douglas. 1989. *Critical Theory, Marxism and Modernity*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Kellner, Douglas. 1990. *Television and the Crisis of Democracy*. Boulder, CO: Westview Press.

- Kellner, Douglas. 1995. *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. London & New York: Routledge.
- Kellner, Douglas. 1997a. "Overcoming the Divide: Cultural Studies and Political Economy", dalam Marjorie Ferguson dan Peter Golding (eds.). *Cultural Studies in Question*. London: Sage.
- Kellner, Douglas. 1997b. "The Frankfurt School and British Cultural Studies: The Missed Articulation", dalam *Cultural Studies & Frankfurt School: McGuigan Reader*, 1 (1).
- Kellner, Douglas. 2003. "Cultural Studies, Multiculturalism and the Media Culture", dalam Gail Dines dan Jean M. Humez (eds.). *Gender, Race, and Class in the Media: A Text-Reader*. London dan New Delhi: Sage.
- Kellner, Douglas. 2003. *Media Spectacle*. London: Routledge.
- Kenway, Jane, Anna Kraack, dan Anna Hickey-Moody. 2006. *Masculinity Beyond the Metropolis*. New York: Palgrave Macmillan.
- Khiabany, Gholam. 2006. "Religion and Media in Iran: The Imperative of the Market and the Straightjacket of Islamism", dalam *Westminster Papers in Communication*, 3(2): 3-21.
- Kitchen, R. 1998. *Cyberspace: The World in the Wires*. New York: John Wiley & Sons.
- Kitiarsa, Pattana (ed.) 2008. *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods*. London & New York: Routledge.
- Kitley, P. 2000. *Television, Nation, and Culture in Indonesia*. Athens: Ohio University Centre for International Studies.
- Klapper, J. 1960. *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press.
- Kong, L. 2001. Religion and Technology: Refiguring Place, Space, Identity and Community. *Area*, 33 (4), 404-413.
- Kosmin, B. A., E. Mayer, dan A. Keysar. 2008. *American Religious Identification Survey*. Diakses Apr. 27, 2008, dari http://www.gc.cuny.edu/faculty/research_briefs/aris.pdf.
- Kraidy, M. 2005. *Hybridity, or the Cultural Logic of Globalization*. Philadelphia: Temple University Press.
- Krolokke, Charlotte dan Anne Scott Sorensen (2006). *Gender Communication Theories and Analyses: From Silence to Performance*, London: Sage.
- Krueger, O. 2004. "The Internet as Distributor and Mirror of Religious and Ritual Knowledge", dalam *Asian Journal of Social Science* 32(2), 183-197.

- Kuhn, A. 1990. *The Power of the Image: Essays on Representation and Sexuality*. London, Routledge.
- Lash, S., dan J. Urry. 1994. *Economics of Signs and Space*. London: Sage.
- Lasswell, H. D. 1995. "The Structure and Function of Communication in Society", dalam O. Boyd-Barret dan C. Newbold (eds.), *Approaches to Media: A Reader*, hal 93-98, London: Arnold.
- Latif, Yudi dan Idi Subandy I. (eds.) 1996. *Bahasa dan Kekuasaan: Politik Wacana di Panggung Orde Baru*. Bandung: Mizan.
- Latif, Yudi. 2011. *Negara Paripurna: Historisitas, Rasionalitas, dan Aktualitas Pancasila*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Laventhol, David. 2001. "Profit Pressures", dalam *Columbia Journalism Review*, Mei-Juni: 18-22.
- Lazarsfeld, Paul dan Robert K. Merton. 1948. "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action", dalam Bryson (ed.). *The Communication of Ideas*. New York: Harper & Brothers.
- Lechner, F. J. dan J. Boli (eds.) 2000. *The Globalisation Reader*. Malden: Massachusetts, Blackwell.
- Leiber, Justin. 1975. *Noam Chomsky: A Philosophic Overview*. Boston: G.K. Hall and Co.
- Levy, Pierre. 1998. *Becoming Virtual: Reality in the Digital Age*. New York: Plenum Press.
- Leymore, V. L. 1975. *Hidden Myth: Structure and Symbolism in Advertising*. London: Heinemann.
- Lievrouw, L.A. dan S. Livingstone (eds.) 2002. *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*, London: Sage.
- Linderman, A., dan M. Lövheim. 2003. "Internet and Religion: The Making of Meaning, Identity and Community through Computer Mediated Communication", dalam S. Marriage dan J. Mitchell (Eds.), *Mediating Religion: Conversations in Media, Culture and Religion* (hlm. 229-240). Edinburgh, UK: T & T Clark/Continuum.
- Lippmann, Walter. 1946. *Public Opinion*. New York: Penguin.
- Lister, Martin, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, dan Kieran Kelly. 2009. *New Media: a Critical Introduction*, edisi ke-2, London & New York: Routledge.
- Livingstone, S. 1998. "Relationships Between Media and Audiences: Prospects For Future Audience Reception Studies", dalam T. Liebes dan J. Curran (eds.) *Media, Ritual and Identity*. Essays in Honor of Elihu Katz. London: Routledge.

- Livingstone, S. 2003. "The Changing Nature of Audiences: From the Mass Audience to the Interactive Media User", dalam A.N. Valdivia (ed.), *A Companion to Media Studies*, hal 337-359, Oxford: Blackwell.
- Lombard, D. 1996. *Nusa Jawa: Silang Budaya. Vol. 1 & 2*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Luhmann, N. 2000. *The Reality of the Mass Media*. Cambridge: Policy Press.
- Lull, James. 1995. *Media, Communication, Culture: A Global Approach*. Cambridge, U.K: Polity Press.
- Lyons, John. 1970. *Modern Masters: Noam Chomsky*. New York: The Viking Press.
- Liotard, Jean-Francois. 1984. *Postmodern Condition: A Report of Knowledge*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- MacKinnon, Kenneth. 2003. *Representing Men: Maleness and Masculinity in the Media*. New York: Arnold.
- Mansell, R. 2004. "Political Economy, Power and the New Media", dalam *New Media & Society*, 6 (1): 96-105.
- Marx, Karl. 1973. *The Grundrisse: Foundations of the Critique of Political Economy*. Terj.: Martin Nicolaus. Harmondsworth: Penguin.
- Marx, Karl. 1976a. *Capital: A Critique of Political Economy*. Vol. 1, Terj.: Ben Fowkes. London: Penguin (Edisi ke-1, 1867).
- Marx, Karl. 1976b. *Collected Works*. Vol. V. New York: International Publishers.
- Mattelart, A., Delcourt, X., dan M. Mattelart. 1984. *International Image Markets: In Search of an Alternative Perspective*. London: Comedia.
- McAllister, Matthew P. 1996. *The Commercialization of American Culture: New Advertising, Control, and Democracy*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- McChesney, R.W. 1993. "Critical Communication Research at the Crossroads", dalam *Journal of Communication*, 43 (4), hlm. 98-104.
- McChesney, R.W. 1997. *Corporate Media and Threat to Democracy*. New York: Seven Stories Press.
- McChesney, R.W. 1999. *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. New York: New Press.
- McChesney, R.W. 1999a. "The New Global Media", dalam *The Nation*, 29 November, hlm. 11-15.
- McChesney, R.W. 1999b. "Noam Chomsky and the Struggle Against Neoliberalism", dalam *Whose Media*, 1 April.
- McChesney, R.W. 2001. "Global Media, Neoliberalism, and Imperialism", dalam *Monthly Review* 52 (19): 1-19.

