

# **PERBANDINGAN SISTEM MEDIA RUSIA DAN SISTEM MEDIA INDONESIA**

**Oleh  
Yoseph Andreas Gual**

Setiap negara memiliki sistem sosial, budaya dan politik yang khas. Sistem-sistem ini sangat mempengaruhi sistem lain dalam lingkup negara, salah satunya sistem komunikasi di mana sistem media merupakan sub sistemnya.

Rusia dan Indonesia memiliki sejarah yang hampir mirip dalam dua dekade terakhir. Rusia terlepas dari belenggu komunisme Uni Soviet tahun 1991 sedangkan Indonesia keluar dari otoritarisme Orde Baru tahun 1998. Rusia kemudian mengaku menganut sistem demokrasi dalam kehidupan bernegara demikian pula Indonesia. Tentu, anutan sistem demokrasi ini berpengaruh terhadap semua aspek kehidupan termasuk sistem medianya.

Berdasarkan, latar inilah, tulisan ini dibuat. Mencoba melihat sistem media di dua negara yang baru terlepas dari belenggu otoritarisme.

## **A. Sejarah Rusia**

Sejak tahun 1917, di bawah pemerintahan Vladimir Ilyich Lenin, model pemerintahan monarki Tsar Rusia diganti dengan model pemerintahan Revolusi Bolshevik yakni mengejawantahkan ide komunis melalui Partai Komunis. Tahun 1922, Josef Stalin meneruskan ide komunis sekaligus mewujudkan sebuah uni dengan menggabungkan negara-negara di sekitar Rusia menjadi sebuah komunitas negara besar yakni Uni Soviet. Sejak itu, Soviet hidup berdasarkan nilai dan cita-cita komunisme. Namun dalam perjalanan waktu, dengan makin menuanya ide komunis tanpa direvitalisasi, sejak tahun 1980-an ide sentralistik komunis membawa dampak negatif bagi keutuhan negara besar Soviet.

Di bidang ekonomi, Uni Soviet mengalami inflasi tersembunyi karena berbagai alasan. Kekurangan pasokan di berbagai lini kehidupan, meningkatnya pasar gelap, beban biaya yang ditanggung Uni Soviet sebagai negara adi daya untuk menjalankan misi militer serta subsidi berlebihan kepada negara-negara klien mengakibatkan sistem perekonomian Uni Soviet mulai ambruk. Belum lagi korupsi yang menggorogoti sendi-sendi pemerintahan. Hal lain yang semakin membebani ekonomi Uni Soviet yakni tuntutan perkembangan industri agar mengganti alat-alat lama dengan peralatan baru berbasis teknologi informasi yang sudah mulai dikembangkan negara saingannya Amerika Serikat. Sementara di bidang politik, terjadinya tumpang tindih antara urusan partai dan negara akibat penerapan mono-partai berdampak buruk bagi tata kelola pemerintahan. Belum lagi berbagai gerakan politik yang dilakukan oleh negara-negara anggota Uni yang mulai tidak puas dengan situasi politik ekonomi masyarakat. Di luar negeri, upaya Amerika Serikat memperkecil pengaruh Uni pun turut mempengaruhi situasi Uni Soviet saat itu.

Melihat kondisi ini, Mikhail Gorbachev selaku tokoh muda partai Komunis yang sejak tahun 1985 menjabat sebagai Sekretaris Jenderal Uni Soviet bersama tokoh-tokoh muda partai komunis, para teknokrat melakukan terobosan

baru untuk keluar dari persoalan yang menggorogoti Uni Soviet. Langkah yang ditempuh Gorbachev adalah dengan meliberalisasikannya sektor politik dan ekonomi serta mengembangkan hubungan hangat dan perdagangan dengan negara-negara barat. Kebijakan yang diambil Gorbachev yakni *glasnost* (keterbukaan politik), *perestroika* (restrukturisasi ekonomi), dan *uskoreniye* (percepatan pembangunan ekonomi).

Di bidang ekonomi, Gorbachev meloloskan UU Koperasi pada Mei 1988 yang merupakan sebuah langkah radikal di mana dimungkinkannya kepemilikan pribadi atas bisnis jasa, manufaktur dan perdagangan luar negeri. Di bidang politik, sejak Januari 1987, Gorbachev menyerukan demokratisasi dengan memperkenalkan banyak kandidat dalam pemilu. Tahun 1988, Gorbachev mengeluarkan pembaruan radikal dengan membatasi intervensi partai politik terhadap aparat pemerintahan. Pada Desember 1988, Dewan Soviet Tertinggi Soviet menyetujui dibentuknya suatu Kongres Deputi Rakyat sebagai dewan legislative Uni Soviet yang baru. Pemilihan umum untuk anggota kongres diadakan di seluruh Uni Soviet pada Maret dan April 1989. Pada 15 Maret 1990 Gorbachev terpilih sebagai Presiden eksekutif pertama Uni Soviet.

Kebijakan ini bukan tanpa pro kontra. Kelompok konservatif mencela dan mengkritik kebijakan-kebijakan yang dibuat Gorbachev. Namun Gorbachev memiliki senjata untuk menahan dan menekan kelompok penentangannya. *Glasnost* merupakan senjata Gorbachev untuk melawan kelompok konservatif sebab kebijakan ini tidak sekedar membebaskan tawanan politik tetapi juga memberi kebebasan kepada semua orang untuk menyuarakan pendapatnya termasuk media. Gorbachev berharap dengan kebebasan yang diberikan, media mampu menekan kaum konservatif yang menentang kebijakan-kebijakan restrukturisasi ekonomi yang diambilnya.

Upaya Gorbachev yang mulanya bertujuan untuk membangkitkan kembali ekonomi Uni Soviet ternyata malah membawa dampak buruk. Efek yang dibawa oleh *glasnost* dan *perestroika* menimbulkan akibat-akibat yang tidak diharapkan.

*Glasnost* mengakibatkan sensor dikurangi sehingga Partai Komunis tidak bisa mengintervensi media. Media dengan leluasa membuka berbagai masalah yang selama ini ditutup-tutupi oleh pemerintah. Perumahan yang buruk, obat-obatan, alkoholisme, korupsi, pabrik yang ketinggalan zaman karena diwariskan sejak zaman Stalin, kejahatan Stalin dan Soviet, perang Afganistan dan kekeliruan penanganan bencana adalah isu-isu yang diangkat media yang mengakibatkan kredibilitas pemerintah dan kepercayaan masyarakat menurun. Hal berikutnya yang terjadi adalah integrasi Uni Soviet mulai goyah.

