

**Bias Rasial:** Penilaian tidak adil terhadap ras tertentu. Pemaknaan secara tidak adil terhadap ras tersebut muncul atas dasar kecurigaan atau prasangka yang dianggap benar.

**Big Cats:** Merujuk pada lima anggota genus *Panthera* antara lain: harimau, singa, jaguar, leopard, dan *snow leopard* atau non-panthera seperti cheetah dan puma.

**Broad Immunity:** Platform tidak dapat dimintai pertanggungjawaban atas ucapan penggunanya karena mereka hanya menyediakan akses ke Internet atau layanan jaringan lainnya kepada pengguna.

**Community Standard:** Sekumpulan pemikiran atau ide yang mengatur tentang perilaku apa yang dapat diterima dalam komunitas tertentu.

**Conditional Liability:** Platform digital tidak bertanggung jawab pada konten yang diunggah oleh pengguna, sejauh platform tidak memiliki pengetahuan atas konten tersebut, serta tidak memproduksi atau memprakarsai konten terlarang dan ilegal.

**Consumer Culture Theory:** Pendekatan lintas disiplin dalam penelitian konsumsi dan pemasaran yang berupaya untuk memahami dan menjabarkan fenomena konsumsi sebagai bagian dari konteks sosio-kultural yang melingkupinya dan melekat pada nilai, identitas, dan relasi sosial yang membentuk budaya konsumen tertentu.

**Cookie:** Nomor pengenalan unik sebagai penanda browser pengguna.

**Crowd Funding:** Merupakan upaya pendanaan kolektif untuk mengembangkan suatu bisnis maupun usaha dan sebuah kegiatan acara.

**Customer Match:** Pengiklan dapat menargetkan pengguna berdasarkan nama, email, atau ID perangkat dan menjangkau mereka di mana pun mereka berada.

**Dance Cover:** Sebuah video klip yang diunggah di layanan berbagi video yang mana sang penari menirukan koreografi dari musik tertentu yang sudah ada.

**Dekonstruksi:** Sebuah metode filosofis yang menegaskan bahwa berbagai makna, aneka konstruksi metafisika, dan berbagai

ragam oposisi hierarkis, misalnya lelaki-perempuan, kuat-lemah, produksi-konsumsi, dsb., selalu dijadikan tidak stabil dengan tergantung pada penanda-penanda yang bersifat arbitrer.

**Demassifikasi:** Sebuah proses yang menunjukkan bagaimana kolektivitas sosial yang relatif homogen diuraikan dalam elemen-elemen yang lebih kecil atau beraneka ragam.

**Dialektika Etika Konsumsi:** Dialektika etika konsumsi mengacu pada proses dialektis dengan konsumen berusaha untuk mencapai kesesuaian antara nilai etis mereka dan perilaku konsumsi mereka. Dalam konteks ini, dialektika mengacu pada proses timbal balik antara tekanan yang berlawanan, yaitu tekanan untuk mempertahankan nilai etis dan tekanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumsi.

**Dialog:** Proses transaksional yang dinamis dengan fokus khusus pada kualitas hubungan antarpartisipan. Pihak-pihak dalam relasi dialogis tidak berusaha memaksakan pandangan mereka masing-masing.

**Difable:** Singkatan dalam bahasa Inggris '*different ability*' atau *diferently abled*, yaitu istilah yang digunakan untuk menyebut dengan lebih halus penyandang disabilitas.

**Dilema Etika:** Situasi ketika konsumen dihadapkan pada pilihan yang memerlukan pilihan etis yang sulit dan di mana pilihan yang tersedia tidak sepenuhnya memenuhi nilai etika mutlak.

**Disfemisme:** Ekspresi dengan konotasi yang menyakitkan bagi petutur (orang kedua), atau pendengar (orang ketiga), atau oleh keduanya, oleh sebab itu, sebaiknya digantikan dengan ungkapan yang lebih netral atau halus.

**Disinformasi:** Informasi salah yang secara sengaja dan sering kali terselubung disebarkan untuk memengaruhi opini publik atau mengaburkan kebenaran.

**Disrupsi Inovasi:** Sebuah fenomena yang mampu dengan sukses mengubah sebuah produk atau jasa yang awalnya begitu kompleks dan berbiaya tinggi sehingga hanya dapat dinikmati sedikit orang, menjadi lebih murah dan tersedia bagi orang banyak.

**Disrupsi Komunikasi:** Sebuah kondisi datangnya “bencana” teknologi komunikasi dan informasi baru secara masif yang mendatangkan risiko bagi kegiatan komunikasi yang sudah ada sehingga bisa tercerabut dari akarnya.

**Disrupsi Sosial:** Konsekuensi-konsekuensi dari risiko kehancuran yang akan terjadi.

**Disrupsi Etika Konsumsi:** Situasi ketika perilaku konsumsi yang bertanggung jawab dan etis dihambat atau diinterupsi oleh faktor-faktor eksternal atau internal.

**Docuseries:** Film dokumenter yang dibuat berseri.

**Ekaristi:** Dikenal juga sebagai Perjamuan Kudus, ketika roti dan anggur disucikan dan dikonsumsi, dalam ritus kekristenan yang dipertimbangkan sebagai sebuah sakramen dalam sebagian besar gereja.

**Ekologi Media:** Teknologi dan teknik, mode informasi dan kode komunikasi memainkan peran yang penting.

**Ekonomi Politik Kritis:** Sebuah aliran dalam kajian ekonomi politik yang berargumentasi tentang pentingnya membahas kekuasaan dan membedakan diri dari pendekatan-pendekatan ekonomi aliran utama yang dapat dilihat dari aspek-aspek holistik, historis, serta menggali berbagai hal yang melampaui persoalan efisiensi teknis untuk mengungkap isu-isu keadilan dan moral serta relasi-relasi antara perusahaan kapitalis dan intervensi publik.

