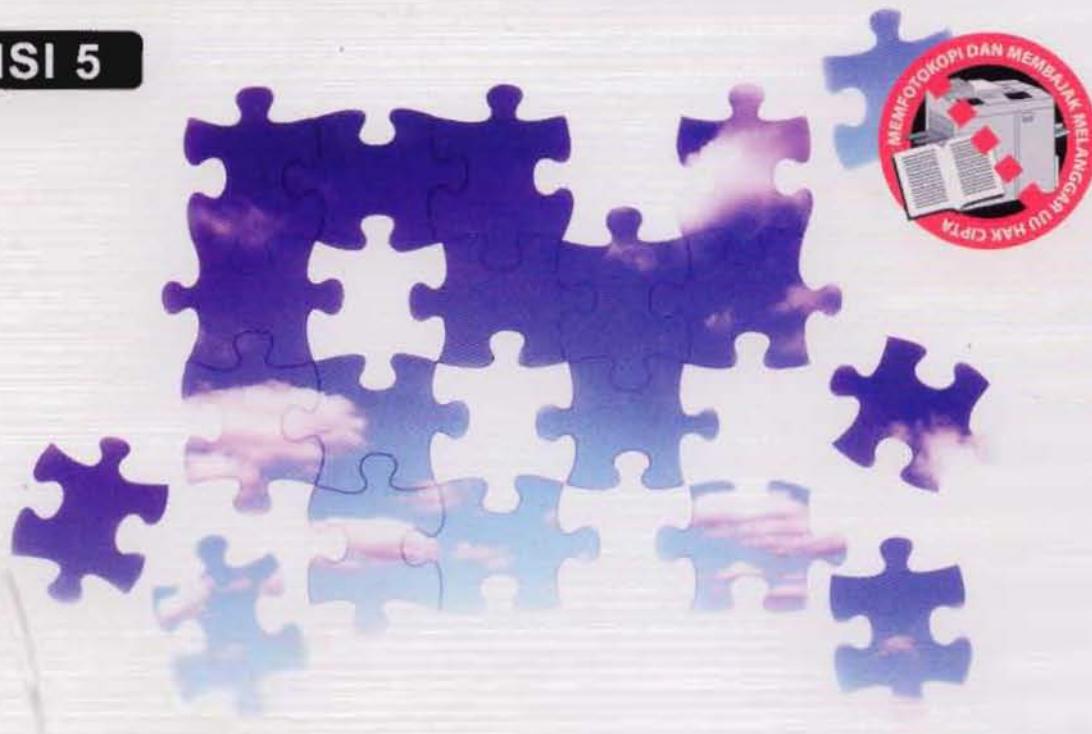


STANLEY J. BARAN • DENNIS K. DAVIS

TEORI DASAR, KOMUNIKASI PERGOLAKAN, DAN MASA DEPAN MASSA

Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future

EDISI 5



Penerbit
Salemba Humanika



CENGAGE
Learning

>> Buku Asli Berstiker Hologram

Dalam beberapa dekade terakhir, jumlah dan ragam teori komunikasi massa telah mengalami perkembangan yang signifikan, mulai dari era masyarakat massa sampai teori komunikasi massa kontemporer. Jika menilik masa lalu, maka dapat dikatakan bahwa abad pertama komunikasi massa didominasi oleh teknologi yang mahal dan sulit dioperasikan, sehingga hanya memberikan layanan terbatas kepada khalayak yang sangat besar. Saat ini, era dengan teknologi yang dapat dipergunakan dengan akses yang tidak terbatas, komunikasi massa dapat terjadi ketika sebuah organisasi menggunakan teknologi sebagai sebuah media untuk berkomunikasi dengan khalayak yang lebih besar. Pada setiap teori komunikasi massa, pengenalan teknologi baru, kepentingan dan upaya mengontrolnya, serta pembahasan bahwa penggunaan teknologi baru tidak berselisih dengan demokrasi dan standar pluralistik telah mengawali dan membentuk ide baru terhadap peranan media di dalam kehidupan individu, masyarakat, dan dalam budaya. Teori komunikasi kontemporer harus berevolusi untuk mengakomodasi pergerakan yang cepat dan perubahan yang kuat antara media massa dan khalayak.

