

## Rating Tertinggi Program Tv

Ekonomi Politik Media Penyiaran  
 Produksi, Penyiaran & Pemasaran Acara Televisi  
 Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi  
 Ruqyah Syar`lyah untuk Gangguan Jin, Sihir, Hasad dan `Ain  
 Media Komunikasi Politik  
 Masa Depan Industri Televisi  
 Kajian Ekonomi Politik Media: Komodifikasi Pekerja dan Fetisisme Komoditas dalam Industri Media  
 Televisi vs Youtube, Benarkah TV Akan Mati? Kumpulan Esai Seputar TV di Era Digital  
 Manajemen Pertelevisian Modern  
 Tourism Marketing  
 TV Programming  
 Konvergensi Media  
 Dokumenter Televisi  
 Wajah Media  
 Journalism Today  
 Partai Kebangkitan Bangsa dari pemilu 2004 menuju pemilu 2009  
 Penulisan Naskah/Skenario  
 Tabloid Reformata Edisi 68 Oktober Minggu 1 2007  
 Kick Andy  
 Cinta Itu Motivasi  
 The Power of Brand Aura  
 Hitam Putih  
 Teknik & Etik Profesi TV Presenter  
 Creative Advertising  
 Menjadi sutradara televisi  
 Hello, UK!  
 The Underling Purpose  
 Government Public Relations: Perkembangan dan Praktik di Indonesia  
 Matinya Rating Televisi: Ilusi Sebuah Netralitas  
 Akhlak Muslim Moderat  
 Relasi Kuasa Media Politik  
 Unexpected Love  
 Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing  
 Lo Kheng Hong Ways Strategy Investasi Mercy Harga Bajaj  
 Seabad pers kebangsaan, 1907-2007  
 Teknologi dan Pilihan Hidup  
 Gatra  
 Cases in Management Seri 2 (Kasuskasus Manajemen)  
 KKPK The Special Twins  
 Mencuri kejernihan dari kerancuan

*Rating Tertinggi Program Tv*

*Downloaded from [bluconnect.bl.u.edu](http://bluconnect.bl.u.edu) by guest*

### RIVAS DARIEN

**Ekonomi Politik Media Penyiaran** Yayasan Pustaka Obor Indonesia  
 Menjadi TV Presenter yang baik dan menarik tidak mudah. Oleh karena itu, buku ini perlu dibaca dan dipelajari oleh siapa saja yang berminat menjadi TV Presenter yang andal dan profesional. Isinya dapat dijadikan rujukan praktis dan sederhana, karena mengulas berbagai seni dan prinsip dasar bagaimana menjalankan profesi sebagai TV Presenter yang baik dan menarik sehingga apa yang dikomunikasikan dapat dipahami, disukai, dan dipercayai oleh khalayak pemirsa TV. (Prof. Sasa Djuarsa Sendjaja, Ph.D. Guru Besar Ilmu Komunikasi FISIP UI, mantan Ketua KPI Pusat ) Buku Teknik & Etik Profesi TV Presenter hadir pada waktu yang amat tepat. Pertama, karena penulisnya adalah tokoh idola saya dan mungkin idola begitu banyak penonton serta pemirsa Televisi di masa kejayaan TV Publik (TVRI). Artinya, penulis buku menyampaikan pengalaman empirisnya yang benar-benar memesonakan pada saat itu. Bahkan tidak berlebihan saya menyatakan, walaupun periode itu dipenuhi stasiun TV komersial seperti sekarang, penampilan Anita Rahman tetap akan menonjol. Jernih suaranya, tepat lantun nadanya, serta terlihat pas (dapat dibaca “etis”) pada setiap kesempatan. Kedua, buku ini memancing perbandingan, antara pengalaman dan hal-hal yang Anita Rahman usulkan, dengan kenyataan bagaimana para Presenter Televisi kita harus membawakan berita atau aneka acara dewasa ini : pada kasus terorisme, musibah tsunami, serangan kampanye

