



**KREDIBILITAS PEMBERITAAN PADA PORTAL BERITA**

***ONLINE VIVANEWS.COM***

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Rachmat Widodo**

**D2C607037**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2012**

## ABSTRAK

**Nama : Rachmat Widodo**

**NIM : D2C607037**

**Judul : “Kredibilitas Pemberitaan pada Portal Berita *Online Vivanews.com*”**

---

Perkembangan teknologi sekarang ini tumbuh dengan cepat, munculnya media baru yang disebut dengan internet semakin memudahkan manusia untuk berkomunikasi tanpa mengenal adanya batasan ruang dan waktu. Komunikasi melalui komputer telah menjadi media baru dalam perkembangan kegiatan jurnalistik. Salah satu portal berita *online* di Indonesia yang banyak dikonsumsi adalah *vivanews.com*.

Dalam menyebarkan informasi, media *online* memiliki kelebihan yaitu dapat diakses dengan mudah, cepat, di mana saja, kapan saja, dan informasi yang dimiliki lebih *update*. Akan tetapi, pemenuhan terhadap kebutuhan khalayak akan kecepatan pemberitaan justru tidak memberikan informasi yang baik. Banyak ditemukan kesalahan pada portal berita *online*. Ketika terjadi kesalahan dalam sebuah berita maka berita menjadi tidak akurat dan mengubah pemaknaan khalayak terhadap isi berita, sehingga berita menjadi tidak kredibel. Hal tersebut yang mendorong peneliti untuk mendeskripsikan dan mengetahui kredibilitas pemberitaan *vivanews.com*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi. Analisis isi digunakan untuk menganalisis dan mendeskripsikan kredibilitas pemberitaan yang diposting oleh *vivanews.com* selama 1 – 31 Mei 2012. Waktu tersebut dipilih karena waktu tersebut merupakan masa ketika jumlah *page viewer* *vivanews* mengalami peningkatan persentase.

Dari penelitian ini, dapat dilihat bahwa pemberitaan pada portal berita *online* *vivanews.com* cukup kredibel. Kualitas-kualitas yang menentukan tingkat kredibilitas pemberitaan seperti *accuracy*, *believability*, *bias*, dan *completeness* sudah dimiliki *vivanews.com* dan relatif terpenuhi.

Kata kunci: Analisis isi, kredibilitas, portal berita *online*, *vivanews.com*

## ABSTRACT

**Name : Rachmat Widodo**

**NIM : D2C607037**

**Title : “News Credibility on Online News Portal Vivanews.com”**

---

*The development of technology is now growing rapidly, the emergence of new media called internet even easier for humans to communicate without knowing the limitations of space and time. Computer-mediated communication has become the new media in the development of journalistic activities. One of the online news portal in Indonesia that is consumed is vivanews.com.*

*In disseminating information, online media has the advantage that it can be accessed easily, quickly, anywhere, anytime, and held for more update information. However, the fulfillment of the needs of the audience will speed the news just does not give good information. Many errors found in the online news portal. When an error occurs in a news story it becomes inaccurate and change the meaning of the content of the news, so that the news be not credible. It is encouraging researchers to describe and determine the credibility vivanews.com news.*

*This study uses a quantitative approach to content analysis method. Content analysis was used to analyze and describe the credibility of the news posted by vivanews.com for 1 - May 31, 2012. The time was chosen because it is a period of time when the number of page viewer VIVAnews have increase percentage.*

*From this research, can be seen that the preaching of the online news portal vivanews.com quite credible. The qualities that determine the credibility of the news such as accuracy, believability, bias, and completeness are owned vivanews.com and relatively satisfied.*

*Keywords: Content Analysis, credibility, online news portal, vivanews.com*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Masyarakat modern tidak hanya membutuhkan suatu pemberitaan yang aktual, akurat, dan menarik saja akan tetapi juga kecepatan pemberitaan. Media massa yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut adalah media *online*, dan masyarakat menyadari betapa pentingnya portal berita *online* (*news portal*) di internet. Situs berita *online* menjadi lebih digemari oleh masyarakat dibandingkan media *mainstream* karena informasinya benar-benar baru dan *up to date*.