- McChesney, R.W. 2003. "The Problem of Journalism: a Political Economic Contribution to an Explanation of the Crisis in Contemporary US Journalism", dalam *Journalism Studies*, Vol. 4, No. 3: 299-329.
- McChesney, R.W. 2004. *The Problem of the Media: U.S. Communication Politics in the 21st Century*. New York: Monthly Review Press.
- McChesney, R.W. 2008) *The Political Economy of Media: Enduring Issues, Emerging Dilemmas*. New York: Monthly Review Press.
- McChesney, R.W., Ellen Meiksins Wood, dan John Bellamy Foster (eds.) 1998. *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communication Revolution*. New York: Monthly Review Press.
- McKnight, D. 2003. "A World Hungry for a New Philosophy: Rupert Murdoch and the Rise of Neoliberalism", dalam *Journalism Studies* 4(3): 347-58.
- McLuhan, M. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*, London: Routledge.
- McManus, John H. 1992. "What Kind of Commodity is News?" , dalam *Communication Research* 19 (6): 787-805.
- McManus, John H. 1994. *Market-Driven Journalism: Let the Citizens Beware?* Los Angeles, CA: Sage.
- McManus, John H. 1995. "A Market-Based Model of News Production", dalam *Communication Theory* 5 (November): 301-338.
- McNair, B. 2000. *Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere*. London: Routledge.
- McQuail, Dennis. 1987. *Mass Communication Theory: an Introduction*, edisi ke-2. London: Sage.
- McQuail, Dennis. 1992. *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage.
- McQuail, Dennis. 2003. *Media Accountability and Freedom of Publication*. Oxford: Oxford University Press.
- McQuail, Dennis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*, edisi ke-6, London: Sage.
- McQuail, Dennis (ed.) 2002. *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. London: Sage.
- McQuail, Dennis. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory*, edisi ke-4, London: Sage.
- McRobbie, A. 1994. *Postmodernism and Popular Culture*. London: Routledge.

- Meehan, Eileen R. 1999. Commodity, Culture, Common Sense: Media Research and Paradigm Dialogue. Dalam *Journal of Media Economics*, 12(2): 149-163.
- Mendelson, H. 1966. *Mass Entertainment*. New Haven, CT: College and University Press.
- Merton, R. K. 1949. *Social Theory and Social Structure*, New York: Free Press.
- Meyer, Brigit dan Annelies Moors (2006). *Religion, Media and the Public Sphere*. Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press.
- Meyer, T., (dan Hinchman, L.). 2002. *Media Democracy: How the Media Colonize Politics*. Cambridge: Polity & Blackwell.
- Meyrowitz, J. 1985. *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.
- Meyrowitz, J. 2008. "Power, Pleasure, Patterns: Intersecting Narratives of Media Influence" dalam *Journal of Communication*, 58: 641-663.
- Miller, T. 1998. *Technologies of Truth: Cultural Citizenship and the Popular Media*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Miller, Vincent. 2004. *Consuming Religion: Christian Faith and Practice in a Consumer Culture*. New York: Continuum Publishing.
- Mittelman, James H. (ed.) 1996. *Globalisation: Critical Reflections*. London: Routledge.
- Miyoshi, M. 1996. "A Borderless World? From Colonialism to Transnationalism and the Decline of the Nation-State", dalam R. Wilson dan W. Dissanayake (eds.), *Global/Local: Cultural Production and the Transnational Identity* (hlm. 78-106). Durham, N.C.: Duke University Press.
- Moore, R. Laurence. 1994. *Selling God: American Religion in the Marketplace of Culture*. New York: Oxford University Press.
- Morley, D. 1980. *The "Nationwide" Audience: Structure and Decoding*. London: BFI.
- Morley, D. 1986. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia/Routledge.
- Morley, D. (2000). *Home Territories: Media, Mobility and Identity*. London: Routledge.
- Morley, D. 2006. "Globalisation and Cultural Imperialism Reconsidered: Old Questions in New Guises", dalam James Curran dan David Morley (eds.) *Media and Cultural Theory*. London & New York: Routledge.
- Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication*, edisi ke-1. London, Thousand Oaks: Sage.

- Mosco, Vincent. 2009. *The Political Economy of Communication*, edisi ke-2. London & New York: Sage.
- Mowlana, Hamid. 1989. *New Communication Approaches and Audiences. World Communication Report*. Paris: UNESCO.
- Mowlana, Hamid, George Gerbner, dan Herbert I. Schiller (eds.) 1992. *Triumph of the Image: The Media's War in the Persian Gulf - A Global Perspective*. Boulder, CO: Westview Press.
- Mulyana, Dedy. 2012. *Cultures and Communication: An Indonesian Scholar's Perspective*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Murdoch, R. 2007. Remarks by Rupert Murdoch Chairman and Chief Executive Officer, News Corporation. Available at: http://www.newscorp.com/energy/full_speech.html. Diakses 21 April 2012.
- Murdoch, G. 1992. "Citizens, Consumers and Public Culture", dalam M. Skovmand & K. Schroder (eds.). *Media Cultures: Reappraising Transnational Media*, London: Routledge.
- Murdoch, G. dan P. Golding. 1989. "Information Poverty and Political Inequality: Citizenship in the Age of Privatized Communication", dalam *The Political Economy of the Media, Vol. 1 & 2*. Cheltenham & Brookfield: Edward Elgar.
- Murdoch, G. dan P. Golding. 2005. "Culture, Communication and Political Economy", dalam J. Curran dan M. Gurevitch (eds.). *Mass Media and Society*. London: Arnold.
- Murphy, Patrick D. 2003. "Without Ideology?: Rethinking Hegemony in the Age of Transnational Media", dalam Lee Artz dan Yahya R. Kamalipour (eds.), *The Globalization of Corporate Media Hegemony*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Nederveen Pieterse, J. 1995. "Globalization as Hybridization", dalam M. Featherstone, S. Lash, dan R. Robertson (eds.). *Global Modernities*. London: Sage.
- Negrine, Ralph. 1994. *Politics and the Mass Media in Britain* (2nd edn). London: Routledge.
- Negroponce, N. 1995. *Being Digital*. Rydalmer: Hodder & Stoughton.
- Neuman, R. 1991. *The Future of the Mass Audience*. New York: Cambridge University Press.
- Nilan, Pam dan Carles Feixa (eds.) 2006. *Global Youth?: Hybrid Identities, Plural Worlds*. London: Routledge.
- Nixon, Sean. 2003. *Advertising Cultures: Gender, Commerce, Creativity*. London: Sage.

- Noble, D. 1998. "The Religion of Technology: The Divinity of Man and the Spirit of Invention", dalam *Canadian Journal of Communication*, 23 (4). Diakses Apr. 27, 2008, dari <http://www.cjc-online.ca/viewarticle.php?id=495&layout=html>.
- Novak, T. P. dan D. L. Hoffman. 1998. *Bridging the Digital Divide: The Impact of Race on Computer Access and Internet Use*. Project 2000, Vanderbilt University. Tersedia online: <http://www.2000.ogsm.vanderbilt.edu/papers/race/science.html>.
- Nugroho, Alois A. 1982. "Manusia dan Perubahan Sejarah: Berfilsafat Bersama Jose Ortega y Gasset, dalam M. Sastrapratedja, *Manusia Multi-Dimensional*. Jakarta: Gramedia.
- O'Connor, A. 1990. "The Miners' Radio Station in Bolivia: A Culture of Resistance", dalam *Journal of Communication*, 40 (1).
- O'Connor, Jane Catherine. 2007. *The Cultural Significance of the Child Star*. London: Routledge.
- O'Leary, S. D. 2004. "Cyberspace as Sacred Space: Communicating Religion on Computer Networks", dalam L. L. Dawson dan D. E. Cowan (eds.), *Religion Online: Finding Faith on the Internet* (h. 37-58). New York, NY: Routledge.
- Oblinger, Diana G. dan James L. Oblinger (eds.) 2005. *Educating the Net Generation*, Educause (E-Book Series), html.
- Oetama, Jakob. 2001. "Perkembangan Pers sebagai Bisnis", dalam *Pers Indonesia: Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas: 302-34.
- Oetomo, Dede. 2000. "Masculinity in Indonesia: Genders, Sexualities, and Identities in a Changing Society", dalam Richard Parker, Regina Maria Barbosa dan Peter Aggleton (eds.). *Framing the Sexual Subject: the Politics of Gender, Sexuality, and Power*. Berkeley and Los Angeles: The University of California Press, hlm. 46-59.
- Ohmae, Kenichi. 1990. *The Borderless World*. London: HarperCollins.
- Ohmae, Kenichi. 1995. *The End of the Nation State: The Rise of Regional Economies*. London: HarperCollins.
- Otto, R. 1923. *The Idea of the Holy*. London: Oxford University Press.
- Pacey, Arnold (2000). *The Culture of Technology*, edisi ke-9, Massachusetts: The MIT Press.
- Palfrey, John dan Urs Gasser. 2008. *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*, New York: Basic Books.