**Ekonomi Politik:** Sebuah domain kajian yang berkepentingan dengan kekuasaan dan distribusi berbagai sumber daya ekonomi. Kajian ini mengeksplorasi pertanyaan-pertanyaan tentang siapa saja yang memiliki dan mengontrol lembaga-lembaga ekonomi, masyarakat, dan budaya.

**Eksterminasi:** Ekspresi prasangka yang mengarah pada tindak kekerasan fisik terhadap *outgroup*, seperti *genocide* atau *ethnic cleansing*.

**Era Disrupsi:** Era Revolusi Industri 4.0 yang dicirikan oleh adanya konvergensi antara aspek fisik, digital dan biologi.

**Era Media Kedua (*second media age*):** Zaman media yang ditunjukkan oleh komunikasi dua arah yang memungkinkan banyak pihak mampu menyampaikan berbagai pesan kepada banyak pihak yang lain.

**Era Media Pertama (*first media age*):** Zaman media yang ditandai oleh komunikasi yang bersifat satu arah dan terpusat pada satu individu (pihak) yang berbicara kepada banyak pihak.

**Etika Konsumsi *Co-Productive*:** Perilaku konsumsi yang menekankan pada partisipasi aktif konsumen dalam proses pembentukan makna dan perilaku etis.

**Flagging:** Mekanisme untuk melaporkan konten yang menyinggung atau dianggap sesuai dengan ketentuan pada platform *online*.

**Freemium:** Model bisnis yang menggabungkan akses gratis pada konten terbaru dengan tambahan nilai konten tinggi pada yang berbayar.

**Global Village:** Media mengikat dunia menjadi satu sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya global.

**GoFundMe:** Platform urun dana berlabanya Amerika Serikat yang memberikan jasa kepada orang-orang untuk mengumpulkan uang untuk hal-hal dari acara-acara seperti perayaan dan kelulusan sampai keadaan-keadaan genting seperti kecelakaan dan penyakit.

**Good Journalism:** Jurnalisme memberikan informasi bermakna, signifikan dan relevan bagi kehidupan masyarakat dengan menawarkan konteks dan perspektif, menjelaskan masalah dan membantu untuk mendidik dan mencerahkan, menawarkan analisis dan kedalaman, serta menyediakan forum untuk keterlibatan publik.

**Hoaks:** Kebohongan; atau sebuah tindakan yang disengaja untuk menipu atau mengelabui pihak lain.

**Hocus Pocus:** Memainkan tipuan; sebuah omong kosong atau tipuan yang digunakan untuk menyelubungi kebohongan.

**Identitas Budaya:** Keanggotaan kelompok dengan semua orang berbagi makna simbolik yang sama; perasaan emosional dari seseorang untuk bergabung dalam budaya yang lebih besar.

**Identitas Komunal:** Jati diri yang terkait dengan komunitas dalam skala besar, seperti: nasionalitas, etnistitas, religiusitas, gender atau afiliasi politik.

**Identitas:** Konsepsi diri yang diperoleh dari keluarga, gender, budaya, etnis, dan proses sosialisasi individu.

**Ideologi:** Ideologi merupakan kebenaran parsial yang dianggap sebagai kebenaran universal. Kebenaran tersebut hanya bisa dipenuhi oleh orang-orang (kelompok tertentu), tetapi dianggap sebagai kebenaran yang harus dipenuhi oleh semua orang. Misalnya; tidak semua perempuan bisa memiliki keturunan tetapi ada anggapan bahwa semua perempuan dituntut untuk bisa hamil dan memiliki anak.

**Iklan Banner:** Iklan persegi panjang yang menempati sebagian tata letak aplikasi.

**Infodemics:** Kondisi terlalu banyak informasi termasuk informasi palsu atau menyesatkan di lingkungan digital dan fisik selama wabah penyakit (pandemi) berlangsung.

**Inklusif:** Sikap mengajak masuk atau mengikutsertakan dan melibatkan secara aktif.

**Interaksi Simbolik:** Proses di mana para aktor sosial berinteraksi untuk memunculkan makna yang sama melalui pertukaran simbol-simbol. Jadi makna mengenai suatu objek muncul sebagai hasil dari hasil interaksi sosial.

**Interaktivitas:** Proses komunikasi yang terjadi antara manusia dan perangkat lunak komputer.

**Internet Meme:** Suatu fenomena budaya yang tersebar luas dan terkenal di Internet, seperti gambar, video, atau bahkan orang.

**Internet Sensation:** Informasi atau berita yang ramai di/disebabkan oleh internet.

**Klik:** Frekuensi iklan diklik oleh pengguna.

**Konflik:** Bagian dari kompetisi dan ekspresi diri. Konflik terjadi karena adanya ketidaksesuaian baik yang dipersepsikan maupun yang

nyata mengenai tujuan, nilai-nilai, harapan, proses atau hasil antara dua atau lebih individu atau kelompok yang saling tergantung satu sama lain.

**Konsumen Etis:** Konsumen yang menyadari bahwa perilaku konsumsi personal bisa menimbulkan konsekuensi bagi publik dan perubahan sosial.

**Konten Gratis:** Model bisnis dengan menggunakan pengiklan sebagai pendukung utama.

**Konvergensi Simbolik:** Kondisi ketika suatu kelompok menciptakan makna, cerita, nilai, atau lelucon yang secara spesifik hanya dipahami oleh kelompok tersebut.