Kebijakan *Glasnost* juga berakibat pada ketidakpercayaan negara-negara satelit terhadap pusat dan bangkitnya nasionalisme di negara-negara tersebut. Pemerintahan komunis di Bulgaria, Cekoslowakia, Jerman Timur, Polandia, Hongaria dan Rumania runtuh karena dalam pemilu mereka kalah. Bangkitnya nasionalisme di negara-negara satelit memunculkan pertikaian horizontal antaretnik. Misalnya, antara Etnik Armenia dan Azerbaijan. Hal ini, lagi-lagi meronggong stabilitas Uni Soviet.

Pada tahun 1990, pemerintah Uni Soviet kehilangan seluruh kendali atas kondisi ekonomi. Pengeluaran pemerintah meningkat karena banyak usaha yang

tidak menguntungkan dan subsidi terhadap harga konsumen ditanggung negara. Sedang pendapatan pajak dari penjualan vodka makin merosot karena adanya kampanye anti alkohol sementara pajak dari negara-negara satelit ditahan di negara bersangkutan dengan alasan otonomi daerah.

Melihat situasi yang tidak terkendali itu, tanggal 25 Desember 1991, Gorbachev meletakkan jabatan presiden Uni Soviet dan memberikan kuasa kepada Boris Yeltsin yang kemudian parlemen Soviet sebagai "Supreme Soviet" menyatakan membubarkan dirinya. Ini petanda secara resmi Uni Soviet bubar sebagai sebuah negara. Setelah Uni Soviet bubar, setiap negara satelit memerdekakan diri dan Rusia sebagai negara induk berjalan sendiri.

### **A1. Sistem Media Rusia**

Setelah Uni Soviet runtuh, Rusia menjadi negara terbesar di dunia dengan luas 17.075.400 km<sup>2</sup> terbentang antara benua Asia dan Eropa. Rusia menganut sistem pemerintahan demokrasi parlementer walau banyak kalangan yang mengatakan bahwa sistem pemerintahan Rusia perlahan-lahan mengarah ke otoritarisme. Namun tanggapan dari Rusia, terutama pemerintahan Putin mengatakan bahwa mereka menganut sistem demokrasi terkelola. Hal ini nampaknya dilatari oleh keinginan Putin untuk membawa kembali kejayaan Soviet dalam wajah Rusia baru.

Sistem pemerintahan semacam ini pada akhirnya mempengaruhi sistem media Rusia. Hal ini, senada dengan apa yang dikemukakan oleh Hallin dan Mancini (2004: 8) bahwa, untuk memahami media, orang pertama-tama harus memahami situasi negara, sistem partai politik, pola hubungan kepentingan ekonomi dan politik, pembangunan masyarakat dan struktur sosial. Karena itu, sistem media merupakan refleksi atas struktur sosial sebuah bangsa.

Saya belum akan memberikan jawaban, ke arah mana kecenderungan sistem media Rusia jika dilihat dari peta pembagian Hallin dan Mancini. Saya berusaha untuk menjelaskan dua aspek penting dari sistem media di Rusia yakni infrastruktur dan suprastruktur. Dari sana baru saya akan memberikan jawaban kecenderungan sistem media Rusia, apakah masuk dalam *the polarized pluralist model* atau *the democratic corporatist model* atau *the liberal model* atau tidak masuk dalam ketiga model tersebut.

### **A2. Infrastruktur Media Rusia**

#### **Media Cetak**

Upaya mendemokrasikan wajah kehidupan bernegara di Rusia sejak berdiri sendiri tahun 1991 berimplikasi pada berbagai aspek kehidupan termasuk kehidupan media. Media yang awalnya dikontrol terpusat oleh pemerintah terutama oleh partai Komunis kini menjadi bebas. Setiap individu dan kelompok dapat memiliki dan mengelola media. Hal ini berimplikasi pada menjamurnya media di Rusia. Tahun 2010, media cetak yang terdaftar sebanyak 35.500 buah. Menurut data statistik UNESCO, ada 1.7 koran harian per 1 juta penduduk Rusia di Tahun 2004. Rata-rata sirkulasi surat kabar harian 1.000 penduduk adalah 91,8 pada tahun 2004. Media non harian, 50,2 per 1 juta jiwa (Krasnoboka, 2010).

Media cetak di Rusia terbit dengan berbagai variasi bahasa mulai dari bahasa etnis di daerah-daerah, bahasa Rusia dan bahasa Inggris. Isi media pun kini bervariasi. Jika di zaman Soviet, media berisi hal-hal ideologis yang bersifat agitasi, propaganda dan organisatoris maka di zaman Rusia baru, isi media sudah lebih lunak dan luas cakupannya. Media sudah dapat menempatkan berita-berita hiburan dalam bentuk koran kuning yang tujuannya untuk mendapatkan keuntungan ekonomi.

Menurut Badan Federal Rusia untuk Pers dan Massa, tahun 2007, pendapatan majalah yang dijual di Rusia sebesar 72,64 rubel miliar (1.66bn euro) sementara pendapatan iklan sebesar 52 rubel miliar atau 1,2 miliar euro (Krasnoboka, 2010).

### **Radio dan Televisi**

Menurut Asosiasi Penyiaran TV dan Radio Nasional, Rusia memiliki 1.848 perusahaan televisi dan radio. Dari jumlah tersebut, 161 perusahaan memiliki izin rangkap untuk televisi dan radio, 799 bergerak di bidang penyiaran televisi, 888 stasiun radio (Krasnoboka, 2010).

Stasiun penyiaran radio dimiliki oleh swasta, pemerintah atau pemerintah dan swasta dengan model penyiaran berbeda-beda baik dari sisi bahasa maupun isinya. *Voice of Rusia* merupakan radio pemerintah yang berdiri sejak tahun 1929 dengan tujuan penyiarannya untuk menginformasikan kepada dunia tentang pandangan Rusia akan peristiwa-peristiwa yang terjadi di dunia. Radio ini juga berfungsi untuk menciptakan citra positif dan mempromosikan budaya dan bahasa Rusia ke seluruh dunia. *Voice of Rusia* mengudara di 160 negara dengan menggunakan 38 bahasa.

