

Peran Media Massa Dalam Komunikasi Politik

¹Winda Kustiawan, ²Riris Silvia Br. Tampubolon, ³Azzahra Putri Hermaya ⁴Herwin

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

1windakustiawan@gmail.com, 2rirstampubolon32@gmail.com

[3.azzahrahmy10@gmail.com](mailto:3azzahrahmy10@gmail.com),

ABSTRACT

Mass media is a channel for delivering messages to a wide audience. In communication, mass media plays a very important role in the process of delivering information accurately and quickly. Mass media helps facilitate the process of delivering information and communication processes both in organizational and political forms. In the political context, the mass media is not only an integral part of politics, but is central to politics. This study aims to determine the role of mass media in political communication. In this study, the authors used descriptive qualitative research with data collection techniques obtained through literature and exploratory studies. So that the authors can draw the conclusion that in political communication, the mass media plays a role in conveying political campaigns, disseminating political information, and influencing the audience regarding politics.

Keywords: Role, Media, Mass, Communication, Politics

ABSTRAK

Media massa merupakan saluran penyampaian pesan kepada khalayak luas. Dalam komunikasi, media massa sangat berperan dalam proses penyampaian informasi secara tepat dan cepat. Media massa membantu memudahkan proses penyampaian informasi dan proses komunikasi baik dalam bentuk organisasi maupun politik. Dalam konteks politik, media massa tidak hanya menjadi bagian integral dari politik, tetapi sentral dalam politik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media massa dalam komunikasi politik. Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui studi literatur dan eksploratif. Sehingga penulis dapat menarik kesimpulan bahwa dalam komunikasi politik, media massa berperan untuk

menyampaikan kampanye politik, menyebarkan informasi politik, dan memberikan pengaruh terhadap khalayak terkait politik.

Kata Kunci : Peran, Media, Massa, Komunikasi, Politik

PENDAHULUAN

Dalam banyak hal, kebangkitan internet dan web sosial telah membuat segalanya menjadi jauh lebih baik dalam hal informasi tentang dunia. Politik sangat erat hubungannya dengan media, karena salah satu tujuan media yakni untuk membentuk pendapat umum mengenai berbagai hal, terutama hal politik. Ketika pendapat umum tersebut dapat ter 'set' seperti yang diinginkan media, pada saat itulah yang menjadi tolak ukur keberhasilan suatu media. Antara dunia politik atau politik praktis dengan media terjalin hubungan yang saling membutuhkan dan bahkan saling mempengaruhi. Media massa dengan fungsi persuasif yang mampu membentuk pendapat umum dan mampu mempengaruhi opini masyarakat terhadap isu-isu politik yang sedang berkembang. Merrill dan Lowenstein mengungkapkan bahwa media massa (surat kabar) tunduk pada sistem pers, dan sistem pers itu sendiri tunduk pada sistem politik yang ada. Artinya, dalam memberikan informasi kepada masyarakat atau dalam penyampaian pesan, surat kabar harus berada dalam lingkaran regulasi yang ditetapkan.¹

Perkembangan komunikasi terus berkembang mengikuti perkembangan pola pikir manusia. Komunikasi sekarang sedang berada di tahap yang lebih luas dan kompleks. Dalam berkomunikasi tentunya kita tidak bisa terlepas dari peran media. Dalam perspektif media, kehadiran media massa menghadapi problematika terkait dengan tuntutan transformasi media massa. Terutama terkait dengan komunikasi politik. Perubahan dalam politik menjadi bagian dari kontribusi media terkhusus media massa. Media pada dasarnya memberikan pengaruh yang besar terhadap perkembangan politik di Indonesia. Di era teknologi yang semakin canggih, pemanfaatan media sangat memudahkan pelaku politik untuk menyebarkan informasi politik dan mengkampanyekan politik. Media memiliki kekuatan yang sangat besar dalam demokrasi suatu Negara karena hampir semua orang mendapatkan berita mereka dari berita kabel dan media sosial daripada sumber berita aslinya. Untuk itu penelitian ini dibuat untuk mengetahui peran media massa dalam lingkup luas terhadap komunikasi politik.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif adalah langkah-langkah penelitian sosial untuk mendapatkan data deskriptif berupa kata-kata dan gambar. Hal