*Vivanews.com* adalah salah satu dari sekian banyak portal berita online di Indonesia yang dipandang sebagai penyedia informasi yang aktual dan memiliki kecepatan berita yang selalu diupdate setiap saat. Meski tergolong sebagai situs baru, *vivanews.com* memiliki popularitas yang cukup tinggi di Indonesia, dibanding situs berita online yang ada jika dilihat berdasarkan banyaknya pengunjung situs tersebut (*pageviews*). Dalam *The top 500 sites in Indonesia* versi *Alexa.com* per 29 Desember 2011, *vivanews.com* menduduki peringkat empat belas sebagai situs yang paling banyak dikunjungi di Indonesia dengan peningkatan pengguna sekitar 10% setiap bulannya (*Alexa.com*, 2011). *Vivanews.com* mampu mengalahkan *kompas.com* yang notabene merupakan portal berita online milik *Kompas* yang berada pada satu tingkat di bawahnya

Saat sekarang ini beredar isu tentang kurangnya kredibilitas pemberitaan, khususnya di media online karena jurnalis sebagai seorang profesional semakin melenceng dari etika keprofesionalannya. Kuat dugaan terjadinya hal-hal seperti itu karena pemenuhan terhadap kebutuhan khalayak akan kecepatan pemberitaan, sehingga jurnalis *online* berasumsi bahwa kecepatan berita merupakan hal yang paling utama dalam media *online*. Namun jurnalis justru mengabaikan kualitas berita dan kredibilitas berita, serta kurangnya tanggung jawab jurnalis terhadap isi

berita sebagai produk jurnalistik. Seperti yang ditulis oleh Hargreaves (Allan, 2010: 558)

*Journalism stands accused of sacrificing accuracy for speed, purposeful investigation for cheap intrusion and reliability for entertainment. 'Dumbed down' news media are charged with privileging sensation over significance and celebrity over achievement.*

Situs *online* yang mengutamakan kecepatan informasi dalam menyampaikan berita tak jarang justru melakukan berbagai kekeliruan dalam penulisan, yang tentu saja berpengaruh terhadap makna dan kualitas berita. Misalnya kesalahan penulisan yang dilakukan oleh situs *inilah.com* dalam berita berjudul “Kasus korupsi 18 miliar Erwin Gutawa Diperiksa KPK” yang diposting pada tanggal 29 desember 2011. Terjadi kesalahan penulisan dalam *lead* berita tersebut, di mana KPK yang semestinya merupakan kependekan dari Komisi Pemberantasan Korupsi tapi oleh wartawan *inilah.com* ditulis Komisi Penyidik Keuangan. Kesalahan seperti itu tentu saja dapat membingungkan pembacanya.

Wartawan tidak diperbolehkan untuk memasukkan opini atau intepretasinya sendiri kedalam berita yang ditulis, karena apabila hal tersebut terjadi maka wartawan telah mengaburkan kebenaran suatu peristiwa dan melakukan kebohongan terhadap publik, ini berarti wartawan mengingkari etika media (Ardianto dan Lukiati, 2004: 202). Wartawan dituntut untuk cermat dalam proses peliputan, penulisan berita, serta melakukan verifikasi terlebih dahulu.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Portal berita *online* selalu mengutamakan kecepatan dalam penyampaian berita, sehingga mereka berlomba untuk menjadi yang paling cepat mengabarkan. Akan tetapi, pemenuhan terhadap kebutuhan khalayak akan kecepatan pemberitaan justru tidak memberikan informasi yang baik. Isu tentang kurangnya kredibilitas pemberitaan oleh media online sudah beredar cukup lama karena

kurangnya ketelitian jurnalis dalam melakukan melaporkan berita. Dari sinilah peneliti ingin meneliti bagaimana kredibilitas pemberitaan pada portal berita online *vivanews.com*.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kredibilitas berita pada situs *vivanews.com*.

