

SHIRLEY BIAGI



EDISI 9

MEDIA/IMPACT

Pengantar Media Massa

Media/Impact: An Introduction to Mass Media



**Penerbit
Salemba Humanika**



**CENGAGE
Learning**

>> Buku Asli Berstiker Hologram

Buku **Media/Impact: Pengantar Media Massa Edisi 9** merupakan sebuah pengenalan pada dunia komunikasi, khususnya media massa yang setiap hari digunakan dan menjadi pendukung kehidupan. Buku ini akan membantu mahasiswa melihat bagaimana seseorang, sebuah penemuan atau kejadian dapat membentuk bisnis-bisnis media saat ini, seperti buku, surat kabar, majalah, rekaman, film, TV, dan Internet, serta bagaimana industri media massa beroperasi saat ini, dan harapan terhadap media itu sendiri di masa mendatang.

Buku ini dilengkapi dengan penyajian fitur Kurun Waktu yang menggarisbawahi peristiwa-peristiwa yang sangat penting dalam sejarah masing-masing industri media. Selain itu, materi isi juga dilengkapi dengan berbagai contoh Dampak, seperti Dampak Khalayak, Dampak Bisnis, Dampak Budaya, dan Dampak Dunia yang menyajikan ilustrasi dalam bentuk persentase atas dampak media yang sedang dibahas bagi khalayak, dunia bisnis, budaya, dan dunia. Hal ini tentunya mempermudah mahasiswa melihat pengaruh media dalam penggunaannya. Ada pula Pertanyaan Kritis yang disediakan untuk melihat kemampuan mahasiswa dalam memahami materi yang telah dibahas. Selain itu juga terdapat fitur Menggunakan Web yang berisi daftar situs Web yang dapat diakses untuk mengetahui informasi media yang sedang dibahas.

Materi yang dibahas dalam buku ini mencakup:

BAGIAN SATU Industri Media Massa

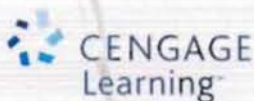
- Bab 1 Media Massa dan Kehidupan Sehari-hari
- Bab 2 Buku: Menyusun Ulang Halaman
- Bab 3 Surat Kabar: Memperluas Pengiriman
- Bab 4 Majalah: Membidik Khalayak Pembaca
- Bab 5 Rekaman: Menuntut Pilihan
- Bab 6 Radio: Mengendarai Gelombang
- Bab 7 Film: Menggambar Masa Depan
- Bab 8 Televisi: Mengubah Saluran
- Bab 9 Media Digital: Memperluas Jaringan Web

BAGIAN DUA Menjual Pesan

- Bab 10 Iklan: Memotivasi Konsumen
- Bab 11 Public Relations: Mempromosikan Ide

BAGIAN TIGA Mengubah Pesan

- Bab 12 Berita dan Informasi: Menjadi Lebih Personal
- Bab 13 Masyarakat, Budaya, dan Politik: Membentuk Masalah
- Bab 14 Hukum dan Regulasi: Menulis Ulang Peraturan
- Bab 15 Etika: Menempatkan Tanggung Jawab
- Bab 16 Global Media: Menemukan Pasar Baru



ISBN: 978-981-4319-63-8



Daftar Isi Ringkas



Kata Pengantar xxv

Tentang Penulis xxxii

BAGIAN SATU Industri Media Massa

Bab 1	Media Massa dan Kehidupan Sehari-hari	2
Bab 2	Buku: Menyusun Ulang Halaman	36
Bab 3	Surat Kabar: Memperluas Pengiriman	62
Bab 4	Majalah: Membidik Khalayak Pembaca	90
Bab 5	Rekaman: Menuntut Pilihan	116
Bab 6	Radio: Mengendarai Gelombang	138
Bab 7	Film: Menggambar Masa Depan	168
Bab 8	Televisi: Mengubah Saluran	198
Bab 9	Media Digital: Memperluas Jaringan Web	228

BAGIAN DUA Menjual Pesan

Bab 10	Iklan: Memotivasi Konsumen	262
Bab 11	Public Relations: Mempromosikan Ide	288

BAGIAN TIGA Mengubah Pesan

Bab 12	Berita dan Informasi: Menjadi Lebih Personal	308
Bab 13	Masyarakat, Budaya, dan Politik: Membentuk Masalah	338
Bab 14	Hukum dan Regulasi: Menulis Ulang Peraturan	368
Bab 15	Etika: Menempatkan Tanggung Jawab	416
Bab 16	Media Global: Menemukan Pasar Baru	444

Glosarium G-1

Panduan Sumber Informasi Media P-1

Referensi R-1

Indeks I-1