

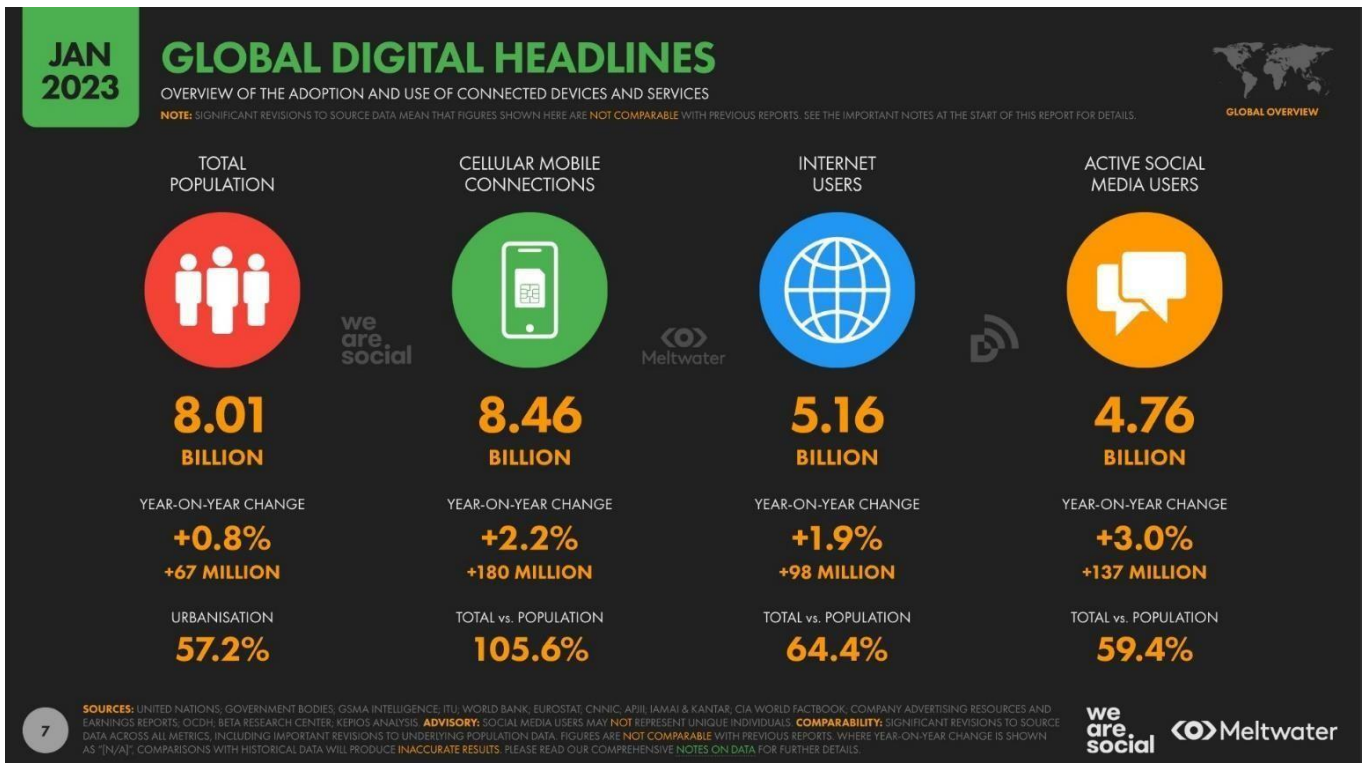
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era digital banyak sekali pengaruh kepada segala bidang dalam kehidupan zaman sekarang, tak terkecuali pada bidang jurnalistik. Saat ini dengan pesatnya teknologi internet banyak mendorong Masyarakat untuk mengakses berita melalui online dengan mudahnya. Media cetak sudah mulai terancam pada zaman sekarang, banyak sekali pembaca yang dulunya membaca media cetak beralih ke media online (Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora, 2021). Dengan kemuculan media digital beragam media siber atau online muncul sebagai pesaing media utama bagi media massa, terutama media cetak. Media cetak, yang lebih berfokus pada peranannya sebagai penyampaian informasi, sekarang menjadi semakin kurang diminati oleh pembaca, terutama pada generasi muda. Mereka lebih memilih mengakses media melalui perangkat seperti komputer, ponsel, dan sejenisnya, untuk membaca media online dibandingkan membaca surat kabar secara fisik. Media cetak pada saat ini mengalami penurunan minat pembaca.