¹ Dan Nimmo, *Kominikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1989), h.217.

tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Lexy J. Moleong bahwa data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.² Metode yang dipakai dalam mengumpulkan data adalah studi literatur dengan mengumpulkan berbagai referensi yang mendukung terkait peran media massa dalam komunikasi politik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Massa

Media adalah alat saluran komunikasi. Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak kata *medium*. Secara harfiah, media berarti perantara, yaitu perantara antara sumber pesan (*asource*) dengan penerima pesan (*areceiver*). Beberapa hal yang termasuk ke dalam media adalah film, televisi, diagram, media cetak (*printed material*), *computer*, dan lain sebagainya.³

Media massa adalah salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi maupun hiburan. Media massa merupakan hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Merupakan salah satu elemen penting dalam proses komunikasi massa. Saluran yang disebut media massa tersebut diperlukan dalam berlangsungnya komunikasi massa. Berdasarkan bentuknya, media massa dikelompokkan atas:

1. Media cetak (*printed media*), yang mencakup surat kabar, majalah, buku, brosur, dan sebagainya.
2. Media elektronik, seperti radio, televisi, film, slide, video, dan lain-lain.⁴

Media massa merupakan sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat, menurut Bungin, media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak, ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarkan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya.⁵ Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.⁶

Komunikasi Politik

² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 11

³ Dian Indriana, *Ragam Alat Bantu* (Jogjakarta: DIVA Press, 2011), h.13 2

⁴ John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h.4

⁵ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2006), h.72

⁶ Dedi Kusuma Habibie, *Dwi Fungsi Media Massa*, *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 7, No. 2, Desember 2018, h. 80

Mendefinisikan komunikasi politik memang tidak cukup hanya dengan menggabungkan dua definisi, “*komunikasi*” dan “*politik*”. Ia memiliki konsep tersendiri, meskipun secara sederhana merupakan gabungan dari dua konsep tersebut. Komunikasi dan politik dalam wacana ilmu pengetahuan manusia merupakan dua wilayah pencarian yang masing-masing dapat dikatakan relatif berdiri sendiri. Namun keduanya memiliki kesamaan-kesamaan sebab memiliki objek material yang sama yaitu manusia. Kesamaan objek material ini membuat kedua disiplin ilmu itu tidak dapat menghindari adanya pertemuan bidang kajian. Hal ini disebabkan karena masing-masing memiliki sifat interdisipliner, yakni sifat yang memungkinkan setiap disiplin ilmu membuka isolasinya dan mengembangkan kajian kontekstualnya. Komunikasi mengembangkan bidang kajiannya yang beririsan dengan disiplin ilmu lain, seperti sosiologi dan psikologi, dan hal yang sama berlaku pula pada ilmu politik.⁷

Komunikasi secara sederhana dapat defenisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui/ tanpa media yang menimbulkan akibat tertentu. Kegiatan komunikasi pada prinsipnya adalah aktivitas pertukaran ide atau gagasan secara sederhana. Dengan demikian kegiatan komunikasi dapat dipahami sebagai kegiatan penyampaian ide atau pesan dari satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan menghasilkan kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan. Menurut Thomas M. Scheiwadael dalam Mulyana mengemukakan bahwa berkomunikasi merupakan proses untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, membangun kontak social dengan orang sekitar dan mempengaruhi orang lain untuk merasa, berfikir, dan berperilaku seperti yang diinginkan. Sedangkan *Politics*, dalam bahasa Inggris, adalah sinonim dari kata politik atau ilmu politik dalam Bahasa Indonesia, Bahasa Yunani pun mengenal beberapa istilah yang terkait dengan kata politik, seperti *politics* (menyangkut warga negara), *polities* (seorang warga negara), *polis* (kota negara), dan *politeia* (kewargaan). Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik adalah Komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik.⁸