negatif pilpres, pelecehan seksual anak dan sebagainya, Ketiga, buku ini diperkaya dengan aturan dan beberapa teori universal, plus kisah-kisah anekdotikal sebagai pelengkap sekaligus membuatnya menjadi mengalir. Terima kasih atas sumbangan signifikan antarmasa ini, yang akan memancing efek heuretik bagi para Presenter TV sekaligus ilmuwan lainnya. (Effendi Gazali, Ph.D., MPS ID, Peneliti Komunikasi Politik, UI dan Visiting Professor di Jeju National University Korea, alumnus Cornell University, NY, USA. & Radboud University, Nijmegen, the Netherlands) Seorang Presenter TV tidak hanya dituntut menguasai teknik presentasi, melainkan juga etik profesi sebagai wujud tanggung jawab kepada publik. Buku yang ditulis praktisi berpengalaman, seperti Ibu Anita Rahman ini patut diapresiasi karena akan memberi pengetahuan dan spirit yang bermanfaat bagi yang sedang dan akan menggeluti dunia Presenter Televisi. (Dr. Dadang Rahmat Hidayat, SH, S.Sos, M.Si. Ketua Departemen Jurnalistik Fikom Unpad, Bandung, mantan Ketua KPI Pusat) Anita Rahman, ikon yang lebih luas dari kotak televisi. Bahkan suaranya, untuk tidak mengatakan tarikan napasnya, dikenali masyarakat. Juga tatapan mata yang memberi garis bawah apa yang disuarakan. Kalau kini “si mata belok”, menurunkan ilmu dalam sebuah buku, itulah yang ditunggu. Sesungguhnya ini tradisi yang baik dari para suhu pertelevisian. (Arswendu Atmowiloto, Pengarang, Pengamat pertelevisian) Dalam profesi apa pun, pemahaman teknik dan etik menjadi hukum besi yang tak bisa ditawar. Apa lagi profesi TV Presenter yang menggunakan ranah publik. Pertanggungjawaban profesinya menjadi berlipat. Buku ini mengurai secara lengkap kedua dimensi tersebut. Contoh praktis dari pengalaman penulis yang mempunyai jejak rekam panjang di dunia penyiaran, menjadikan buku ini makin bernas. (S. Rahmat M., S.Si - Ketua Bidang Isi Siaran KPI Pusat)

Produksi, *Penyiaran & Pemasaran Acara Televisi* Prasetiya Mulya Publishing

Inspirational stories from Kick Andy Program in Metro TV Jakarta, hosted by Andy F. Noya.

**Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi** Prenada Media

Buku ini merupakan salah satu sumber bacaan atau media pembelajaran disiplin ilmu marketing yang ditulis dalam bahasa Indonesia, di saat padanan kata asing sulit ditemukan kesesuaiannya penulis mencantumkan suku kata aslinya, demikian juga dalam kutipan tertentu penulis mencantumkan teks aslinya secara utuh, cara ini menurut hemat penulis, jauh lebih memudahkan para pembaca dalam memahami tourism marketing baik untuk referensi pengembangan ilmu (dosen dan mahasiswa) maupun untuk kepentingan implementasi di pasar bisnis (praktisi) yang terus akan berubah.

**Ruqyah Syar`iyah untuk Gangguan Jin, Sihir, Hasad dan `Ain** Gramedia Pustaka Utama

Belajar Bahasa Inggris Sambil Travelling Keliling Dunia? Wah, pasti menyenangkan banget, dong! Ya, kali ini Elvis, Sundairella, dan Shin Nan-da akan mengajak kita jalan-jalan seru di negeri Harry Potter: London, Wales, Munich Memorial Clock, katedral, dan masih banyak lagi! Beberapa hal keren yang akan kamu dapatkan dari buku ini: Kamu bisa belajar percakapan dalam Bahasa Inggris dengan sangat mudah. Vocabulary Bahasa Inggris kamu akan bertambah. Ceritanya seru dan mengasyikkan. Banyak tips travelling keliling dunia yang oke punya. DENGAN BUKU INI, KAMU BISA BELAJAR BAHASA INGGRIS DI MANA SAJA! [Mizan, Noura Books, Bahasa, Inggris, English, Belajar Asyik, Seru, Travelling, Terjemahan, Indonesia]

