

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. CV Armico; Bandung.
- Bahfiarti, T., Theriady, A. A. Z., Akmalia, D., & Sabir, T. A. (2021). Penggunaan Media Sosial pada Calabai di Sulawesi Selatan. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(2), 197-213.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Raja Grafindo: Jakarta.
- Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Unhas. (2020). *Pedoman Penyusunan Skripsi dan Karya*. Makassar: Unhas Press.
- Effendy, Onong. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Hasan, A. F., Sarwani, S., & Ramadhani, M. M. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI RADIO dBs 101, 9 FM BANJARMASIN DALAM MENARIK PARTISIPASI PENDENGAR PADA PROGRAM REQUEST LAGU. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1).
- Indozone.id. 2019. "Media Wajib Punya 2 Unsur Ini untuk Lolos Verifikasi Dewan Pers". (<https://www.indozone.id/news/L9s6j1/media-wajib-punya-2-unsur-ini-untuk-lolos-verifikasi-dewan-pers>, diakses pada 21 November 2022, pukul 11:32 WITA).
- Iskandar, Dudi. 2018. *Konvergensi Media: Perbauran Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalisme*.
- Kasiyun, S. (2015). Upaya meningkatkan minat baca sebagai sarana untuk mencerdaskan bangsa. *Jurnal Pena Indonesia*, 1(1), 79-95.
- Kominfo.go.id. 2020. "Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital". (https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker, diakses pada 8 November 2022, pukul 14:18 WITA)
- Kompas.com. "Survei Reuters: 68 Persen Masyarakat Indonesia Mengakses Berita dari Medsos". (<https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/06/17/153126682/survei-reuters-68-persen-masyarakat-indonesia-mengakses-berita-dari?page=all>, diakses pada 2 Mei 2023, pukul 21.45 WITA)
- Kompas.com. "Teori Agenda Setting Dalam Komunikasi Massa". (<https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/14/100000469/teori-agenda>

[setting-dalam-komunikasi-massa?page=all](#), diakses pada 2 Mei 2023, pukul 22.10 WITA)

- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Publik Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana: Jakarta.
- M. Romli, Syamsul, Asep. 2018. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia: Bandung.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber*. Kencana: Jakarta.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Kencana: Jakarta.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo: Jakarta. Andi Offset: Yogyakarta.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214-224.
- Ritonga, Y.E., (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal SIMBOLIKA*, 4(1), 32-41
- Sarjono, Wasis. (2017). *Komunikasi Penyuluhan Pembangunan*. Media Nusa Creative: Malang.
- Wardhanhi, S. S. (2011). Strategi Viral Marketing Im3 Indosat dalam Menarik Pelanggan Kawula Muda di Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 457-469.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Swaryputri, I. G. A. L. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SURAT KABAR HARIAN TRIBUN BALI DALAM MENJARING PEMBACA DAN PENGIKLAN. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, 16(1), 50-60.
- Syahputra, Iswandi. 2019. *Media Relations: Teori, Strategi, Praktik, dan Media Intelijen*. Raja Grafindo: Jakarta.
- Syukria, H. (2020). *Strategi Komunikasi Factualnews. Co Dalam Menjaring Pengunjung Portal Berita Online* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

Lain-lain

<https://readtimes.id/>

LAMPIRAN

PROFIL PENULIS

Nama : Dewi Purnamasakty
NIM : E021191007
Tempat, Tanggal Lahir : Sengkang, 22 Februari 2001
Alamat : Jln. Budi Utomo A.17, Kota Sengkang, Kab. Wajo
Orang Tua
b. Ayah : Muhammad Jufri, BA
c. Ibu : Dalimarta
Riwayat Pendidikan :

1. SD Negeri 332 Mattirotappareng
2. SMP Negeri 2 Sengkang
3. SMA Negeri 3 Wajo
4. Universitas Hasanuddin



A. Pedoman wawancara penelitian

Pertanyaan Pengantar

1. Apa yang melatarbelakangi Readtimes.id hadir sebagai media online?
2. Mengapa memilih nama Readtimes.id sebagai identitas media?
3. Berapa total tim redaksi yang dimiliki oleh Readtimes.id? (tanyakan seputar jobdesk masing2 tim)
4. Mengapa memilih instagram sebagai media sosial utama menyebarkan berita?

Rumusan Masalah 1: Bagaimana strategi yang diterapkan akun Instagram Readtimes.ID sebagai media baru dalam menarik minat para pembaca?			
No	Pertanyaan	Jawaban	Narasumber
1	Bagaimana peran Readtimes.id dalam mengawal sebuah informasi yang ramai diperbincangkan?		Pimpinan Redaksi
2	Berapa kali Readtimes.id menerbitkan berita? (tiap hari/tiap pekan)		Pimpinan Redaksi
3	Siapa yang menjadi sasaran Readtimes.id dalam membuat berita?		Pimpinan Redaksi
4	Bagaimana Readtimes.id menentukan topik berita yang akan diangkat? (apakah mengikuti tren informasi, atau bagaimana)		Pimpinan Redaksi, Editor, dan Reporter

5	Bagaimana Readtimes.id mengelola alur pembuatan beritanya, dari mencari informasi hingga menerbitkannya?		Reporter
6	Setelah berita diterbitkan, langkah apa saja yang dilakukan Readtimes.id dalam menyebarkan berita yang telah dibuat?		Pimpinan Redaksi
7	Berapa jumlah pembaca yang menjadi target sasaran Readtimes.id?		Pimpinan Redaksi
8	Untuk memenuhi target pembaca tersebut, apakah ada strategi yang dilakukan oleh Readtimes.id?		Pimpinan Redaksi, Editor, Reporter
9	Selain membuat berita, konten apa saja yang disajikan Readtimes.id dalam memberikan informasi kepada khalayak?		Editor, Reporter, Social Media Handling
10	Bagaimana pendapat anda tentang konten yang disajikan oleh Readtimes.id		Pembaca

Rumusan Masalah 2: Apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung media online Readtimes.ID dalam menarik minat para pembaca?

No	Pertanyaan	Jawaban	Narasumber
1	Apakah konten-konten yang disajikan oleh Readtimes.id terbukti dapat menarik pembaca untuk membaca berita?		Social Media Handling dan Pembaca
2	Bagaimana evaluasi yang dilakukan ketika suatu berita tidak sesuai dengan target pembaca?		Pimpinan Redaksi
3	Kendala apa saja yang dialami oleh tim redaksi Readtimes.id saat memproduksi berita atau konten?		Editor, Reporter, dan Social Media Handling
4	Apa saran anda untuk Readtimes.id?		Pembaca

B. Wawancara bersama informan 1



C. Mengamati proses kerja tim redaksi secara langsung



D. Mengikuti program yang diadakan tim redaksi Readtimes.ID