**Kurasi Data:** Proses membuat, mengatur, dan memelihara kumpulan data sehingga dapat diakses dan digunakan oleh orang yang mencari informasi.

**Labelling:** Pemberian julukan kepada seseorang yang dianggap melakukan penyimpangan sosial.

**Manufacturing Personalization:** Proses produksi barang tidak lagi harus pada skala besar tapi bisa melayani skala individu.

**Media Richness Theory:** Teknologi komunikasi hadir untuk mengatasi ketidakpastian (*ambiguity*) yang dialami oleh organisasi dan anggotanya untuk berinteraksi dengan lingkungan eksternal maupun internal. Kemampuan mengatasi ketidakpastian tersebut akan menyebabkan eksistensi organisasi untuk mencapai tujuannya bisa terealisasi. Dengan segala kelebihan yang diberikan oleh teknologi komunikasi yang ada maka organisasi akan bisa mengoptimalkan semua sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai tujuan organisasi tersebut

**Model Hitungan (*metered model*):** Model bisnis yang memberikan akses gratis untuk sejumlah konten, mensyaratkan konsumen untuk membayar ketika mereka melebihi jumlah konten yang dapat diakses secara gratis. Konten gratis ini ditujukan sebagai magnet agar pembaca mau membayar untuk konten lanjutannya.

**Moderasi Konten:** Praktik mengawasi dan mengatur penerbitan/publikasi dan peredaran konten digital.

**Moral Protagonisme:** Suatu tendensi konsumen untuk mengedepankan perilaku bermoral, terutama dalam rangka menjaga identitas etis yang positif.

**Multikulturalisme:** Paham atau keyakinan yang mendorong diterimanya pluralisme atau keberagaman budaya sebagai satu model budaya yang hadir dalam kehidupan sosial budaya kontemporer.

**Narasi Konsumen:** Artikulasi diri konsumen individu sebagai suatu bentuk perilaku sosial, dimaknai sebagai pernyataan sikap, pendapat dan posisi etis konsumen secara individual terhadap fenomena sosial yang terjadi.

**Netflix Original:** Tayangan Netflix berupa film layar lebar, film seri, dan program acara yang didanai langsung oleh Netflix dan hak ciptanya dimiliki oleh Netflix.

**Netflix:** Layanan *streaming* yang menyajikan beragam tontonan dari berbagai genre.

**Nilai-Guna (*use-value*):** Sebuah konsep dalam ekonomi politik klasik dan pemikiran Marxisme yang menjelaskan bagaimana sebuah komoditas (barang dagangan) secara kualitatif dapat memenuhi tuntutan, keinginan, dan kebutuhan manusia; atau komoditas yang mampu memuaskan tujuan tertentu sesuai kegunaannya.

**Nilai-Tukar (*exchange-value*):** Aspek kuantitatif dari sebuah komoditas yang menunjukkan nilai sebuah komoditas dengan komoditas lainnya. Misalnya saja, sepasang sandal dapat dipertukarkan dengan dua buah kemeja. Rasio pertukaran ini dapat diwujudkan dalam nilai uang (rupiah) tertentu, yakni sepasang sandal berharga Rp 100 ribu setara dengan nilai uang yang sama untuk dua buah kemeja.

**Normalisasi:** Menerapkan standar tertentu untuk menilai sesuatu sebagai normal atau seharusnya.

**Online Dating:** Menemukan partner romantis dengan menggunakan layanan internet, biasanya melalui aplikasi kencan atau website.

**Opresi:** Upaya suatu kelompok/pihak yang berkuasa untuk memaksakan kehendak atau nilai kepada pihak atau kelompok lain.

**Pay Wall:** Model bisnis didasarkan pada pembayaran ekstra saat ingin mengakses konten, pendekatan ini terbuka pada berbagai macam formula pembayaran seperti tahunan, bulanan, sistem berlangganan atau pembayaran mikro.

**Pendekatan Multistakeholder:** Pendekatan yang melibatkan perwakilan dari semua sektor yang berkepentingan: sektor swasta, sektor pemerintah, komunitas akademik, komunitas teknis, dan masyarakat sipil, yang berpartisipasi secara inklusif dan egaliter.

**Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) Lingkup Privat:** Penyelenggaraan Sistem Elektronik oleh orang, badan usaha, dan masyarakat.

**Personalization:** Perkembangan teknologi komputer telah menjadikan kontrol individu pada isi media semakin menguat.

**Platform digital:** Situs dan layanan informasi berbasis internet yang menampung ekspresi publik, menyimpan, dan menyajikannya kembali kepada publik dengan sejumlah pengaturan akses kepada pengguna melalui pencarian dan rekomendasi, yang dapat juga diakses melalui perangkat seluler.

**Platform Infrastructural:** Platform yang menjadi inti dan tempat di mana platform yang lain bisa dibangun, dan sering sekali menjadi "gatekeeper" pengelolaan data pada platform lain yang melekat kepadanya.

**Platform Sectoral:** Platform digital yang melayani sektor spesifik, seperti berita, kesehatan, keuangan, pendidikan, transportasi, perjalanan, makanan, perhotelan, dan lain sebagainya.

**Pluralisme:** Pandangan dan sikap yang menekankan pada keberagaman budaya yang bisa hadir dalam kehidupan sosial sehari-hari.

**Polarized Communication:** Komunikasi yang terbelah ke dalam kutub-kutub; terjadi ketika pihak-pihak yang bertikai tidak memiliki kemampuan untuk meyakini atau secara sungguh-sungguh pandangan satu pihak salah dan pandangan pihak lain benar.