**Media Komunikasi Politik** Muhammad Zulfikar Akbar

Buku ini didedikasikan sebagai telaah akademis terhadap fenomena media, baik di media arus utama (mainstream) maupun di media sosial dalam hubungannya dengan ragam aktivitas politik aktor perseorangan maupun lembaga. Kajian tentang hubungan media dan politik membentang panjang dalam sejarah Ilmu Komunikasi Politik. Mulai dari opini publik, propaganda, kampanye, publisitas politik, political public relations, dan lain-lain. Terdapat relasi kuasa politik yang sangat menarik ditelaah baik secara akademis maupun praktis di panggung politik media, baik yang terjadi di masa lalu, saat ini, maupun di masa mendatang. Media tidak semata menjadi saluran komunikasi politik. Di banyak peristiwa, media kerap kali tampil menjadi aktor politik yang memainkan peran signifikannya. Dalam konteks inilah, kajian tentang media komunikasi politik menjadi sangat penting. Dr. Gun Gun Heryanto, M.Si. Penulis “Buku ini memberikan panduan ilmiah dan pedoman praktis bagi para calon pemimpin politik ketika mengaktualisasikan gagasan dan cita-citanya menghadapi masyarakat informasi yang sedang mengalami revolusi media sosial. Buku ini juga penting dibaca masyarakat luas agar dapat memahami bagaimana para pemimpin politik mengoperasikan simbol-simbol untuk memperkuat posisi politik mereka di hadapan publik.” Dr. Ahmad Basarah, Anggota DPR RI/Ketua Badan Sosialisasi MPR RI “Dalam buku terbarunya ini, Dr. Gun Gun Heryanto menyajikan analisis komprehensif tentang komunikasi politik dan detail isu-isu penting terkait. Pemaparan, gagasan dan artikulasi pemikirannya sangat sistematis, dikonstruksi, dan dikemas dalam ekspresi bahasa yang apik, lincah, dan bernas. Dari bab ke bab berikutnya, pembaca diajak secara kreatif-reflektif untuk berwacana dan berdiskusi tentang poin-poin pemikiran dan tema-tema aktual yang secara kritis disoroti oleh Dr. Gun Gun dalam buku ini. —Prof. Dr. H. Faisal Ismail, M.A., Ph.D., Duta Besar RI untuk Negara Kuwait dan Bahrain 2002–2006 dan Guru Besar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta “Merawat demokrasi itu soal komitmen. Pelaku utama dalam proses komunikasi politik (politisi, masyarakat dan media) harus punya iktikad baik. Gun Gun Heryanto, dengan gaya khasnya, selalu membumikan bahasa berat politik dan menemukannya ke ruang-ruang awam. Buku ini menjadi pengingat bagi politisi, masyarakat, dan media bahwa pertarungan sekeras apa pun tidak boleh menyisakan luka sosial. Peran sentral media di dalam proses komunikasi politik diingatkan penulis, agar sekuat mungkin terhindar dari bias kepentingan.” —Yogi Arif Nugraha, Wakil Pemimpin Redaksi KompasTV “Politisi dan mereka yang ingin memanfaatkan media sebagai wahana konstruksi citra, wajib membaca buku ini. Sebagai akademisi, tulisan Gun Gun mengedepankan independensi tanpa tendensi, seperti yang ia pertontonkan di panggung-panggung talkshow. —Latief Siregar, Produser Senior RCTI “Di buku ini, Anda akan memahami cara mentransformasikan media sebagai saluran komunikasi politik. Sangat direkomendasikan bagi Anda yang ingin terjun di dunia politik atau yang berkecimpung di jagat komunikasi. Pemaparan yang bernas menjadi ciri khas Dr. Gun Gun Heryanto dalam setiap ulasannya.” —Ike Kesuma, Produser Senior iNews TV

*Masa Depan Industri Televisi* Prenada Media

Berangkat dari hasil pengamatan penulis terhadap beberapa brand yang menjadi pilihan dan disukai oleh konsumennya, buku ini menawarkan gambaran kepada pembaca tentang proses yang perlu dilalui oleh pemilik brand agar brand-nya dapat memancarkan aura dan terus menjadi pilihan bagi konsumennya.

