



**STRATEGI KOMUNIKASI MENJARING PENGUNJUNG
PORTAL BERITA *ONLINE*
(Studi Kasus *wolipop.com* Memproduksi Berita Menjadi
Informasi Gaya Hidup Wanita Modern)**



**LELI DESIANTI
55213110041
UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KOMUNIKASI MENJARING PENGUNJUNG
PORTAL BERITA *ONLINE*
(Studi Kasus *wolipop.com* Memproduksi Berita Menjadi
Informasi Gaya Hidup Wanita Modern)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
LELI DESIANTI
55213110041
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**

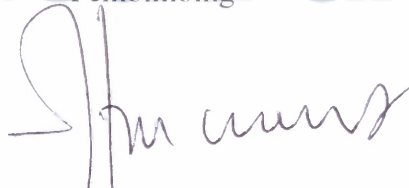
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Leli Desianti
2. NIM : 55213110041
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : *Corporate Communication*
6. Judul : Strategi Komunikasi Menjaring Pengunjung Portal Berita *Online* (Studi Kasus *wolipop.com* Memproduksi Berita Menjadi Informasi Gaya Hidup Wanita Modern)

Jakarta, 3 Agustus 2015

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing



Dr. Heri Budianto, M.Si.



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Strategi Komunikasi Menjaring Pengunjung Portal Berita *Online* (Studi Kasus *wolipop.com* Memproduksi Berita Menjadi Informasi Gaya Hidup Wanita Modern)
2. Nama : Leli Desianti
3. NIM : 55213110041
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate Communication*
7. Tanggal : 8 Agustus 2015

Jakarta, 8 Agustus 2015

Mengetahui,

UNIVERSITAS

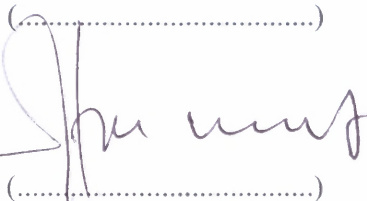
1. Ketua Sidang:
Dr. Henni Gusfa, M.Si.

()

2. Penguji Ahli
Dr. Ahmad Jamil, M.Si.

()

3. Pembimbing
Dr. Heri Budianto, M.Si.

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Strategi Komunikasi Menjaring Pengunjung Portal Berita *Online* (Studi Kasus *wolipop.com* Memproduksi Berita Menjadi Informasi Gaya Hidup Wanita Modern)
2. Nama : Leli Desianti
3. NIM : 55213110041
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate Communication*
7. Tanggal : 8 Agustus 2015

Jakarta, 22 Agustus 2015

Mengetahui,

1. Ketua Sidang:
Dr. Henni Gusfa, M.Si.

(.....)

2. Penguji Ahli
Dr. Ahmad Jamil, M.Si.

(.....)

3. Pembimbing
Dr. Heri Budianto, M.Si.

(.....)

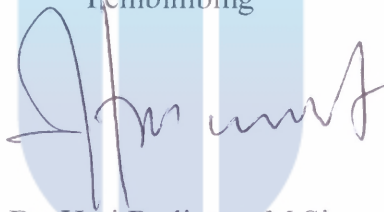
LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Komunikasi Menjaring Pengunjung Portal
Berita *Online* (Studi Kasus *wolipop.com*
Memproduksi Berita Menjadi Informasi Gaya
Hidup Wanita Modern)

Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Leli Desianti
NIM : 55213110041
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 8 Agustus 2015

Mengesahkan,

Pembimbing



Dr. Heri Budiarto, M.Si.

UNIVERSITAS

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Didik J. Rachbini



Dr. Nur Kholisoh, M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Strategi Komunikasi Menjaring Pengunjung Portal Berita Online (Studi Kasus *wolipop.com* Memproduksi Berita Menjadi Informasi Gaya Hidup Wanita Modern)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Leli Desianti

NIM : 55213110041

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 8 Agustus 2015

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 8 Agustus 2015



Leli Desianti

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat, hidayah dan bimbinganNya, sehingga peneliti dapat merampungkan penyusunan Tesis yang berjudul Strategi Komunikasi Menjaring Pengunjung Portal Berita *Online* (Studi Kasus *wolipop.com* Memproduksi Berita Menjadi Informasi Gaya Hidup Wanita Modern).

Tesis ini ditulis sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari tanpa bantuan banyak pihak, penelitian ini mustahil bisa terselesaikan. Hingga di kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara moril maupun materiil, kepada:

1. Dr. Nur Kholisoh, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana, yang sudah berbagi ilmu dan senantiasa memberi masukan yang sangat berharga bagi penulis.
2. Dr. Heri Budianto, M.Si., selaku Dosen Pembimbing, yang senantiasa sabar membimbing, memberi arahan agar penulis selalu semangat dalam menyelesaikan penelitiannya.

3. Dr. Henni Gusfa, M.Si., selaku Ketua Sidang, yang telah memberi saran dan berbagai arahan sehingga membuat penulis terbuka wawasan dan pemikirannya dalam menyusun penelitian ini.
4. Dr. Ahmad Jamil, M.Si., selaku Penguji Ahli, yang telah banyak memberi saran dan arahan yang substantif sehingga penelitian ini menjadi lebih baik dari sebelumnya.
5. Pimpinan Universitas Mercu Buana, Direktur Program Pascasarjana Prof. Didik J. Rachbini, beserta seluruh dosen yang telah mentransfer ilmu dan pengalamannya selama ini.
6. Seluruh staf akademik dan jajarannya yang telah memberikan pelayanan dan bantuan kepada peneliti selama menempuh pendidikan pada Program Pascasarjana.
7. Kedua orangtua dan mertua peneliti yang selalu mendoakan dan memotivasi, agar peneliti selalu konsisten dan penuh tanggung jawab menjalankan program pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.
8. Suami dan anak-anak tercinta, yang penuh pengertian dan selalu mendukung setiap aktivitas positif di luar rumah terutama selama menjalankan program studi S2 ini.
9. Seluruh narasumber portal berita *online wolipop.com* (Nanang, Ferdy Thaeras, Eny Kartikawati, Nurul Hidayati, Annisa Citra Rahmawaty, dan Kiki Oktaviani) yang telah banyak membantu dalam proses penelitian ini, semoga kebaikan semua mendapat ganjaran yang baik dari Allah SWT.

