

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN KARYA.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
ABSTRAK	xv
BAB I 1	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
1.4 Kerangka Pemikiran	10
1.4.1 <i>Positioning</i>	10
1.4.1.1 Aspek-aspek Dalam <i>Positioning</i>	11
1.4.2 Ekologi Media	13
1.4.3 Disrupsi Informasi	16
1.4.3.1 Pengertian Disrupsi.....	16
1.4.3.2 Pengertian Informasi.....	16
1.4.3.3 Informasi Berdasarkan Para Ahli	17
1.4.3.4 Disrupsi Informasi	18
BAB II.....	20
TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 <i>Positioning</i> Perusahaan.....	20
2.1.1 <i>Positioning</i> Menurut Para Ahli	21
2.2 Kantor Berita.....	22
2.2.1 Peran Kantor Berita dalam Teori Komunikasi.....	22
2.3 Industri Media Massa di Era Dirupsi Informasi	27
2.3.1 Industri Media Massa	27
2.3.1.1 Definisi.....	27

2.3.2 Adaptasi Industri Media Massa.....	32
2.4 Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III 41	
METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Subjek Penelitian.....	43
3.4 Lokasi Penelitian.....	44
3.5 Sumber Data	44
3.5.1 Data Primer	44
3.5.2 Data Sekunder	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6.1 Wawancara.....	45
3.6.2 Observasi.....	47
3.6.3 Dokumentasi	47
3.6.4 Studi Pustaka.....	48
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	49
3.7.2. Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	50
3.7.3 Kesimpulan atau Verifikasi Data	50
3.8 Uji Keabsahan Data.....	51
3.9 Analisis Data.....	51
BAB IV	54
HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Umum LKBN Antara.....	54
4.1.2 Visi, Misi, Strategi, Nilai-nilai, dan Kunci Utama Perusahaan	57
4.1.3 Makna Logo Lambang Dan Logo Perum. LKBN Antara	61
4.2 Hasil Penelitan	64
4.2.1 Perusahaan di Era Disrupsi Informasi	65
4.2.2 Kebijakan dan Tata kelola Perusahaan	69
4.2.3 Ekosistem Perusahaan	72
4.2.3.1 <i>Capital</i>	74

4.2.3.2 <i>Types of content</i> (jenis isi media)	75
4.2.3.3 <i>Types of audiens</i> (jenis khalayak sasaran)	75
4.2.4 Penerapan Strategi Positioning di Perum. LKBN Antara.....	79
4.3 Pembahasan.....	83
BAB V.....	89
PENUTUP.....	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran.....	91
5.2.1 Saran Akademis.....	91
5.2.2 Saran Praktis.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN 1	95
LAMPIRAN 2	96
LAMPIRAN 3	97