**Kajian Ekonomi Politik Media: Komodifikasi Pekerja dan Fetisisme Komoditas dalam Industri Media** Penerbit Andi

Dunia makin maju dan begitu cepat berubah. Informasi pun begitu mudah diperoleh bahkan membanjiri linimasa kita bagai air bah yang tidak bisa dibendung. Semua itu terjadi akibat kemajuan teknologi modern yang berkembang begitu pesat. Buku ini berupaya menyajikan perkembangan teknologi modern dan informasi tersebut. Buku ini merupakan kumpulan tulisan yang pernah diposting di berbagai blog, media online, dan media sosial. Tulisan-tulisan itu lahir secara spontan sebagai respons atas perkembangan teknologi dan isu-isu yang sedang hangat. Isu-isu yang diangkat menjadi tulisan di sini meliputi teknologi informasi, energi listrik dan nuklir, pendidikan, olah raga, serta bisnis. Secara umum, melalui tulisan-tulisannya penulis berusaha mengajak untuk memahami perkembangan teknologiyang ada dan menggunakannya secara bijaksana dan proporsional. *Televisi vs Youtube, Benarkah TV Akan Mati? Kumpulan Esai Seputar TV di Era Digital* Yayasan Pustaka Obor Indonesia Mishmash Tower (MMT) merupakan reality show terbaru dari Soma TV, sebuah stasiun swasta nasional yang terkenal di Indonesia. MMT merupakan gabungan dari speed dating, working relationship, dan juga survival show. Dua belas pemain terpilih akan dikurung di lantai teratas sebuah gedung misterius. Mereka diharuskan bekerja berpasangan dan mencapai lantai dasar dengan menyelesaikan tantangan yang menanti mereka di setiap lantai. Berbagai cara pun akan mereka lakukan demi memenangkan permainan. Di tengah taktik, rahasia, maupun pengkhianatanŃsiapakah yang akhirnya berhasil menjadi sang juara? ¥¥¥ "One of us is a liar." "No. All of us are liars."

**Manajemen Pertelevisian Modern** Bee Project

Media tak ubahnya dengan manusia. Kadang berwajah dua, menampakkan manis di depan, namun di belakang punya wajah yang “licik”. Itulah media saat ini, terutama di Indonesia. Melalui berbagai pernyataan-pernyataan entah pemimpin redaksinya, hingga Chief Executive Officer (CEO)-

nya, seakan-akan mengatakan bahwa mediana lah yang paling baik dan berhak menjadi rujukan. Namun sebenarnya, rupa mereka di belakang sama saja: saling menjatuhkan, punya kepentingan politik tertentu, dan sebagainya. Buku “Wajah Media” yang saat ini ada di tangan pembaca sekalian sejatinya adalah kumpulan opini dari penulis baik di media massa maupun di blog pribadinya. Beberapa opini pun ada yang dibiarkan utuh apa adanya, namun ada pula yang di-update agar mengikuti perkembangan zaman. Tak hanya cocok bagi kalangan akademisi maupun mahasiswa yang mengambil konsentrasi Jurnalistik dan Studi Media ataupun yang berada di Fakultas atau Program Studi Ilmu Komunikasi, namun cocok untuk para orang tua agar mampu menyajikan tayangan yang bermutu di rumah, ataupun bagi praktisi dan kalangan lainnya sebagai bahan diskusi.

**Tourism Marketing** Elex Media Komputindo

Buku Konvergensi Media ini terbagi dalam 8 (delapan) bab materi pembahasan. Dalam tiap bab pembahasan juga dilengkapi dengan latihan soal dan tes formatif yang bertujuan untuk dapat memberikan umpan balik hasil evaluasi belajar tiap materi yang diberikan. Oleh karena itu, buku ini dapat menjadi panduan belajar mahasiswa, baik mahasiwa program studi Ilmu Komunikasi maupun pembaca pada umumnya yang tertarik mempelajari perkembangan dan transformasi media (Konvergensi Media) khususnya pada masyarakat berjejaring di era digital saat ini. Buku persembahan penerbit PrenadaMediaGroup #PrenadaMedia

**TV Programming** Prenada Media

Political campaign and management of Partai Kebangkitan Bangsa for 2004 general election in Indonesia.

*Konvergensi Media* Bentang Pustaka

Transcripts of interviews conducted by Wimar Witoelar with Indonesian intellectuals for the radio show Perspektif baru.