*Echo Moskvy* adalah stasiun radio yang paling terkenal di Rusia. Didirikan tahun 1990 dengan 30 pemancar di Rusia. *Echo Moskvy* pun disiarkan juga di Chicago dan New York. Enam puluh enam persen saham *Echo Moskvy* dimiliki oleh Gazprom Media dan sisanya 34 persen dimiliki oleh para jurnalis. Radio yang memiliki slogan "*The last bastion of free media in Russia*" ini memfokuskan diri pada berita dan *talk show* tentang isu-isu sosial politik. Penyiaran *Echo Moskvy* juga dilakukan melalui internet.

Dari sekian banyak stasiun televisi yang ada di Rusia, ada beberapa yang jangkauannya dapat mencapai hampir semua wilayah Rusia. *Rossiya* adalah salah satu stasiun televisi milik pemerintah yang luas jangkauannya mencapai 98,5 persen wilayah Rusia. Stasiun televisi lain adalah *Pervyj Channel* dimiliki oleh pemerintah dan swasta dengan jangkauan siaran mencapai 98,8 persen. Saluran *NTV* adalah milik perusahaan Gazprom energi dengan luas jangkauan mencapai 84 persen dan disiarkan melalui 700 jaringan kabel di seluruh Rusia.

Selain ketiga stasiun di atas, ada beberapa stasiun televisi lain yang luas jangkauannya pun hampir mencapai keseluruhan wilayah Rusia. *Kultura*, *Sport*, *Vesti* dan *Bibigon* merupakan stasiun televisi negara yang menggunakan *Pervyj Channel* dalam penyiarannya. Keempat media ini berada di bawah *All-Russia State Television and Radio Broadcasting Company* (*Vserossiyskaya Gosudarstvennaya Televizionnaya i Radioveshchatelnaya Kompaniya*, VGTRK),

organisasi negara yang memayungi seluruh stasiun penyiaran baik radio maupun televisi pemerintah.

*Kultura* merupakan stasiun televisi yang memfokuskan diri pada kehidupan budaya. Saluran ini berdiri tahun 1997. *Sport* yang berdiri tahun 2003 memfokuskan diri pada bidang olah raga. *Vesti* adalah satu-satunya televisi berita di Rusia yang mengudara 24 jam non stop berdiri tahun 2006. Dan *Bibigon*, disiarkan tahun 2007 dengan fokus pada acara anak-anak. Selain itu, REN-TV merupakan stasiun televisi swasta besar yang memiliki 27 stasiun di seluruh Rusia dan disiarkan melalui 253 jaringan kabel. Televisi lain yang populer adalah TSENTR TV milik pemerintah kota Moskow yang memfokuskan diri pada kehidupan ibu kota Rusia. Dan pada tahun 2005, Rusia meluncurkan *Russia Today*, channel satelit berbahasa Inggris yang disiarkan di lebih dari 100 negara.

### **New Media**

Menurut data statistik terbaru, 35 persen orang Rusia menggunakan internet. Dari 35 persen ini 49 persen ada di Moskow sedangkan yang lainnya menyebar di wilayah-wilayah lain Rusia. Koneksi internet yang paling cepat dan murah hanya ada di Moskow dan St Petersburg. Usia pengguna internet paling dominan berkisar dari 18-24 tahun. Tujuh puluh sembilan persen orang Rusia menggunakan internet untuk mengirim email, berikutnya untuk jejaring sosial, forum *online*, *chatting*, belajar, menemukan informasi dan untuk blog.

Hampir semua media terkemuka di Rusia baik cetak maupun elektronik memiliki website. Namun sumber berita *online* yang paling sering dikutip adalah kantor berita *Regnum*, koran *online lenta.ru* dan kantor berita *Interfax*. Meski demikian, sebagian besar masyarakat Rusia kurang mempercayai berita-berita dari media *online*. Bagi mereka, media yang paling terpercaya berasal dari televisi.

Untuk media jejaring sosial, *odnoklassniki.ru* merupakan media sosial paling terkenal di Rusia. Jejaring lain yang juga populer adalah *vkontakte* yang digunakan oleh kelompok usia muda. *LiveJournal* merupakan tempat maya yang paling populer bagi para blogger terutama dari kalangan wartawan dan politisi. Sedangkan channel televisi *Bibigon* telah menciptakan jaringan sosial untuk anak-anak yang di dalamnya berisi *game online*, video, buku, lagu dan lain-lain. Melalui jaringan ini pula, anak-anak Rusia dapat membuat album foto dan buku harian.

Televisi internet yang paling terkenal di Rusia adalah saluran *Kanal Internet* sedangkan untuk *game online* saluran yang paling terkenal adalah *Kanal Igrovoj*. Untuk mesin pencari yang paling terkenal bukan *Google* melainkan *Yandex Rusia*. Sementara situs berita yang paling terkenal khususnya untuk berita dan opini yakni *Ezhednevnyj Zhurnal*.

### **Kantor Berita**

Rusia memiliki lebih dari empat ratus kantor berita namun yang paling besar hanya tiga yakni *Itar-Tass*, *RIA Novosti* dan *Interfax*. *Itar Tass* merupakan kantor berita terbesar di Rusia dan dimiliki oleh negara. Kantor berita ini didirikan tahun 1904. Pada masa Soviet dikenal dengan nama *TASS*. Tahun 1992 namanya diubah dan menjadi kantor berita resmi Rusia. Kantor berita ini menyiarkan berita

dalam enam bahasa dengan jumlah koresponden sebanyak lebih dari 500 orang yang tersebar di Rusia dan seluruh dunia. *Itar Tass* merupakan kantor berita keempat terbesar di dunia setelah *Reuters*, *The Associated Press* dan *Agence France Presse*. Setiap hari, kantor berita ini menyiarkan 350-650 berita dan memiliki arsip foto terbesar di Rusia.

Selain *Itar Tass*, pemerintah Rusia juga memiliki *RIA Novosti* yang didirikan tahun 1941 sebagai biro informasi Soviet. Pada tahun 1990, biro ini diganti nama menjadi *Badan Informasi Novosti* dan akhirnya berganti nama menjadi *Russian Information Agency (RIA) Novosti*. *Russian Information Agency (RIA) Novosti* memiliki koresponden di 40 negara dengan menggunakan 14 bahasa.