Lasswell memandang bahwa orientasi komunikasi politik itu telah menjadikan dua hal sangat jelas: pertama, yaitu komunikasi politik selalu berorientasi pada nilai atau berusaha mencapai tujuan; nilai-nilai dan tujuan itu sendiri dibentuk di dalam dan oleh proses perilaku yang sesungguhnya merupakan suatu bagian; dan kedua, bahwa komunikasi politik bertujuan menjangkau masa

⁷ Nina Winangsih Syam, *Rekonstruksi Ilmu Komunikasi Perspektif Pohon Komunikasi*. (Bandung: Unpad, 2002), h. 18

⁸ S. Soesanto Astrid, *Komunikasi Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Bina Cipta, 1980), h. 2.

depan dan bersifat mengantisipasi serta berhubungan dengan masa lampau dan senantiasa memperhatikan kejadian masa lalu.

Media Massa Dan Komunikasi Politik

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam politik. Dalam komunikasi politik, media massa adalah sarana dan aspek utama yang harus diperhatikan. Berbagai metode dan kegiatan komunikasi seperti pemberitaan, iklan, kampanye, propaganda, public relations, dan lainnya, sebagai bagian dari proses komunikasi politik cukup dominan menghiasi media massa. Padahal komunikasi itu sendiri mestinya harus dibangun jauh-jauh hari, hal ini sesuai dengan prinsip komunikasi adalah proses. Memang secara umum proses kampanye dalam Pemilu interaksi politik berlangsung dalam tempo dan suhu politik yang semakin meningkat menjelang pemilihan. Setiap peserta melakukan komunikasi dan berkampanye untuk meyakinkan para pemberi suara/konstituen, bahwa kelompok partai, kandidat atau golongannya adalah calon-calon yang paling layak untuk menang dan terpilih. Tidak heran bila umumnya saluran yang paling dominan digunakan untuk komunikasi politik mereka adalah media massa. Pada dasawarsa yang lalu banyak teoritis komunikasi masih memandang media massa sebagai komponen komunikasi yang netral. Pada waktu itu berlaku asumsi bahwa media apapun yang dipilih untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi tidak akan mempengaruhi pemahaman dan penerimaan pesan oleh masyarakat. Lalu bagaimanakah realitas media akhir-akhir ini atau saat ini sebagai alat komunikasi politik jelang Pemilu? Apakah media mampu mempertahankan kenetralannya dalam Pemilu? Saat ini sangat sulit menemukan media yang netral. Dalam sebuah negara yang demokratis sekalipun, media massa yang netral sangat sulit ditemukan. Tidak heran media massa yang ada pun biasanya merupakan representasi dari kepentingan pemerintah atau partai politik tertentu. Kita bisa mengambil contoh bagaimana Aburizal Bakrie dan Partai Golkar sangat sering muncul di media TVONE dan ANTV atau Surya Paloh dan Partai Nasdem di Metro TV. Begitu juga halnya Wiranto dan Hary Tanosudibyo dan partai Hanura sangat sering muncul di televisi dan media lainnya yang dibawah kelompok MNC. Dari sini terlihat bahwa fungsi media dominan hanya melayani kepentingan pemilikinya.

