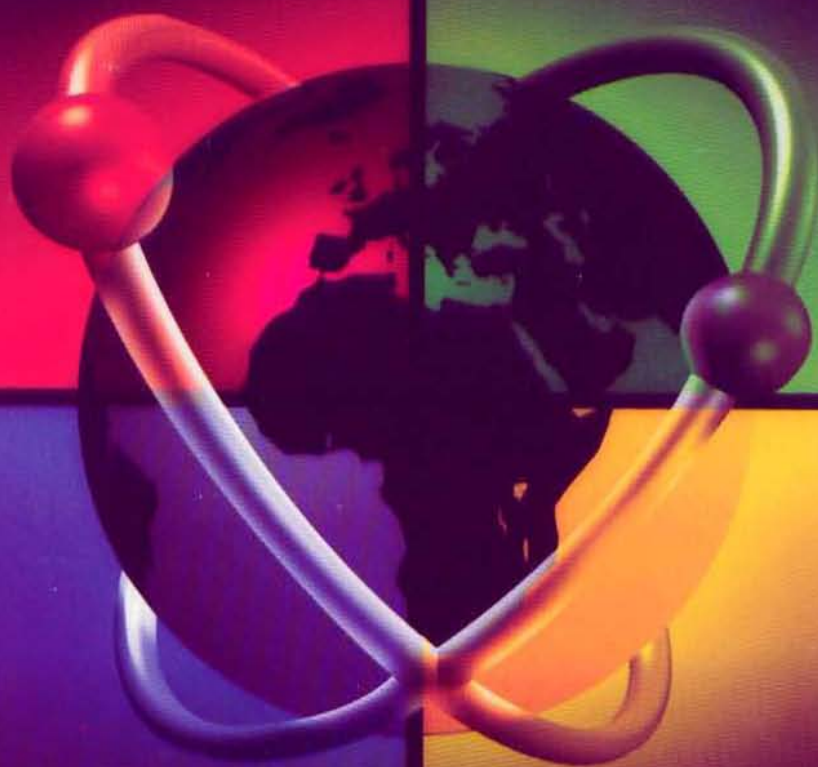


EDISI KELIMA

TEORI KOMUNIKASI

Sejarah, Metode, dan Terapan
di Dalam Media Massa



Werner J. Severin • James W. Tankard, Jr.

Isi Buku

<i>Pengantar</i>	xiii
------------------------	------

BAGIAN 1 LANSKAP MEDIA YANG TENGAH BERUBAH

Bab 1 Pengantar Teori Komunikasi	3
Konsep Komunikasi Massa	4
Lingkungan Media Komunikasi Massa	5
Peranan Teori	12
Tujuan Teori Komunikasi Massa	13
Pengaruh atau Dampak Komunikasi Massa	14
Perubahan Teori Komunikasi Massa	16
Teori Kritis dan Kajian Budaya	18
Permasalahan Teoretis yang Muncul Karena Perubahan di Lingkungan Media ...	19
Kesimpulan	19
Diskusi	20
Referensi	20
Kata Kunci	23

BAGIAN 2 METODE ILMIAH DAN MODEL KOMUNIKASI MASSA

Bab 2 Metode Ilmiah	26
Imajinasi dalam Ilmu Pengetahuan	27
Hakikat Kumulatif Sains	29
Generalisasi Ilmiah Terhadap Realita	33

Hipotesis Ilmiah	33
Perlindungan Terhadap Bias	34
Beberapa Temuan Tak Terduga dan Petunjuk Baru	35
Etika dan Penipuan dalam Sains	36
Proses Penelitian Ilmiah	37
Memperoleh Data Empiris	39
Penalaran tentang Data	45
Kesimpulan	48
Diskusi	48
Referensi	48
Kata Kunci	57

Bab 3 Model dalam Riset Komunikasi Massa 53

Fungsi Model	54
Evaluasi Model	54
Beberapa Model Komunikasi Awal	55
Kesimpulan	75
Diskusi	76
Referensi	77
Kata Kunci	78