Teknologi pada saat ini yang sangat pesat akan mengakibatkan media cetak menurunkan operasi pengirimannya. Masyarakat dulunya melihat berita melalui koran tetapi berbeda dengan sekarang yang telah melihat berita melalui komputer, ponsel, laptop ataupun tablet (Media Cetak Indonesia di Era Revolusi Industri 4.0, 2019). Media online sudah banyak sekali berkembang untuk menyebarkan berita secara cepat dan real time. Persaingan untuk saat ini di dunia internet sangat mengurangi apa itu nilai berita, media cetak harusnya memunculkan strategi baru untuk bisa lebih berkembang di situasi multiplatform. Menghasilkan banyak keuntungan untuk mengembangkan saluran distribusi yang baru, untuk produksi biayanya agar jauh lebih rendah, mengingat kualitas dan menciptakan kembali diri mereka sendiri (Friedtichen & Kamalipour, 2001).



Gambar 1.1 gambaran umum utama digital di dunia

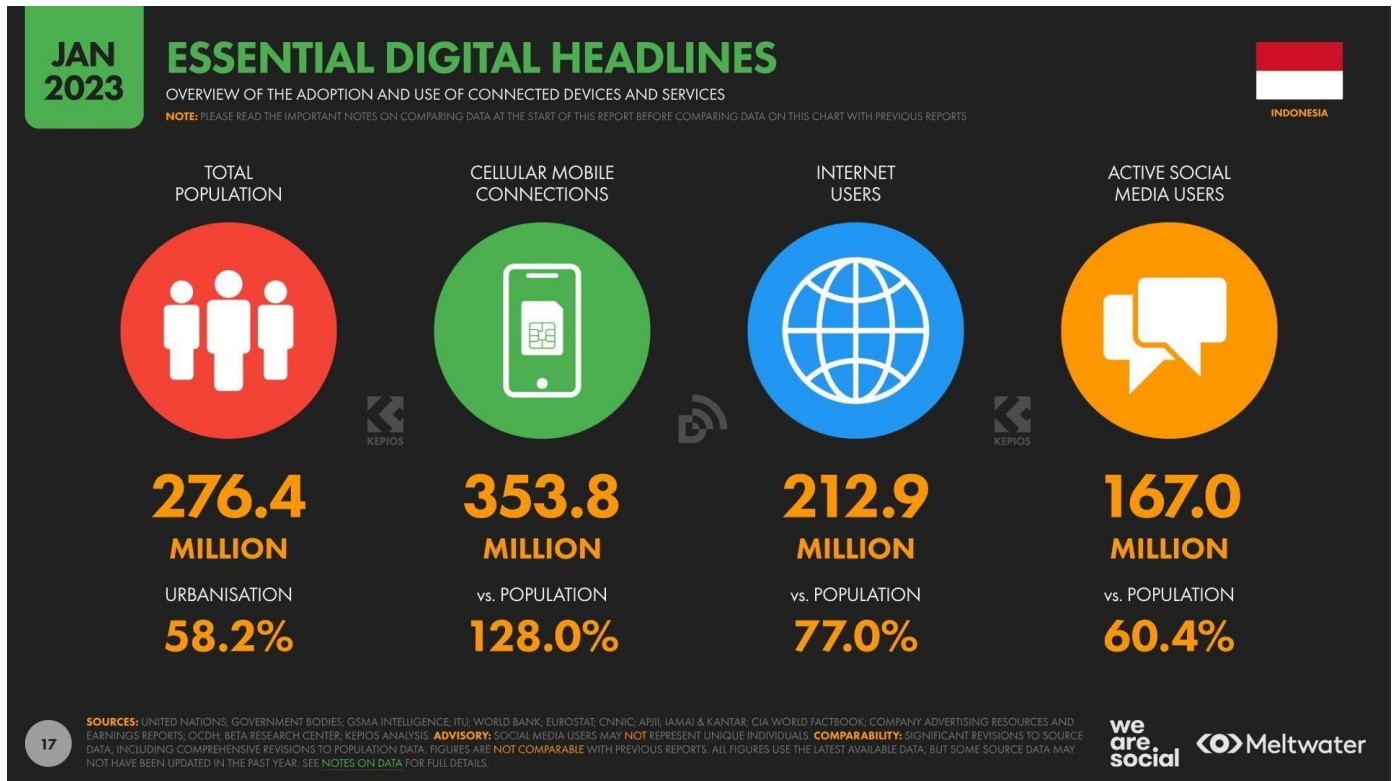
Sumber : [digiitalportal.com](http://digiitalportal.com)