Dalam hal ini, McQuail menjelaskan media massa memiliki berbagai fungsi bagi khalayaknya yaitu: (1) sebagai pemberi informasi; (2) pemberian komentar atau interpretasi yang membantu pemahaman makna informasi; (3) pembentukan kesepakatan; (4) korelasi bagian-bagian masyarakat dalam pemberian respon terhadap lingkungan; (5) transmisi warisan budaya; dan keenam, ekspresi nilai-nilai dan simbol budaya yang diperlukan untuk melestarikan identitas dan kesinambungan masyarakat. Oleh karena itu, sesuai fungsinya media massa seharusnya menjadi sarana pencerahan dan transformasi nilai-nilai kebenaran agar masyarakat dapat melihat secara apa adanya. Namun kenyataannya saat ini media lebih dominan menjalankan fungsi politiknya terkait dengan dekatnya masa Pemilu tahun 2014, meskipun didominasi fungsi ekonomi media (mencari uang) tidak bisa diabaikan. Ini merupakan dilema media—termasuk para pekerja dan

profesionalnya—untuk tidak memunculkan kesan yang terlalu menilai atau berpihak dalam masa menjelang Pemilu. Oleh karena itu, masyarakat dalam menghadapi ini semua diharapkan tidak terjebak pada pilihan mereka karena dominasi media yang berkuasa. Karena persoalan Pemilu bukan saja untuk kepentingan sesaat akan tetapi persoalan masa depan bangsa ini.

Peran Media Massa Dalam Komunikasi Politik

1. Menyebarkan Pesan Politik

Pada dasarnya, komunikasi politik tidak hanya terbatas pada even-even politik seperti pemilu saja, tetapi komunikasi politik mencakup segala bentuk komunikasi yang dilakukan dengan maksud menyebarkan pesan-pesan politik dari pihak-pihak tertentu untuk memperoleh dukungan massa. Secara teoritis fenomena komunikasi politik yang berlangsung dalam suatu masyarakat, seperti telah diuraikan sebelumnya, merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dinamika politik, tempat komunikasi itu berlangsung. Karena itu, kegiatan komunikasi politik di Indonesia juga tidak bisa dilepaskan dari proses politik nasional yang menjadi latar kehidupannya. Pentingnya media massa dalam penyebaran politik diuraikan Reese dan Shoemaker telah coba membuka tabir tentang faktor-faktor yang sangat mempengaruhi isi media. Menurutnya, terdapat sejumlah faktor yang berpengaruh terhadap isi suatu media, di antaranya adalah pengaruh pekerja media (penyiar atau jurnalis), pengaruh organisasi media, pengaruh ekstramedia, dan pengaruh ideologi. Makalah Reese dan Shoemaker tersebut menunjukkan bahwa pengaruh "siapa" (menurut taksonomi Lasswell) atau "kelompok yang mempengaruhi isi media" (menurut Reese dan Sheomaker) atau juga "komunikator politik" (yang oleh Nimmo disebut sebagai komunikator profesional) dalam menyampaikan "isi pesan" ternyata tidak kalah pentingnya dari pengaruh lainnya, seperti "media", "khalayak", dan "efek atau akibat komunikasi" yang dilakukan. Berkaitan dengan posisi penting komunikator dalam menentukan isi media, Nimmo secara detil membagi komunikator politik ke dalam tiga kelompok, yaitu politikus, profesional, dan aktivis. Politikus sebagai komunikator politik dalam pelaksanaannya terkadang bertindak sebagai wakil partisan dan terkadang pula bertindak sebagai ideolog. sebagai wakil partisipan, komunikator politik mewakili kelompok tertentu dalam tawar-menawar dan mencari kompromi pada masalah-masalah politik. Mereka bertindak dengan tujuan mempengaruhi opini orang lain, mengejar perubahan atau mencegah perubahan opini. Mereka adalah makelar yang membujuk orang lain agar ikut dan setuju dengan ide yang ditawarkannya.⁹

2. Sebagai Sumber Pengaruh Politik

Dari berbagai literatur yang dikaji mengenai komunikasi politik, umumnya dikaitkan dengan peranan media massa dalam proses komunikasi yang dilaluinya. Hal ini mencerminkan adanya kecenderungan makalah dan karya tulis yang terkait

⁹ Nurul Syobah, *Peran Media Massa Dalam Komunikasi Politik*, Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan, Vol: XV, No. 1, Juni 2012, h. 14

komunikasi politik masih didominasi mengenai kampanye politik untuk mendulang suara atau membangun kekuatan politik yang diorientasikan pada kekuasaan. Graber memandang bahwa komunikasi politik merupakan proses pembelajaran, penerimaan dan persetujuan atas kebiasaan-kebiasaan (*customs*) atau aturan-aturan (*rules*), struktur, dan faktor-faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap kehidupan politik.

