DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

LEMBAR PERNYATAAN ..... **ii**

ABSTRAK ..... **iii**

ABSTRACT ..... **iv**

KATA PENGANTAR ..... **v**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

DAFTAR FOTO ..... **xvi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 10

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 10

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 11

1.3.1 Maksud Penelitian 11

1.3.2 Tujuan Penelitian 11

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.4.1 Kegunaan Penelitian Teoritis 12

1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 14

2.1 Tinjauan Pustaka 14

2.1.1 Penelitian Terdahulu 14

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 19

2.1.2.1 Definisi Komunikasi 20

2.1.2.2 Komponen Komunikasi 22

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi 24

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa 25

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Massa 25

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa 27

2.1.3.3 Komponen Komunikasi Massa 31

2.1.4 Tinjauan Tentang Media Massa 34

2.1.5 Tinjauan Tentang Media *Online* 35

2.1.5.1 Pengertian Media *Online* 35

2.1.5.2 Jenis-Jenis Media *Online* 36

2.1.5.3 Karakteristik Media *Online* 38

2.1.6 Tinjauan Tentang Strategi 40

2.1.7 Tinjauan Tentang Keterbacaan 42

2.1.8 Tinjauan Tentang Berita 44

2.1.8.1 Definisi Berita 44

2.1.8.2 Jenis-jenis Berita 45

2.2 Kerangka Pemikiran 48

BAB III METODE PENELITIAN 51

3.1 Desain Penelitian 51

3.2 Informan Peneliti 52

3.2.1 Informan Penelitian 52

3.2.2 Informan Pendukung 54

3.3 Teknik Pengumpulan Data 56

3.3.1 Studi Pustaka 56

3.2.4 Studi Lapangan 57

3.4 Uji Keabsahan Data 59

3.5 Teknik Analisa Data 61

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 63

3.6.1 Lokasi Penelitian 63

3.6.2 Waktu Penelitian 63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 66

4.1 Hasil Penelitian 70

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 70

4.1.1.1 Sejarah Singkat Bisnis.com 70

4.1.1.2 Visi dan Misi Bisnis.com 73

4.1.1.3 Struktur Organisasi Bisnis.com 74

4.1.2 Deskripsi Identitas Informan Penelitian 75

4.1.3 Analisis Hasil Penelitian 79

4.1.3.1 Deskripsi Perumusan Srategi Keterbacaan Berita dalam media *Online* Bisnis.com 79

4.1.3.2 Deskripsi Penerapan Strategi Keterbacaan Berita dalam Media *Online* Bisnis.com 91

4.1.3.3 Deskripsi Penilaian Strategi Keterbacaan Berita dalam Media *Online* Bisnis.com 94

4.2 Pembahasan 98

4.2.1 Perumusan Strategi Keterbacaan Berita dalam Media *Online* Bisnis.com 99

4.2.2 Penerapan Strategi Keterbacaan Berita dalam Media *Online* Bisnis.com 117

4.2.3 Penilaian Strategi Keterbacaan Berita dalam Media *Online* Bisnis.com 139

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 144

5.1 Kesimpulan 144

5.2 Saran 145

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan 145

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 146

DAFTAR PUSTAKA 147

LAMPIRAN-LAMPIRAN 151

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 200

DAFTAR TABEL

Hal

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1	Data Informan Inti	54
Tabel 3.2	Data Informan Pendukung	55
Tabel 3.3	Waktu Penelitian	64
Tabel 4.1	Jadwal Wawancara Informan Inti	68
Tabel 4.2	Jadwal Wawancara Informan Pendukung	69

DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 50

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bisnis.com 74

Gambar 4.2 Model Perumusan Strategi Keterbacaan Berita dalam Media *Online* Bisnis.com 116

Gambar 4.3 Rubrik Berita Bisnis.com 119

Gambar 4.4 Rubrik Market Bisnis.com 120

Gambar 4.5 Rubrik Finansial Bisnis.com 121

Gambar 4.6 Rubrik Industri Bisnis.com 122

Gambar 4.7 Rubrik Kabar 24 Bisnis.com 123

Gambar 4.8 Rubrik *Life & Style* Bisnis.com 124

Gambar 4.9 Rubrik Regional Jakarta Raya Bisnis.com 125

Gambar 4.10 Rubrik Properti Bisnis.com 126

Gambar 4.11 Rubrik Bola Bisnis.com 127

Gambar 4.12 Rubrik *Gadget* Bisnis.com 128

Gambar 4.13 Rubrik *Traveling* Bisnis.com 129

Gambar 4.14 Rubrik Bisnis Tv Bisnis.com 130

Gambar 4.15 Rubrik Foto Bisnis.com 131

Gambar 4.16 Rubrik Data Bisnis Bisnis.com 132

Gambar 4.17 Berita Harga Emas di Bisnis.com 134

Gambar 4.18 Isi Berita Harga Emas di Bisnis.com 135

Gambar 4.18 Berita Harga Emas Bisnis.com di Situs Pencarian Google 137

Gambar 4.20 Model Penerapan Strategi Keterbacaan Berita dalam Media *Online* Bisnis.com 138

Gambar 4.21 Grafik Pengunjung Bisnis.com 140

Gambar 4.22 Model Penilaian Strategi Keterbacaan Berita dalam Media *Online* Bisnis.com 142

Gambar 4.23 Model Simpula Komprehensif 143

DAFTAR FOTO

Hal

Foto 4.1	Foto Rahayuningsih	75
Foto 4.2	Foto Fajar Sidik	76
Foto 4.3	Foto Sutarno	77
Foto 4.4	Foto Wildan Yolanda	78
Foto 4.5	Foto M S Rizki	79

DAFTAR LAMPIRAN

Hal

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian 152

Lampiran 2 Surat Balasan Perusahaan 153

Lampiran 3 Lembar Revisi usulan Penelitian 154

Lampiran 4 Berita Acara Bimbingan Sidang 155

Lampiran 5 Surat Rekomendasi Sidang 156

Lampiran 6 Pengajuan Pendaftaran Sidang 157

Lampiran 7 Lembar Revisi Skripsi 158

Lampiran 7 Pedoman Observasi 159

Lampiran 8 Pedoman Wawancara 161

Lampiran 9 Hasil Observasi 166

Lampiran 10 Transkrip Wawancara 169

Lampiran 11 Keterangan Informan 192

Lampiran 12 Dokumentasi 197