**Dokumenter Televisi** LKIS PELANGI AKSARA

“Selama enam bulan ini, aku selalu mengingatkan diriku sendiri: sebelum aku bertemu dengan Radit, hidupku baik-baik saja. Berarti kalaupun dia pergi, hidupku juga akan tetap baik-baik saja.” Untuk seorang perempuan urban seperti Anya, hidup melajang jelas bukan masalah. Dia yakin, dia adalah perempuan mandiri yang tidak perlu mengikuti desakan sosial untuk segera menikah. Sampai akhirnya dia bertemu Radit. Kehadiran Radit memberi warna baru dalam hidup Anya. Dia kembali merasakan cinta, sesuatu yang Anya pikir tidak akan pernah dirasakan kembali. Namun masalahnya, Radit adalah milik wanita lain. Haruskah Anya mundur perlahan? Atau justru memperjuangkan cinta yang akhirnya dia rasakan? Lalu, bagaimana dengan Radit? Yang menurut pengakuannya, dia sedang mengalami masalah dalam rumah tangganya.

**Wajah Media** Penerbit Andi

Tidak banyak buku yang membahas tentang ekonomi politik media di Indonesia. Padahal banyak Perguruan Tinggi baik negeri maupun swasta yang menjadikannya sebagai mata kuliah yang diajarkan di kelas. Akibatnya mahasiswa sangat tergantung pada bacaan-bacaan asing dan mempelajari kasus-kasus yang terjadi di luar negeri yang kadang kala berbeda dengan yang terjadi di sekitar kita. Buku ini hadir untuk menjawab kelangkaan sumber bacaan terkait kajian ekonomi politik media di Indonesia dengan menghadirkan pandangan beberapa tokoh-tokoh dalam kajian ekonomi politik media dan menyajikan kasus-kasus yang relevan di Indonesia. Fokus utama dalam buku ini adalah mengungkap praktik eksploitasi dan komodifikasi yang terjadi dalam industri televisi Indonesia. Bagaimana kapitalisme menanamkan credo-credo dalam diri pekerja sehingga eksploitasi dan komodifikasi tersebut tersamar dan tidak dirasakan sebagai beban. Selain menjelaskan tentang cara berfikir Marxis dalam melihat struktur masyarakat kapitalis dan dua perspektif besar dalam kajian ekonomi politik media (Golding-Murdock dan Vincent Mosco), penulis juga menampilkan persoalan ekonomi politik media di Indonesia terutama terkait dengan praktik komodifikasi pekerja yang marak terjadi di industri televisi tanah air. Pada bagian akhir, penulis mengaitkannya dengan gejala globalisasi yang menciptakan homogenisasi wacana tentang bekerja di industri televisi. Melalui buku ini pembaca (baik dosen maupun mahasiswa ilmu komunikasi) semakin ter cerdaskan dan memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang persoalan-persoalan komunikasi, khususnya tentang media masa. Setidaknya, kehadiran buku ini bisa memberikan cara pandang baru tentang dunia komunikasi. Buku ini bisa menjadi referensi mengajar beberapa dosen dan sarana belajar bagi mahasiswa yang ingin mempelajari seluk beluk media.

*Journalism Today* RajaGrafindo Persada

Buku ini mengungkap strategy Lo Kheng Hong (LKH) yang melawan arus pasar (contrarian) tetapi bukan dengan cara konvensional, tetapi selektif. Buku ini pada di bagian awal akan menjawab tuntas beberapa pertanyaan ini: Bagaimana LKH melakukannya? Apa yang LKH lihat dari saham? Parameter apa yang digunakan untuk menentukan target belinya? Sektor apa yang digemari LKH dan apa yang dihindarinya? Alasan LKH hanya investasi di Indonesia. Momentum apa yang ditunggu LKH untuk membeli saham. Apa beda LKH dengan mayoritas momentum investor lainnya? Betulkah LKH murni investor individu? Apakah LKH seorang bandar? Siapa yang mem back-up pendanaan LKH? Apa pentingnya history kinerja perusahaan bagi LKH? Apa yang di baca LKH di Annual report? Kriteria apa saja bagi LKH mencari saham wonderful company. Alasan LKH memiliki saham-saham dengan cara permanent holding. Mengapa LKH banyak “bermain” di saham komoditas (saham yang hindari Warren Buffett). Betulkah LKH hanya menggunakan ratio Price to book value dan price earning? Bagaimana cara LKH bertahan saat harga sahamnya turun tajam? Bagian ke2 buku ini mengupas ke 20 saham yang pernah dimilikii dan yang masih dimilikii sampai sekarang, dan masih layakkah kita membelinya? Bagaimana cara LKH melihat ke 20 saham tersebut saat ini? Apa gunanya melihat histori kinerja keuangan ke 20 saham tersebut? Buku ini mengupas kinerja keuangan ke 20 saham tersebut sejak tahun 2010 sampai 2023. Pembaca akan ditunjukkan apa yang dilihat LKH dan Warren Buffet dengan analisa historis seperti ini. Bagian terakhir pada buku ini membuktikan apakah LKH menjalankan semua prinsip investasi Warren Buffett? Mana yang lebih dominan dan mana yang minor dan mana yang tidak di terapkan LKH di Indonesia? Buku ini diterbitkan hanya dalam bentuk eBook dengan format PDF sebanyak 160 halaman