10. Teman-teman Pascasarjana Magister Komunikasi Universitas Mercu Buana angkatan 23 yang selalu dirindukan.

11. Teman-teman, sahabat, mahasiswa dan saudara penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tak langsung sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, tak ada gading yang tak retak, kesempurnaan hakiki hanya milikNya. Sangat disadari karya ini masih jauh dari sempurna. Namun demikian semoga Tesis ini dapat memberi sumbangsih keilmuan di bidang Ilmu Komunikasi dan juga semoga bermanfaat bagi siapa pun yang membacanya.

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR GRAFIK	xi
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan dan Identifikasi Masalah	8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1. Maksud	10
1.3.2. Tujuan	10
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	10
1.4.1. Aspek Teoritis/Akademis	10
1.4.2. Aspek Praktis	11

BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka (Penelitian Terdahulu)	12
2.2. Kajian Teoritis	26
2.2.1. Strategi Komunikasi	26
2.2.1.1. Ruang Lingkup Strategi Komunikasi	28
2.2.1.2. Faktor Pendukung Strategi Komunikasi	29
2.2.2. Media Baru (<i>New Media</i>)	33
2.2.3. Jurnalisme <i>Online</i>	37
2.2.4. Portal Berita <i>Online</i>	39
2.2.4.1. Karakteristik Portal Berita <i>Online</i>	43
2.2.4.2. Konten Portal Berita <i>Online</i>	44
2.2.5. Gaya Hidup Wanita Modern	45
2.3. Kerangka Pemikiran	47

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	50
3.2. Paradigma Penelitian	50
3.3. Metode Penelitian	52
3.4. Narasumber (<i>Key Informan</i>)	54
3.5. Teknik Pengumpulan Data	55
a. Data Primer	55
b. Data Sekunder	56
3.6. Teknik Analisa Data	57
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	57

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1. Gambaran Detik Grup dan <i>wolipop.com</i>	59
4.1.2. Profil Narasumber (<i>Key Informan</i>)	69
4.2. Hasil Penelitian	71
4.2.1. Strategi Komunikasi Menjaring Pengunjung Portal <i>Berita Online</i>	72
4.2.2. Tahapan-Tahapan Portal Berita <i>Online wolipop.com</i> dalam Memproduksi Berita Menjadi Informasi Seputar Gaya Hidup Wanita Modern	87
4.3. Pembahasan	107
4.3.1. Strategi Komunikasi Menjaring Pengunjung Portal <i>Berita Online</i>	107
4.3.2. Jurnalisme <i>Online</i> pada Tahapan-Tahapan Portal <i>Berita Online wolipop.com</i> dalam Memproduksi Berita Menjadi Informasi Seputar Gaya Hidup Wanita Modern	110

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	121
5.2. Saran	124

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

2.1.	Matriks Penelitian Terdahulu	21
4.1.	Kuesioner <i>wolipop.com</i> Berdasarkan Gender	75
4.2.	Kuesioner <i>wolipop.com</i> Berdasarkan Pekerjaan	76
4.3.	Strategi Komunikasi Portal Berita <i>Online</i> dalam Menjaring Pengunjung	86
4.4.	Tahapan-Tahapan Portal Berita <i>Online wolipop.com</i> dalam Memproduksi Berita Menjadi Informasi Seputar Gaya Hidup Wanita Modern	104

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

2.1.	Kerangka Pemikiran	49
4.1.	Logo <i>detik.com</i> Setelah Diakuisisi Transcorp	61
4.2.	Struktur Organisasi Direktorat <i>Content detik.com</i>	62
4.3.	Struktur Organisasi Direktorat Divisi <i>Life Style</i>	63
4.4.	Logo <i>wolipop.com</i>	64
4.5.	Statistik Demografi <i>wolipop.com</i>	65
4.6.	Tampilan Subkanal <i>wolipop.com</i>	66
4.7.	Tampilan <i>wolipop.com</i> Sebagian Besar Mmengupas Kebutuhan Wanita	73
4.8.	Artikel <i>wolipop.com</i> Soal Wanita	73
4.9.	Data <i>Pageview Microsite</i>	82
4.10.	Tampilan <i>Website wolipop.com</i>	110
4.11.	Tampilan <i>Website wolipop.com</i>	111
4.12.	Tampilan <i>Website wolipop.com</i>	117
4.13.	Tampilan Kolom Komentar <i>wolipop.com</i>	118
4.14.	Tampilan Liputan Khusus <i>wolipop.com</i>	119
4.15.	Tampilan Kolom Konsultasi <i>wolipop.com</i>	120

DAFTAR GRAFIK

4.1.	Performa <i>wolipop.com</i> vs <i>competitor</i>	84
4.2.	Performa Subkanal <i>wolipop.com</i>	97
4.3.	<i>Pageview/Kanal – Desktop</i>	100
4.4.	<i>Pageview/Kanal – M-site</i>	101
4.5.	<i>Pageview/Kanal – Aplikasi</i>	101
4.6.	<i>Top 10 Articles – Desktop</i>	103
4.7.	<i>Top 10 Articles – M-site</i>	103