Pada bulan Januari 2023, gambaran umum digital di seluruh dunia menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam aspek konektivitas dan penggunaan teknologi. Dengan populasi penduduk global mencapai sekitar 8,01 milyar, koneksi seluler mencapai sekitar 8,46 milyar, menandakan bahwa hampir setiap individu memiliki akses ke layanan seluler. Pengguna internet mencapai sekitar 5,16 milyar, menunjukkan peningkatan signifikan dalam penetrasi internet di berbagai belahan dunia.

Sementara itu, pengguna aktif media sosial mencapai sekitar 4,76 milyar, mencerminkan popularitas dan penerobosan yang tinggi dari platform-platform media sosial di seluruh dunia. Fenomena ini mencerminkan peran sentral media sosial dalam membentuk interaksi dan pertukaran informasi antar individu secara global.

Dengan demikian, data ini mencerminkan bahwa teknologi digital,

khususnya internet dan media sosial, telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat global, memainkan peran yang sangat penting dalam menyediakan konektivitas dan mendukung interaksi di era digital ini.



Gambar 1.2 gambaran umum utama digital diIndonesia

Sumber : [digitalportal.com](http://digitalportal.com)

Pada bulan Januari 2023, jumlah populasi penduduk di Indonesia telah mencapai 275,4 juta orang. Dari angka tersebut, sebanyak 353,8 juta orang merupakan pengguna telepon, menunjukkan penetrasi yang signifikan dalam penggunaan teknologi telekomunikasi di seluruh negeri. Selain itu, sekitar 212,9 juta individu telah mengakses internet, mencerminkan pertumbuhan pengguna internet yang luas di tengah masyarakat.

Dalam konteks kehadiran di dunia digital, jumlah orang yang aktif di media juga mencapai angka yang cukup besar, yaitu sekitar 167,0 juta orang. Angka ini menandakan sejauh mana media telah menjadi bagian integral dari kehidupan

sehari-hari masyarakat Indonesia, baik sebagai sumber informasi, hiburan, maupun interaksi sosial.

Dengan demikian, statistik ini mencerminkan transformasi masyarakat Indonesia menuju era digital yang semakin terhubung dan tergantung pada teknologi. Penggunaan telepon, akses internet, dan keterlibatan dalam media secara aktif menandai pergeseran perilaku dan pola konsumsi informasi di tengah perkembangan teknologi yang pesat.