- Patterson, Robin. 2009. "A Critical and Theoretical Analysis of International Adoption of Vulnerable Children: The Commodification of Children?" Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association Annual Meeting, Hilton San Francisco, San Francisco, CA, Aug 08, *Online* <pdf>. 2012-04-25 <http://www.allacademic.com/meta/p308905_index.html>
- Pease, Bob dan Keith Pringle. 2001. "Introduction: Studying Men's Practices and Gender Relations in a Global Context", dalam Bob Pease dan Keith Pringle (eds.). *A Man's World? Changing Men's Practices in a Globalised World*. London: Zed Books, hlm. 2-10.
- Peck, James. 1987. "Pengantar", dalam *The Chomsky Reader*. New York: Pantheon Books.
- Perse, E. M., dan G.D. Dunn. 1998. "The Utility of Home Computers and Media Use: Implications of Multimedia and Connectivity", dalam *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42 (4), 435-456.
- Petras, James dan Henry Veltmeyer. 2001. *Globalization Unmasked*. London & New York: Zed Books.
- Pew Internet and American Life Project. 2001) 'Cyberfaith: How Americans Pursue Religion Online'. Tersedia online at <http://www.pewinternet.org/>.
- Picard, Robert G. 1985. *The Press and the Decline of Democracy: The Democratic Socialist Response in Public Policy*. Westport, Conn.: Greenwood Press.
- Picard, Robert G. 1989. *Media Economics: Concepts and Issues*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- Picard, Robert G. 1998. "Media Concentration, Economics, and Regulation", dalam Doris Graber, Dennis McQuail, dan Pippa Norris (eds.) *The Politics of News, The News of Politics*. Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press.
- Poespowardojo, Soerjanto. 1989. *Strategi Kebudayaan: Suatu Pendekatan Filosofis*. Jakarta: Gramedia dan LPSP (Lembaga Pengkajian Strategi dan Pembangunan).
- Porter, M. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Postman, N. 1985. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Penguin.
- Postman, N. 1994. *The Disappearance of Childhood*. New York: Vintage.
- Postman, N. 1996. *The End of Education*. New York: Vintage.
- Pranata, Brian Arieska. 2009. *The Social-cultural and Economic Implications of the Presence of Mobile Phones Among Overseas Migrant Worker*

- Families in Kecopokan Hamlet, East Java, Indonesia*. Thesis. Universitas Ohio. Tidak Dipublikasikan.
- Radway, J. 1984. *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Rai, Milan. 1995. *Chomsky's Politics*. London: Verso, 1995.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2003. *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*. Bandung: Mizan.
- Rheingold, Howard. 1993. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Cambridge: MIT Press.
- Richards, M., dan D. French. 1996. "From Global Development to Global Culture?", dalam M. Richards dan D. French (eds.). *Contemporary Television: Eastern Perspectives*. New Delhi, India: Sage.
- Rideout, V.J., U. G. Foehr, dan D. F. Roberts. 2010. *Generation M2: Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds*. Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation.
- Rifkin, Jeremy. 1991. *Biosphere Politics: A New Consciousness for A New Century*. New York: Crown Publishers.
- Rifkin, Jeremy. 2000. *The Age Of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life is a Paid-For Experience*, New York: Putnam Publishing Group.
- Rifkin, Jeremy. 2010. The Third Industrial Revolution. <http://www.newscientist.com/blogs/culturelab/2010/02/jeremy-rifkin-the-third-industrial-revolution.html>. Diakses 28 Desember 2011.
- Roach, C. 1997. The Western World and the NWICO. Dalam P. Golding dan P. Harris (eds.). *Beyond Cultural Imperialism: Globalization, Communication and the New International Order*. London: Sage.
- Roach, Stephen. 2003. Global: Do Imbalances Matter. *Morgan Stanley Global Economic Forum*, www.morganstanley.com/GEFdata/digests/latest-digest.html, September 2. Diakses April 2012.
- Robertson, R. 1990. "Mapping the Global Condition: Globalisation as the Central Concept", dalam Mike Featherstone (ed.). *Global Culture: Nationalism, Globalism and Modernity*. London: Sage Publications.
- Robertson, R. 1992. *Globalization*. London: Sage.
- Robertson, R. 1995. "Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity", dalam M. Featherstone, S. Lash, dan R. Robertson (eds.). *Global Modernities*. London: Sage.
- Robins, K. dan A. Aksoy. 2005. "New Complexities of Transnational Media Cultures", dalam O. Hemer dan T. Tufte (eds.). *Media and Glocal*

- Change: Rethinking Communication for Development*. Buenos Aires and Gothenburg: Clasco and NORDICOM.
- Robinson, J. P., K. Barth, dan A. Kohut. 1997. "Social Impact Research: Personal Computers, Mass Media, and Use of Time", dalam *Social Science Computer Review*, 15 (1), hlm. 65-82.
- Robinson, J. P., M. Kestnbaum, A. Neustadtl, dan A. Alvarez. 2002. "Information Technology and Functional Time Displacement", dalam *IT & Society*, 1 (2), hlm. 21-36.
- Robison, Richard. 1996. "The Middle Class and the Bourgeoisie in Indonesia", dalam R. Robison dan D.S. Goodman (eds.). *The New Rich in Asia: Mobile Phones, McDonald's and Middle-class Revolution*. London: Routledge.
- Robison, Richard. 2001. "Indonesia: Crisis, Oligarchy and Reform", dalam *The Political Economy of South-East Asia: Con ict Crisis and Change*. Edisi ke-2. Gary Rodan, Kevin Hewison & Richard Robison (eds.). Australia: Oxford University Press Australia.
- Robison, Richard dan Vedi R. Hadiz. 2004. *Reorganizing Power in Indonesia: The Politics of Oligarchy in an Age of Market*. London & New York: Routledge-Curzon.
- Rogers, Everett M. 1986b. *Communication Technology: The New Media in Society*. New York & London: The Free Press.
- Rogers, Everett M. 1994. *A History of Communication Study: A Biographical Approach*, New York: Focal Press.
- Rogers, Everett M. 2005. *Diffusion of Innovation*, Fifth edition. New York: Focal Press.
- Rogers, Everett M. dan D. Lawrence Kincaid. 1981. *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. New York & London: The Free Press.
- Romano, Angela. 2003. *Politics and the Press in Indonesia: Understanding an Evolving Political Culture*. London & New York: Routledge-Curzon.
- Romano, Angela dan Bromley, Michael (eds.) 2005. *Journalism and Democracy in Asia*. London & New York: Routledge.
- Romano, Angela R. 2005. "Asian Journalism: News, Development and the Tides of Liberalization and Technology", dalam Angela Romano dan Bromley, Michael (eds.). *Journalism and Democracy in Asia*. London & New York: Routledge: 1-14.

- Ronald K. L. Collins. 1992. *Dictating Content: How Advertising Pressure Can Corrupt a Free Press*. Washington D.C.: Center for the Study of Commercialism.
- Roof, Wade Clark. 1999) *Spiritual Marketplace: Baby Boomers and the Remaking of American Religion*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Ross, Karen dan Virginia Nightingale. 2003. *Media and Audiences: New Perspectives*. Buckinghamshire: Open University Press, McGraw-Hill.
- Sahlins, Marshall. 1976. *Culture and Practical Reason*. Chicago: University of Chicago Press.
- Said, E. 1993. *Culture and Imperialism*. New York: Knopf.
- Sardar, Z. 1998. *Postmodernism and the Other: The New Imperialism of Western Culture*. Pluto Press.
- Sassen, S. 1998. *Globalization and Its Discontents*. New York: New Press.
- Schement, J. R., dan H. C. Stephenson. 1996. "Religion and the Information Society", dalam J. M. Buddenbaum dan D. A. Stout (eds.), *Religion and Media Use: A Review of the Mass Communication and Sociology Literature* (hlm. 261-289). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Schiller, D. 1999. *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Schiller, H.I. 1979. Transnational Media and National Development. Dalam K. Nordenstreng dan H. Schiller (eds.). *National Sovereignty and International Communication*. Norwood, NJ: Ablex.
- Schiller, H.I. 1990. *Culture, Inc*. New York: Oxford University Press.
- Schiller, H.I. 1992. *Mass Communications and American Empire*. Boulder, Co.: Westview Press. (terbit pertama kali tahun 1969).
- Schiller, H.I. 1996. *Information Inequality: The Deepening Social Crisis in America*. London: Routledge.
- Schor, Juliet. 2003. The Commodification of Childhood: Tales from the Advertising Front Lines. Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association, Atlanta Hilton Hotel, Atlanta, GA, Aug 16, *Online* <.pdf>. 2012-04-25 <http://www.allacademic.com/meta/p106418_index.html>
- Schramm, W. (ed.). 1948. *Communication in Modern Society: Fifteen Studies of the Mass Media Prepared for the University of Illinois Institution of Communication Research*. Urbana, IL: The University of Illinois Press.
- Schramm, W.L., J. Lyle, dan E.B. Parker. 1961. *Television in the Lives of Our Children*. Stanford: Stanford University Press.

