

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

Amandemen Pertama yang "Baru"	1
Tanggung Jawab Penyiaran	2
Kasus RED LION	5
Otonomi Para Jurnalis	8
Jurnalisme Militan	8
Masa Lalu yang Dikenang	10
Jurnalisme yang Berkembang	13
Mengapa Komunikasi?	15
Jurnalisme Cetak	16
Perluasan Cakupan	17
Komunikasi Massa	17
Karakteristik Komunikasi Massa	18
Media Dewasa Ini	19
	20

Bab 2. Komunikasi dan Masyarakat

Manusia sebagai Pembuat Simbol	25
Media Massa dan Lingkungan Semu	28
Komunikasi sebagai Landasan Masyarakat Manusia	29
Media Massa dan Masyarakat	33
Komunikasi dan Perubahan Budaya	33
Komunikasi sebagai Sarana Interaksi Sosial	35
Media dan Kontrol Sosial	37
Media Massa sebagai Penopang Industri	38
Khalayak Tak Peduli	39
	40

Bab 3. Media dan Lingkungan Sosial-Ekonominya	43	Hak Cipta	166
Kemunculan Demokrasi	44	Ketidakpatutan	166
Hak Pilih Universal	44	Regulasi Periklanan	167
Pendidikan Cuma-cuma untuk Semua Orang	46	Perbedaan Regulasi	169
Revolusi Industri dan Teknologi	46	Media Cetak	169
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	93		
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			
Ketidakpatutan			
Regulasi Periklanan			
Perbedaan Regulasi			
Media Cetak			
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