### Jumlah Penerbit dan Oplah Media Cetak di Indonesia Tahun 2019 - 2022

NO	JENIS PENERBITAN	2019		2020		2021/2022	
		Media	Oplah	Media	Oplah	Media	Oplah
1	Suratkabar Harian	383	5.713.910	360	4.059.834	327	2.882.482
2	Suratkabar Mingguan	77	140.715	69	101.548	72	73.977
3	Majalah	111	4.286.701	86	2.041.976	66	1.375.892
4	Tabloid	73	2.727.530	78	1.222.296	73	611.178
Jumlah		644	12.868.856	593	7.425.654	538	4.943.529

Sumber : Serikat Perusahaan Pers (SPS) Pusat 2022

Gambar 1.3 Jumlah penerbit dan oplah media cetak di Indonesia tahun 2019-2020 sosial.

Hal ini mencerminkan presentasi teknologi yang signifikan di antara Masyarakat Indonesia, dengan sebageaian besar penduduk terlibat dalam menggunakan telepon, internet dan media sosial sebagai bagian penting di kehidupan sehari hari.

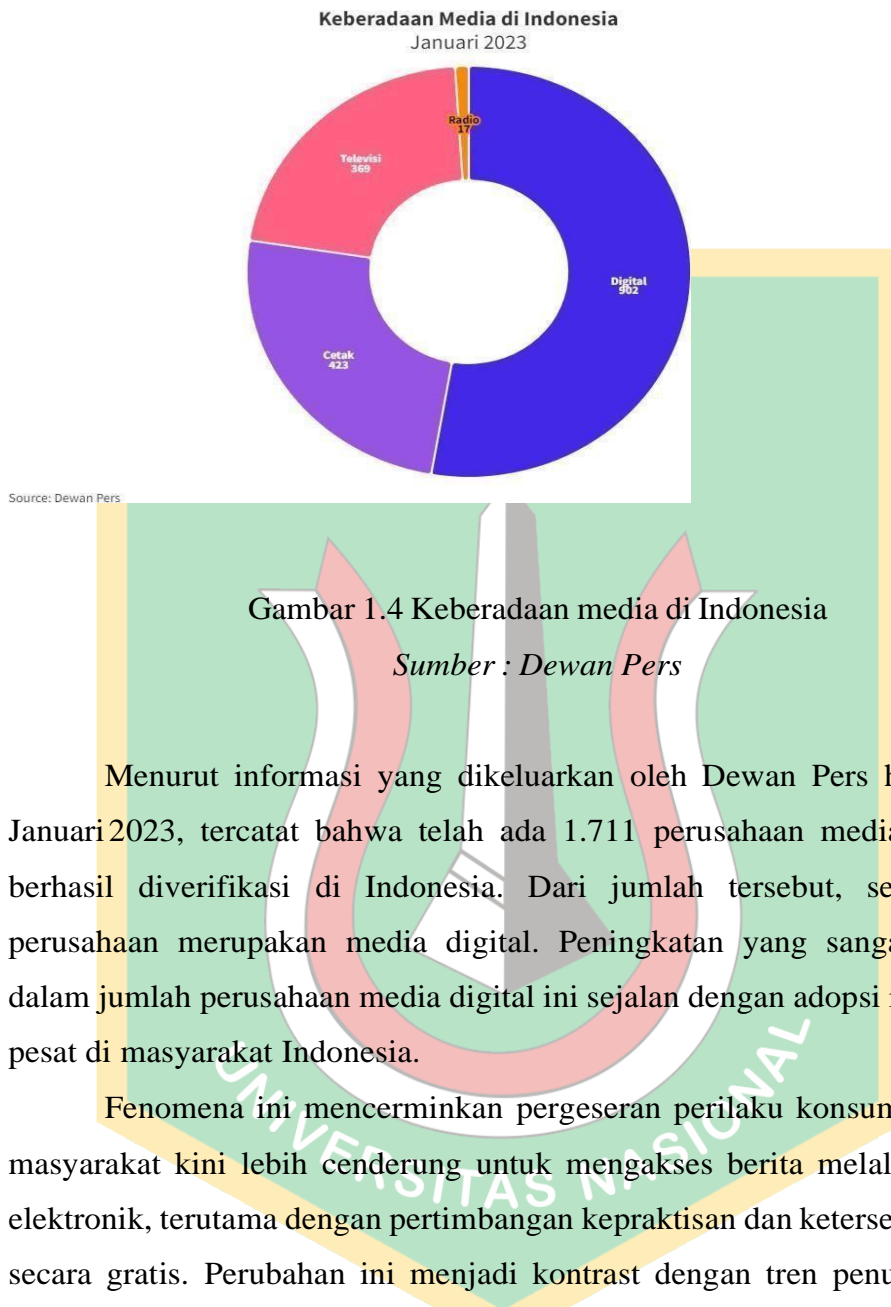
Pada tahun 2019, industri media cetak Indonesia mencatat sejumlah pencapaian yang signifikan. Pada media surat kabar harian yang menerbitkan 383 edisi dengan oplah (okupasi perlembar) sebanyak 5.713.910. Sementara itu, media surat kabar mingguan menerbitkan 77 edisi dengan oplah sebanyak 140.715. media majalah juga turut berkontribusi dengan menerbitkan 111 edisi dan oplah sebesar 4.286.701, sementara media tabloid mencapai 73 edisi dengan oplah 2.727.530.

