



TEORI KOMUNIKASI MASSA

Edisi
Kedelapan



John Vivian

Daftar Isi

Bagian Pertama MEDIA MASSA

Bab 1 Literasi Media Massa	2	Mengevaluasi Koran.....	99
Arti Penting Media Massa.....	4	Ikhtisar Bab 3	102
Kultur dan Nilai	7	Bab 4 Majalah	105
Media Massa Utama	9	Pengaruh Majalah	107
Perpaduan Teknologi.....	13	Majalah sebagai Inovator Media	109
MSM dan Media Baru.....	15	Majalah Konsumen	111
Model-model Media Massa	16	Majalah Non-Newsrack.....	117
Ekonomi Media Massa.....	20	Demasifikasi Majalah	121
Konglomerasi Media	26	Mengevaluasi Majalah	126
Ikhtisar Bab 1	35	Ikhtisar Bab 4	130
Bab 2 Buku	38	Bab 5 Sound Recording	132
Pengaruh Buku	40	Pengaruh Rekaman Suara.....	134
Industri Buku.....	44	Industri Rekaman	135
Produk Buku.....	49	Inovasi yang Mengubah	136
Format Transformasional.....	51	Tekanan Regulasi	142
Pengarang Buku	54	Otonomi Artistik.....	145
Isu dan Tren Buku	58	Krisis Streaming	147
Mengevaluasi Buku	64	Mengevaluasi Perusahaan Rekaman....	151
Ikhtisar Bab 2	66	Ikhtisar Bab 5	154
Bab 3 Koran	69	Bab 6 Film	157
Arti Penting Koran	71	Arti Penting Film	159
Produk-produk Koran.....	73	Teknologi Film	161
Kepemilikan Perusahaan Koran	76	Struktur Industri Film	164
Koran Harian Nasional	79	Aspek Ekonomi dari Film	171
New York Times	85	Isu dan Tren Film	177
Koran Perkotaan	88	Media Literasi dan Film.....	185
Tantangan bagi Koran Harian.....	90	Ikhtisar Bab 6	187
Koran Mingguan	94		
Koran Alternatif dan Minoritas	95		

Bab 7 Radio	190	Televisi Kabel	241
Pengaruh Radio	192	Hiburan di Televisi.....	244
Teknologi Radio	193	Berita Televisi.....	247
Infrastruktur Industri Radio.....	195	Televisi Publik	250
Infrastruktur dalam Transisi.....	200	Penurunan Media Televisi	254
Perusahaan Radio	203	Ikhtisar Bab 8	257
Isi Radio.....	208		
Kualitas Siaran	216	Bab 9 Internet	260
Tren Radio	218	Pengaruh Internet.....	262
Ikhtisar Bab 7	219	Teknologi Internet.....	264
		Pembentukan Ulang Internet.....	271
Bab 8 Televisi	222	Komersial dan Internet	274
Pengaruh Televisi	224	Mengevaluasi Internet.....	277
Teknologi Televisi	227	Peleburan Media.....	278
Sistem Penyiaran Televisi.....	232	Kebijakan Publik dan Internet	282
Struktur Televisi AS	233	Ikhtisar Bab 9	288
Jaringan Over-Air	235		

Bagian Kedua PESAN MASSA

Bab 10 Berita	292	Layanan Public Relations.....	346
Tradisi Jurnalisme.....	294	Relasi Media.....	351
Konsep Berita	303	Profesionalisasi	357
Nilai Personal dalam Berita.....	308	Ikhtisar Bab 11	360
Variabel yang Memengaruhi Berita	314		
Pengaruh pada Berita.....	316	Bab 12 Advertising	363
Sumber Rahasia.....	319	Arti Penting Advertising.....	365
Tren Jurnalisme	324	Asal Usul Advertising.....	367
Mengidentifikasi Jurnalisme		Agen Periklanan	369
yang Baik	327	Penempatan klan	371
Ikhtisar Bab 10	329	Penyampaian Pesan	375
		Riset dan Psikologi	382
Bab 11 Public Relations	332	Regulasi Advertising.....	385
Arti Penting Public Relations	334	Problem dan Isu	388
Asal Muasal Public Relations	337	Ikhtisar Bab 12	392
Struktur Public Relations.....	343		

Bab 13 Entertainment	395	Bab 14 Riset Media	419
Entertainment dalam Sejarah	397	Sampel Opini Publik.....	421
Pertunjukan sebagai Entertainment Media.....	399	Mengukur Besarnya Audien.....	429
Cerita sebagai Entertainment Media ...	401	Mengukur Reaksi Audien	436
Musik sebagai Entertainment Media ...	403	Analisis Audien	438
Sport sebagai Entertainment Media	406	Riset Terapan dan Teoretis	442
Seks sebagai Entertainment Media	410	Ikhtisar Bab 14	444
Mengevaluasi Isi Media	412		
Ikhtisar Bab 13	416		



Bagian Ketiga ISU MASSA MEDIA

Bab 15 Komunikasi Massa	448	Bab 17 Media Massa dan Masyarakat	503
Tipe-tipe Komunikasi	450	Peran Media Massa dalam Kebudayaan	505
Komponen Komunikasi Massa.....	451	Stabilitas Sosial	509
Model-model Komunikasi.....	454	Transmisi Kultural	516
Dasar-dasar dalam Proses	456	Media Massa dan Perubahan Fundamental	519
Para Pemain dalam Proses.....	459	Ikhtisar Bab 17	521
Hambatan Komunikasi	460		
Hasil dari Komunikasi Massa.....	462		
Ikhtisar Bab 15	465		
Bab 16 Efek Media Massa	467	Bab 18 Media Massa Global	523
Studi tentang Efek Media	469	Media Massa dan Negara Bangsa.....	525
Studi Penggunaan dan Grafikasi	475	Konglomerasi Global	526
Selektivitas Individu.....	478	Efek Globalisasi	528
Sosialisasi	480	Intrusi Kultural	529
Kekerasan yang Digambarkan di Media.....	484	Model Media Global	535
Agenda-Setting oleh Media untuk Individu.....	495	Pemain Media Global	539
Kemasan dan Apati yang Ditimbulkan Media	497	Perusahaan Media Global	542
Ikhtisar Bab 16	500	Sistem Media yang Berbeda.....	548
		Tekanan Arus Media	553
		Zona Perang	553
		Ikhtisar Bab 18	57

Bab 19 Media Massa dan Pemerintah 560

Peran Media dalam Tata Pemerintahan	562
Media sebagai Sumber Informasi.....	566
Efek Media Terhadap Pemerintah	567
Manipulasi Pemerintah Terhadap Media.....	573
Status sebagai Pengawas	576
Isu Media-Pemerintah	583
Ikhtisar Bab 19.....	586

Bab 20 Undang-Undang Media Massa 588

Konstitusi Amerika Serikat.....	590
Prior Restraint	591
Pemfitnahan	598

Undang-Undang Privasi.....	603
Undang-Undang Jurnalisme	604
Kecabulan dan Pornografi	607
Sensor Dewasa Ini	609
Copyright.....	611
Ikhtisar Bab 20.....	615

Bab 21 Etika dan Media Massa 617

Kesulitan Etika	619
Etika Media	623
Prinsip Moral.....	624
Proses versus Hasil.....	627
Kotak Potter	630
Etika dan Isu Lain	633
Isu yang Tak terselesaikan	635
Ikhtisar Bab 21	644

INDEX 647