**Edisi : Selasa/16 April 2013**

**Tema : Menyoal Masif dan Beraninya Iklan Rokok di Aceh**

**Narasumber :**

* **Ade Irma, S.Ag., MA (pemerhati IAIN Ar-Raniry)**
* **Arif Ramdan, MA (wartawan senior)**
* **Rizanna Rosemary (CTCS)**

**Sinopsis**

Media baik cetak maupun elektronik (pers) sebagai pilar keempat dari negara demokrasi seyogyanya mengemban mandate “netral” dalam setiap pemberitaannya. Sayangnya baru-baru ini, salah satu media terdepan di Aceh secara berani menjadikan halaman depan dibawah headline, iklan rokok merek tertentu dengan tujuan mempromosikan produk terbaru merek tersebut. Setengah halaman depan suratkabar tersebut berisi secara jelas iklan rokok, termasuk peringatan tentang bahaya rokok bagi kesehatan. Pihak media secara gambling menyebutkan apa yang dilakukan tidak bertentangan dengan kode etik pers/penyiaran, karena media punya hak untuk menerima iklan guna menjalankan fungsi komersialisasi media.tapi apakah argument pihak media tersebut benar bila dilihat dari perspektif etika komunikasi dan sosial? Ikuti diskusinya di CTCS on air