*Interfax* merupakan kantor berita milik swasta yang didirikan tahun 1989. Kantor berita ini memiliki lebih dari 30 lembaga yang tersebar di seluruh Rusia, Cina, Eropa Tengah dan Eropa Timur. Tahun 1993, *Interfax* mengkhususkan diri untuk menyediakan informasi tentang ekonomi keuangan dan *Interfax-AFI*.

### **Organisasi Media**

Rusia memiliki banyak sekali organisasi yang mewadahi kegiatan media dan jurnisme. Salah satu organisasi jurnalis terbesar adalah Persatuan Wartawan Rusia yang didirikan tahun 1993. Pada tahun 1995, Persatuan Wartawan Rusia (PWR) masuk menjadi anggota Federasi Jurnalis Internasional. Organisasi ini mewadahi 84 organisasi jurnalis di berbagai negara bagian Rusia.

Tujuan utama berdirinya Persatuan Wartawan Rusia adalah untuk melindungi hak-hak dan kebebasan, kepentingan ekonomi, profesional dan karya kreatif para jurnalis. Selain itu, PWR menjadi pendorong adanya media massa yang bebas dan penguatan dasar hukum dari semua segi kegiatan pers dan media. Penegakan budaya jurnalis yang bebas dan jujur adalah tugas lain dari PWR. PWR juga bertugas mendorong pluralisme dan perkembangan sistem pendidikan serta peningkatan profesionalisme jurnalis.

Sejak tahun 1996, PWR menyelenggarakan Festival Media Massa, yang sejak 2003 mendapat tempat tetap di *Dagomis (Sochi)* dan sejak tahun 2007 festival itu meningkat tarafnya ke jenjang internasional. PWR memiliki bangunan sendiri bernama Gedung Wartawan dan menerbitkan majalah bulanan "Wartawan".

Organisasi media lain yang besar adalah *MediaSoyuz* yang didirikan tahun 2001. *MediaSoyuz* bergerak dalam bidang perlindungan sosial dan memfasilitasi kebebasan berbicara bagi para wartawan. Organisasi ini menyatukan berbagai serikat jurnalis seperti jurnalis politik, lingkungan, ekonomi, internet dan lain sebagainya.

Rusia juga memiliki Perkumpulan Penerbit Pers yang menyatukan 370 perusahaan dengan tujuan utamanya yakni mengembangkan usaha penerbitan Rusia. Sedangkan TV dan radio memiliki organisasi sendiri yakni *Asosiasi Penyiaran TV dan Radio Nasional*. Selain itu, masih banyak organisasi media dan jurnalis kecil yang menyatukan media dan wartawan dalam bidang-bidang khusus misalnya, Asosiasi Jurnalis Agraria.

### **A2. Suprastruktur Media Rusia**

## **Legislasi Media**

Rusia memiliki tiga undang-undang yang secara khusus mengatur kehidupan media yakni UU Media Massa yang diterbitkan tahun 1991, UU Komunikasi tahun 2003 dan UU Informasi, Teknologi Informasi dan Perlindungan Informasi yang disahkan tahun 2006. UU Media Massa seringkali diubah dan diperbaharui sesuai dengan konteks perkembangan media Rusia dan dunia.

Di samping ketiga UU tersebut ada undang-undang lain yang juga bersangkutan dengan media. Misalnya, dua undang-undang yang mengatur liputan media tentang otoritas negara, dan partai politik. Selain itu juga ada UU Pemilu dan UU Keamanan Nasional yang mengatur liputan media dan cara kerja jurnalistik. Selain itu, ada peraturan lain yang dikeluarkan pemerintah untuk mengatur media. Sebagian besar isi UU Media Massa berbicara tentang pembatasan penyebaran ekstrimisme, kekerasan, terorisme, dan pornografi di media. Secara khusus diatur tentang liputan media anti terorisme.

## **Sistem Akuntabilitas dan Otoritas Regulasi**

Tahun 1994 dilaksanakan Kongres Jurnalis Rusia dan dalam kongres tersebut disepakati untuk mengadopsi Kode Etik Jurnalisme Profesional yang isinya mirip dengan kode etik jurnalisme internasional. Selain itu di dalam UU Media Massa juga mengatur tentang hak dan kewajiban wartawan dalam bekerja.

Di negara-negara bagian Rusia, terdapat sebuah badan yang memiliki otoritas untuk melayani pendaftaran dan perizinan media. Badan ini melakukan monitoring sebelum media diberi izin. Sistem subsidi dari pemerintah juga merupakan salah satu cara mengontrol media agar mereka mempublikasikan hal-hal yang berguna bagi kehidupan sosial terutama pengembangan pendidikan nasional. Meski memiliki berbagai pengaturan, praktek kerja jurnalisme di Rusia masih mendapat banyak dikritikan karena tidak sesuai dengan kode etik jurnalistik.

Di bidang pengembangan dan pertanggungjawaban regulasi media, sejak awal berdirinya Rusia, 1991, pemerintah selalu melakukan reorganisasi badan regulasi media. Tahun 2008, terjadi restrukturasi dengan menciptakan Depertem Perhubungan Telekomunikasi dan Massa yang membidangi media massa, komunikasi dan teknologi informasi. Depertemen ini memiliki empat sub bagian yakni Badan Federal Pers dan Komunikasi Massa; Badan Federal Teknologi Informasi; Badan Federal Komunikasi dan Layanan Kontrol; serta Teknologi Informasi dan Komunikasi Massa. Sementara Depertemen Kebudayaan membawahi sinematografi.

## **Kesimpulan**

Media di Rusia walaupun sedang bergerak ke arah kebebasan namun pergerakan itu perlahan dirasa bergerak berbalik arah, kembali dalam kontrol kendali pemerintah. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya kepemilikan negara atas media, kalaborasi negara dengan para pebisnis media untuk menguasai media dan adanya lembaga pengawas media.

Di era baru Rusia, isi media mengalami depolitisasi di mana tidak lagi berisi nilai-nilai ideologis dengan maksud propaganda-agitasi untuk kepentingan negara sebaliknya isi media mengarah pada upaya untuk mencapai keuntungan ekonomi dengan memuat berbagai macam variasi mulai dari hiburan hingga romantisme dan patriotisme akan kejayaan masa lalu Rusia. Selain itu, karena banyak media yang dikuasai oleh negara maka isi media pun cenderung mengikuti kebijakan dan keinginan pemerintah berkuasa.

