

Brian McNair

Pengantar Komunikasi Politik

Revolusi penting di era modern bukanlah revolusi industri, ekonomi, ataupun politik, melainkan revolusi yang berlangsung dalam seni menciptakan kesetujuan di kalangan rakyat.....
(Walter Lippmann, *Public Opinion*)

An Introduction to **Political Communication**



Daftar Isi

PENGANTAR Edisi Kelima	v
PRAKATA DAN UCAPAN TERIMA KASIH	ix
PRAKATA UNTUK EDISI KELIMA	xiii

Bagian I **POLITIK DALAM ERA MEDIASI 1**

1. POLITIK DALAM ERA MEDIASI 3

LINGKUP BUKU INI	5
<i>Organisasi politik</i>	5
<i>Partai-partai politik</i>	6
<i>Organisasi publik</i>	9
<i>Kelompok penekan</i>	10
<i>Organisasi teroris</i>	12
<i>Khalayak</i>	13
<i>Media</i>	14
<i>Panggung internasional</i>	20
SIMPULAN	21

2. POLITIK, DEMOKRASI DAN MEDIA 22

TEORI DEMOKRASI LIBERAL	22
<i>Konstitusionalitas</i>	24
<i>Partisipasi</i>	24
<i>Pilihan rasional</i>	25
OPINI PUBLIK DAN RUANG PUBLIK	25
MEDIA DAN PROSES DEMOKRASI	27
DEMOKRASI DAN MEDIA: SEBUAH KRITIK	30
<i>Kegagalan pendidikan</i>	31
<i>Tidak adanya pilihan</i>	32
<i>Kapitalisme dan kekuasaan</i>	33

Memproduksi persetujuan 34
Keterbatasan obyektivitas 37
Bacaan lebih lanjut 38

3. PENGARUH KOMUNIKASI POLITIK 39

MASALAH METODOLOGI DALAM PENELITIAN

PENGARUH POLITIK 40

Proses komunikasi 40

Bukti 43

Survei 43

Perilaku memilih 45

Penelitian eksperimental 46

APAKAH KOMUNIKASI POLITIK BISA BERJALAN? EFEK-
 MIKRO 47

PENGARUH IKLAN POLITIK 49

KOMUNIKASI POLITIK DAN PROSES DEMOKRASI 52

MENINGKATNYA BIAYA KAMPANYE 55

KOMERSIALISASI POLITIK 57

POLITIK DAN PASCA-MODERN 59

SIMPULAN 62

Bacaan lebih lanjut 63

4. MEDIA POLITIK 65

LINGKUNGAN MEDIA 66

LINGKUNGAN PENYIARAN 67

DEMOKRASI DAN MEDIA 70

BEBERAPA KRITIK TERHADAP MEDIA 75

MEDIA DAN HEGEMONI 85

POLITIK DAN PRODUKSI MEDIA 91

Komersialisasi 92

KEBUTUHAN ORGANISASI AKAN BERITA 96

PROFESI JURNALISME 99

Bacaan lebih lanjut 100

5. MEDIA SEBAGAI PELAKU POLITIK 101

MENDEFINISIKAN REALITAS POLITIK 101

PERS 103

SUARA PUBLIK LEWAT PERS 106

WARTAWAN SEBAGAI PANDIT 108

KOLOM 109

Kepanditan di Jagat Maya 111

ARTIKEL KHUSUS 112

SANG PENGARANG 113

PENYIARAN 114

Debat dan perbincangan 116

Para pandit di media penyiaran 118

Wawancara politik 119

PARA PAKAR 124

Bacaan lebih lanjut 126

KESIMPULAN BAGIAN 1 127

Bagian II KOMUNIKASI POLITIK 129

6. KOMUNIKASI POLITIK PARTAI I: Pengiklanan 131

KEKUATAN IKLAN 131

DEFINISI IKLAN POLITIK 134

CARA KERJA IKLAN 135

IKLAN DAN POLITIK 138

SEJARAH SINGKAT PENGIKLANAN POLITIK: AMERIKA

SERIKAT 139

Semakin singkatnya iklan 142

Bangkitnya pencitraan 142

Mitos dan simbol 143

Menunjukkan kuasa 147

Iklan Kampanye Negatif 148

Tipologi iklan politik 151

IKLAN POLITIK DI INGGRIS 154

IKLAN POLITIK DI INGGRIS: PARTAI BURUH 166

IKLAN POLITIK: MASA DEPAN 177

Bacaan lebih lanjut 181

7. KOMUNIKASI POLITIK PARTAI II: Kehumasan politik 183

KEHUMASAN POLITIK: SEJARAH SINGKAT 187

Pengelolaan media 191

Peristiwa semu 198

<i>Pengelolaan citra</i>	208
<i>Pemasaran politik</i>	212
<i>Komunikasi politik internal—Partai Buruh</i>	215
<i>Komunikasi politik internal—Partai Konservatif</i>	223
<i>Pengelolaan informasi</i>	226
<i>Manajemen informasi 'proaktif'</i>	228
<i>Divisi kehumasan perdana menteri</i>	230

Bacaan lebih lanjut 235

8. POLITIK KELOMPOK PENEKAN DAN OKSIGEN PUBLISITAS 236

SOSIOLOGI STRATEGI SUMBER	236
KOMUNIKASI POLITIK DAN HUBUNGAN INDUSTRIAL	246
KELOMPOK PENDESAK	254
<i>Kelompok pendesak pada 1990-an</i>	259
<i>Pembebasan kaum gay</i>	261
<i>Protes bahan bakar dan protes-protes lain</i>	262
TERORISME DAN OKSIGEN PUBLISITAS	263
Bacaan lebih lanjut	273

9. KOMUNIKASI POLITIK DALAM DUNIA YANG MENGGLOBAL 274

HUBUNGAN TIMUR-BARAT DAN PERANG DINGIN	276
<i>Aliansi Besar</i>	280
<i>Perang Dingin</i>	282
KONFLIK INTERNASIONAL DAN KOMUNIKASI POLITIK	289
<i>Vietnam</i>	296
<i>Kepulauan Falkland</i>	300
<i>Perang Teluk dan perang lain</i>	308
<i>Bayi, inkubator dan propaganda hitam</i>	317
<i>'Operasi Pembebasan Iraq'</i>	320
Bacaan lebih lanjut	323

10. KESIMPULAN: Politik Pertunjukan dan Proses Demokrasi 324

CATATAN	332
Daftar Pustaka	341
Indeks	355