### **1.4 Signifikansi Penelitian**

#### **1.4.1 Signifikansi Akademis**

Secara akademis, penelitian ini membahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan media baru yaitu internet, khususnya pada media *online*.

#### **1.4.2 Signifikansi Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai fenomena yang ada di media *online* sebagai salah satu bentuk dari media baru.

#### **1.4.3 Signifikansi Sosial**

Dalam tataran sosial, studi ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada khalayak mengenai internet, khususnya portal berita *online*.

## 1.5 Kerangka Teori

Holmes (2005: 10) menggambarkan karakteristik media baru yaitu (1) tidak terpusat/ desentralisasi; (2) komunikasi secara dua arah; (3) diluar kontrol pemerintah/ tidak dapat dikontrol; (4) demokratis; (5) menimbulkan kesadaran individu; (6) orientasi kesadaran individu. Bidgoli (2004b: 468) dalam bukunya, *The Internet Encyclopedia*, menekankan bahwa media baru tidak akan bisa sepenuhnya menggantikan posisi media lama, melainkan menciptakan khalayak baru dan menciptakan suatu pola komunikasi baru untuk menyampaikan dan memperoleh informasi. Media baru tidak akan menghapuskan posisi media lama, namun melengkapi fungsi dan peran media lama sebagai sumber informasi (Sterling, 2009: 1146).

Dalam *Perceptions of Internet Information Credibility*, Flanagin dan Metzger (2000: 516) menjelaskan bahwa media konvensional menjalani proses verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik, namun situs internet tidak selalu melakukan langkah-langkah tersebut. Johnson dan Kaye (2004: 627) mendefinisikan kredibilitas media secara umum sebagai kelayakan suatu media untuk dapat dipercaya terkait dengan kualitas isi pemberitaan sebagai produk jurnalistik. Flanagin dan Metzger menggunakan konsep multidimensional untuk mengukur kredibilitas media yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), *bias*, dan kelengkapan berita (*completeness*).

## 1.6 Kategorisasi

Kategorisasi dibuat berdasarkan konsep multidimensional Flanagin dan Metzger (2000: 521-522) :

- **Accuracy.** Apakah terdapat kesesuaian isi berita yang mampu mendukung judul dan *lead* berita? Ketelitian penulisan berita, terkait apakah ada sesuatu yang kurang?

- **Believability**, terkait dengan penulisan berita secara faktual, apakah terdapat pencampuran fakta dan opini wartawan. Untuk dapat dikatakan *believable*, transparansi sumber berita merupakan persyaratan utama yang harus dipenuhi (Hungbo, 2007: 282)
- **Bias**; dapat dilihat dari bagaimana wartawan melaporkan berita apakah berita bersifat objektif dan tidak terdapat kecenderungan/ *predisposition* (Franklin, *et. al.*, 2005: 25).
- **Completeness**; terkait kelengkapan suatu berita dalam pemenuhan unsur unsur berita. Media online memiliki format pemberitaan yang dapat di deskripsikan sebagai format “*print plus*” (Potter, 2006:46).

## 1.7 Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif yang dilakukan dengan pendekatan kuantitatif serta menggunakan metode analisis isi. Populasi penelitian ini adalah semua pemberitaan dalam situs *vivanews.com* dalam jangka waktu 1 – 31 Mei 2012. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Stratified Sampling*, Sampel yang digunakan adalah berita dengan strata berita yang bersifat *hard news* dan *soft news* dalam situs *vivanews.com* pada 1 – 31 Mei 2012. Berita yang akan dijadikan sampel adalah sebanyak enam puluh dua berita. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi. Peneliti dibantu oleh dua orang koder untuk melakukan uji realibilitas. Koder yang akan melakukan pengkodingan adalah:

1. Rachmat Widodo
2. Hikmah Prawira Perkasa
3. Hendra Kusuma

Data Primer yaitu data yang diperoleh dari dokumentasi pemberitaan situs *vivanews.com* dari 1 – 31 Mei 2012. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari luar subjek penelitian baik lisan maupun tulisan.