*Partai Kebangkitan Bangsa dari pemilu 2004 menuju pemilu 2009* Kencana

Chelsea dan Laudya selalu ribut setiap hari. Walau saudara kembar, tetapi mereka tidak bisa akur karena masalah kecil bisa menjadi masalah besar.Ń[KKPK, DAR! Mizan, Cerita, Anak, Indonesia]

**Penulisan Naskah/Skenario** M&C!

Beberapa materi diambil dari modul kuliah fakultas ilmu komunikasi jurusan broadcasting yang ditulis oleh penulis untuk mengajar di Universitas

Mercu Buana dan Universitas Al Azhar.

*Tabloid Reformata Edisi 68 Oktober Minggu 1 2007* BSK Capital

Pengasuh TV di Indonesia ibarat "gentar" dan "gemetar" mendengar kata rating. Mengapa? Untuk memahaminya, bacalah buku ini. -- Jakob Oetama (Tokoh Pers) Orang awam menyangka rating adalah Tuhan nya para praktisi dan industri penyiaran. Salah! Rating bukan Tuhan, justru rating adalah hantu bagi praktisi dan industri penyiaran. Buku ini membuktikannya, hingga kesadaran kritis kita terjaga. -- Bimo Nugroho (Komisi Penyiaran Indonesia Pusat)

**Kick Andy** Penerbit Salemba

Buku ini mengulas wacana seputar media televisi dan perkembangan media digital. Pada segmen pertama berisi tentang medium terkait hal-hal teknis mulai dari siaran digital, platform streaming over-the-top (OTT) hingga keberlangsungan siaran TV di bawah bayangan Youtube, Netflix, dan media sosial. Segmen kedua menyajikan soal konten televisi mulai dari segi isi hingga kegiatan sensor. Lalu pada segmen terakhir menampilkan tentang industri media televisi saat ini di tengah kejaran media online. Pembahasan dalam buku ini relevan dengan analog switch-off (ASO) atau matinya siaran TV analog di Indonesia untuk kemudian bermigrasi penuh ke siaran TV digital pada tahun 2022. Buat yang sedang menulis skripsi, tesis, atau jurnal ilmiah ttg TV & media online, ini daftar beberapa topik & halaman untuk dijadikan bahan referensi/kutipan: Penjelasan algoritme Youtube (h. 83 ¶3-4; h. 84 ¶1) Definisi "Views" & "Watch time" Youtube (h. 84 ¶2) Strategi distribusi konten TV ke media sosial (h. 58-62) Definisi & cara kerja TV rating (h. 82 ¶2; h. 83) Perbandingan produksi konten di Youtube dengan Televisi (h. 109-113) Penjelasan tentang "Netflix Original Production" (h. 44 ¶2) Penjelasan tentang Drama Korea (h. 56) Budget Netflix vs budget TV awal dekade 2020-an (h. 45 ¶3) Penjelasan tentang konten "prank" (h. 48-52) Cara Youtube & Instagram menyensor konten (h. 71-72) Kebijakan konten pornografi di Media Sosial & OTT Platform (h. 63 - 67) Beda sistem digital dengan analog (h. 12 ¶ 3) Pengertian Istilah OTT (h. 18 ¶ 2-3) Penjelasan & sejarah istilah podcast (h. 32 ¶1-4) Penjelasan istilah streaming (h. 34 ¶1-4) Penjelasan singkat akses internet dari HP (h. 37 ¶3) Definisi istilah broadcast (h. 31 ¶4-5) Pengertian siaran TV digital (h. 14 ¶ 2; h. 23 ¶4) Pengertian siaran TV analog (h. 22 ¶4; h. 23 ¶2) Pengertian ASO - Analog Switch Off (h. 20 ¶1-2) Penjelasan teknis siaran langsung TV dari bulan (h. 37 ¶4) Sejarah singkat orientasi konten TV di Indonesia dekade 1980-an - 2000-an (h. 116 ¶3; 117-118 ¶1) Masa kejayaan Film di AS