Internet menjadi ruang baru bagi masyarakat Rusia terutama bagi kaum politisi, jurnalis, dan kaum intelektual untuk melakukan kritik dan usaha politik lainnya. Sementara jejaring sosial pun menjadi salah satu aktivitas populer di masyarakat Rusia.

Undang-undang yang berhubungan dengan media terus berubah dengan alasan menyesuaikan diri dengan perkembangan yang ada terutama perkembangan media baru. Perubahan lain yang terjadi terutama dilakukan untuk membatasi kebebasan media. Hal ini, khususnya dilakukan untuk melindungi negara dari ekstrimisme dan terorisme.

Upaya media untuk mencapai keuntungan ekonomi banyak kali harus melangkahi etika jurnalistik yang sudah diadopsi sejak Rusia berdiri. Standar jurnalistik seperti netralitas dan objektivitas masih jauh pangang dari api. Selain itu keselamatan kerja para jurnalis di Rusia masih perlu dipertanyakan sebab banyak jurnalis kritis yang menjadi korban dari kevakalan mereka mempertanyakan berbagai kebijakan dan peristiwa yang menyimpang.

Berdasarkan kesimpulan ini, saya berani memasukan media Rusia dalam *the polarized pluralist model* milik Hallin dan Mancini. Hal ini dapat dilihat dari kemiripan praktek media di Rusia dengan apa yang dikemukakan Hallin dan Mancini bahwa media masih disubsidi, media masih tersentralis karena masih banyak dimiliki negara, media masih cenderung mengikuti model yang ditentukan oleh pemerintah, masih adanya pengawasan dari pemerintah, terjadinya pembatasan atas media misalnya dengan mengintimidasi media dan jurnalis yang vokal, kapasitas media untuk mengurus dirinya sendiri dibatasi, jurnalis tidak dibedakan dari aktivitas politik sehingga otonominya sering dibatasi, dan profesionalisme media dan jurnalis masih kurang.

### **B1. Sistem dan Infrastruktur Media di Indonesia**

Dampak paling hebat yang diterima bangsa Indonesia setelah rezim otoritarisme Soeharto tumbang yakni berdiri tegak demokrasi yang di dalamnya hak-hak masyarakat dikedepankan, dijunjung tinggi dan diperjuangkan sebagai salah satu alat dan cara hidup berbangsa. Dengan demokrasi sebagai motor penggerak kehidupan bangsa, semua orang bebas mengekspresikan pendapat tanpa harus takut terhadap tekanan dari kelompok mana pun. Media massa sebagai salah satu ruang publik yang di dalamnya semua kelompok memiliki kemungkinan untuk mengungkapkan berbagai ide kritis menemukan arah baru dalam berkarya. Jika di era sebelumnya, media selalu dikontrol, dikendalikan dan ditekan agar mengikuti kehendak penguasa maka di era baru ini media sungguh bebas dari penjara kendali negara. Hal ini didasarkan pada Undang-Undang Pers No. 40 tahun 1999 yang mana sistem kontrol melalui SIUPP ditiadakan.

Pada pasal 9 ayat 1 UU Pers No. 40 tahun 1999 dinyatakan bahwa setiap warga negara Indonesia dan negara berhak mendirikan perusahaan pers. Sementara pada pasal 4 ayat 1 berbunyi “Kemerdekaan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara.” Dan pada ayat 2 dinyatakan terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran, pembredelan atau pelarangan penyiaran. Pasal-pasal di atas menjadi dasar paradigma baru dalam kehidupan pers nasional. Pengekangan pers oleh nagara pada zaman Orde Baru ditinggalkan. Euforia kebebasan pers muncul. Hal ini terlihat jelas dari perbandingan jumlah perusahaan pers dalam dua era tersebut. Pada tahun 1997, Departemen Penerangan mencatat terdapat 282 perusahaan penerbitan pers di Indonesia. Sedangkan pada tahun 2003, Dewan Pers mencatat jumlah perusahaan penerbitan pers naik tujuh kali lipat menjadi 2033 perusahaan penerbitan pers (Yusuf, 2010). Jumlah ini bertambah berlipat-lipat pada tahun 2010. Menurut Ketua Komisi Pendidikan dan Pelatihan Dewan Pers Pusat, Uni Z. Lubis (<http://www.iannnews.com>), jumlah media cetak telah mencapai 1.000 dengan tiras 19 juta eksemplar. Sedangkan jumlah stasiun televisi baik nasional maupun lokal telah mencapai 250 stasiun dan radio menanjak hingga 2.000 stasiun.

Dari data perkembangan media semacam ini dapat dikatakan sejak memasuki era baru, Indonesia mengalami perubahan radikal dalam kehidupan bermedia. Sistem media di Indonesia boleh dikatakan menganut telah sistem pers liberal di mana kebebasan dikedepankan. Namun pertanyaannya adalah benarkah sistem media di Indonesia sudah bebas, keluar dari kontrol, kendali dan tekanan? Nampaknya, kontrol yang dialami media di Indonesia tidaklah hilang melainkan bergeser dari negara ke pihak lain. Dialektika dua komponen di zaman Orde Baru yakni negara dan media, kini bertambah dua komponen lain dalam urusan kebebasan pers yakni pemilik modal dan masyarakat. Jika di era otoritarisme Soeharto, tekanan media berasal dari negara maka di era reformasi, era libertarian media, tekanan yang diterima media berasal dari pemilik modal (pasar) dan masyarakat.

Dalam bukunya, “Tantangan dari Dalam: Otonomi Redaksi di Empat Media Cetak Indonesia: Kompas, Koran Tempo, Media Indonesia, Republika” (2009) Anett Keller mengatakan bahwa media di Indonesia sudah sampai pada era liberalisme namun kebebasan pers kembali terpancung, bukan dari negara melainkan oleh pemilik modal. Buku yang merupakan hasil tesis master Keller di Jurusan Jurnalistik dan Ilmu Politik Universitas Leipzig Jerman ini berisi berbagai temuan seputar kontrol pemilik modal atas kerja media. Keller mengatakan bahwa dari keempat media yang diteliti, media yang paling mendekati idealisme kebebasan pers adalah Koran Tempo sebab sistem kepemilikan harian ini berbentuk yayasan dan kebanyakan berlatar belakang jurnalistik. Sementara Media Indonesia mengontrol kerja jurnalistik melalui penempatan seorang staf non redaksi saat rapat redaksi berlangsung. Di pihak lain, Republika memperkenan wartawannya untuk menerima iklan lalu mendapatkan presentase hasil iklan walau hal ini tidak sesuai dengan pernyataan salah seorang pemilik saham. Sementara, Kompas lebih menerapkan jurnalistik kepiting yakni maju, lalu mundur lagi. Namun *firewall* yang paling terlihat jelas di Kompas di mana divisi redaksi dan marketing berada di tempat terpisah dan tidak saling mengenal. Dari

hasil penelitian Keller ini dapat ditarik benang merah bahwa kebebasan yang dinikmati media saat ini berasal dari negara namun belum dari pemilik modal. Mungkin ini juga salah satu ciri khas media liberal di mana sisi komersial sangat dikedepankan.