Sementara itu, Dan D. Nimmo dan Keith Sanders dalam *Handbook of Political Communication* (1981), juga mengungkap masalah-masalah komunikasi politik dalam kasus-kasus kegiatan politik praktis yang dikaitkan dengan peran media massa. Dalam konteks komunikasi politik, Dan Nimmo menjelaskan pengaruh-pengaruh politik dimobilisasi dan ditransmisikan antara institusi pemerintahan formal di satu sisi dan komunikasi memilih masyarakat pada sisi lain. Selain itu, media juga mengembangkan pengkajian wacana politik dengan menggunakan analisis wacana. Wacana (*discourse*) tidak hanya mencakup ucapan-ucapan dan bentuk-bentuk komunikasi nonverbal, tetapi juga mencakup segala macam "teks" dalam pengertiannya yang luas. Bila dilihat dari perspektif *extra linguistic*, kata "text" dapat diperlebar pemakaiannya meliputi pesan-pesan yang dirumuskan melalui sistem tanda, seperti tanda lampu lalu lintas, upacara-upacara ritual keagamaan, atau adat masyarakat tertentu, gaya-gaya pakaian, gerak tubuh, atau juga kode indikator yang bersifat elektronik.¹⁰

3. Untuk Mengkampanyekan Politik

Pengguna media sosial yang *well inform* dan terdidik ini tidak mudah dibohongi, tapi mudah terpengaruh dan simpati pada hal-hal yang membuat mereka tersentuh. Di dalam ruang media sosial hanya informasi yang sesuai fakta yang berharga. Untuk mencapai keyakinan bahwa informasi itu sesuai fakta, sering kali muncul perdebatan. Dalam berbagai hal yang menarik perhatian publik terjadi tesis yang dilawan oleh argumen antitesis. Keajaiban sering kali muncul di media sosial berupa tercapainya sintesis. Tidak perlu ada seseorang yang menyimpulkan, tapi dari perdebatan tersebut sering kali muncul "kesepakatan sunyi" di antara pihak-pihak yang berdebat beserta para "pendengarnya". Karena sifatnya yang memiliki rentang waktu panjang, media sosial tidak memiliki pengaruh signifikan untuk kampanye yang sifatnya mobilisasi. Kerja-kerja di media sosial bergerak perlahan dengan membicarakan visi, misi, ide, ideologi. Pengguna media sosial bukan orang yang bisa digiring, tapi bergerak dengan kemauan dan kesadaran sendiri. Media sosial hanya berpengaruh signifikan bagi politikus yang bekerja sepanjang waktu. Bukan pekerjaan instan lima tahun sekali. Mereka yang intens menyebarkan ide-ide dan berdiskusi dalam bidang tertentu secara mendalam sepanjang waktu akan mendapat hasilnya saat pemilu. Media sosial tidak cocok untuk politisi "kosong", tapi hanya bagi mereka yang punya kemampuan berpikir dan berdialektika. Media sosial juga tak cocok bagi yang egois, melainkan bagi

¹⁰ *Ibid*, h. 19

mereka yang memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap berbagai masalah yang dihadapi masyarakat. Hanya politisi yang memiliki simpati dan empati terhadap permasalahan rakyat yang akan menuai simpati dan empati publik.