BAGIAN 3 PERSEPSI DAN ISU BAHASA DALAM MEDIA MASSA

Bab 4 Peranan Persepsi dalam Komunikasi 83

Pengaruh pada Persepsi	85
Persepsi dan Komunikasi Massa	89
Proses Selektif yang Lain	92
Teori Skema	94
Persepsi Subliminal	95
Persepsi Gambar	98
Kompleksitas Pesan	100
Kesimpulan	100
Diskusi	101
Referensi	101
Kata Kunci	103



Bab 5 Permasalahan dalam Penyandian	105
Karakteristik Bahasa	105
Penyalahgunaan Bahasa	112
Tiga Macam Pernyataan	116
Slanting	117
Penelitian tentang Objektivitas	119
Implikasi Penyandian	121
Kesimpulan	122
Diskusi	122
Referensi	123
Kata Kunci	124

Bab 6 Analisis Propaganda: Teori Pertama Penyandian dan Dampaknya	105
Apa Arti Propaganda	127
Propaganda Masa Perang	129
Pendidikan Propaganda	130
Efektivitas Alat-alat Propaganda	144
Teori Peluru	146
Kesimpulan	147
Diskusi	148
Referensi	148
Kata Kunci	151

BAGIAN 4 PENDEKATAN SOSIAL PSIKOLOGIS

Bab 7 Konsistensi Kognitif dan Komunikasi Massa	155
Teori Keseimbangan Heider	156
Teori Simetri Newcomb	157
Teori Kongruensi Osgood	158
Peran Para Penjaga Gawang Media	164
Teori Disonansi Kognitif Festinger	165
Kesimpulan	171
Diskusi	171



Referensi	172
Kata Kunci	174
Bab 8 Teori-teori Persuasi	177
Konsep Sikap	178
Sejarah Riset Perubahan Sikap	179
Teknik-teknik Khusus Perubahan Sikap	182
Teori Inokulasi	192
Fungsi Sikap	195
Sikap dan Perilaku	199
Pengondisian Sikap Klasik	201
Model Proses Persuasi	203
Kesimpulan	210
Diskusi	210
Referensi	211
Kata Kunci	214
Bab 9 Kelompok dan Komunikasi	219
Riset Sherif Mengenai Norma-norma Kelompok	220
Riset Asch tentang Tekanan Kelompok	222
Penelitian Kebiasaan Makan Lewin	224
Kelompok dan Sikap Politik	226
Model Identifikasi Sosial	228
Kelompok sebagai Instrumen Perubahan	229
Kelompok dan Komunikasi Massa	230
Segmentasi Audiensi	232
Kesimpulan	234
Diskusi	234
Referensi	235
Kata Kunci	237
Bab 10 Komunikasi Media Massa dan Antarpribadi	239
Media Massa dan Perilaku Pemungutan Suara	240
Peran Masyarakat dalam Pembuatan Keputusan	242
Kritik pada Alir Dua Langkah	245



Difusi Inovasi	247
Kesimpulan	254
Diskusi	254
Referensi.....	255
Kata Kunci	256

BAGIAN 5 DAMPAK DAN MANFAAT MEDIA MASSA

Bab 11 Penentuan Agenda 261

Penelitian Chapel Hill	264
Gagasan Awal Hipotesis Penentuan Agenda	264
Perubahan dalam Pemikiran	265
Agenda Media dan Realitas	266
Penelitian Charlotte	266
Bukti Eksperimental	269
Isu-isu yang Menonjol	271
Isu Abstrak dan Isu Konkret	272
Waktu yang Diperlukan untuk Menentukan Agenda.....	273
Peran Exposure	274
Pembentukan Agenda.....	274
Kebutuhan Akan Orientasi	275
Siapa yang Menentukan Agenda Media?	276
Agenda Kepresidenan	278
Bagaimana Penentuan Agenda Bekerja?	280
Tingkat Kedua Penentuan Agenda.....	281
Aplikasi Penentuan Agenda	284
Kesimpulan	285
Diskusi	286
Referensi.....	287
Kata Kunci	290

