

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN TEORI	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Media Daring.....	11
2.1.2 Manajemen Industri Media Daring.....	16
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Manajemen Media.....	19
2.2.2 Manajemen Komunikasi Digital.....	25
2.3 Kerangka Berpikir.....	28
2.4 Penelitian-Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	38
3.4 Sumber Data.....	38
3.4.2 Data Sekunder.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.1 Wawancara.....	39
3.5.2 Observasi	40
3.2.3 Dokumentasi	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	41

3.7 Validitas Data Penelitian.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.1.1 Tujuan Media.....	46
4.1.2 Struktur Organisasi Media Historia.....	47
4.1.3 Segmentasi Media.....	50
4.2 Hasil Penelitian: Manajemen Komunikasi Perusahaan Historia.....	50
4.2.1 Identifikasi Media Historia.....	51
4.2.2 Perencanaan.....	54
4.2.2.1 Riset.....	55
4.2.2.2 Capaian Komunikasi.....	57
4.2.2.3 Komunikasi Strategik.....	58
4.2.2.4 Produksi Konten Redaksi.....	60
4.2.2.5 Produksi Konten Media Sosial.....	63
4.2.3 Pengorganisasian.....	66
4.2.3.1 Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM).....	66
4.2.3.2 Manajemen Teknologi.....	70
4.2.3.3 Keuangan pada Historia.....	71
4.2.4 Pengarahan dan pelaksanaan.....	76
4.2.4.1 Manajemen Konten Artikel Historia.....	77
4.2.4.2 Rubrikasi Web Majalah Historia.....	78
4.2.4.3 <i>Layout</i> Media.....	80
4.2.4.4. <i>Layout</i> Historia Premium.....	87
4.2.4.5. Manajemen Konten Media Sosial.....	91
4.2.4.6 Manajemen Distribusi Konten.....	98
4.2.5 Evaluasi.....	102
4.2.6 Hambatan dan Tindakan.....	103
4.3 Model Manajemen Komunikasi Perusahaan Media Daring Historia.....	105
4.4 Pembahasan.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
5.1 Kesimpulan.....	125
5.2 Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN.....	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Diagram pilihan media sebagai sumber informasi masyarakat tahun 2020-2021	2
Gambar 2.1 Bagan kerangka pemikiran.....	28
Gambar 3.1 Bagan Komponen-komponen Analisis Data Model Interaktif.....	42
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi Media Historia	47
Gambar 4.2 Bagan Alur komunikasi pada proses produksi konten artikel.....	63
Gambar 4.3 Content plan program Talk to Crew.....	64
Gambar 4.4 Bagan Alur komunikasi proses produksi konten media sosial.....	66
Gambar 4.5 Tanggapan pembaca Historia tentang konten Historia premium di Twitter Historia	72
Gambar 4.6 Tanggapan pembaca Historia tentang konten Historia premium di Insagram Historia	73
Gambar 4.7 Situasi Pameran kopi di Belanda, rangkaian kegiatan Pameran Kopi serupa di Indonesia dengan klien yang berbeda.....	75
Gambar 4.8 Layout media Historia.....	81
Gambar 4.9 <i>Homepage</i> I situs Historia.....	82
Gambar 4.10 <i>Homepage</i> II situs Historia.....	83
Gambar 4.11 Edisi khusus Lorong Zaman pada situs Historia.....	83
Gambar 4.12 <i>Homepage</i> III situs Historia	84
Gambar 4.13 <i>Homepage</i> IV situs Historia	85
Gambar 4.14 <i>Homepage</i> V situs Historia	86
Gambar 4.15 <i>Homepage</i> VI situs Historia	87
Gambar 4.16 <i>Layout</i> situs web Historia Premium	88
Gambar 4.17 <i>Homepage</i> I situs Historia Premium	89
Gambar 4.18 <i>Homepage</i> II situs Historia Premium.....	90
Gambar 4.19 <i>Homepage</i> III situs Historia Premium.....	91
Gambar 4.20 Tampilan <i>Instagram</i> Historia	92
Gambar 4.21 Tampilan isi konten <i>Instagram</i> Historia.....	93
Gambar 4.22 Interaksi pengguna dalam <i>Instagram</i> Historia	94
Gambar 4.23 Tampilan <i>Twitter</i> Historia	95
Gambar 4.24 Tampilan <i>Youtube</i> Historia.....	96
Gambar 4.25 Tampilan <i>Tiktok</i> Historia.....	97

Gambar 4.26 Respon pengguna media sosial Twitter terhadap konten yang disajikan oleh Historia.....	99
Gambar 4.27 Respon pengguna Twitter terhadap konten yang disajikan oleh Historia.....	100
Gambar 4.28 Respon pengguna Twitter terhadap konten yang disajikan oleh Historia.....	100
Gambar 4.29 Respon pengguna Twitter terhadap konten yang disajikan oleh Historia.....	101
Gambar 4.30 Bagan Model manajemen komunikasi Historia	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 kajian pustaka.....	29
Tabel 3.1 Daftar informan penelitian.....	40
Tabel 4.1 Anggota perusahaan media Historia dan tanggung jawabnya	48