

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.4.1 Kegunaan Teoritis	5
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	5
1.5 Landasan Pemikiran	6
1.5.1 Penelitian yang Relevan	6
1.5.2 Landasan Teoritis	14
1.6 Kerangka Konseptual	17
1.7 Langkah-Langkah Penelitian.....	20
1.7.1 Lokasi Penelitian.....	20
1.7.2 Paradigma dan Pendekatan.....	20
1.7.3 Metode Penelitian.....	21

1.7.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	24
1.7.5	Informan	25
1.7.6	Teknik Pengambilan Data	26
1.7.7	Teknik Keabsahan Data	27
1.7.8	Teknik Analisis Data	28
BAB II	30
KAJIAN PUSTAKA	30
2.1.	Pengertian dan Sejarah Media Daring	30
2.1.1.	Pengertian dan Sejarah Media Daring.....	30
2.1.2.	Fungsi dan Karakteristik Media Daring.....	32
2.1.3.	Jenis-jenis Media Daring.....	38
2.1.4	Ruang Lingkup dan Pedoman Media Daring.....	39
2.2	Ruang Lingkup Judul Berita di Media Daring	41
2.2.1	Pengertian Judul Berita.....	41
2.2.2	Jenis-jenis Berita	43
2.2.3	Syarat Judul Berita	44
2.2.4	Unsur Daya Tarik Berita dan Unsur Layak Berita	45
2.3	Pengertian dan Jenis Wartawan	47
2.3.1	Pengertian dan Jenis Wartawan	47
2.3.2	Profesionalisme Wartawan	51
2.3.3	Kode Etik dan Kewajiban Wartawan	52
2.4	Pengertian dan Jenis <i>Clickbait</i>	53
2.4.1	Pengertian <i>Clickbait</i>	53
2.4.2	Ciri-ciri <i>Clickbait</i>	54
2.4.3	Jenis-jenis <i>Clickbait</i>	57
2.4.4	Pro Kontra Menggunakan <i>Clickbait</i>	59
2.5	Teori Persepsi dalam Media Daring	61
2.5.1	Pengertian dan Bentuk Persepsi.....	61
2.5.2	Jenis dan Prinsip Persepsi	62
2.5.3	Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	63

2.5.4 Proses Terjadinya Persepsi	64
BAB III.....	66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
3.1 Hasil Penelitian	66
3.1.1 Gambaran Lokasi Penelitian.....	66
3.1.2 Struktur AJI Kota Bandung	72
3.1.3 Profil Informan.....	73
3.2 Gambaran Hasil Penelitian.....	74
3.2.1 Atensi Wartawan AJI Bandung mengenai Penggunaan <i>Clickbait</i> pada Judul Berita di Media Daring	74
3.2.2 Seleksi Wartawan AJI Bandung mengenai Penggunaan <i>clickbait</i> pada Judul Berita di Media Daring	78
3.3.3 Interpretasi Wartawan AJI Bandung mengenai Penggunaan <i>clickbait</i> pada Judul Berita di Media Daring.....	83
3.3 Pembahasan	86
3.3.1 Atensi Wartawan AJI Bandung mengenai Penggunaan <i>clickbait</i> pada Judul Berita di Media Daring	86
3.3.2 Seleksi Wartawan AJI Bandung mengenai Penggunaan <i>clickbait</i> pada Judul Berita di Media Daring	91
3.3.3 Interpretasi Wartawan AJI Bandung mengenai Penggunaan <i>clickbait</i> pada Judul Berita di Media Daring	94
BAB IV	97
PENUTUP.....	97
4.1 Simpulan.....	97
4.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	9
----------------	---