Unit sampling, yaitu berita-berita yang diposting di *homepage vivanews.com* periode 1 – 31 Mei 2012 dengan stratifikasi *hard news* dan *soft news*. Unit pencatatan yang diambil adalah teks suatu berita berupa kata, kalimat, alinea atau keseluruhan isi berita. Data yang diperoleh selanjutnya akan dianalisis dengan mempergunakan teknik analisis isi, dalam arti memberikan analisis atau interpretasi terhadap isi pesan yang muncul secara kuantitatif.

Data yang diperoleh selanjutnya akan dianalisis dengan mempergunakan teknik analisis isi, dalam arti memberikan analisis atau interpretasi terhadap isi pesan yang muncul secara kuantitatif.

### **Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam analisis isi dapat memenuhi harapan suatu objektivitas tertentu, maka digunakan *intercoder reliability* atas kategori yang digunakan.

$$C.R = 2M / NI + N2$$

## **BAB II**

### **MEDIA ONLINE SEBAGAI MEDIA PEMBERITAAN BARU**

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh situs penyedia data pengguna internet di dunia *IWS (Internet World Stats)* yang dilakukan pada 31 Maret 2012, pengguna internet di Indonesia mencapai 55 juta penduduk dari total populasi 245.613.043 penduduk.

Situs *vivanews.com* merupakan terobosan kelompok bisnis Bakrie di dunia maya, yang dikelola oleh *PT. Viva Media Baru*, anak perusahaan dari *PT. Visi Media Asia tbk*, yang mengelola bisnis penyiaran. Bakrie Group juga mempunyai media televisi yaitu *ANTV* dan *Tv One*.

### **BAB III**

#### **KREDIBILITAS PEMBERITAAN DI PORTAL BERITA ONLINE**

##### **VIVANEWS.COM**

Ambang batas yang digunakan adalah ambang batas yang sering digunakan untuk uji reliabilitas kategorisasi yaitu sebesar 0,70.

##### **Kredibilitas Berita dalam Dimensi *Accuracy***

Akurasi dalam Kategori kesesuaian Isi Berita (87,1%). Berita yang diposting oleh *vivanews.com* cenderung memiliki kesesuaian antara judul, *lead* dengan isi berita di mana isi turut menunjang judul dan *lead* berita. Isi berita koheren dengan judul dan apa yang dijelaskan pada *lead* berita. Akurasi dalam Kategori Ketelitian (54,8 %)

##### **Kredibilitas Berita dalam Dimensi *Believability***

*Belevability* dalam Kategori *Opinionative* (9,7%) Sedikit ditemukan unsur-unsur *opinionative* pada pemberitaan di *vivanews.com*, artinya berita pada *vivanews.com* cenderung tidak terdapat subjektifitas wartawan. *Believability* dalam Kategori Transparansi (Sumber Berita) sebesar 98,4%.

##### **Kredibilitas Berita dalam Dimensi *Bias***

Pemberitaan pada *vivanews.com* tidak *bias*, di mana tidak banyak ditemukannya berita yang memiliki kecenderungan atau *predisposition*. Dalam menulis berita, wartawan tidak memberikan evaluasi pada salah satu pihak dan lebih bersifat *cover both sides* sehingga tidak banyak ditemukan kecenderungan. Hanya terdapat sebesar 6,5% berita yang *bias*.

##### **Kredibilitas Berita dalam Dimensi *Completeness***

Indikator *completeness* terpenuhi di mana unsur kelengkapan berita dipaparkan oleh wartawan secara rinci 5w+1h. Meskipun berita dalam format

*online*, wartawan *vivanews* tetap mengedepankan kelengkapan 5W + 1H layaknya berita dalam media cetak.

## **BAB IV**

### **ANALISIS KREDIBILITAS PEMBERITAAN PADA PORTAL BERITA ONLINE VIVANEWS.COM**

#### ***Accuracy***

Berita yang *diposting* oleh *vivanews.com* merupakan berita yang akurat di mana isi berita relatif sesuai meskipun kurang teliti. Ketidaktelitian jurnalis dalam melaporkan berita merupakan hal yang seringkali ditemui dengan jumlah hampir separuh dari total berita yang dijadikan sampel

#### ***Believability***

*Believability* mencakup bagaimana jurnalis dalam memaparkan informasi dalam sebuah berita, apakah terdapat unsur *opinionative* dan transparansi sumber berita. Situs *vivanews.com* dapat dikatakan *believable*, di mana berita yang transparan dan tidak terdapat unsur *opinionative* mencapai 90% lebih.