(h. 7 ¶2) Masa kejayaan Radio di AS (h. 8 ¶2-3) Definisi & sejarah singkat "soap opera" (h. 53 ¶3) Sejarah singkat sinetron (h. 55 ¶1-2) Penjelasan istilah sinetron (h. 54 ¶2-4) Sejarah singkat iklan di TV Indonesia (h. 92 ¶2; h. 93 ¶1) Penjelasan kenapa perlu ada pengawasan siaran TV & Radio (74 ¶2) Penjelasan singkat sensor film di Amerika Serikat (h. 69 ¶1) Penjelasan singkat sensor TV di Indonesia (h. 69 ¶2) Penjelasan singkat sensor TV di Amerika Serikat (h. 73 ¶2; h. 74 ¶1&3 ) Penjelasan singkat sensor TV & Radio di China (h. 75 ¶2&4) Penjelasan singkat sensor TV & Radio di Korea (h. 76) Penetrasi media TV vs media internet di Indonesia awal dekade 2020-an (h. 9 ¶2) Komposisi belanja Iklan TV vs Online di Indonesia awal dekade 2020-an (h. 92 ¶1) Komposisi belanja Iklan TV di seluruh dunia awal dekade 2020-an (h. 99 ¶2) Komposisi belanja Iklan Online di seluruh dunia awal dekade 2020-an (h. 100 ¶2) Komposisi belanja iklan Radio, media cetak, TV, & online awal dekade 2020-an (h. 100 ¶4-5; h. 101-102) Posisi market media TV vs media online di Indonesia awal dekade 2020-an (h. 26 ¶ 4) Penjelasan tentang produk yang dijual industri TV dan media online (h. 88 ¶2-3) Penjelasan cara industri TV & online berjualan langsung ke khalayak (h. 89 ¶2-4) Penjelasan cara jualan lewat iklan di industri TV & online (h. 90 ¶2-4) CARA MENCARI TOPIK DI DALAM BUKU: Contoh: Pengertian siaran TV digital (h. 14 ¶ 2; h. 23 ¶4) Untuk melihat topik ini, cari di halaman 14 paragraf kedua dan halaman 23 paragraf ke-4) Penjelasan: h. artinya halaman ¶ artinya paragraf

*Cinta Itu Motivasi* Media Pressindo

Dalam abad 21 ini, generasi Y dan Z tampaknya tidak tertarik menonton televisi. Mereka lebih menikmati tontonan di Youtube atau Netflix melalui layar ponsel atau laptop. Tak hanya itu, mereka juga mendengarkan musik, mencari informasi, membaca berita, dan sibuk bermedia sosial melalui smartphone. Singkatnya, nyaris semua aktivitas kehidupan anak muda menggunakan sarana internet lewat aneka gawai terbaru. Perkembangan teknologi informasi serta kehadiran internet tak pelak memengaruhi industri media penyiaran. Kejayaan bisnis televisi meredup. Di Amerika Serikat, bisnis industri ini menurun sejak 2016. Bahkan pada 2017, belanja iklan digital di sejumlah negara sudah mengalahkan iklan televisi. Bagaimana masa depan industri televisi? Irwan Setyawan menangkap dan mencatat fenomena perubahan yang begitu cepat dalam industri televisi dan internet. Di sini ia mengupas bagaimana pengelola media menghadapi perubahan yang terjadi, terutama menghadapi era teknologi informasi dan disrupsi dalam industri media. Kombinasi pengamatan, pengalaman, serta gagasannya sangat bermanfaat sebagai rujukan mereka yang tertarik mengkaji media dan televisi, juga merupakan kontribusi yang penting bagi perkembangan industri media dan televisi di tanah air.