- Schroeder, R., N. Heather, dan R. M. Lee. 1998. The Sacred and the Virtual: Religion in Multi-User Virtual Reality. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 4(2). Diakses February 18, 2008, dari <http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue2/schroeder.html>.
- Schultze, Q. 2002. *Habits of the High-Tech Heart*. Grand Rapids, MI: Baker Academic.
- Selove, R. 1995. *Democracy and Technology*, New York, Guilford Press.
- Seidler, Victor J. 2006. *Transforming Masculinities: Men, Cultures, Bodies, Power, Sex, and Love*. London & New York: Routledge.
- Seligman, A.B. 1992. *The Idea of Civil Society*. New York: Free Press, 1992.
- Sen, Amartya. 1999. *Development as Freedom*. New York: Alfred A. Knopf.
- Sen, Krishna dan David T. Hill. 2011. *Politics and the Media in Twenty-First Century Indonesia*. London & New York: Routledge.
- Sen, Krishna dan David T. Hill. 2000. *Media, Culture, and Politics in Indonesia*. South Melbourne: Oxford University Press.
- Servaes, J. dan R. Lie (eds.) 1997. *Media and Politics in Transition: Cultural Identity in the Age of Globalisation*. Louvain: Acco.
- Setiawan, Bambang. 1983. *Metode Analisis Jaringan Komunikasi*. Seri Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Seksi Penerbitan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.
- Setiawan, Bambang. 1989. *Jaringan Komunikasi di Desa*. Seri Monograf. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.
- Sheff, Elisabeth. 2006. "Poly-Hegemonic Masculinities", dalam *Sexualities*, Vol 9 (5): 621-642.
- Shields, Rob. 2003. *The Virtual*. London & New York: Routledge.
- Shoemaker, Pamela J. dan Stephen D. Reese. 1996. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman.
- Siebert, Frederick S., Theodore Peterson, dan Wilbur Schramm. 1956. *Four Theories of the Press*, Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Sinclair, J. 1998. "Culture as a "Market Force": Corporate Strategies in Asian Skies", dalam S. Melkote, P. Shields, dan B. Agrawal (eds.). *International Satellite Broadcasting in Asia*. Lanham, MD: University Press of America.
- Sinha, J. W., Hillier, A., R. A. Cnaan, dan C. C. McGrew. 2007. "Proximity Matters: Exploring Relationships among Neighborhoods, Congregations, and the Residential Patterns of Members", dalam *Journal for the Scientific Study of Religion*, 46 (2), 245-260.

- Siregar, S.H. dan Ign. Haryanto. 2006. *Membangun Kebebasan Pers yang Beretika*. Jakarta: Dewan Pers dan Yayasan Tifa.
- Siregar. Ashadi. 2000. "Kebebasan Pers: Antara Kekuatan Politik dan Pemilik Modal." Makalah disampaikan pada Seminar *Mempertegas Komitmen Kebangsaan*, Rapat Koordinasi Nasional, Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU), Jakarta, 9 Agustus.
- Siregar. Ashadi. 2002. "Menggugat Peran Pers Indonesia," Makalah disampaikan pada Seminar Amandemen, KKN, Pers Indonesia: Tiga Persoalan Bangsa Dewasa Ini, Dewan Pimpinan Pusat Partai Golongan Karya, Jakarta, 30 Juli.
- Smith, Marc A. dan Peter Kollock (eds.) 1999. *Communities in Cyberspace*. London: Routledge.
- Smythe, Dallas W. 1977. Communications: Blindspot of Western Marxism. Dalam *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1(3): 1-27.
- Smythe, Dallas W. 1981. *Dependency Road: Communication, Capitalism, Consciousness and Canada*. Norwood, NJ: Ablex.
- Smythe, Dallas. 1994. *Clockwise: Perspectives on Communication*. Ed.: T. Guback. Boulder, CO: Westview.
- Soedjatmoko. 1984. *Pembangunan dan Kebebasan*. Jakarta: LP3ES.
- Sparks, C. 1998. *Communism, Capitalism and the Mass Media*. London: Sage.
- Sparks, C. 2000. "The Global, the Local and the Public Sphere", dalam Georgette Wang, Jan Servaes dan Anura Goonasekera (eds.). *The New Communications Landscape: Demystifying Media Globalization*, hlm. 74-95. London: Routledge.
- Sparks, C. 2001. "The Internet and the Global Public Sphere", dalam W. L. Bennett dan R. M. Entman (eds.), *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Sparks, C. dan J. Tulloch (eds.) 2000. *Tabloid Tales: Global Perspectives on the Popular Media*. Boulder, Co: Rowman and Littlefield.
- Sparrow, Bartholomew H. 1999. *Uncertain Guardians. The News Media as a Political Institution*. Baltimore, London: The John Hopkins University Press.
- Sperlich, Wolfgang B. 2006. *Noam Chomsky (Critical Lives)*. London: Reaktion Books.
- Splichal, Slavko dan Colin Sparks. 1994. *Journalists for the 21st Century. Tendencies of Professionalization Among First-Years Students in 22 Countries*. Norwood, NJ: Ablex.

- Sreberny, Annabelle. 1991. The Global and the Local in International Communications. Dalam J. Curran dan M. Gurevitch (eds.). *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold.
- Sreberny, Annabelle. 2001. "Mediated Culture in the Middle East: Diffusion, Democracy and Difficulties", dalam *International Communications Gazette*, 63 (2/3): 101-119.
- Steinberg, Shirley R. dan Joe L. Kincheloe (eds.) 2009. *Christotainment: Selling Jesus through Popular Culture*. Boulder, Co.: Westview Press.
- Stiglitz, J.E. 2011, Nov. 4). <http://www.project-syndicate.org/commentary/the-globalization-of-protest>. Diakses pada 1 Juni 2012.
- Stokes, Jane. 2003. *How To Do Media and Cultural Studies*. London: Sage.
- Storey, J. 1993. *An Introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.
- Storey, J. 1996. *Cultural Studies and The Study of Popular Culture: Theories and Methods*. Athens: University of Georgia Press.
- Storey, J. (ed.) 1994. *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.
- Stout, D. A. 2002. "Religious Media Literacy: Toward a Research Agenda", dalam *Journal of Media and Religion*, 1 (1), 49-60.
- Straubhaar, J. 1997. "Distinguishing the Global, Regional and National Levels of World Television", dalam A. Sreberny-Mohammadi, D. Winseck, J. McKenna, dan O. Boyd-Barrett (eds.). *Media in Global Context: A Reader*. London: Edward Arnold.
- Straubhaar, J. 2000. "Culture, Language and Social Class in the Globalization of Television", dalam G. Wang, J. Servaes, dan A. Goonasekera (eds.). *The New Communications Landscape: Demystifying Media Globalization*. London: Routledge.
- Strinati, D. 1995. *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London: Routledge.
- Sturgill, A. 2004. Scope and Purposes of Church Web Sites. *Journal of Media and Religion*, 3 (3), 165-176.
- Tapscott, Don. 1998. *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*. New York: McGraw-Hill.
- Tasker, Yvonne. 2002. *Spectacular Bodies: Gender, Genre and the Action Cinema*. London & New York: Routledge.
- Terranova, Tiziana. 2000. "Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy", dalam *Social Text*, 18(63): 33-58.

- Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi
- Thompson, John B. 1990. *Ideology and Modern Culture*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Thussu, D.K. 2007a. *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. London: Sage.
- Thussu, D.K. 2007b. The 'Murdochization' of News? The Case of Star TV in India", dalam *Media, Culture & Society*, 29 (3): 593-611.
- Thussu, D.K. 2010. "Television News in the Era of Global Infotainment. Dalam *The Routledge Companion to News and Journalism*. Ed. Stuart Allan. London & New York: Routledge: 362-373.
- Tillich, P. 1952. *The Courage to Be*. New Haven: Yale University Press.
- Tomlinson, J. 1991. *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Tomlinson, J. 1997. "Cultural Globalization and Cultural Imperialism", dalam A. Mohammadi (ed.). *International Communication and Globalization*. London: Sage.
- Tomlinson, J. 1999. *Globalization and Culture*. Cambridge, UK: Polity.
- Triputra, Pinkey. 2005. "Dilema Industri Penyiaran di Indonesia: Studi tentang Neoliberalisme dan Perkembangan Pertelevisian di Era Orde Baru dan Reformasi." (Ringkasan Disertasi). dalam *Jurnal Thesis*. Jakarta: Universitas Indonesia, Januari-April.
- Trujillo, Nick. 1991. "Hegemonic Masculinity on the Mound: Media Representations of Nolan Ryan and American Sports Culture", dalam *Critical Studies in Mass Communication*, Vol.8, September: 290-308.
- Tsagarousianou, R., D. Tambini, dan C. Bryan (eds.) 1998. *Cyberdemocracy: Technology, Cities and Civic Networks*, London, Routledge.
- Tunstall, Jeremy. 1977. *The Media Are American: Anglo-American Media in the World*. New York: Columbia University Press.
- Tunstall, Jeremy, dan Michael Palmer. 1991. *Media Moguls*. London: Routledge.
- Turkle, S. 1995. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Underwood, Doug. 1993. *When MBAs Rule the Newsroom. How the Marketers and Managers Are Reshaping Today's Media*. New York: Columbia University Press.
- Veen, Wim dan Ben Vrakking. 2006. *Homo Zappiens: Growing Up in a Digital Age*, Continuum International Publishing Group.

- Vitalari, N. P., Venkatesh, A., dan Gronhaug, K. 1985. "Computing in the Home: Shifts in the Time Allocation Patterns of Households", dalam *Communications of the ACM*, 28 (5), hlm. 512-522.
- Vivian, J., 2006. *The Media of Mass Communication*, edisi ke-7. Boston, MA: Pearson Education, Inc.
- Wahl-Jorgensen, Karin dan Thomas Hanitzsch (eds.) 2009. *The Handbook of Journalism Studies*. New York & London: Routledge.
- Wallerstein, I. 1990. "Culture as the Ideological Battleground of the Modern World System", dalam M. Featherstone (ed.), *Global Culture*. London: Sage.
- Walther, J.B. (1996. "Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction", dalam *Communication Research*, 23 (1): 3-43.
- Wang, G., J. Servaes, dan A. Goonasekera (eds.) 2000. *The New Communications Landscape: Demystifying Media Globalisation*. Routledge: London and New York.
- Ward, Graham. 2005. "The Commodification of Religion, or The Consummation of Capitalism", dalam Creston Davis, John Milbank, dan Slavoj Žižek (eds.) *Theology and the Political: The New Debate*. Durham: Duke University Press, hlm. 327-39.
- Wasko, J. 1982. *Movies and Money*. Norwood, NJ: Ablex.
- Wasko, J. 2004. "The Political Economy of Communication", dalam J.H. Downing, D. McQuail, P. Schlesinger, dan E. Wartella (ed.). *The Sage Handbook of Media Studies*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Waters, M. 1995. *Globalization*. London: Routledge.
- Weedon, C. 1987. *Feminist Practice and Poststructuralist Theory*. Oxford: Blackwell.
- Wellman, B., dan M. Gulia. 1999. "Virtual Communities as Communities: Net Surfers Don't Ride Alone", dalam M. Smith dan P. Kollock (eds.), *Communities in Cyberspace*. London: Routledge.
- Wertheim, M. 1999. *The Pearly Gates of Cyberspace*. London: Virago.
- White, R. A. 1994. "Audience 'Interpretation' of Media: Emerging Perspectives", dalam *Communication Research Trends*, 14 (3): 3-36.
- Williams, Raymond. 1958. *Culture and Society: 1780-1950*. Hammondsworth: Penguin.
- Williams, Raymond. 1961. *The Long Revolution*. Hammondsworth: Penguin.

- Williams, Raymond. 1976. *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. New York: Oxford University Press.
- Williams, Raymond. 1977. *Marxism and Literature*. New York: Oxford University Press.
- Williams, Raymond. 1980. *Problems in Materialism and Culture*. London: Verso.
- Williams, Raymond. 1981. *The Sociology of Culture*. Chicago: University of Chicago Press.
- Williams, Raymond. 1983. "Intellectuals behind the Screens", dalam *Times Higher Education Supplement*, 21 Januari.
- Williamson, J. 1978. *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. London: Marion Boyers.
- Wilson, R. dan W. Dissanayake (eds.) 1996. *Global/Local: Cultural Production and the Transnational Identity*. Durham, N.C.: Duke University Press.
- Wimmer, R. D. dan J. R. Dominick. 2003. *Mass Media Research: An Introduction*, edisi 7th, CA, Belmont: Wadsworth/Thomson Learning.
- Wood, Ellen Meiksins, John Bellamy Foster, dan Robert W. McChesney. 1998. *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communication Revolution*. New York: Monthly Review Press.
- Wyatt, S., F. Henwood, N. Miller, dan P. Senker (eds) 2000) *Technology and Inequality: Questioning the Information Society*, London, Routledge.
- Yaffe, David. 1996. *The Politics and Economics of Globalization*. Dalam *Fight Racism! Fight Imperialism!*, No. 137.
- Zaleski, J. 1997. *The Soul of Cyberspace: How Technology is Changing Our Spiritual Lives*. San Francisco: Harper-Collins.
- Zhao, Y. 1998. *Media, Market, and Democracy in China: Between the Party Line and the Bottom Line*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Zukowski, A., dan P. Babin (2002). *The Gospel in Cyberspace: Nurturing Faith in the Internet Age*. Chicago: Loyola Press.

Koran

- Herry-Priyono, B. (2004. "Atlas Globalisasi", dalam *Kompas*, 9 Maret: 4.
- "Jurnalisme Indonesia di Simpang Jalan", dalam *Kompas*, 8 Oktober 2002.
- Magnis-Suseno, Franz (1998. "Kolonialisme dan Globalisasi", dalam *Kompas*, 16 Maret.
- "Melawan Kemunafikan dan Ketidakjujuran," dalam *Kompas*, edisi 20 September 2003.
- "Memoles Karakter Maskulin," dalam 'Klasika', *Kompas*, 29 Oktober 2011: 49.

- Mubyarto. 1995. Kapitalisme, Liberalisme, Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Dalam *Kompas*, 5 Januari: 4.
- "Refleksi Hatnurani Masyarakat", dalam *Kompas*, edisi 20 September 2003.
- Samhadi, Sri Hartati. 2007. "Bangkitnya Kapitalisme Negara", dalam *Kompas*, 17 Desember.
- Siregar, Ashadi. 2001. Plus-Minus Pers dan Masyarakat. Dalam *Kompas*, 9 Februari.
- "Ssst.. Ini Cara Pria Rawat Diri," dalam Info Gaya Hidup Akhir Pekan, *Kompas*, 23 Oktober 2011:7.
- "Tampil Bersih, Tampil 'Lebih'," dalam Info Gaya Hidup Akhir Pekan, *Kompas*, Minggu, 7 Agustus 2011: 32.
- "Why They Hate Us?," dalam *Chicago Tribune* (edisi 13 September 2001).