**Ponzi Scheme:** Penipuan dengan cara menarik investor dan membayar keuntungan di awal investasi dari investor lainnya.



**Post-Truth:** Kebenaran yang semula didasarkan pada bukti empiris, sekarang ini informasi yang viral di media sosial bisa menjadi kebenaran baru. Kebenaran tidak lagi berdasarkan pengetahuan, tapi keyakinan.

**Prosumen:** Seorang individu yang menjalankan tindakan produksi maupun konsumsi.

**Rantai Fantasi:** Keterkaitan makna yang muncul dari teks dengan pemaknaan yang muncul pada pemikiran khalayak.

**Rasisme** Ketidakadilan atau bias yang muncul terhadap sekelompok orang berdasarkan ras mereka.

**Real-Time Bidding:** Proses ketika penerbit Web melakukan pelelangan ruang iklan di aplikasi atau di situs Web.

**Representasi:** Bentuk paling nyata dari ideologi di dalam teks. Misalnya; pada film kita melihat bagaimana perempuan ditampilkan maka hal tersebut merupakan perwujudan nyata dari ideologi yang digunakan film untuk memaknai bagaimana seharusnya menjadi perempuan.

**Residual:** Sisa atau masih terlihat keberadaannya. Misalnya; film yang masih memiliki residual ideologi patriarki berarti film tersebut masih terlihat menggunakan cara berpikir patriarkis.

**Retorika Moral Konsumen:** Argumentasi konsumen dengan mengadopsi atau mengikuti pandangan moral atau etis tertentu dalam mengonsumsi sesuatu.

**Safe Harbor:** Pemberian perlindungan yang diberikan oleh hukum atau undang-undang kepada perantara komunikasi (*intermediaries*).

**Skip ad:** Sebuah tombol yang memberikan layanan kepada penonton untuk melewati iklan setelah 5 detik penayangan.

**Stereotype:** Generalisasi pemaknaan yang biasanya merupakan simplifikasi terhadap orang atau kelompok tertentu.

**Stigma:** Penandaan negatif terhadap seseorang atau kelompok tertentu.

**Strategi Konvergensi:** Kombinasi dari tiga Cs, yaitu *computing* (media digital dan teknologi informasi), *communication* (jaringan, artefak dan praktek), dan *content* (media dan informasi).

**Streaming Online:** Sebuah teknologi pengiriman data baik video, maupun audio dalam bentuk yang sudah dikompresi lewat jaringan internet dan ditampilkan secara *realtime*.

**Strict Liability:** Platfom digital memiliki tanggung jawab penuh atas konten dalam saluran komunikasinya.

**Tanggung Jawab Etika:** Mengacu pada kewajiban moral/etis yang dimiliki oleh konsumen terhadap masyarakat, lingkungan, dan dunia di sekitar mereka sebagai hasil dari perilaku konsumsi mereka.

**Technological Determinism:** Teknologi bersifat determinan atau menentukan dalam membentuk kehidupan manusia.

**Teks Dominan:** Teks (film, iklan, komik, dll.) yang menggunakan cara berpikir atau logika yang dianggap benar oleh kelompok dominan.

**Tinder:** Aplikasi kencan

**Total Visit:** Total dari jumlah kunjungan yang datang ke suatu blog atau situs.

**Traffic:** Kumpulan dari jumlah orang yang mengunjungi website, halaman yang dilihat setiap pengunjung, serta jangka waktu rata-rata setiap pengunjung membaca dan melihat-lihat halaman yang mereka kunjungi.

