

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xv</b>
<b>PRASAPA .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	8
1.5. Landasan Pemikiran .....	9
1.5.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	9
1.5.2. Tinjauan Teoritis.....	10
1.6 Kerangka Penelitian .....	19
1.7 Langkah-Langkah Penelitian .....	20
1.7.1. Lokasi Penelitian .....	20

1.7.2. Paradigma Penelitian .....	20
1.7.3. Pendekatan Penelitian .....	22
1.7.4. Metode Penelitian .....	23
1.7.5. Jenis dan Sumber Data.....	24
1.7.6. Teknik Pengumpulan Data .....	24
1.7.7. Teknik Analisis Data .....	25
1.7.8. Uji Keabsahan Data .....	27

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Strategi Media .....	28
2.1.1. Pengertian Strategi Komunikasi .....	28
2.1.2. Tingkatan Komunikasi .....	31
2.1.3. Jenis Komunikasi.....	33
2.1.4. Proses Komunikasi .....	35
2.2. Strategi Media .....	37
2.2.1. Pengertian Strategi Media.....	37
2.2.2. Jenis-Jenis Media.....	42
2.2.3. Karakteristik Media .....	44
2.3. Media Online.....	45
2.3.1. Pengertian Media Online .....	45
2.3.2. Jenis-Jenis Media Online.....	47
2.3.3. Karakteristik Media Online .....	49
2.3.4. Fungsi dan Manfaat Media Online .....	50
2.3.5. Konten, Layout, dan Gaya Bahasa di Media Online .....	51
2.3.6. Persaingan Media Online.....	55
2.4. Media Baru.....	55
2.4.1. Pengertian Media Baru .....	55
2.4.2. Karakteristik Media Baru .....	52
2.4.3. Jenis-Jenis Media Baru .....	61

2.5. Strategi Informasi .....	62
2.5.1. Pengertian Strategi Komunikasi .....	62
2.5.2. Konsep Strategi Komunikasi .....	64
2.5.3. Tokoh dan Pemikiran Strategi Komunikasi.....	65
2.6. Pengelolaan Informasi .....	66
2.6.1. Pengertian Pengelolaan Informasi .....	66
2.6.2. Konsep Pengelolaan Informasi .....	67
2.6.3. Tokoh dan Pemikiran Pengelolaan Informasi.....	68
2.7. Teori Hirarki Pengaruh Isi Media .....	69

### **BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	76
3.1.1. Sejarah Infobdg Media Network .....	76
3.1.2. Profil Infobdg Media Network .....	79
3.1.3. Visi dan Misi Infobdg Media Network.....	82
3.1.4. Struktur Organisasi Infobdg Media Network .....	82
3.1.5. Program di Infobdg Media Network.....	83
3.2. Profil Informan .....	88
3.3. Hasil Penelitian .....	89
3.3.1. Strategi Informasi Infobdg Media Network.....	89
3.3.2. Strategi Konten Infobdg Media Network .....	92
3.3.3. Desain Layout dan Gaya Bahasa Infobdg Media Network .....	95
3.4. Pembahasan Penelitian.....	101
3.4.1. Pembahasan Strategi Informasi Infobdg Media Network .....	101
3.4.2. Pembahasab Strategi Konten Infobdg Media Network .....	108
3.4.3. Pembahasan Desain Layout dan Gaya Bahasa Infobdg Media Network .....	110

**BAB IV PENUTUP**

4.1. Kesimpulan.....114  
4.2. Saran.....116

**DAFTAR PUSTAKA .....118**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