#### ***Bias***

*Bias* terkait dengan beberapa konsep seperti objektivitas, ketidakberpihakan, dan keberimbangan. *Bias* mungkin saja dilakukan secara sadar, karena mencerminkan penekanan wartawan yang tidak semestinya mengenai interpretasi tertentu atau memojokkan pihak tertentu dengan memberikan evaluasi yang bersifat negatif, serta mengabaikan informasi-informasi yang semestinya penting.

### ***Completeness***

*Completeness* didefinisikan dalam tiga hal yaitu memaparkan semua informasi, secara mendalam, dan lengkap. Berita yang tidak memenuhi kategori *completeness* biasanya berita yang sifatnya *feature* dan *soft news*, dan seringkali berita tersebut tidak mencantumkan elemen *How* dalam pemaparannya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Kesimpulan

#### **Accuracy**

Pemberitaan pada *vivanews.com* relatif sesuai, meskipun kurang teliti. Ketidaktelitian yang terdapat pada berita *vivanews.com* disebabkan karena kurangnya proses verifikasi oleh jurnalis demi kecepatan penyampaian berita kepada khalayak. Risiko yang ditimbulkan adalah kejanggalan isi berita yang dapat membingungkan khalayak.

#### **Believability**

Tidak banyak ditemukan unsur-unsur *opinionative* pada berita *vivanews.com*, di mana wartawan tidak memasukkan subjektivitasnya dalam berita yang ditulis sehingga berita tetap objektif. Sebagian besar pemberitaan di *vivanews.com* mencantumkan kutipan hasil wawancara serta sumber informasi, terutama narasumber yang memiliki otoritas. Transparansi menunjukkan bahwa sebuah berita bersifat *believable*, sehingga berita lebih kredibel dan layak untuk dikonsumsi.

#### **Bias**

Jurnalis *vivanews.com* menjaga kualitas pemberitaan dengan tidak memberikan evaluasi pada sejumlah pihak. Sebagian besar berita *vivanews.com*

mengaplikasikan konsep *cover both sides* dalam setiap pelaporannya dengan memberikan sudut pandang dari versi yang berbeda.

### ***Completeness***

Yang menarik di sini adalah pemberitaan di media online yang dinilai tidak dapat memenuhi indikator *completeness* layaknya media cetak, justru dapat memenuhi standar kelengkapan berita dengan jumlah yang relatif tinggi. Berita yang tidak lengkap biasanya tidak memasukkan unsur “*How*” atau “*Why*” dalam pemaparannya, sehingga berita menjadi tidak lengkap dan kurang mendalam.

