


MANAJEMEN MEDIA DI INDONESIA

Penyunting:
Diyah Hayu Rahmitasari

		PUSHTAKAAN	
No. INV.			
Th. Angg.		Rp. 1.000.000	
PARAP		TGL.	

Yayasan Pustaka Obor Indonesia bekerja sama dengan
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia
Jakarta, 2017



DAFTAR ISI

Pengantar	
<i>Diyah Hayu Rahmitasari</i>	vii
Bagian I	
Memahami Kajian Manajemen Media	1
1 Kajian dan Posisi Manajemen Media Serta Peta Media di Indonesia <i>Amir Effendi Siregar</i>	3
2 Ekonomi dan Manajemen Media: Perkembangan Kajian, Otokritik, dan Eksplorasi terhadap Isu Lokalitas <i>Rahayu</i>	37
3 Regulasi, Globalisasi dan Manajemen Media: Tarik Ulur Globalisasi Media, Kepentingan Publik, dan Manajemen Media di Indonesia <i>A.G. Eka Wenats Wuryanta</i>	71
4 Pertarungan Kekuatan pada Media Massa dan Pengaruhnya terhadap Manajemen dan Isi Pesan Media <i>Morissan</i>	103
Bagian II	
Menyikapi Perkembangan Teknologi	137
5 Manajemen Media Televisi di Tengah Perkembangan Teknologi dan Peran Ekonomi Politik Media di Indonesia <i>Ishadi S.K.</i>	139

6	Memahami Manajemen Media Baru: Antara Kreativitas, Ketidakpastian, dan Kesempatan <i>Wisnu Martha Adiputra</i>	159
7	Relasi Manusia dan Media Baru: Perspektif Manajemen Media <i>Ana Nadhya Abrar</i>	189
Bagian III		
	Riset Manajemen Media: Tantangan dan Peluang	207
8	Manajemen Media di Tengah Konvergensi, Konsentrasi, dan Konglomerasi: Sebuah Tantangan Teoritis dalam Riset Manajemen Media <i>Fajar Junaedi</i>	209
9	Media Baru: <i>From Nothing to Something</i> (Studi Kasus Pemanfaatan dan Pengelolaan <i>User Generated Media</i> oleh Trinity via <i>Blog Naked-Traveler.com</i> dan <i>The S.I.G.I.T</i> via Situs <i>MySpace.com</i> dalam Popularitas) <i>Amelia & Irwansyah</i>	229
10	Manajemen <i>Blog</i> Korporat dalam Membentuk Citra Perusahaan (Studi Kasus <i>Blog</i> Perusahaan Jasa Konsultan PR <i>Maverick Indonesia: www.maverickid.com</i>) <i>Ika Karlina Idris</i>	261
	Indeks	303
	Tentang Penulis	309