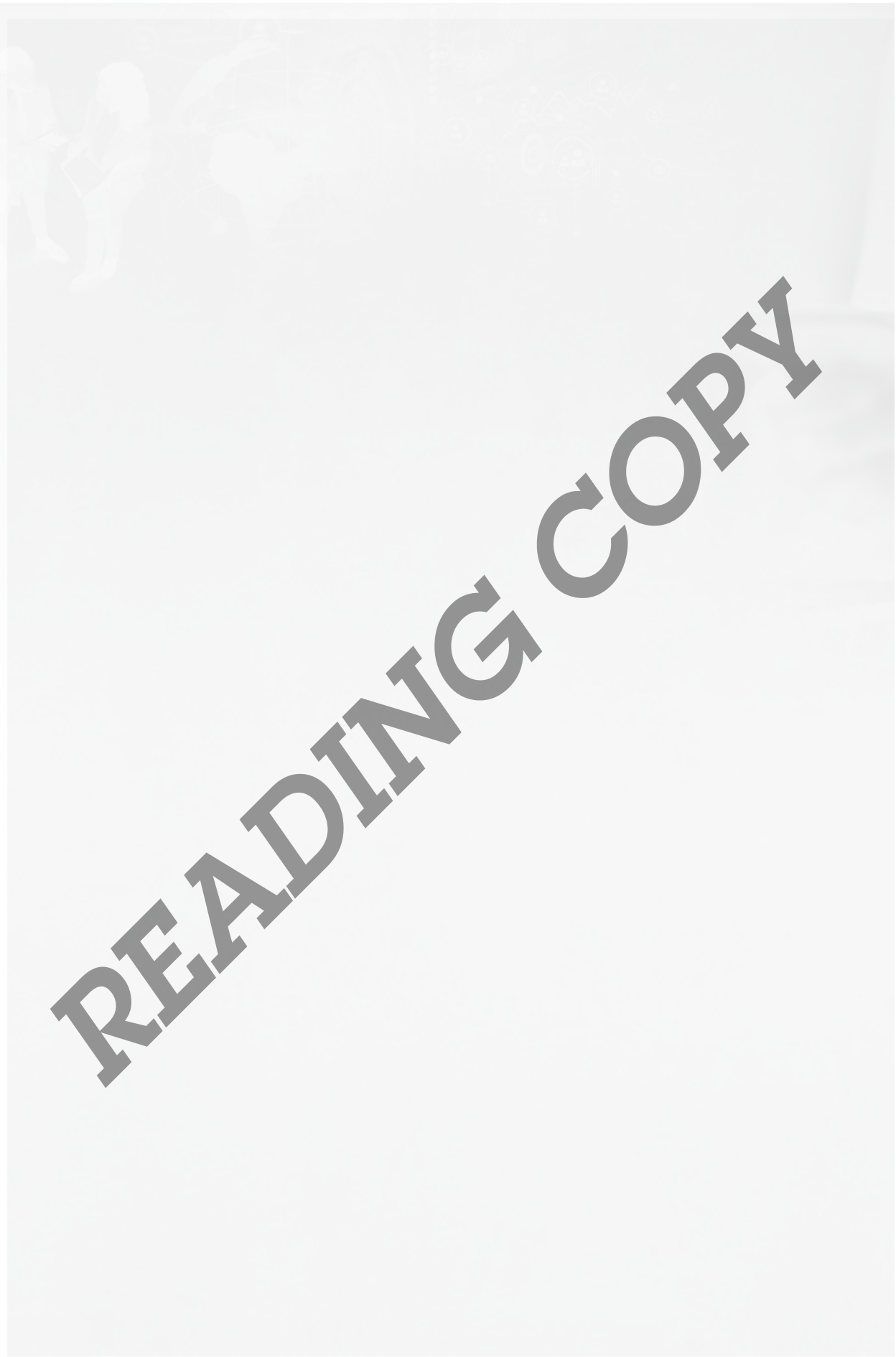
**TV Survival:** Acara TV yang mengharuskan pemain melakukan sesuatu untuk mempertahankan posisinya dalam sebuah kompetisi.

**User-generated-content:** Konten yang dibuat oleh pengguna platform dan dipublikasikan di media sosial atau saluran lainnya.

**Utilitarian:** Berasal dari utilitarianisme, sebuah aliran dalam etika, yang menegaskan bahwa konsekuensi dan kemanfaatan dari sebuah tindakan merupakan hal utama yang harus dipertimbangkan. Salah satu prinsip yang dipegang adalah kebahagiaan terbesar bagi jumlah orang yang terbanyak.

**Visi Retoris:** Cara pandang atau pemaknaan spesifik yang dimiliki dan diidentifikasi oleh anggota kelompok tertentu.

**Wacana Dominan:** Tuturan kebenaran mengenai sesuatu yang menggunakan cara berpikir kebenaran dari kelompok yang berkuasa atau dominan.



**READING COPY**

# INDEKS

## A

ACME 17

adaptasi 6, 7, 8, 9, 10, 11, 18

agama 5, 41, 84, 122, 124, 126,  
127, 129, 132, 133, 134,  
135

agensi 117, 140, 147

aktivisme sosial 155, 156

aktual 17, 18

akun 63, 64, 82, 85, 86, 87, 89,  
92, 93, 94, 96, 97, 98, 144,  
148, 163, 165, 168, 169,  
171, 172, 173, 174, 175,  
179, 181, 182, 183, 185,  
197, 212

Alur 46, 184

Amazon 15, 102

analisis komparatif 42

analisis sentiment 150

analisis tema fantasi 40, 41, 44,  
45

Anime 24

*antilocution* 84, 128, 134

AOL 15

aparatur negara 67

apartheid 40

Apple 12, 102

apropriasi etika 144, 146, 150,  
155, 156

*assimilation* 131

audiens 35, 183

*avoidance* 84, 128, 134

*Award-Winning* 24

## B

benefit 66

Bhinneka Tunggal Ika 131

bias rasial 41

*Big Cats* 30, 34, 37, 220

*Big data* 13

BlackLivesMatter 123

*brand ambassador* 142

BTS 141, 142, 143, 144, 152, 155,  
158, 159, 160, 161

budaya 4, 11, 12, 18, 39, 44, 67,  
70, 75, 77, 83, 84, 85, 122,  
124, 125, 126, 127, 128,  
129, 130, 131, 132, 133,  
134, 135, 139, 140, 143,  
149, 152, 156, 164, 167,  
185, 186, 220, 222, 223,  
224, 226, 227, 240, 241,  
242, 243, 245

*bullying* 166

## C

*cartels of buyers* 15

*certainty* 148

*charity* 155

*Children & Family* 24

*citra diri reflektif* 126

*Classics* 25

*clickbait* 17, 18

*cloud* 13, 148, 149, 150

*Co-cultural theory* 131

*Comedies* 25

*communication* 11, 68, 72, 130,  
134, 227, 228

*communication avoidance* 134

*computing* 11, 228

*Consumer Culture Theory* 140,  
157, 220

*content* 11, 12, 33, 34, 73, 102,  
104, 112, 118, 119, 135

*cookie* 14, 213, 204, 207, 211,  
213

*Crime* 25

*Crowd Funding* 34, 220

*cultural transformer* 127, 133

*cyber identity* 126

## D

*dating online* 27

Dekonstruksi 220

demassifikasi 72

*Demographic Proxies* 161

demokratisasi informasi 10

dialog 110, 129, 130, 135

difabel 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87,  
88, 89, 90, 91, 92, 93, 94,  
95, 96, 97, 98