Pada tahun 2020, terjadi perubahan dalam kinerja media cetak tersebut. Media surat kabar harian mengeluarkan 360 edisi dengan oplah 4.059.834. Media surat kabar mingguan menerbitkan 69 edisi dengan oplah 101.548. media majalah mencetak 86 edisi dengan oplah 2.041.975, sedangkan media tabloid menghasilkan 78 edisi dengan oplah 1.222.296.

Namun, pada tahun 2021/2022, terjadi penurunan signifikan dengan kegiatan penerbitan. Media surat kabar harian hanya menerbitkan 327 edisi dengan oplah 2.882.482. Media surat kabar mingguan mengeluarkan 72 edisi dengan oplah 73.977. Media majalah mencetak 66 edisi dengan oplah 1.375.892, sementara media tabloid menerbitkan 73 edisi dengan oplah 611.178. Perubahan- perubahan ini mencerminkan dinamika industri media cetak, dimana beberapa sektor mengalami penurunan sementara yang lain mungkin mengalami perkembangan atau pergeseran dalam referensi pembaca.

Media cetak untuk saat ini dihadapkan dengan sejumlah rintangan, salah satunya adalah perubahan pemikiran pada pola pembaca konsumen. Generasi muda saat ini kurang tertarik untuk membaca surat kabar ataupun majalah, mereka lebih memilih media online ataupun platform media sosial sebagai sumber informasi mereka.

Ada faktor lain yang berperan dalam penghentian terbit media cetak, termasuk biaya produk yang tinggi dengan produksi dan distribusi. Biaya mencetak dan pengiriman fisik surat kabar dan majalah cukup tinggi, terutama seiring dengan kenaikan kurs dolar AS. Misalnya untuk harga kertas koran mencapai Rp.15.000 per kilogram saat ini, lebih dari 60% dalam 6 bulan terakhir ini karena sebagian besar bahan baku kertas masih di impor. Untuk biaya cetak juga meningkat karena kenaikan untuk harga tinta dan komponen lainnya, untuk saat ini diperkirakan produksi untuk surat kabar berisi 16 halaman dengan empat halaman berwarna sekitar Rp.3.000 hingga Rp.4.000 dan mungkin lebih tinggi lagi.



