



Media Massa & Masyarakat Modern



EDISI KEDUA



William L. Rivers - Jay W. Jensen
Theodore Peterson

Daftar Isi

KATA PENGANTAR	IX
Bab 1. Media Massa dan Tantangan Perubahan	1
Amandemen Pertama yang “Baru”	2
Tanggung Jawab Penyiaran	5
Kasus RED LION	8
Otonomi Para Jurnalis	8
Jurnalisme Militan	10
Masa Lalu yang Dikenang	13
Jurnalisme yang Berkembang	15
Mengapa Komunikasi?	16
Jurnalisme Cetak	17
Perluasan Cakupan	17
Komunikasi Massa	18
Karakteristik Komunikasi Massa	19
Media Dewasa Ini	20
Bab 2. Komunikasi dan Masyarakat	25
Manusia sebagai Pembuat Simbol	28
Media Massa dan Lingkungan Semu	29
Komunikasi sebagai Landasan Masyarakat Manusia	33
Media Massa dan Masyarakat	33
Komunikasi dan Perubahan Budaya	35
Komunikasi sebagai Sarana Interaksi Sosial	37
Media dan Kontrol Sosial	38
Media Massa sebagai Penopang Industri	39
Khalayak Tak Peduli	40

Bab 3. Media dan Lingkungan Sosial-Ekonominya	43
Kemunculan Demokrasi	44
Hak Pilih Universal	44
Pendidikan Cuma-cuma untuk Semua Orang	46
Revolusi Industri dan Teknologi	46
Produksi Massal	47
Pemusatan Kekuatan	49
Urbanisasi	49
Redistribusi Pendapatan	50
Dampak-dampak terhadap Media	51
Bisnis Jurnalisme	52
Demokratisasi Isi	52
Media Elektronik	59
Perubahan Dukungan Keuangan	63
Dukungan Keuangan di Masa Lampau	64
Spesialisasi Fungsi	66
Peningkatan Efisiensi	68
Standarisasi Produk	71
Bab 4. Lingkungan Intelektual Media: Libertarianisme	77
Falsafah Libertarian	79
Pembentuk Tradisi	82
Kaum Libertarian Abad 18	85
Fungsi-fungsi Libertarian	90
Bab 5. Lingkungan Intelektual Media: Teori Tanggung Jawab Sosial	99
Perkembangan Teori Baru	100
Definisi Baru Kebebasan Pers	102
Dewan Kode Etik	111
Pendidikan untuk Bertanggung Jawab	114
Bab 6. Media dan Pemerintah: Pengalaman di Masa Lampau	117
Pers dan Para Presiden	118
Bab 7. Media dan Pemerintah: Pengalaman di Era Modern	139
Biaya Humas Pemerintah	158
Bab 8. Regulasi terhadap Media Massa	161
Pencemaran Nama Baik	161
Privasi	162
Ujian Kejujuran Pers	163
Keamanan Nasional dan Kerahasiaan	164
Kebutuhan Informasi Pemerintah	165



Hak Cipta	166
Ketidaktahuan	166
Regulasi Periklanan	167
Perbedaan Regulasi	169
Media Cetak	169
Bab 9. Kerangka Ekonomi Media Massa	181
Lembaga Periklanan	182
Struktur Industri Koran	190
Struktur Industri Majalah	192
Struktur Industri Siaran	194
Struktur Industri Film	197
Kepemilikan Lintas Media	204
Bab 10. Media sebagai Penyampai dan Penafsir Informasi	207
Asosiasi Pers	210
Majalah sebagai Penyampai dan Penafsir Pesan	212
Sebuah Koran Sore di Daerah Pinggiran Kota	214
Sebuah Koran di Kota	216
Sebuah Koran di Kota Metropolitan	217
Sindikasi Artikel	219
Media Siaran sebagai Penyampai Informasi	220
Media Siaran sebagai Penafsir Informasi	227
Berbagai Peran Media	228
Bab 11. Media sebagai Pembujuk	231
Maraknya Aneka Bujukan	231
Jenis-jenis Persuasi	232
Majalah	240
Publikasi Perusahaan	244
Terbitan Serikat Buruh	248
Siaran	249
Film	252
Daya Persuasi	252
Bab 12. Para Pembujuk Profesional	257
Humas	259
Humas Politik	269
Iklan	271
Pemilihan Media	274
Membela Para Pembujuk	276
Bab 13. Media, Hiburan, dan Budaya Amerika	279



Daya Tarik Hiburan	280
Dampak-dampak Hiburan	286
Hiburan dan Teori Libertarian	290
Perdebatan Budaya	292
McLuhan dan Kebudayaan	298
Bab 14. Khalayak Media Massa	301
Khalayak Berbagai Media	302
Prinsip-prinsip Umum	306
Verifikasi Khalayak Bagi Setiap Media	308
Dasar Pemilihan	311
Alasan-alasan Penggunaan Media	313
Ruang Kehidupan dan Media Massa	319
Bab 15. Kritik terhadap Media Massa	321
Kritik terhadap Koran	324
Kritik terhadap Majalah	330
Kritik terhadap Film	332
Kritik terhadap Media Siaran	335
Kritik terhadap Iklan	336
Kritik terhadap Media Dewasa Ini	340
Bab 16. Media Massa dan Masa Depan	345
Revolusi Komunikasi	346
Pengetahuan, Kekuasaan, dan Masa Depan	351
REFERENSI	R-1