### **Diskusi**

Standar kredibilitas yang digunakan adalah empat konsep Flanagin dan Metzger yaitu *accuracy, believability, bias* dan *completeness*. Sebenarnya terdapat banyak konsep yang dapat digunakan untuk mengetahui standar kredibilitas pemberitaan seperti konsep Johnson dan Kaye, Rimmer dan Weaver. Pemilihan konsep yang dikemukakan Flanagin dan Metzger berdasarkan atas indikator yang sesuai dan dapat diaplikasikan sebagai cara pandang kredibilitas media *online*. Tujuan dari penelitian ini bukanlah untuk membandingkan kredibilitas media *online* dengan media cetak, namun hasil penelitian menegaskan bahwa cara pandang kredibilitas yang digunakan untuk mengukur kredibilitas media cetak dapat diaplikasikan dalam media online. Hanya saja media online memiliki sifat khusus yang disebut dengan istilah *print plus*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Abdulla, Rasha A., Bruce Garrison, Michael Salwen, Paul Driscoll, & Denise Casey. 2002. *The Credibility of Newspapers, Television News, and Online News*. Miami Beach: School of Communication University of Miami.
- Allan, Stuart. 2010. *The Routledge Companion To News and Journalism*. New York : Routledge.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Babie, Earl. 2011. *The Basic of Social Research, Fifth Edition*. USA: Wadsworth
- Bidgoli, Hossein. 2004a. *The Internet Encyclopedia Volume 2 G-O*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Bidgoli, Hossein. 2004b. *The Internet Encyclopedia Volume 3 P-Z*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Denscombe, Martyn. 2007. *The Good Research Guide, Third Edition*. Polandia: Open University Pers.
- Flanagin, Andrew J and Miriam J. Metzger. 2000. *Journalism and Mass Communication Quarterly. Perceptions of Internet Information Credibility*. California: University of California
- Flanagin, Andrew J and Miriam J. Metzger. 2010. *From Encyclopedia Britannica to Wikipedia. Generational Differences in the Perceived Credibility of Online Encyclopedia Information*. Routledge.
- Franklin, Bob, *et. al.* 2005. *Key Concepts in Journalism Studies*. London : Sage Publications Ltd.
- Fleming, Carole, *et. al.* 2006. *An Introduction to Journalism*. London : Sage Publications Ltd.

- Hamman, Brian. 2006. *Two Voices: Social Presence, Participation, and Credibility in Online News*. A Thesis presented to the Faculty of the Graduate School University of Missouri-Columbia.
- Holmes, David. 2005. *Communication Theory Media, Technology and Society*. London: Sage Publications Ltd.
- Hungbo, Jendele. 2007. *Credible New's Measures: A Medium's Integrity*.
- Johnson, T. J., and Barbara K. Kaye. 2004. *Journalism and Mass Communication Quarterly. Wag The Blog: How Reliance On Traditional Media and The Internet Influence Credibility Perceptions Of Weblogs Among Blog Users*. California: University of California
- Johnson, T. J., Barbara K. Kaye., Shannon L. Bichard., & W. Joann Wong. 2007. *Every blog has its day: Politically-interested Internet users' perceptions of blog credibility. Journal of Computer-Mediated Communication*
- Kang, Minjeong. 2009. *Measuring Social Media Credibility: A Study on a Measure of Blog Credibility*. S. I. Newhouse School of Public Communications Syracuse University.
- Kovach, Bill & Tom Rosenstiel. 2001. *The Elements of Journalism*. New York: Three Rivers Press.
- Krippendorff, Klaus. 2004. *Content Analysis An Introduction to Its Methodology, Second Edition*. California: Sage Publications.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Lister, Martin et al. 2009. *New Media: A Critical Introduction, Second Edition*. New York: Routledge.
- Littlejohn, Stephen W and Karen A. Foss. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. California: Sage Publications, Inc.
- Mc Quail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Edisi Kedua*. Jakarta : Erlangga.

- Melican, D. Burns and Travis L. Dixon. 2008. *News on The Net: Credibility, Selective Exposure, and Racial Prejudice*. Sage Publications.
- Nozato, Yoshiko. 2002. *Credibility of Online Newspapers*. Communication & Development Studies Center for International Studies Ohio University.
- OECD. 2010. *News in the Internet Age: New Trends in News Publishing*. OECD Publishing
- Potter, Deborah. 2006. *Handbook of Independent Journalism*. US Department of State : A Responsible Press Office: An Insider's Guide
- Salwen, Michael Brian and Don W. Stacks. 2009. *An Integrated approach to Communication Theory and Research, Second Edition*. New York : Routledge.
- Stempel, Guido Hermann and Bruce H. Westley. 1981. *Research Methods in Mass Communication*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Sterling, Christopher H. 2009. *Encyclopedia of Journalism*. California: Sage Publications, Inc.
- Straubhaar, Joseph., Robert Larose., & Lucinda Davenport. 2010. *Media Now. Understanding Media, Culture, and Technology. Seventh Edition*. Boston : Wadsworth.
- Van Dijk, Jan. 2006. *The Network Society, Second Edition*. London, Thousand Oaks, New Delhi : Sage Publications.