- ## INDEKS
- ### A
- A Cultural Approach to Communication* (esai)
Adorno, Theodor, 25, 178
Agama, 7-8, 22-23, 36, 38, 47, 75-76, 102, 134-138, 142-147, 149-155
Agama Baru, 7-8, 139, 143-144
agama sipil, 7, 143
America Online (AOL), 62
Amerikanisasi
Amnesty International
Anderson, Benedict, 27, 57, 84, 194, 211
Ang, Ien, 176, 179
Antropologi, 98, 108-109, 150, 192,
Appadurai, Arjun, 57
arus ide-ide (*ideoscapes*), 29
arus kapital (*finanscapes*), 57
arus media (*mediascapes*), 57
arus orang-orang (*ethnoscapes*), 57
arus teknologi (*technoscapes*), 57
Atton, Chris, 199
- ### B
- Bagdikian, Ben H., 222
Baran, Stanley J., 1, 116
Barber, Benjamin R., 23
Baudrillard, Jean, 18, 22, 45-47, 172
Bauman, Zygmunt, 223
Beliefnet, 145
Berger, Peter L., 153, 156
berita politik, 106, 109-110
Biosphere Politics, 247
Blumler, J.G., 232
Bourdieu, Pierre, 164, 223
Boyd-Barrett, Oliver, 28, 55-56, 223-224
Brecht, Bertolt, 218
British Cultural Studies, 209, 239
budaya, xiv-xvi, 1-5, 8-18, 21-32, 37-38, 41, 44-45, 49-64, 73, 77, 79, 83, 85-86, 91-94, 97-98, 108-110, 116, 118, 129, 135, 139-140, 142-143, 148-149, 151, 158-162, 164-166, 171-174, 176-182, 184-188, 190, 193, 197, 209-218, 257-258
budaya global, 2, 27
"budaya glokak", 27
budaya hegemonik, 13-14
budaya konsumen, 23, 165, 171-172, 174
budaya kritis, 40, 32, 160, 164, 215
budaya lokal, 1, 26, 28-29
budaya massa, 26, 46, 178
budaya media, xv, 3, 9, 12, 17, 30-31, 140, 180, 217-218

budaya populer, xiv, 8, 24, 30, 33, 44, 158, 160-164, 174, 176, 180-181, 257
 budaya remeh-temeh (*trivial culture*), 214
 budaya tontonan (*spectacle culture*), 174
 budaya-tanding, 82

C
 Cable News Network (CNN), 62
 Canclini, Néstor García, 27, 58, 210
Capital, 18
 Caplan, Scott E., 2
 Caputo, John D., 132-134
 Carey, James W., 12, 93, 120
 Castells, Manuel, 42, 59, 101-102, 111, 140
Chicago Tribune, 71
 Chomsky, Noam, xiv, 14, 69-90, 219
 Chomsky, William, 73-74
 Chossudovsky, Michel, 66-67
 Cohen, Joshua, 78
 Cronau, Peter, 73
Crosswalk, 144
 Cultural Studies, 177, 209, 218
Culture and Imperialism, 73
 Curran, J., 10, 25, 27
 "Cyber Religion", 143
Cyber-church, 146
Cybercommunity, 148
Cybercrime, 141
cyber-democracy, 141
cyberhate, 141
cyberporn, 141
cyber-ritual, 147
cyberspace, 133, 144, 147-151, 155-156
cyber-spiritualitas, 146

cybertemple, 144

D

Dahlan, M. Alwi, 99-100
 Davis, Dennis K., 1, 116
 Debord, Guy, 31
 Demokrasi, 10, 40, 54, 64, 77-78, 80, 83-85, 113, 142, 190, 201, 211, 213-215, 217-218
 demokrasi konsumen, 83
 demokratisasi, 10, 38, 192-93, 210-212, 215, 219,
 deregulasi, 15
 "deteritorialisasi" (*deterritorialization*), 58
Development as Freedom, 250
 Devereux, Eoin, 214
 Digital, xviii-xix, 16, 92, 97-98, 102, 104, 129-130, 133-134, 141, 145, 150, 190
 "digital natives", 92, 140
 Dijk, Jan A.G.M. van, 97, 100
disorganized capitalism, 60
Displacement effects, 117, 119,
 Downing, J. H., 87, 192, 195, 198
 'dunia maya' (*virtual world*), 2, 16, 101, 126, 147-148, 151
 Durkheim, Emile, 135
 "dusun global" (*global village*), 40

E

e-commerce, 141
 e-komunitas, 145
 ekonomi politik kritis (*critical political economy*), 14

ekonomi politik, 9-17, 20-21, 32, 57, 63, 68-69, 72, 80, 89, 211
Emancipation, the Media, and Modernity, 11
 Etnografi, 108-109, 180, 183, 186-188,
Etnografi Khalayak, 108
Etnografi Khalayak (Audience Ethnography), 108
Etnografi Komunikasi, 108
Evangelism, 145
 e-vangelisme, 144

F

Featherstone, Mike, 27, 59, 165
 Feminin, 171, 185
 Femininitas, 159
 Feminis, 176-177, 209,
 Ferguson, Marjorie, 63
 Fiske, John, 168, 180-181, 184, 197-198
 Foucault, Michel, 177
Foundation on Economic Trends, 35
 fragmentasi, 45, 47
 French, David, 65
 Friedman, Thomas L., 91
 Fukuyama, Francis, 37, 54

G

Garnham, Nicholas, 12
Gatekeeping, 56
 gaya hidup, 106-108, 114, 142, 157, 171, 173, 194, 206
 Geertz, Clifford, 32, 108, 135-136, 154
 generasi digital, 134, 141
 "Generasi Facebook", 2
 "generasi ipad", 143

"Generasi M", 115, 129, 141
 "Generasi Media", 129, 141
 "Generasi Multitaskers", 141
 "Generasi Net", 8
 "generasi pelepah pisang", 143
 Giddens, Anthony, 36, 58-59, 62, 92, 140,
 Giroux, Henry, 115, 218
 Gitlin, Todd, 83
Glasnost, 37
 "Global Pillage", 66
 "Global Village", 49, 66
 Globalisasi, 27-30, 32, 35-43, 49, 54, 56-65, 92, 104, 140, 152, 150, 190-191, 193, 196
 "globalisasi kemiskinan" (*a globalization of poverty*), 67
 Lokal, 27, 29,
 Lokalisasi, 27-29, 61
Finding God on the Web, 144
 Goggin, Gerard, 92
 Golding, Peter, 9-10, 14, 52
 Gorbachev, Mikhail, 37
 Gramsci, Antonio, 13
 Greenpeace, 60
 Gregory, S.S., 2
 Guback, Thomas, 49-52
 Gurevitch, M., 10

H

Habermas, J., 112-113
 Hadiz, Vedi R., xv,
 Hall, Edward T., 233
 Hall, Stuart, 5, 13
 Hallin, D.C., 234
 Hamelink, C.J., 234
 Hanks, Tom, 2
 Harris, Zellig, 74

Hartley, John, 186
 Harvey, David, 36, 59, 92, 98, 140
 Hedonisme, 28, 46,
 Hegemoni, 49, 161, 173, 178, 195
 Heidegger, Martin, 132
 Herman, Edward S., 14, 54, 81, 83,
 86-87
 Herry-Priyono, B., 56
 Heryanto, Ariel, xv
 Hesmondhalgh, David, 236
 heterogenisasi, 58, 61
 hibridisasi, 27-28, 211,
 "hibriditas" (*hybridity*), 27
hidden agenda, 86
 Hodkinson, Paul, 4, 6, 214,
 Hoggart, Richard, 12
 Holderlin, Friedrich, 132
 "home zappiens", 93, 140,
 homogenisasi budaya, 28, 44, 57
 Hoover, Stewart M., 236
 Horkheimer, Max, 25
Hot, Flat, and Crowded, 91
Human Development Report, 67
 Huntington, Samuel P., 38
 "hyper-komersialisme", 10