Gambar 1.4 Keberadaan media di Indonesia

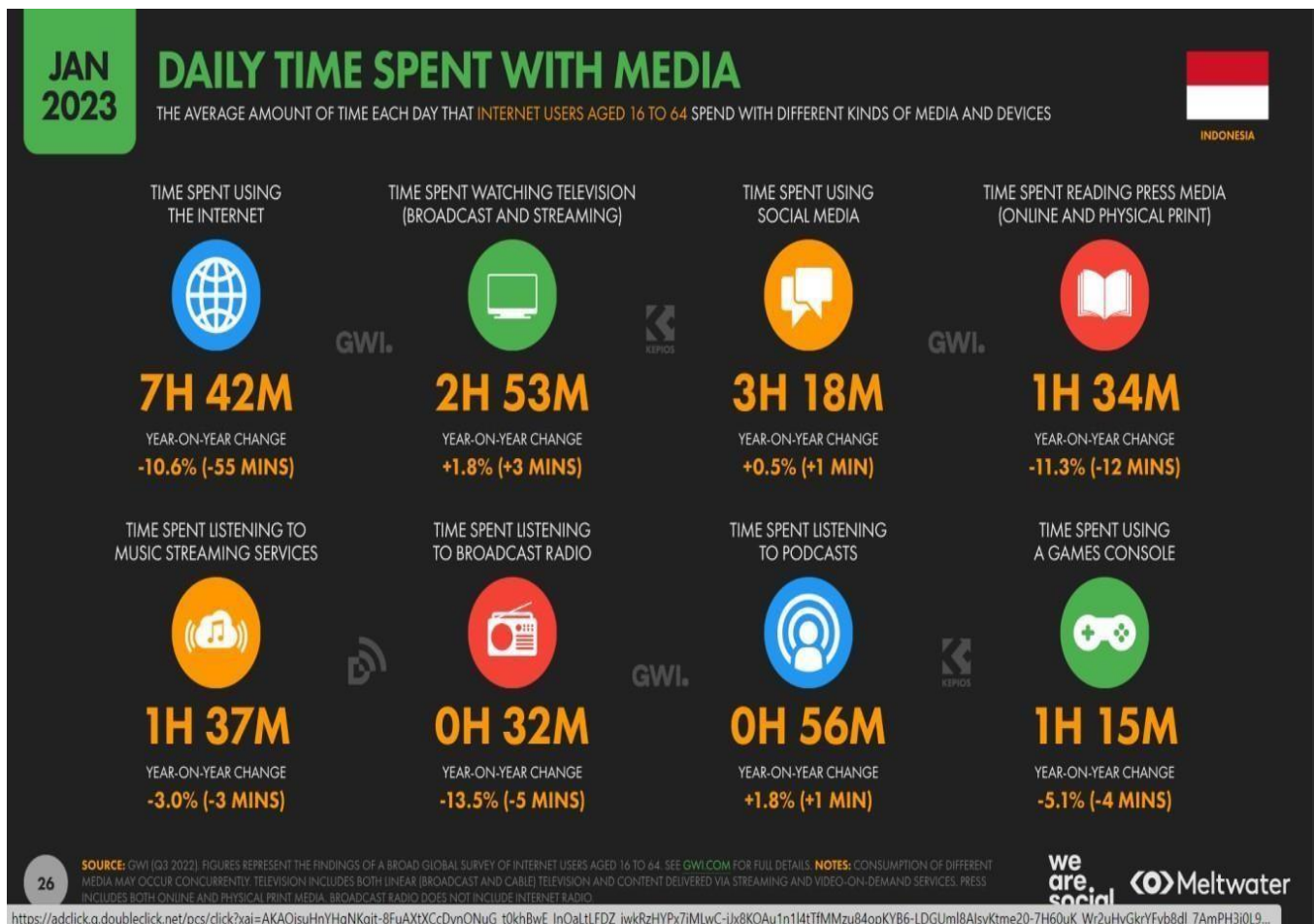
*Sumber : Dewan Pers*

Menurut informasi yang dikeluarkan oleh Dewan Pers hingga bulan Januari 2023, tercatat bahwa telah ada 1.711 perusahaan media yang telah berhasil diverifikasi di Indonesia. Dari jumlah tersebut, sebanyak 902 perusahaan merupakan media digital. Peningkatan yang sangat signifikan dalam jumlah perusahaan media digital ini sejalan dengan adopsi internet yang pesat di masyarakat Indonesia.