Problematika lain kebebasan sistem media di Indonesia di era liberalisme adalah tekanan yang berasal dari masyarakat. Berdasarkan catatan Aliansi Jurnalis Independen (AJI), dalam periode Mei 2011 hingga April 2012, kekerasan yang dialami para jurnalis Indonesia mencapai 44 kasus. Kebanyakan kasus dilakukan oleh masyarakat sipil, oknum aparat kepolisian dan ABRI, pelajar SMA, preman, bupati, anggota DPRD, dan lain sebagainya (AJI, 2012). Dari laporan ini dapat dilihat bahwa walau Indonesia sudah berada dalam jalur liberalisme media namun tekanan yang diterima media masih banyak. Hal ini, disebabkan oleh kurangnya tingkat pemahaman masyarakat akan tugas kewartawanan sekaligus ketidaktaatan para jurnalis pada kode etik jurnalistik yang berimbas pada ketidakprofesionalan mereka dalam bekerja. Tentu saja kedua hal ini diakibatkan oleh interpretasi masing-masing kelompok akan makna kebebasan (media) yang diterapkan di era reformasi.

Implikasi lain dari sistem media liberal yang diterapkan di Indonesia bukan saja dari segi kuantitas jumlah media yang semakin banyak namun dari sekian banyak jumlah media tersebut kualitas isinya pun bermasalah. Kebanyakan isi media yang ada di Indonesia bukan menjalankan fungsi informasi, edukasi dan kontrol sosial malah sebaliknya menitikberatkan pada sisi hiburan. Jangan heran jika banyak isi media terutama program televisi yang diklaim berdampak buruk bagi masyarakat. Misalnya, baru-baru ini, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menegur lawakan Olga Saputra yang dinilai keterlaluan. Perilaku berlebihan Olga di layar televisi pun mendulang respon negatif dari masyarakat. Ketika kasus Olga masih hangat, kembali KPI menegur Rafi Ahmad karena berlindung di bawah rok Julia Peres ketika sedang syuting salah satu program acara. Ini juga wajah lain dari sistem media libertarian Indonesia.

Berdasarkan berbagai hasil penelitian pun ditemukan bahwa media di Indonesia terutama televisi menyajikan program-program acara berbau kekerasan bagi masyarakat. Seperti dapat diamati dengan mata telanjang setiap hari, televisi menyajikan begitu banyak film kartun bagi anak-anak. Film-film tersebut penuh dengan adegan kekerasan dalam menyelesaikan masalah. Demikian juga sinetron-sinetron yang bertebaran di hampir semua *prime time* televisi, isinya tentang konflik irasional dan tak ada ujung pangkalnya. Namun anehnya, berbagai hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat lebih suka menonton sinetron-sinetron dan film tersebut (LSI, 2012). Program acara lain yang beraroma hiburan adalah menjamurnya *infotainment* di televisi. Jika diperhatikan, semua stasiun televisi nasional menyajikan program acara ini di jam tayang utama. Malah sebuah stasiun televisi memiliki lebih dari satu program acara *infotainment*. Konsep program acara ini adalah mengeksploitasi masalah-masalah privat sekelompok orang yang disebut selebriti lalu ditayangkan kepada publik. Sangat jelas bahwa ini merupakan sebetuk pencemaran ruang publik oleh ruang publik sendiri. Efek dari pencemaran ruang publik adalah kebodohan masyarakat. Pembodohan

semacam ini dilakukan secara struktural dan massal tanpa dapat ditolak. Lagi-lagi, efek dari pengadopsian sistem media liberal.

Bentuk lain dari berkuasanya para pemilik modal di jagat media Indonesia adalah ketidakmampuan mengimplementasikan UU No. 32 tentang Penyiaran. Amanat UU ini adalah penyiaran Indonesia menganut pola penyiaran berjangkaran-lokal dan dilaksanakan tiga tahun setelah undang-undang ini diberlakukan. Namun hingga tahun 2012, amanat UU tersebut tidak terlaksana malah mengalami penundaan sebanyak dua kali yakni tahun 2005 dan tahun 2008.

Undang-Undang ini dimaksudkan agar terjadi *diversity of ownership* yang berimplikasi pada *diversity of content* namun hal tersebut tidak terjadi. Para pengusaha media, berkalaborasi sehingga amanat UU ini selalu ditunda dan diupayakan untuk dibatalkan. Efek lanjut dari ketidakpatuhan pada UU, secara perlahan-lahan akan terbentuk konsentrasi kepemilikan media oleh sekelompok orang. Dan sudah pasti, jika media dikuasai oleh segelintir orang maka akan terjadi monopoli informasi yang pada gilirannya akan merugikan masyarakat.

### **Media Baru di Indonesia**

Di bidang media baru, hingga kini Indonesia masih tertinggal dari negara-negara lain. Berdasarkan *ICT Development Index* yang dikeluarkan *International Telecommunication Union* (ITU, 2011), tahun 2010, Indonesia berada peringkat 101 dari 125 negara. Sedangkan di kawasan Asia-Pasifik, Indonesia di peringkat 18 di bawah Singapura-6, Brunai Darusalam-8, Malaysia-9 dan Vietnam-12. Indonesia hanya unggul di bidang konsumsi facebook. Indonesia bertengger di urutan dua dunia.

Banyak faktor yang menyebabkan Indonesia masih tertinggal dari negara-negara lain dalam hal pengembangan *new media*. Situasi geografi, SDM, kebijakan, modal, kepemimpinan dan faktor lainnya. Walau demikian, *new media* merupakan suatu tuntutan dan kebutuhan dalam kehidupan media saat ini. Jika media-media konvensional ingin tetap berjaya maka mereka sudah harus mengadopsi *new media* untuk menjalankan strategi konvergensi media. Kehadiran *new media* juga merupakan salah satu cara menyeleksi media yang sangat banyak di Indonesia. Media yang tidak mengadopsi *new media* perlahan tapi pasti akan tewas ditinggalkan khalayak yang lebih berorientasi pada *new media*.

