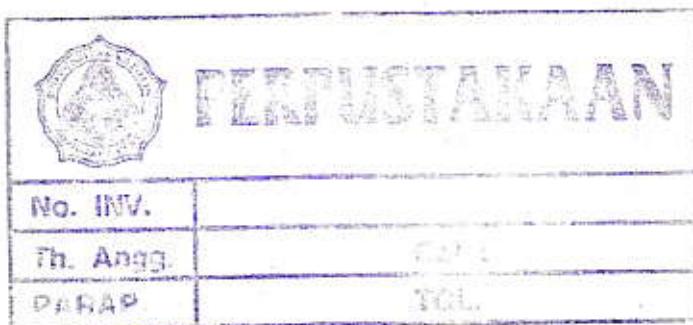


MANAJEMEN MEDIA DI INDONESIA

**Penyunting:
Diyah Hayu Rahmitasari**



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



DAFTAR ISI

Pengantar

Diyah Hayu Rahmitasari

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 The S.I.G.I.T 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</i> Indonesia: www.maverickid.com) <i>Ika Karlina Idris</i>	261
	Indeks	303
	Tentang Penulis	309