Bab 12 Hipotesis Kesenjangan Pengetahuan 293

Peran Media Massa	294
Bentuk-bentuk Operasional Hipotesis Kesenjangan Pengetahuan	296
Alasan-alasan yang Mungkin Menyebabkan Kesenjangan Pengetahuan	297



Kesenjangan Pengetahuan dalam Masalah-masalah yang Berhubungan dengan Masyarakat	299
Pematangan Hipotesis	302
Kesenjangan Pengetahuan dan Teknologi Baru	305
Perkembangan Baru dalam Riset Kesenjangan Pengetahuan	306
Kritik Terhadap Hipotesis Kesenjangan Pengetahuan	307
Mengatasi Kesenjangan Pengetahuan	308
Kesimpulan	308
Diskusi	310
Referensi	310
Kata Kunci	312
 Bab 13 Dampak Komunikasi Massa	 313
Kecenderungan Umum dalam Teori Dampak	314
Teori-teori Spesifik Dampak Media	319
Bidang Teori Khusus—Dampak Tayangan Kekerasan di Televisi	338
Kesimpulan	342
Diskusi	343
Referensi	344
Kata Kunci	349
 Bab 14 Manfaat Media Massa	 353
Asal Usul Pendekatan Manfaat dan Gratifikasi	354
Pendekatan Manfaat dan Gratifikasi dalam Kampanye	354
Menggolongkan Kebutuhan Individu dan Manfaat Media	355
Kritik Teori Manfaat dan Gratifikasi	358
Uji Empiris Teori Manfaat dan Gratifikasi	359
Teknologi Baru dan Audien Aktif	361
Perkembangan Terkini dalam Penelitian Manfaat dan Gratifikasi	363
Kesimpulan	364
Diskusi	365
Referensi	365
Kata Kunci	368



BAGIAN 6 SALURAN MEDIA

Bab 15 Media Komunikasi di Masyarakat Modern	373
Empat Teori Pers	373
Media Surat Kabar sebagai Agen Kekuasaan	383
Fungsi Media	386
Nilai dan Ideologi Penopang Masyarakat	389
Gambaran Mental Kita Terhadap Dunia	391
Selera Umum dan Tindakan Sosial	393
Konformisme Sosial	394
Syarat Keefektifan Media	395
Membuat Berita-berita: Konstruksi Sosial Realitas	400
Mengendalikan Staf Pemberitaan dan Menjaga Status Quo	401
Peluang Penyimpangan Kebijakan	404
Sumber-sumber Penilai Reporter	406
Komunikasi Massa dan Integrasi Sosial Budaya	406
Kesimpulan	411
Diskusi	412
Referensi	412
Kata Kunci	416
Bab 16 Rantai dan Konglomerasi Media	419
Televisi	420
Surat Kabar	423
Sinergi Media	433
Akibat dari Kepemilikan Media Terhadap Isi Media	434
Kesimpulan	437
Diskusi	437
Referensi	438
Kata Kunci	441
Bab 17 Teori Komunikasi Dunia Maya	443
Konsep Dasar dalam Komunikasi Digital	445
Aplikasi Teori-teori yang Ada untuk Komunikasi Dunia Maya	457
Teori dan Riset Baru yang Ditujukan pada Komunikasi Cyber	459



Kesimpulan	465
Diskusi	465
Referensi	465
Kata Kunci	469

BAGIAN 7 RANGKUMAN

Bab 18 Gambaran Umum	475
Model Penelitian Komunikasi	476
Penelitian Media Massa	481
Kesimpulan	483
Referensi	484
<i>Indeks</i>	485

