

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

v

DAFTAR ISI

ix

BAGIAN KESATU

KAJIAN FILSAFAT: SUATU PENGANTAR

1

BAB 1 Pengertian, Perkembangan, dan Masalah Dasar Filsafat

3

- A. Pengertian Filsafat 3
- B. Perkembangan Filsafat 11
- C. Masalah-masalah Dasar Filsafat 25
- D. Isu-isu Filosofis Studi Komunikasi 37

BAB 2 Filsafat dan Perkembangan Ilmu Komunikasi

45

- A. Kodrat Filsafat 45
- B. Relasi Filsafat dan Ilmu 47
- C. Relasi Filsafat dan Agama 51
- D. Filsafat dan Perkembangan Ilmu Komunikasi 52

BAB 3 Kebenaran dalam Etika dan Filsafat Komunikasi	67
A. Pengertian Kebenaran	67
B. Kebenaran Ilmiah dan Kebenaran Non-Ilmiah	69
C. Kebenaran Kefilsafatan	71
D. Kebenaran sebagai Nilai Fundamental	72
E. Makna Penting Kebenaran	73
F. Dikotomi Kebenaran dalam Komunikasi	76

BAGIAN KEDUA

KAJIAN FILSAFAT KOMUNIKASI 81

BAB 4 Hakikat Filsafat Komunikasi

83

A. Hakikat Filsafat Komunikasi	83
B. Pemikiran Richard Lanigan	85
C. Pemikiran Stephen W. Little John	90
D. Pemikiran Whitney R. Mundt	96

BAB 5 Tema Pokok dalam Etika dan Filsafat Komunikasi

98

A. Manusia sebagai Pelaku Komunikasi	98
B. Teknologi Komunikasi	111
C. Komunikasi Efektif dan Strategi Komunikasi	128

BAB 6 Komunikasi sebagai Proses Simbolis

147

A. Pengertian Simbolis Interaksionisme	147
B. Komunikasi sebagai Proses Simbolis	151
C. Istilah Pokok dalam Teori Simbolis Interaksionisme	158
D. Pemikiran George Herbert Mead	160
E. Pemikiran George Herbert Blumer	165



BAGIAN KETIGA**KAJIAN TEMATIS: ETIKA KOMUNIKASI 171****BAB 7 Filsafat, Etika, dan Komunikasi..... 173**

- A. Pengertian Etika 173
- B. Hubungan Filsafat dan Etika 175
- C. Perbedaan Etika, Etiket, Moral, dan Agama 177
- D. Unsur Pokok dalam Etika..... 181
- E. Beberapa Isme dalam Etika..... 183
- F. Etika Komunikasi 185

BAB 8 Privasi dalam Etika dan Filsafat Komunikasi 187

- A. Pengertian Privasi 187
- B. Nilai Privasi 192
- C. Privasi sebagai Nilai Moral 193
- D. Problematika Privasi dalam Media..... 195

BAB 9 Konfidensialitas dan Kepentingan Umum ... 204

- A. Konfidensialitas sebagai Nilai 204
- B. Konfidensialitas dalam Kasus Watergate..... 205
- C. Konfidensialitas versus Kepentingan Umum..... 210

BAB 10 Kepentingan, Tekanan Ekonomi, dan Tanggung Jawab Sosial 212

- A. Tekanan Ekonomi dan Tanggung Jawab Sosial..... 212
- B. Neoliberalisme sebagai Kekuatan Ekonomi Baru..... 213
- C. Tanggung Jawab Sosial..... 219
- D. Isu Ekonomi dalam Media Massa 222

E.	Isu Moral versus Kepentingan Ekonomi.....	225
F.	Pengaruh Iklan dalam Praktik Komunikasi.....	233
G.	Diskusi Kasus.....	235
BAB 11	Kebebasan dan Tanggung Jawab Muatan Pesan	240
A.	Kontradiksi Kebebasan dan Tanggung Jawab Muatan Pesan	240
B.	Pengertian Kebebasan	242
C.	Pengertian Tanggung Jawab.....	243
D.	Pengertian Pesan	246
E.	Isu Moral	246
F.	Mencari Batasan Moral	255
G.	Tanggung Jawab Sosial Media	256
BAB 12	Stereotip dalam Etika dan Filsafat Komunikasi	258
A.	Pengertian Stereotip.....	258
B.	Mengapa Muncul Stereotip?	261
C.	Peran Stereotip dalam Komunikasi	266
D.	Stereotip Ras Minoritas	269
E.	Stereotip Wanita	275
F.	Stereotip Orang dengan Orientasi Seksual Menyimpang.....	282
G.	Stereotip Agama	284
H.	Melawan Stereotip.....	285
BAB 13	Konflik Kepentingan dan Budaya Populer ...	287
A.	Konflik Kepentingan	287
B.	Pengertian Konflik	288

C. Jenis-jenis Konflik	289
D. Pengertian Konflik Kepentingan	292
E. Sumber Konflik Kepentingan	294
F. Media dan Konflik Kepentingan	298
G. Pendekatan terhadap Konflik Kepentingan.....	303
DAFTAR PUSTAKA	309
TENTANG PENULIS	313

BAGIAN KESATU

KAJIAN FILSAFAT: SUATU PENGANTAR