

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
RIWAYAT PENULIS	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR TABEL	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Kajian Penelitian yang Relevan	7
F. Landasan Pemikiran	12
G. Langkah-langkah Penelitian	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA	31
A. Berita sebagai Informasi	31
1. Pengertian Berita	31
2. Unsur dan Model Berita	33
3. Berita Online	35
B. Jurnalistik Online	36
1. Definisi Jurnalistik Online	36
2. Prinsip Jurnalistik Online	38
3. Kode Etik Jurnalistik Online Indonesia	42

C. Jenis Media Massa dan Media Online sebagai Media Baru	43
1. Pengertian Media Massa	43
2. Jenis-jenis Media Massa	44
3. Pengertian Media Online	44
4. Karakteristik Media Online	46
5. Kredibilitas Media Online	48
6. Media Online sebagai New Media	49
D. Media Sosial di Era Digital	52
1. Definisi Media Sosial	52
2. Strategi dan Manajemen Media Sosial sebagai Penunjang Berita Online ...	54
3. Media Sosial dalam Kegiatan Jurnalistik	61
4. Media Sosial Twitter	62
E. Manajemen Strategi Media	65
1. Pengertian Manajemen Strategi dan Media	65
2. Pentingnya Manajemen Strategi pada Media	66
3. Tujuan Manajemen Strategi Media	67
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	68
B. Profil Informan	78
C. Hasil Penelitian	80
1. Perancangan dalam Merekonstruksi Media Sosial Twitter IDN Times	80
2. Strategi dalam Proses Penyajian Distribusi Berita Melalui Twitter IDN Times	86
3. Pendekatan terhadap Akun Twitter IDN Times	100
D. Pembahasan	110
1. Perancangan dalam Merekonstruksi Media Sosial Twitter IDN Times	110
2. Strategi dalam Proses Penyajian Distribusi Berita melalui Twitter IDN Times	114
3. Pendekatan terhadap Akun Twitter IDN Times	121

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	125
A. Simpulan.....	125
B. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN.....	131

