

ETIKA DAN FILSAFAT KOMUNIKASI

Muhamad Mufid



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
BAGIAN KESATU	
KAJIAN FILSAFAT: SUATU PENGANTAR	1
BAB 1 Pengertian, Perkembangan, dan Masalah Dasar Filsafat	3
A. Pengertian Filsafat	3
B. Perkembangan Filsafat	11
C. Masalah-masalah Dasar Filsafat	25
D. Isu-isu Filosofis Studi Komunikasi	37
BAB 2 Filsafat dan Perkembangan Ilmu Komunikasi	45
A. Kodrat Filsafat	45
B. Relasi Filsafat dan Ilmu	47
C. Relasi Filsafat dan Agama	51
D. Filsafat dan Perkembangan Ilmu Komunikasi	52

BAB 3	Kebenaran dalam Etika dan Filsafat Komunikasi	67
A.	Pengertian Kebenaran	67
B.	Kebenaran Ilmiah dan Kebenaran Non-Ilmiah	69
C.	Kebenaran Kefilsafatan	71
D.	Kebenaran sebagai Nilai Fundamental	72
E.	Makna Penting Kebenaran	73
F.	Dikotomi Kebenaran dalam Komunikasi	76
 BAGIAN KEDUA		
KAJIAN FILSAFAT KOMUNIKASI		81
BAB 4	Hakikat Filsafat Komunikasi	83
A.	Hakikat Filsafat Komunikasi	83
B.	Pemikiran Richard Lanigan	85
C.	Pemikiran Stephen W. Little John	90
D.	Pemikiran Whitney R. Mundt	96
BAB 5	Tema Pokok dalam Etika dan Filsafat Komunikasi	98
A.	Manusia sebagai Pelaku Komunikasi	98
B.	Teknologi Komunikasi	111
C.	Komunikasi Efektif dan Strategi Komunikasi	128
BAB 6	Komunikasi sebagai Proses Simbolis	147
A.	Pengertian Simbolis Interaksionisme	147
B.	Komunikasi sebagai Proses Simbolis	151
C.	Istilah Pokok dalam Teori Simbolis Interaksionisme	158
D.	Pemikiran George Herbert Mead	160
E.	Pemikiran George Herbert Blumer	165



BAGIAN KETIGA**KAJIAN TEMATIS: ETIKA KOMUNIKASI 171****BAB 7 Filsafat, Etika, dan Komunikasi..... 173**

- A. Pengertian Etika173
- B. Hubungan Filsafat dan Etika175
- C. Perbedaan Etika, Etiket, Moral, dan Agama177
- D. Unsur Pokok dalam Etika.....181
- E. Beberapa Isme dalam Etika.....183
- F. Etika Komunikasi185

BAB 8 Privasi dalam Etika dan Filsafat Komunikasi 187

- A. Pengertian Privasi.....187
- B. Nilai Privasi192
- C. Privasi sebagai Nilai Moral193
- D. Problematika Privasi dalam Media.....195

BAB 9 Konfidensialitas dan Kepentingan Umum ... 204

- A. Konfidensialitas sebagai Nilai204
- B. Konfidensialitas dalam Kasus Watergate.....205
- C. Konfidensialitas versus Kepentingan Umum.....210

BAB 10 Kepentingan, Tekanan Ekonomi, dan Tanggung Jawab Sosial 212

- A. Tekanan Ekonomi dan Tanggung Jawab Sosial.....212
- B. Neoliberalisme sebagai Kekuatan Ekonomi Baru.....213
- C. Tanggung Jawab Sosial219
- D. Isu Ekonomi dalam Media Massa222



E. Isu Moral versus Kepentingan Ekonomi.....	225
F. Pengaruh Iklan dalam Praktik Komunikasi.....	233
G. Diskusi Kasus.....	235

BAB 11 Kebebasan dan Tanggung Jawab Muatan Pesan 240

A. Kontradiksi Kebebasan dan Tanggung Jawab Muatan Pesan	240
B. Pengertian Kebebasan	242
C. Pengertian Tanggung Jawab.....	243
D. Pengertian Pesan	246
E. Isu Moral	246
F. Mencari Batasan Moral	255
G. Tanggung Jawab Sosial Media	256

BAB 12 Stereotip dalam Etika dan Filsafat Komunikasi 258

A. Pengertian Stereotip	258
B. Mengapa Muncul Stereotip?	261
C. Peran Stereotip dalam Komunikasi	266
D. Stereotip Ras Minoritas	269
E. Stereotip Wanita	275
F. Stereotip Orang dengan Orientasi Seksual Menyimpang	282
G. Stereotip Agama	284
H. Melawan Stereotip.....	285

BAB 13 Konflik Kepentingan dan Budaya Populer ... 287

A. Konflik Kepentingan	287
B. Pengertian Konflik	288



C. Jenis-jenis Konflik	289
D. Pengertian Konflik Kepentingan	292
E. Sumber Konflik Kepentingan	294
F. Media dan Konflik Kepentingan	298
G. Pendekatan terhadap Konflik Kepentingan	303

DAFTAR PUSTAKA	309
-----------------------	------------

TENTANG PENULIS	313
------------------------	------------