Buku **Teori Komunikasi Massa Edisi 5** ini memberikan pengenalan yang komprehensif, berbasis historis, dan reliabel mengenai teori komunikasi massa. Buku ini menelusuri kemunculan dua mazhab utama dalam komunikasi massa, yaitu sosial/behavioral dan kritis/kultural yang mengarahkan pembaca agar lebih mudah memahami penggunaan media oleh khalayak, peran media dalam masyarakat, dan hubungan media dengan budaya.

Setiap bab memuat satu bagian yang berjudul *Pertanyaan Kritis* yang bertujuan untuk mendorong para mahasiswa untuk berpikir kritis, bahkan skeptis mengenai pengaplikasian teori pada bab tersebut di masa lalu dan penggunaannya di masa sekarang; serta juga memuat minimal dua kotak *Perenungan Teori* yang didesain untuk mendorong kemampuan berpikir kritis. Selain itu, setiap bab dalam buku ini ditambahkan dengan kotak *Akses Instan* yang memaparkan keuntungan dan kerugian dari teori yang telah didiskusikan.

Bagian 1 Pengantar Komunikasi

- Bab 1 Memahami dan Mengevaluasi Teori Komunikasi

- Bab 2 Empat Era Teori Komunikasi

Bagian 2 Era Masyarakat Massa dan Budaya Massa

- Bab 3 Kemunculan Industri Media dan Teori Masyarakat Massa
- Bab 4 Kemunculan Teori Media di Era Propaganda

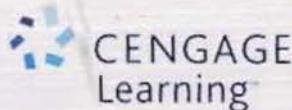
- Bab 5 Teori Normatif Komunikasi Massa

Bagian 3 Teori Efek Terbatas hingga Teori Kritis Budaya

- Bab 6 Bangkitnya Teori Efek Terbatas
- Bab 7 Bergerak Melampaui Efek Terbatas: Fokus pada Fungsionalisme dan Anak-anak
- Bab 8 Kemunculan Teori Kritis dan Budaya Komunikasi Massa

Bagian 4 Teori Komunikasi Massa Kontemporer: dari Khalayak Aktif hingga Teori Penciptaan Makna

- Bab 9 Teori Khalayak: Penggunaan, Penerimaan, dan Efek
- Bab 10 Media dan Masyarakat: Peranan Media di Dunia Sosial
- Bab 11 Teori Media dan Kebudayaan: Pembuatan Makna dalam Dunia Sosial



DAFTAR ISI

Kata Pengantar xv

Daftar Isi xxv

BAGIAN 1 | PENGANTAR KOMUNIKASI MASSA 1

BAB 1 MEMAHAMI DAN MENGEVALUASI TEORI KOMUNIKASI MASSA 3

Ikhtisar 5

Mendefinisikan dan Mendefinisikan Ulang Komunikasi Massa 5

Ilmu Pengetahuan dan Perilaku Manusia 7

Mendefinisikan Teori 13

Teori Postpositivis 14

Teori Hermeneutika 15

Teori Kritis 16

Teori Normatif 17

Mengevaluasi Teori 19

Ilmu Pengetahuan Sosial yang Fleksibel 21

Teori Komunikasi Massa 22

Ringkasan 25

Pertanyaan Kritis 26

Istilah Penting 26

BAB 2 EMPAT ERA TEORI KOMUNIKASI MASSA 28

Ikhtisar 32

Empat Era Teori Media 33

Era Masyarakat Massa dan Budaya Massa 34

Perspektif Ilmiah mengenai Komunikasi Massa Menyebabkan Munculnya Perspektif Efek Terbatas	36
Pergolakan di Lapangan: Perspektif Budaya Menantang Teori Efek Terbatas	43
Kemunculan Perspektif Penciptaan Makna pada Media	46
Perdebatan Non-stop mengenai Topik Ini	51
Ringkasan	52
Pertanyaan Kritis	53
Istilah Penting	53

BAGIAN 2 | ERA MASYARAKAT MASSA DAN BUDAYA MASSA 54

BAB 3 KEMUNCULAN INDUSTRI MEDIA DAN TEORI MASYARAKAT MASSA 56

Ikhtisar	57
Awal Mula	59
Kemunculan Yellow Journalism	60
Siklus Perkembangan Media Massa dan Masa Kemundurannya	61
Para Kritikus Teori Masyarakat Massa dan Perdebatan mengenai Media	65
Asumsi terhadap Teori Masyarakat Massa	68
Contoh-contoh Awal Teori Masyarakat Massa	78
Gemeinschaft dan Gesellschaft	81
Solidaritas Mekanik dan Organik	83
Teori Masyarakat Massa dalam Era Kontemporer	85
Ringkasan	88
Pertanyaan Kritis	89
Istilah Penting	90