*digital newsroom* 9

Dilema etika 139, 221

*discrimination* 84, 128

Disinformasi 64, 78, 221

Disney+Hotstar 23, 24

disrupsi 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,  
16, 17, 18, 19, 23, 24, 25,  
31, 40, 41, 43, 57, 68, 69,  
70, 72, 74, 77, 78, 142,  
144, 145, 150, 152, 156,  
205

disrupsi digital 68, 69, 70, 72, 74,  
77, 78

Disrupsi etika 222

disrupsi inovasi 23, 24, 25, 31

disrupsi komunikasi 3, 5

Disrupsi sosial 3

Distingsi ekonomi 15

*Documentaries* 25

*Docuseries* 28, 37, 222

Dominasi 58

*Dramas* 25

## E

Ekaristi 74, 222

Eksplorasi 205, 207

eksterminasi viii, 124, 130

*endorsement* 14

*engagement* 9, 97

Era Digital ix, 21  
 Era Disrupsi 9, 11, 16, 19, 20  
 Era media kedua 223  
 Era media pertama 223  
 etnis 64, 65, 84, 122, 124, 129,  
 133, 224  
 etnisitas 126  
 etnosentrik 122, 127, 133

**F**

Facebook 12, 64, 73, 102, 103,  
 163, 164, 165, 166, 168,  
 169, 171, 172, 173, 174,  
 175, 177, 178, 179, 180,  
 198, 216, 244

*face to face* 4

faktual 17, 18

*Fantasy* 25, 59

Film 24, 25, 26, 27, 29, 32, 34,  
 36, 37, 39, 40, 41, 43, 222

Freemium 16, 223

*functional biculturalism* 127, 133

**G**

*gadget* 4

gender 59, 126, 164, 224, 241,  
 243

generasi milenial 4

Generasi X 4, 20

Generasi Z 4

*Genre* 24, 59

*geotagging* 148

Global Village 223

GoFundMe 28, 38, 223

Gojek 143

*good journalism* 17

Google 4, 12, 102, 201, 202, 203,  
 204, 205, 206, 207, 208,

209, 210, 211, 212, 213,  
 214, 215, 216, 217

Grab 143

**H**

*hate speech* 121, 181

hoaks 4, 5, 7, 16, 17, 18, 19, 63,  
 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70,  
 72, 74, 75, 76, 77, 78, 103,  
 106, 121

Hollywood 25, 38, 39

Horor 25

*hyperlocal* 8

**I**

identitas 35, 41, 45, 103, 122,  
 123, 124, 125, 126, 127,  
 130, 132, 133, 135, 141,  
 146, 147, 153, 155, 182,  
 206, 209, 213, 220, 226

identitas budaya 125, 135

identitas komunal 122, 125

identitas personal 125, 147, 153

identitas regional 124

identitas relasional 125

Ideologi 224, 243

*Immersive Content* 33

*Independent* 25

industri media 6, 7, 9, 10, 11, 12,  
 13, 16, 17, 18

Inklusif 100, 224

inovasi 6, 9, 11, 23, 24, 25, 31,  
 208

Inovasi 19, 221, 243

Instagram 85, 86, 89, 95, 96, 97,  
 102, 103, 144, 147, 148,  
 181, 183, 184, 190, 192,  
 193, 194, 197

Interaksi Simbolik 224

Interaktivitas 25, 30, 31, 34, 36,  
224

Internet 34, 100, 103, 105, 107,  
110, 113, 118, 119, 123,  
126, 174, 201, 204, 205,  
213, 215, 216, 219, 220,  
224, 242, 243

Intervensi 32

intoleransi 125, 130

Investor 26

IOT 10

isu hoaks 5

## J

jarak komunikasi 125, 132

Jurnalisme Berkualitas 16

## K

Kebencian 79, 124

kelenteng 122

Kelompok Minoritas 133

kompetisi global 6

Komunikasi Pemasaran 240, 241

Komunikasi Persuasif 31

konflik 6, 32, 33, 45, 57, 70, 71,  
124, 128, 129, 132, 134,  
175

konflik geopolitik 6

Konsumen 37, 68, 141, 145, 150,  
153, 154, 155, 225, 226,  
228, 240, 241

Konsumsi Etis 148

Konten 16, 19, 63, 101, 103, 104,  
109, 111, 113, 114, 225,  
229

konvergensi 8, 9, 10, 11, 12, 13,  
16, 18, 44, 45, 46, 47, 50,  
52, 54, 58, 245

Konvergensi Simbolik 50, 225

## L

*Labelling* 93, 225

ladang pembantaian 129

*listing fee* 15

*living together in diversity* 131

*living together with differences*  
131

## M

*Magnetic Content* 33

malinformasi 103, 121

*manufacturing personalization*  
14

Marxian 71, 78

*mass customization* 14

Media Baru x, 20, 61, 243

media digital 11, 12, 16, 39, 57,  
228

media konvensional 7, 8, 9, 11,  
16, 17, 18, 14, 213, 104,  
243

media lokal 8, 9

media massa 4, 6, 10, 14, 20, 68,  
70, 72, 115

*media richness theory* 7

media sosial 5, 6, 12, 35, 40, 43,  
44, 57, 63, 64, 73, 74, 82,  
85, 86, 87, 89, 90, 93, 94,  
96, 97, 98, 103, 104, 106,  
108, 121, 122, 141, 144,  
146, 147, 148, 150, 155,  
156, 157, 163, 168, 181,  
182, 183, 190, 195, 219,  
228, 229, 242

