

EDISI KELIMA

TEORI KOMUNIKASI

Sejarah, Metode, dan Terapan
di Dalam Media Massa



Werner J. Severin - James W. Tankard, Jr

Buku Teori Komunikasi ini mengupas perkembangan baru dalam teori komunikasi massa dan perubahan di bidang komunikasi. Semua penjelasan dilengkapi dengan ilustrasi dan contoh dari dunia nyata, mulai dari jurnalisme, *broadcasting*, periklanan (*advertising*), sampai *public relation*.

Selain mengupas tuntas seluk-beluk komunikasi mulai dari awal perkembangannya sampai ke era *cyber communication*, buku ini juga memberikan penjelasan bagi pemikiran sosial-ilmiah, efek media, serta pemanfaatan institusi media dan jaringan media di tingkat lokal maupun global, bisnis dan konglomerasi media, serta perkembangan terkini dalam kepemilikan media, baik cetak maupun elektronik.

Buku komprehensif ini bukan hanya ditujukan untuk semua pihak yang meminati, mendalami, atau mencari karier di bidang media massa – seperti jurnalisme, *advertising*, *public relation*, radio, televisi, film, publikasi elektronik, media Internet – tetapi juga (buku) wajib untuk mahasiswa yang baru mengenal dan ingin memahami teori, landasan, dan metodologi riset komunikasi massa.



KENCANA
PRENADA MEDIA GROUP
E-mail: prenada@cbn.net.id

ISBN: 979-3925-08-6

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