Hal inilah yang disadari oleh media-media terkemuka di Indonesia. Mereka mengadopsi *new media* dalam proses dan produk kerja media mereka. Misalnya Kompas. Saat era *online* muncul, Kompas membuat versi digital sehingga Kompas hadir dalam dua bentuk, cetak dan *ebook*. Kompas juga menyediakan aplikasi agar pengguna *mobile* bisa mengakses melalui *handphone* mereka. Kompas juga membuka ruang *conversation* dengan pembacanya di jalur *online* untuk semua artikel yang dimuat. Di sini, pembaca tidak dibiarkan hanya membaca tetapi juga diberi kesempatan untuk berargumen dan menilai pemberitaan yang ada. Kompas bergerak lebih jauh dengan membuka blog Kompasiana di mana siapa saja tak kenal derajat pendidikan, ekonomi, sosial, budaya, agama dan ideologi dapat terlibat di dalamnya. Semua orang dapat menulis di Kompasiana dengan kekhasannya sendiri-sendiri. Dalam Kompasiana, Kompas menjadikan semua orang menjadi wartawan tanpa prasyarat khusus,

kecuali dapat menulis. Apresiasi Kompas kepada mereka yang memiliki tulisan yang menarik adalah mengangkatnya di Kompas *online* atau Kompas cetak. Sebuah kehormatan yang besar bagi mereka yang terpilih. Kompas juga menyediakan Forum Pembaca Kompas yang merupakan sebuah usaha *communitization*. Forum ini adalah ruang interaksi bagi pelanggan, warga masyarakat dan Kompas sendiri. *Communitization* diikuti dengan *offline* berupa (kopi darat) di Kompasiana dikenal dengan nama Modis (*Monthly discussion*) di mana Kompas menyediakan forum agar para Kompasiana bisa tatap muka langsung dan berdiskusi secara periodik. Mereka juga melakukan tour-tour yang di dalamnya diselingi dengan berbagai pelatihan yang bermanfaat. Di sisi lain, Kompas cetak menyediakan teknologi QR Code yakni teknologi bagi pembaca Kompas cetak agar bisa mendapatkan berita dan foto lebih banyak dengan mengarahkan ponsel pintar mereka ke QR Code yang ada di Kompas cetak (Kurniawan, 2010, <http://the-marketeers.com>).

### **Organisasi Media**

Jika zaman Orde Baru organisasi yang mewadahi kehidupan insan pers hanya satu bentukan pemerintah yakni Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) maka sejak Orde Reformasi menurut catatan Majalah Kajian Media Dictum (2008) organisasi media yang memayungi karya insan pers berjumlah empat puluh tiga organisasi.

## **B2. Suprastruktur Media Indonesia**

### **Hukum Media di Indonesia**

Seperti di negara-negara lain, media yang berkembang di Indonesia yakni surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan media baru berupa internet beserta berbagai konvergensi lainnya. Walau begitu, tidak semua bentuk media di atas memiliki undang-undangnya sendiri. Ada undang-undang yang melingkupi dan mengatur lebih dari satu media.

Sebelum lebih jauh melihat undang-undang yang mengatur kehidupan media di Indonesia, terlebih dahulu akan dijelaskan proses pembuatan undang-undang versi Indonesia. Pada tahap pertama yakni tahap persiapan pembuatan sebuah undang-undang. Rancangan undang-undang harus diberikan oleh presiden, DPR maupun DPD sehubungan dengan hal apa yang harus diundangkan. Rancangan undang-undang tersebut kemudian dibahas dalam rapat panitia atau komisi yang terdiri dari anggota DPR, utusan pemerintah dan atau DPD jika undang-undang tersebut berhubungan dengan urusan daerah. Jika rancangan disetujui maka rancangan undang-undang tersebut disampaikan kepada presiden oleh DPR untuk disahkan. Proses yang sama inilah yang terjadi dengan pembuatan undang-undang media di Indonesia.

Undang-Undang pertama yang dimiliki Indonesia setelah reformasi adalah UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. Undang-undang ini memiliki tujuh bagian yang mengatur pola hidup pers di Indonesia. (1) Bagian pertama berhubungan dengan asas, fungsi, hak dan peranan pers. (2) Mengatur kehidupan para jurnalis, misalnya bagaimana menentukan organisasi kewartawan, kode etik dan perlindungan terhadap kehidupan kerja para wartawan. (3) Berhubungan dengan

perusahaan media/pers. Di dalamnya mengatur bagaimana badan hukum media, kesejahteraan jurnalis dan karyawan media, serta tata tertib pembuatan iklan di media. (4) Berhubungan dengan dewan pers dan tugas-tugasnya. (5) Berhubungan dengan keberadaan pers asing di Indonesia. (6) Berhubungan dengan partisipasi masyarakat dalam menjaga kelangsungan hidup pers Indonesia terutama kebebasan pers (7) Sanksi-sanksi bagi mereka yang melanggar undang-undang ini.

Undang-undang lain yang mengatur kehidupan media adalah UU No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Undang-undang ini secara khusus mengatur media elektronik di Indonesia. Undang-Undang Penyiaran berisi: (1) dasar dan tujuan penyiaran; (2) bentuk-bentuk lembaga penyiaran; (3) Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) beserta berbagai tugas dan fungsinya; (4) Hal-hal yang berhubungan dengan penyiaran, seperti perizinan, jangkauan, konten, bahasa, iklan, sensor penyiaran, dll; (5) pedoman perilaku penyiaran; (6) partisipasi masyarakat dalam kehidupan penyiaran; (7) berbagai sanksi terhadap mereka yang melanggar UU ini.

Undang-Undang No. 33 Tahun 2009 tentang Perfilman adalah perundangan lain yang berhubungan dengan media di Indonesia. Undang-Undang ini berisi (1) asas, tujuan dan fungsi film; (2) kegiatan dan usaha perfilman; (3) hak dan kewajiban masyarakat, insan perfilman, pelaku kegiatan dan pelaku usaha perfilman; (4) kewajiban, tugas dan kewenangan pemerintah dan pemerintah daerah sehubungan dengan perfilman; (5) sensor film; (6) partisipasi masyarakat; (7) penghargaan dalam dunia film; (8) pendidikan, kompetensi dan sertifikasi; (9) pendanaan; (10) sanksi-sanksi dan berbagai ketentuan lain yang berhubungan dengan perfilman.