*merchandise* 141

merger 12, 206

*metered model* 16

Microsoft 12, 102, 182  
*minority* 83, 131  
 misinformasi 103, 121  
 model masyarakat multikultural  
 131  
 modus 26, 71  
*monocultural person* 127  
*moral protagonisme* 141  
*moral-self* 151  
 Multikulturalisme 129, 136, 226  
*Music & Musicals* 25  
 Myanmar 64, 124

## N

narasi 31, 32, 34, 36, 41, 43, 44,  
 45, 46, 47, 49, 50, 51, 57,  
 82, 85, 86, 87, 89, 93, 94,  
 97, 98, 141, 144, 146, 147,  
 148, 150, 151, 152, 153,  
 154, 168, 183, 184, 197,  
 219, 241  
 narasi konsumen 144, 146, 147,  
 148, 150, 151  
 nasionalitas 126, 224  
 negara 6, 10, 11, 27, 64, 65, 67,  
 68, 81, 89, 92, 94, 97, 105,  
 106, 107, 108, 110, 114,  
 115, 116, 117, 124, 141,  
 142, 167, 182, 206, 210  
 Netflix 23, 24, 25, 26, 29, 30, 31,  
 32, 34, 35, 36, 37, 38, 226  
 Netflix Original 25, 37, 226  
*network reach* 148  
*newsroom* 9  
 nilai-guna (*use-value*) 66  
 Nobel Perdamaian 123, 135  
 Normalisasi 226

## O

ojek online 143, 144  
 Opresi 226  
*ordinary consumption* 141  
 organisasi 4, 6, 7, 8, 10, 13, 35,  
 76, 112, 163, 164, 168,  
 178, 186, 225  
*owned media* 148

## P

*parenting* 190, 191, 192, 194  
 partisipan 69, 184, 185, 190, 195  
*pay wall* 16  
 pemaknaan 40, 41, 42, 43, 44,  
 45, 46, 47, 50, 51, 52, 53,  
 54, 55, 56, 57, 58, 183,  
 219, 228, 229  
 penerima pesan 68  
 pengirim pesan 68, 174  
 persekusi 121  
*personalization* 13, 14, 225  
 pesan 31, 32, 35, 41, 46, 57, 68,  
 69, 73, 88, 102, 122, 144,  
 166, 167, 174, 223  
*physical attack* 84, 128  
 platform 4, 5, 7, 9, 12, 13, 17, 24,  
 35, 85, 101, 102, 103, 104,  
 105, 106, 107, 108, 109,  
 110, 111, 112, 113, 114,  
 115, 116, 117, 168, 204,  
 205, 209, 220, 223, 227,  
 229, 245  
 platform digital 4, 17, 101, 102,  
 103, 104, 105, 106, 107,  
 108, 109, 110, 111, 112,  
 113, 114, 115, 116, 117,  
 245  
 platform digital global 17



- plots* 184  
pluralisme 129, 226  
*policy convergence* 13  
polisemi 55  
*Ponzi Scheme* 26, 27, 227  
*post-truth* 5  
prasangka 82, 84, 122, 127, 128,  
129, 133, 134, 182, 220,  
222  
produksi material 71  
produsen 12, 64, 68, 69, 73  
promosi penjualan 141  
Prosumen 228  
prosumsi 73
- R**
- Rantai Fantasi 228  
Rantai Pemaknaan 52, 55  
ras 39, 40, 41, 43, 44, 45, 52, 53,  
54, 55, 56, 57, 58, 127,  
129, 220, 228  
rasis 44, 122, 124, 187  
rasisme 39, 40, 41, 43, 44, 55, 57  
*referral fee* 14  
religiusitas 126, 224  
representasi 27, 39, 40, 41, 43,  
44, 125  
Residual 228  
risiko 3, 108, 143, 145, 151, 208,  
222  
Rohingya 64, 65, 79, 124  
*Romance* 25, 58
- S**
- sales promotion* 141  
Saracen 63, 64  
Sci-Fi 25  
selebriti 34, 183  
selektivitas 72  
*self-regulator* 151  
*separation* 131  
Shopee Food 143  
*Shorts* 25  
sinkronisasi 72  
sites 184, 190, 195  
*Skip ad* 24, 228  
*small stories* 183, 185  
*Social Media* 99, 118, 158, 159,  
161, 179, 180, 198, 216  
solidaritas sosial 122  
*Sports* 25  
*Stand-Up Comedy* 25  
stereotipe 40, 41, 42, 43, 54, 56,  
122, 127, 128, 133  
stigma 42, 81, 212  
Strategi distansi 151  
Strategi integrasi 153  
Strategi kompensasi 154  
Strategi konvergensi 11, 16  
Strategi rasionalisasi 153, 154  
*Streaming Online* 229  
struktur ideologis 140  
*subcultural* 83, 131  
subjektivitas personal 140  
*subordinate* 83, 131
- T**
- tanggung jawab etika 141  
teknologi informasi 4, 6, 11  
teknologi komunikasi 3, 7, 8, 9,  
18, 69, 70, 77, 101, 121,  
126  
Teks Dominan 229  
*tellers* 185, 190, 195  
Testimoni 14  
The Content Matrix 33  
*thickening data* 148  
*Thriller* 25