BAB 4 KEMUNCULAN TEORI MEDIA DI ERA PROPAGANDA 91

Ikhtisar	93
Asal Mula Propaganda	94
Masuknya Propaganda ke Amerika Serikat	97
Behaviorisme	102
Freudianisme	103
Teori Propaganda Harold Lasswell	104
Teori Pembentukan Opini Publik oleh Walter Lippmann	107
Reaksi terhadap Teori Propaganda Awal	108
Lembaga untuk Analisis Propaganda	110
Teori Propaganda Modern	113
Kelahiran Kembali Libertarianisme	118
Ringkasan	118

Pertanyaan Kritis 119

Istilah Penting 120

BAB 5 TEORI NORMATIF KOMUNIKASI MASSA 121

Ikhtisar 124

Asal Mula Teori Normatif Media 126

Awal Mula Libertarianisme 127

Pasar Ide: Bentuk Baru Libertarianisme Radikal 132

Peraturan Pemerintah terhadap Media 137

Pembentukan Profesionalitas Jurnalisme 138

Batasan-batasan Pembentukan Profesionalitas 140

Teori Pers tentang Tanggung Jawab Sosial: Kompromi Pascaperang 143

Ujian Perang Dingin terhadap Teori Tanggung Jawab Sosial 146

Menggunakan Teori Tanggung Jawab untuk Memandu Praktik Profesional 148

Apakah Masih Ada Peranan dari Teori Tanggung Jawab Sosial? 149

Kepentingan Publik di Era Internet 151

Teori Normatif Lainnya 154

Ringkasan 158

Pertanyaan Kritis 159

Istilah Penting 159

BAGIAN 3 TEORI EFEK TERBATAS HINGGA TEORI KRITIS BUDAYA: PERUBAHAN DALAM KOMUNIKASI MASSA 162

BAB 6 BANGKITNYA TEORI EFEK TERBATAS 164

Ikhtisar 164

Perkembangan Teori Efek Terbatas 168

Arus Dua Langkah dalam Informasi dan Pengaruh 171

Beberapa Keterbatasan dalam Pendekatan Lazarsfeld 175

Teori Efek Terbatas 177

Dari Penelitian Propaganda ke Teori Perubahan Sikap 178

Carl Hovland dan Unit Eksperimental 179

Program Penelitian Komunikasi 181

Penelitian Komunikasi Massa dan Fokus pada Efek Media 183

Proses Selektif 184

Keterbatasan Penelitian Persuasi Eksperimental 189

Teori Aliran Informasi 192

Teori Fenomenistik Joseph Klapper 198

Pluralisme Elite 198

C. Wright Mills dan The Power Elite 200

Ringkasan Generalisasi Teori Efek Terbatas	202
Kelemahan Perspektif Efek Media	203
Kontribusi Perspektif Efek Terbatas	203
Warisan Hovland-lazarsfeld	204
Ringkasan	205
Pertanyaan Kritis	206
Istilah Penting	206

BAB 7 BERGERAK MELAMPAUI EFEK TERBATAS: FOKUS PADA FUNGSIONALISME DAN ANAK-ANAK 207

Ikhtisar	208
Teori-teori Berjangkauan Menengah dan Pendekatan Analisis Fungsional	209
Teori Sistem Proses Komunikasi	215
Bangkitnya Teori Sistem	216
Model Sistem	217
Menerapkan Model Sistem pada Komunikasi Manusia	218
Adopsi Model Sistem oleh Para Ahli Teori Komunikasi Massa	218
Janji Fungsionalisme yang Tidak Terpenuhi	220
Fokus pada Anak-anak dan Kekerasan	222
Teori Kekerasan Televisi	225
Katarsis	225
Pembelajaran Sosial	227
Kognisi Sosial dari Media Massa	229
Tanda-tanda Agresivitas	232
Konteks Kekerasan yang Termediasi	236
Teori Aktif dalam Menonton Televisi	236
Perspektif Perkembangan	237
Video Game Membangkitkan Kembali Minat pada Kekerasan Media	238
Sosialisasi Anak dan Media	239
Ringkasan	242
Pertanyaan Kritis	244
Istilah Penting	244