I

Ibrahim, Idi S., 257
 ICT (*Information and
 Communication Technology*), 92
 identitas, 4, 23, 28, 104, 107-108, 135,
 156, 212,
 identitas budaya, 50
 ideologi, 13, 21, 23, 29, 36, 38, 44, 55,
 61, 69-70, 75, 87, 162, 177-178,
 181-182, 184, 197, 210,
 iklan, 9, 14, 39, 44-46, 61, 76, 114, 157,
 159, 161-174, 214

imaji iklan, 157, 175
 imaji tubuh, 158-160, 166-167
 imperialisme, 27, 41, 53-55, 63, 72,
 190, 194, 211,
 imperialisme budaya, 27, 41, 55, 193,
 211
 individualisme, 28
 Industri Budaya, 2, 12, 25, 26, 46,
 49-50, 52-53, 66, 84, 162,
Indymedia, 43, 192,
Infotainment, 31, 157, 198, 213
 Innis, Harold, 58
 "instant generation", 93, 140,
 intelektual kritis, 219
 "intelektual publik" (*public
 intellectuals*), 219
 Interaksi Simbolis, 110
 internet, xvii-xviii, 2, 8, 15-16, 28, 39,
 44, 87, 98, 101-102, 104, 115, 120,
 126, 129-130-132, 141-155, 176,
 202
 Islam, 8, 22, 87-88, 144, 152, 172, 202

J

jaringan (*network*), 98
 jaringan komunikasi, 99-100
 Johnson, Paul, 121, 218,
 Jurnalisme, 39, 138, 80, 106, 110-112,
 138, 191-192, 213-216
 jurnalisme damai, 106, 111
 Jurriëns, E., 192

K

Kaiser Family Foundation, 116
 kajian budaya, xiv, 11, 13, 24, 109,
 164, 176-180, 186, 210, 218

kajian budaya kritis, 163
 kajian lhalayak kritis, 179, 185,
 kajian media, xv, 11-12, 25, 33, 104,
 178, 196, 210,
 kajian media kritis, 11,
 Kapitalisme, xv, 18, 22, 30-33, 38-39,
 41, 44, 53, 63, 66, 68-69, 72, 79,
 85, 89, 159, 163, 174, 194, 197,
 201, 212, 216,
 kaum miskin, 78, 106-107
 kecanduan internet (*cyberaddiction*),
 kecanduan telepon seluler (*mobile
 phone addiction*), 105
 Kellner, Douglas, 12, 30-31, 86, 88
 kepemilikan media, 14, 16, 87, 194,
 211
 kesenjangan digital' (*digital divide*),
 16
 khalayak kritis (*critical audience*), 12
 Kiernan, V.G., 71
 Kissinger, Henry, 78
 Kitab Suci, 133-134, 146, 151
 Kitiarsa, Pattana, 223
 kolonialisme, 72, 190
 komersialisasi, 14, 17, 20, 82, 214
 komodifikasi (*commodification*), 20-
 22, 27, 32-33, 35, 44, 50, 114, 132,
 143, 157, 162, 182, 192, 214, 218,
 'komodifikasi budaya' (*the
 commodification of culture*), xvi,
 1, 14, 21, 25-27, 33, 218
 komoditas budaya, 13-14, 25-26
Kompas, 57, 157-158
 komunitas, 21, 25-26, 29, 37, 42-43,
 48, 74, 77-78, 97, 102, 105-106,
 109, 124, 133, 135, 1421-144, 148-
 151, 155-156, 192, 194-196, 200,
 203-208

komunitas semu (*a pseudo
 community*), 150
 komunitas virtual (*virtual
 community*), 148, 155
 konglomerasi, 50, 79, 84, 89,
 konglomerasi media, 79, 89
 konsentrasi, 14-15, 76-77, 90, 143,
 194, 214
 perspektif konstruktivisme, 110
 konsumerisme, 23, 28, 40, 46, 162,
 165
 korporasi, 28, 42, 50, 54, 58, 60-61,
 64-66, 77, 80, 97, 194, 211, 214,
 216-217
 Kraidy, M., 27
 Kristen, 145, 152

L

Latif, Yudi, xv
 Latin kuno, 132
 lembaga supranasional, 60,
 Levy, Pierre, 148
 Liberalisasi, 15, 19, 61, 142, 192-193
 Liberty Media, 62
 "Lingkaran Toronto" (*Toronto Circle*),
 58

M

Marcuse, Peter, 63
 Marx, Karl, 14-15, 18, 22, 31
 Marxis Barat, 55
 Marxisme, 57
 maskulin, 157, 160-161, 184-185
 maskulinitas, 157-167, 171-175, 177

- maskulinitas hegemonik, 163-164, 166, 169, 171, 173-174,
Mass Communications and American Empire, 56
 Massey, Doreen, 64
 'masyarakat infotainment' (*infotainment society*), 31
 masyarakat jaringan (*network society*), 98, 101, 111
 'masyarakat tontonan' ('*society of the spectacle*'), 173
 Materialisme, xvi, 28, 44, 47, 214
 Mattelart, Armand, 52, 54, 56
 Mazhab Frankfurt, 31, 209
 McChesney, R.W., 2, 10, 14-15, 39, 54, 61, 80-84, 87, 190-191, 212, 215, 219,
 McLuhan, M., 38, 40, 65, 95-96, 147
 McManus, John H., 242
 McQuail, Dennis, 14-17, 117, 192
 media alternatif, 190, 192-201, 205-206, 208,
 media baru (*new media*), 2, 92, 104, 114, 117-120, 122, 126, 130-131, 140-141, 150, 152, 176, 179
 'media dingin' (*cold media*), 95
 media komunitas, 43, 200, 202-204, 206-208
 media literasi
 'media panas' (*hot media*), 95
 media sosial (*social media*), 2, 8, 106, 148, 176,
 Media Studies, 192
Medium is the message, 95-96, 147
 melek media, 207, 218,
 Metclaf, Bob, 102
 Meyrowitz, Joshua, 2, 24, 58
 Miller, Vincent, 23
 model pasif, 179
 model khalayak, 179
 Model Representasi Sirkular Media, 6
 Mohamad, Goenawan, 69
Monastery of Christ in the Desert, 144
 Moreno, Jacob L., 98
 Morley, David, 27, 58, 109, 179-180
 Mosco, Vincent, 14-20, 25, 50, 216,
 multikultur, 210
 Murdock, Graham, 9-10, 14-15, 39-40
- N**
Necessary Illusions, 75-76, 85, 88,
 Negroponte, N., 93, 140,
 neo-liberal, 35, 142, 192, 197,
neoliberalisme, 192
 "net generation", 93, 140,
newsletter, 204-207
 nilai budaya (*cultural value*), 94
 'nilai guna' (*use value*), 17-18, 115
 'nilai tukar' (*exchange value*), 18-19
- O**
 O'Connor, A., 192
 O'Connor, Jane., 24
 Ohmae, Kenichi, 38, 54, 63, 65
On Religion, 132
online religion, 153
Orientalism, 73
 orientasi budaya, 213-214
 orientasi komersial, 213-214
 Otto, Rudolf, 135, 154

- P**
 Pacey, Arnold, 93-94
 Palang Merah, 60, 257
 Peck, James, 69-70
 pedagogi kritis, 218
 "pencari spiritual" ('*spiritual seekers*'), 145
 pendekatan budaya (*cultural approach*), 53
Perestroika, 37
 Perusahaan-perusahaan multinasional (*Multinational Corporations, MNCs*), 190
 pluralisasi, 43-44, 211,
 pluralisme, 44, 47, 147, 216
 Postman, N., 24
 pascastrukturalisme, 209
 pra-Copernican, 133
 Pritchard, Evans, 99
 privatisasi, 10, 15, 19, 22, 62, 84, 214, 217
 propaganda, xviii, 72, 75-76, 81
 propaganda media, 76, 89
 reporter politik, 106, 109-110
 representasi, 5-6, 18, 29, 112, 129, 161-162, 164, 166, 210, 217
 Rheingold, Howard, 148
 Richards, Michael, 65
 Rifkin, Jeremy, 35, 83
 Ritual, 3, 7-8, 82, 134-137, 143, 145, 147, 149-150, 153,
 ritual online, 144
 Robertson, Roland, 27-29, 58-59, 61,
 Rogers, Everett M., 100
 Rogers, Joel, 78
 Roof, Wade Clark, 145
 ruang profan, 149
 ruang publik (*public sphere*), 112
 ruang ritual (*a ritual space*), 149
 ruang sakral, 149
 ruang spiritual (*a spiritual space*), 144
 ruang suci (*sacred space*), 150
 Ryan, Meg, 2
- S**
 Said, Edward, 72-73, 86
 Schatz, Carol, 73
 Schiller, Herbert, 54-55
 Schiller, Dan, 98
 Sekular, 218
 'selebritisasi', 213
 Sen, Amartya, 44
 Setiawan, Bambang, 100
 "sistem dunia" (*world-systems*), 59
 Smythe, Dallas W., 21, 25
 Spiritualitas, 47, 133, 136, 144, 151, 155,
 Stiglitz, Joseph E., 49, 66
 Stokes, Jane, 49
 Strukturalisme, 209