Tiger King: Murder, Mayhem and  
Madness 37

Tinder app 27

transkultural 43

transmedia 12

transparansi 10, 11, 115

*trustworthiness* 148

turbulensi 70

*TV Survival* 229

Twitter 12, 85, 86, 89, 90, 95,  
96, 97, 102, 103, 144, 147,  
148, 161

## U

ujaran kebencian 64, 93, 103,  
106, 121, 181, 183

*usage fee* 15

*user-created content* 12

utilitarian-politis 70

## V

*values chain* 10

*veracity* 148

vihara 122

viral 6, 15, 19, 228

viral marketing 15

*virtual* 4, 9, 85, 86, 97, 98

*virtual newsroom* 9

visi retorik 46

Viu 23, 24

## W

wacana dominan 44

WAN-IFRA 11

web 5, 14, 15, 19, 202, 203, 206,  
207

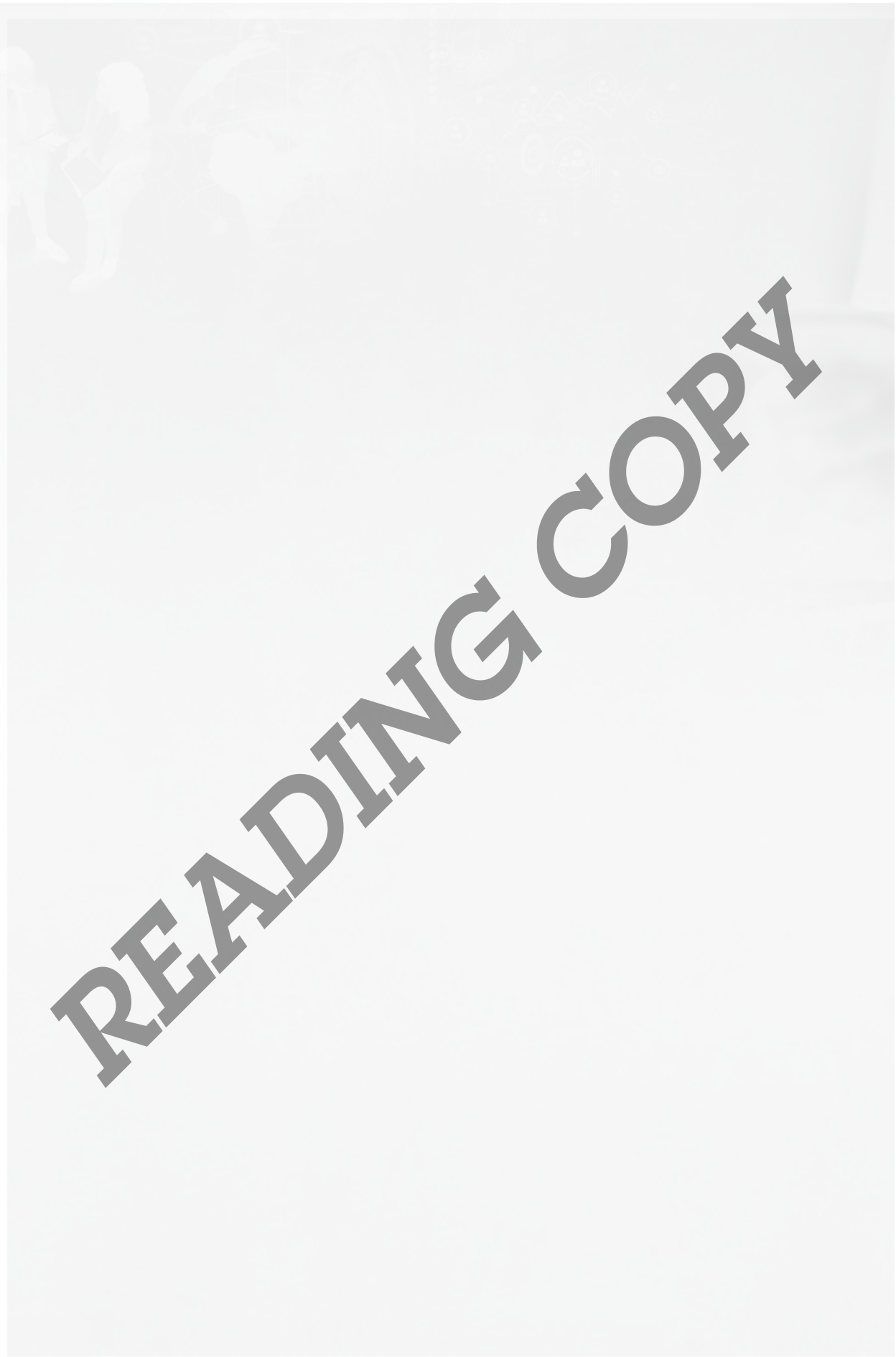
*Web bugs* 14

WeTv 23

*work from home* 4

## Y

YouTube 12, 23, 52, 59, 102, 103,  
213



**READING COPY**



## TENTANG PENULIS

### **Agus Naryoso**

Agus Naryoso merupakan Dosen pada Departemen Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Diponegoro Semarang, memiliki pengalaman dan kompetensi mengajar di bidang *public relations*, *public speaking*, Komunikasi Interpersonal, serta lobi dan negosiasi. Menjadi dosen sejak 2002 dan mempunyai pengalaman melakukan riset dan kajian ilmiah tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Komunikasi Bencana, *Government Public Relations* serta penelitian yang berkaitan dengan relasi antarpribadi. Agus Naryoso berpengalaman menjadi *trainer* di Instansi Pemerintahan dan Korporat tentang *Public Speaking*, *Public Relations*, Lobi dan Negosiasi, Isu dan Manajemen Krisis, serta Pelayanan Prima. Ia dapat dihubungi melalui email: [agusnaryoso@lecturer.undip.ac.id](mailto:agusnaryoso@lecturer.undip.ac.id).