BAB 8 KEMUNCULAN TEORI KRITIS DAN BUDAYA KOMUNIKASI MASSA 246

Ikhtisar	247
Masa yang Berganti	248
Peralihan Budaya dalam Penelitian Media	250
Teori-teori Makroskopik Versus Mikroskopik	250
Teori Kritis	251

Membandingkan Teori-teori Kebudayaan dengan Teori yang Berlandaskan Penelitian Empiris	253
Kebangkitan Teori Budaya di Eropa	254
Teori Marxis	255
Neo-Marxisme	257
Analisis Tekstual dan Kritisisme Kesusastraan	257
Mazhab Frankfurt	258
Pertumbuhan Teori Neo-Marxis di Inggris	260
Teori Ekonomi Politik	262
Perdebatan antara Ahli-ahli Kajian Budaya dan Ekonomi Politik	266
Kajian Budaya: Perspektif Transmisional versus Ritual	267
Penelitian terhadap Budaya Populer di Amerika Serikat	271
Marshall McLuhan: Medium adalah Pesan dan Manipulasi	270
Harold Innis: Bias Komunikasi	271
McLuhan: Memahami Media	272
Ringkasan	278
Pertanyaan Kritis	279
Istilah Penting	279

BAGIAN 4 | TEORI KOMUNIKASI MASSA KONTEMPORER: DARI KHALAYAK AKTIF HINGGA TEORI PENCPTAAN MAKNA 280**BAB 9 TEORI KHALAYAK: PENGGUNAAN, PENERIMAAN, DAN EFEK 284**

Ikhtisar	287
Teori Khalayak: dari Perspektif Dominasi Sumber ke Khalayak Aktif	288
Keterbatasan Penelitian Awal Berbasis Khalayak	290
Kesalahpahaman akan Fungsi Media dan Penggunaan Media	291
Kebangkitan Pendekatan Uses and Gratification	294
Pembahasan Kembali mengenai Khalayak Aktif	296
Penelitian dan Efek Uses-and-Gratification	301
Perkembangan Studi Penerimaan: Penafsiran dan Pembuatan Makna	303
Studi Penerimaan Feminis	306
Arah Baru dalam Penelitian Efek Khalayak: Bangkitnya Teori Efek Moderat	306
Teori Pengolahan Informasi	311
Memproses Berita Televisi	315
Teori Hiburan	317
Teori Pemasaran Sosial	322
Ringkasan	328
Pertanyaan Kritis	331
Istilah Penting	332

BAB 10	MEDIA DAN MASYARAKAT: PERANAN MEDIA DI DUNIA SOSIAL 334
	Ikhtisar 336
	Teori Difusi Informasi (Inovasi) 338
	Teori Ketergantungan Sistem Media 340
	Celah Pengetahuan 343
	Agenda-Setting 346
	Spiral of Silence 351
	Penelitian Produksi Berita 358
	Teori Campur Tangan Media 364
	Ringkasan 367
	Pertanyaan Kritis 368
	Istilah Penting 368
BAB 11	TEORI MEDIA DAN KEBUDAYAAN: PEMBUATAN MAKNA DALAM DUNIA SOSIAL 370
	Ikhtisar 372
	Interaksionisme Simbolik 374
	Pragmatisme dan Mazhab Chicago 378
	Penerapan Terbaru dari Interaksionisme Simbolik 381
	Konstruksionisme Sosial 383
	Framing dan Analisis Frame 390
	Teori Terbaru Frame dan Framing 397
	Framing dan Objektivitas 398
	Efek Frame Berita terhadap Khalayak 400
	Melakukan Reformasi Jurnalisme Berdasarkan Teori Framing 400
	Analisis Kultivasi 402
	Kontroversi 405
	Produk Analisis Kultivasi 406
	Indeks Dunia yang Kejam 407
	Catatan Akhir untuk Kultivasi 408
	Teori Semiotika Sosial 410
	Media sebagai Industri Budaya: Komodifikasi Budaya 413
	Periklanan: Komoditas Budaya yang Utama 417
	Gerakan Melek Media 418
	Dua Pandangan terhadap Melek Media 420
	Ringkasan 422
	Pertanyaan Kritis 424
	Istilah Penting 424