sub-kultur, 13, 194-195, 197
 subversi budaya, 26

T

'tabloidisasi', 213
 Tapscott, Don, 93, 140,
 Tatanan Dunia Baru (*New World Order*), 66
 teks (*text*), 13, 31-32, 105, 116, 118, 132, 145-146, 162, 165, 176-182, 184-188, 194, 210
 telefon seluler, 2, 92, 105-108, 111, 129, 133, 142
 teori budaya, 9
 teori interpretif, 108
 teori jaringan, 98
 teori ketergantungan (*dependency theory*), 56-57
 teori kritis, 112
 teori Marxian, 14
 Teori-teori interpretif lingkup mikro (*Microscopic interpretive theories*), 13
 "tesis ideologi dominan", 55
The Age of Access, 35
The Borderless World, 63
The Chomsky Reader, 70
The Culture of Technology, 93
The Elementary Forms of Religious Life, 135
The End of the Nation-State, 63
The Interpretation of Cultures, 135
The Language of Globalization, 63
The medium is the message, 147
The Responsibility of Intellectuals, 69
 Th Zaleski, J.
e Rise of the Network Society, 98, 101
The World is Flat, 91

Thick Description, 108
 Thussu, D.K., 62
 Tillich, Paul, 135, 154
Time, 144
 Time-Warner, 62
 Tomlinson, John, 27, 58-59
 Transnasionalisasi, 49-53, 57, 66, 194,
 'tuhan-tuhan virtual', 134
 Turner Broadcasting, 62
 Tyagi, Himanshu, 2

U

UNESCO (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization), 218

V

Vance, Cyrus, 78
 Varis, Tapio, 49-52, 56, 66
virtual community, 148, 154,
Virtual Memorial Garden, 144

W

wacana (*discourse*), 215
 waktu luang, 3, 8, 33, 50, 82, 114-116, 120, 123-124, 127, 129, 143, 176, 178
 Wallerstein, Immanuel, 59
 Walther, J.B., 2
web of meaning, 108
 Wertheim, M., 254
 Westernisasi, 57
 Williams, Raymond, 3, 12, 159, 219
 World Bank, 60, 67, 190

World Wide Web (WWW), 144
 WTO (World Trade Organization),
 192-193

Y

Yaffe, David, 63
 yang suci (*the sacred*), 147
You've Got Mail, 2

Z

Zaleski, J., 149

TENTANG PENULIS

Idi Subandy Ibrahim adalah konsultan komunikasi publik dan pengkaji budaya populer Indonesia. Pendidikan S1-nya di bidang Ilmu Jurnalistik, Universitas Padjadjaran (UNPAD), Bandung, dan pernah kuliah di Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP), tetapi tidak selesai. Dia menyelesaikan pendidikan S2 di bidang Komunikasi Politik, Universitas Indonesia (UI). Kini dia sedang menyelesaikan pendidikan S3-nya di UI. Idi pernah menjadi 'reviewer' untuk tulisan ilmuwan di beberapa jurnal internasional untuk tema budaya. Idi pernah mengajar di beberapa perguruan tinggi di Bandung, seperti sebagai dosen luar biasa dan/atau dosen tamu di Bidang Kajian Manajemen Komunikasi FIKOM UNISBA, FIKOM UNINUS, FISIP UNPAS, STIKOM Bandung, dan Prodi Arsitektur, Institut Teknologi Bandung (ITB) untuk tema Arsitektur dan Gaya Hidup. Idi pernah diminta sebagai narasumber pada seminar atau workshop dari sejumlah lembaga seperti di Universitas Padjadjaran, Universitas Indonesia, Institut Teknologi Bandung, Universitas Islam Bandung, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Muhammadiyah Solo, Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta, Universitas Katolik Parahyangan, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Sekolah Tinggi Seni Indonesia (STSI) Bandung, Universitas Pendidikan Indonesia, Palang Merah Indonesia (PMI) Pusat, Komisi Penanggulangan Aids Nasional (KPAN), H.U. *Kompas*, H.U. *Pikiran Rakyat*, dan lain-lain. Idi juga 'pencinta' buku. Ia menyebut rumahnya 'gubuk' (gudang buku kecil). Kini di 'gubuk'-nya, ia mengoleksi tak kurang dari 10.000 judul buku dan monograf. Idi telah menerjemahkan beberapa buku, monograf, dan artikel ilmiah. Di antara karyanya, *Budaya Populer sebagai Komunikasi*, edisi ke-2 (2011) dan *Kritik Budaya*

Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi

Komunikasi (2011); *Melawan Korupsi di Sektor Publik* (bersama Dr. Yosaf Iriantara, 2003), dan lain-lain.

Bachruddin Ali Akhmad adalah kandidat doktor dalam bidang ilmu komunikasi di Universitas Indonesia (UI). Dia adalah staf pengajar di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Negeri Lambung Mangkurat (UNLAM), Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Bachruddin menempuh pendidikan program sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIPOL), Universitas Gadjah Mada (UGM), Yogyakarta dan program magister (S2) ditempuhnya di Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia. Kini Bachruddin sedang menyelesaikan pendidikan S3-nya di Universitas Indonesia dan sedang menulis disertasi yang bertajuk *Penggunaan Isu Politik di Media dalam Dinamika/Permainan Politik Lokal*. Karyanya yang sudah terbit adalah *Fenomena Pemilu 2004 di Kalsel: Tinjauan Teoretis dan Empiris* (2006) dan *Sketsa Politik Pilkada Kalsel* (2009). Karyanya yang akan menyusul terbit, insya Allah, adalah *Kampanye Komunikasi dan Komunikasi Dakwah dan Dakwah Komunikatif: Menyampaikan Pesan-Pesan Kemanusiaan dalam Masyarakat Kontemporer*.

Idi Subandy Ibrahim & Bachruddin Ali Akhmad

Komunikasi & Komodifikasi

Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi

Bagaimana dinamika masyarakat Indonesia mutakhir bisa dipahami? Inilah salah satu karya terobosan penting dalam kajian media dan budaya Indonesia yang sedang berkembang pada milenium baru. Membaca buku ini, kita diajak untuk memahami tarik-tolak dan saling-pengaruh antara unsur-unsur kekuatan lokal dan tekanan global yang ikut bermain dan membentuk praktik budaya, gaya hidup, dan kesadaran kita khususnya generasi muda di tengah arus deras komodifikasi budaya dan media yang menjadi bagian penting dari denyut dan irama kehidupan kita sehari-hari.

"Komunikasi dan Komodifikasi, sebuah buku baru yang penting karya Idi Subandy Ibrahim dan Bachruddin Ali Akhmad, menggali ketidaksetaraan menyeluruh dari sistem global, suatu sistem yang di dalamnya bangsa-bangsa pasca-kolonial seperti Indonesia merupakan sasaran eksploitasi ekonomi dan pesan-pesan hegemonik mengenai gender dan masyarakat dari para konglomerat internasional dan bangsa-bangsa asing yang kuat. Mereka mengungkap mekanisme yang mengancam mengenai propaganda media dan ekspansi kapitalis global (bersamaan dengan agensi terbatas dari konsumen dan kemungkinan bentuk-bentuk media alternatif). Lantas apakah lebih baik bagi Indonesia untuk sekadar memilih keluar dari sistem yang menindas ini atau berjuang keras untuk berdikari?"

Jeremy Wallach, Ph.D., Associate Professor, School of Cultural and Critical Studies, Bowling Green State University, Ohio, USA. Editor buku (bersama Harris M. Berger & Paul D. Greene) *Metal Rules the Globe: Heavy Metal Music Around the World* (2011).

YAYASAN PUSTAKA OBOR INDONESIA

Jl. Plaju No.10 Jakarta 10230

Telp : (021) 31926978,

(021) 3920114

Faks : (021) 31924488

e-mail : yayasan_obor@cbn.net.id

website : www.obor.or.id

ISBN 978-979-461-901-8



9 789794 619018