Sifat kampanye di media sosial bisa merupakan kebalikan dari kampanye di dunia nyata. Jika di dunia nyata kampanye begitu berisik, keras suaranya tapi tanpa bukti nyata, di media sosial adalah antitesis dari berisik dan bising tersebut, yaitu bermakna. Setiap suara punya arti, memiliki pembuktiannya sendiri-sendiri. Politik di media sosial bisa merupakan politik sejati, yaitu politik yang benar-benar berisi ide-ide dan aksi nyata untuk kebaikan umum. Inilah politik yang memiliki daya dobrak. Berbagai isu sosial yang menjadi beban masyarakat sering kali mendapatkan solusinya di media sosial. Hal yang menarik dari media sosial adalah demografi penggunaannya yang rata-rata berusia muda. Selain itu, tentu saja, popularitasnya di miliaran penduduk bumi. Hal ini pula yang membuat efektivitas iklan di media sosial kadang-kadang lebih efektif dibanding di televisi. Penggunaan media sosial tidak sekadar sarana untuk mempererat silaturahmi namun sudah membahas pada isu-isu politik, kebijakan pemerintah, perilaku para tokoh publik. Media sosial telah menjadi bagian dalam setiap kehidupan masyarakat termasuk ranah politik yang bisa dimanfaatkan untuk sarana komunikasi, mempromosikan diri, sosialisasi, termasuk promosi partai politik untuk membangun citra partai. Pemanfaatan media sosial untuk berpolitik biasanya akan terlihat ketika akan diselenggarakannya pemilu untuk kampanye politik.¹¹

SIMPULAN DAN SARAN

Media Massa pada prinsipnya merupakan alat yang mempermudah manusia untuk melakukan interaksi dan komunikasi. Media massa memberikan peluang dan kemudahan bagi semua pihak yang ingin menyajikan informasi dengan cepat dan kepada sasaran yang luas. Komunikasi pada umumnya membutuhkan media sebagai sarana penyebaran informasi. Begitupun dengan politik. Politik yang tidak pernah terlepas dalam kehidupan bernegara tentunya membutuhkan komunikasi dalam menyebarluaskan perpolitikan. Media massa sangat berperan dalam menyampaikan komunikasi politik. Dalam komunikasi politik, media massa berperan untuk menyampaikan kampanye politik, menyebarkan informasi politik, dan memberikan pengaruh terhadap khalayak terkait politik.

Tuntutan atau aspirasi masyarakat yang beraneka ragam harus diartikulasikan. Semuanya membutuhkan saluran atau media untuk menyampaikannya. Media massa merupakan saluran komunikasi politik yang banyak digunakan untuk kepentingan-kepentingan seperti ini. Hal tersebut dikarenakan sifat media massa yang dapat mengangkat pesan-pesan (informasi dan pencitraan) secara massif dan menjangkau khalayak atau publik yang beragam,

¹¹ Berliani Ardha, *Sosial Media Sebagai Media Penyampaian Politik*, Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No. 01, Mei 2014, h. 113

jauh, dan terpecah luas. Pesan politik melalui media massa akan sangat kuat mempengaruhi perilaku politik masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Ardha, Berliani. (2014). *Sosial Media Sebagai Media Penyampaian Politik*, Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No. 01, Mei

Astrid, S. Soesanto. (1980). *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Jakarta: Bina Cipta

Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group

Habibie, Dodi Kusuma. (2018). *Dwi Fungsi Media Massa*, Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 7, No. 2, Desember

Indriana, Dian. (2011). *Ragam Alat Bantu*. Jogjakarta: DIVA Press.

Moleong, Lexy. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Nimmo, Dan. (1989). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Syam, Nina Winanngsih. (2002). *Rekonstruksi Ilmu Komunikasi Perspektif Pohon Komunikasi*. Bandung: Unpad

Syobah, Nurul. (2012). *Peran Media Massa Dalam Komunikasi Politik*, Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan, Vol: XV, No. 1, Juni

Vivian John. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Prenada Media Group