Undang-undang lain tentang media adalah UU No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta. Undang-undang ini berisi (1) fungsi dan sifat hak cipta; (2) masa berlaku hak cipta; (3) pendaftaran hak cipta; (4) lisensi hak cipta; (5) dewan hak cipta; (6) hak terkait hak cipta; (7) pengelolaan hak cipta; (8) Biaya; (9) penyelesaian sengketa; (10) berbagai penetapan hukum.

Selain keempat UU di atas ada juga Undang-Undang No. 36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi. Saat ini, salah satu rancangan undang-undang masih kontroversi adalah UU Rahasia Negara yang juga dapat berimplikasi pada kehidupan media.

### **Sistem Akuntabilitas dan Otoritas Regulasi**

Upaya untuk mencapai derajat tertinggi dari kerja bermedia tertuang dalam Kode Etik Jurnalistik yang sudah diadopsi wartawan Indonesia sejak 14 Maret 2006. Kode etik ini bukan satu-satunya kode etik jurnalistik yang ada di Indonesia, organisasi wartawan Aliansi Jurnalis Independen memiliki kode etiknya sendiri, jurnalis elektronik pun memiliki kode etiknya sendiri selain kode etik jurnalistik PWI yakni Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Selain kode etik, aturan perilaku kerja jurnalis dan media tertuang dalam UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers.

Untuk lebih meningkatkan profesionalisme kerja wartawan dan media, pada hari Pers Nasional, 9 Februari, di Palembang-Sumatera Selatan seluruh

elemen media menyepakati untuk meratifikasi standar perusahaan pers, standar kompetensi wartawan, kode etik jurnalistik dan standar perlindungan wartawan oleh perusahaan pers (Kompas,28/01/2010).

Selain itu, ada organisasi independen yakni Dewan Pers yang memiliki kontribusi penting bagi kehidupan media di Indonesia. Dewan Pers berdasarkan UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers berfungsi melakukan pengkajian untuk pengembangan kehidupan pers; menetapkan dan mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik; memberikan pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang berhubungan dengan pemberitaan pers; mengembangkan komunikasi antara pers, masyarakat, dan pemerintah; memfasilitasi organisasi-organisasi pers dalam menyusun peraturan-peraturan di bidang pers dan meningkatkan kualitas profesi kewartawanan; dan mendata perusahaan pers.

Selain Dewan Pers, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) merupakan lembaga independen yang memfokuskan diri pada dunia penyiaran Indonesia. KPI yang juga memiliki cabang di berbagai daerah berdasarkan UU No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran bertugas untuk menetapkan standar program siaran; memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; melakukan koordinasi dan/atau kerjasama dengan pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat. Selain kedua lembaga independen ini, masyarakat pun mendirikan berbagai lembaga yang bertugas untuk mengontrol pekerjaan media, misalnya *media wacht*.

Sedangkan otoritas regulasi dipercayakan kepada Departemen Komunikasi dan Informatika. Departemen ini memiliki banyak sub bagian yang mengurus berbagai masalah komunikasi di Indonesia termasuk media.

## **Kesimpulan**

Sejak reformasi tahun 1998, sistem media di Indonesia bermetamorfosis dari sistem otoritarisme ke arah liberalisme. Perubahan radikal ini menyebabkan berbagai implikasi positif maupun negatif. Namun semua ini merupakan proses pematangan dan pencaharian bentuk yang diharapkan ke depan sistem media di Indonesia menemukan format yang cukup baku sehingga kegamangan yang terjadi selama ini mulai disisihkan.

## **Tanggapan Singkat**

Media Rusia dan Media Indonesia sedang berproses setelah keluar dari kediktatoran penguasa. Namun posisi sekarang jika dilihat dari pemetaan sistem media Hillin dan Mancini, maka kedua media berada dalam dua kecenderungan yang berbeda. Media Rusia cenderung ke arah *Plurlist Model* sedangkan sistem media Indonesia ke arah *Liberal Model*. Pergerakan ini makin lama makin berubah. Sistem media di Rusia dirasa mulai mengarah kembali ke otoritarisme guna mendorong tercapainya kedigjayaan masa lalu Soviet sedangkan sistem media Indonesia yang liberal sedang mencari bentuk yang lebih sesuai dengan jati diri bangsa.

## Referensi

- Aliansi Jurnalis Independen. 2012. Rekapitulasi Data Kekerasan dan Ancaman Terhadap Jurnalis Periode Mei 2011 s/d April 2012.
- International Telecommunication Union. 2011. Measuring The Information Society. Unesco. ITU. Geneva Switzerland.
- Hallin, C Daniel dan Mancini, Paolo. 2004. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge University Press. USA.
- Keller, Arnett. 2009. Tantangan dari Dalam: Otonomi Redaksi di Empat Media Cetak Nasional: Kompas, Koran Tempo, Media Indonesia, Republika. Frederick Ebert Shiftung dan Lembaga Studi Pers dan Pembangunan. Jakarta.
- Kompas, 28/01/2010.
- Krasnoboka, Natalya. 2010. Media Landscape: Rusia dalam European Journalism Centre. <http://www.ejc.net>. Diunduh, 5 April 2012.
- Lembaga Survey Indonesia. 2012. Media Massa dan Sentimen terhadap Partai Politik Menjelang Pemilu 2014. Jakarta.
- Rusia. <http://id.wikipedia.org>, diunduh 4 Juni 2012.
- Sigitkurniawan, 2010, <http://the-marketeers.com>, diunduh, 6 Juni 2012, diunduh 5 April 2012.
- Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers.
- Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.
- Undang-Undang No. 33 Tahun 2009 tentang Perfilman.
- Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta.
- Yusuf, Iwan Awalludin, 2010, Memotret Industri Majalah Bersegmen di Indonesia, <http://bincangmedia.wordpress.com>. Diunduh: 25 Oktober 2011.
- <http://dictum4magz.wordpress.com>, diunduh 8 Juni 2012.
- <http://www.iannnews.com>, 8 Juni 2010, diunduh 8 Juni 2012.