Fenomena ini mencerminkan pergeseran perilaku konsumen, di mana masyarakat kini lebih cenderung untuk mengakses berita melalui perangkat elektronik, terutama dengan pertimbangan kepraktisan dan ketersediaan konten secara gratis. Perubahan ini menjadi kontras dengan tren penurunan minat pembaca terhadap media cetak. Menurut data Dewan Pers, hanya terdapat 423 perusahaan media cetak yang masih beroperasi di dalam negeri hingga awal bulan Januari.

Dalam kategori media televisi, Dewan Pers mencatat keberadaan 369 perusahaan media yang memenuhi syarat hingga bulan Januari. Sementara itu, untuk media radio, hanya ada 17 perusahaan yang berhasil diverifikasi oleh Dewan Pers hingga akhir bulan tersebut. Perkembangan ini mencerminkan

dinamika industri media di Indonesia yang semakin terdiversifikasi, dengan meningkatnya fokus pada platform digital dan tantangan yang dihadapi oleh media cetak serta sejumlah kecil media radio. (Putri, 2023)



Gambar 1.5 waktu setiap hari yang dihabiskan dengan media

Sumber : datareportal.com

Pada bulan Januari 2023, pengguna internet berusia 14-64 tahun menghabiskan rata-rata waktu sekitar 7 jam 42 menit setiap hari untuk berbagai kegiatan menggunakan berbagai jenis media dan perangkat internet. Sebagian besar waktu dihabiskan dengan variasi aktivitas seperti menonton siaran dan streaming televisi, menggunakan media sosial, membaca media pers baik cetak online maupun fisik, serta mendengarkan layanan streaming musik.

Secara rinci, waktu yang dihabiskan untuk menonton siaran dan

streaming televisi mencapai 2 jam 53 menit. Penggunaan internet juga melibatkan diri dalam interaksi sosial online dengan menghabiskan waktu sekitar 3 jam 18 menit untuk menggunakan media sosial. Aktivitas membaca media pres, termasuk cetak online dan fisik juga menjadi bagian rutin dengan rata-rata waktu 1 jam 34 menit. Sementara itu mendengarkan layanan streaming musik membawa kontribusi signifikan dengan waktu yang mencapai 1 jam 37 menit. Penggunaan internet juga terhubung dengan radio broadcast yang berdurasi sekitar 0 jam 32 menit, dan menggunakan podcast selama 0 jam 56 menit.

Data ini mencerminkan diverifikasi aktivitas penggunaan internet, dimana mereka merespons berbagai tawaran media dan perangkat internet yang tersedia untuk mengisi waktu luang mereka sepanjang hari.

Beberapa koran di Indonesia telah berhenti beredar atau berhenti menerbitkan cetakan fisiknya dalam beberapa tahun terakhir. Namun, perubahan dalam media adalah hal yang umum, dan koran-koran tertentu mungkin sudah tidak aktif atau telah beralih ke platform digital. Sejauh yang saya ketahui hingga September 2021, berikut beberapa contoh koran di Indonesia yang sudah tidak tayang lagi atau beralih ke platform digital.

Tabel 1.1 Koran yang masi memproduksi Sumber : *hasil pengolahan peneliti*  
2024

No	Nama Koran	Tahun Tutup
1.	Koran Sindo	April 2023
2.	Koran Republika	Desember 2022
3.	Koran Tempo	Desember 2022
4.	Surat Kabar Sinar Harapan	Desember 2015

Meskipun beberapa media cetak telah memutuskan untuk berhenti mencetak dan beralih sepenuhnya ke platform online, seperti yang terjadi dengan bisnis Indonesia yang bertahan hingga tahun 2024, penting untuk diingat bahwa tidak semua media cetak mengikuti jejak yang sama. Ada yang tetap mempertahankan penerbitan cetak mereka sambil terus mengembangkan kehadiran online mereka. Sementara bagi yang lain, mungkin keputusannya adalah untuk menghentikan



penerbitan cetak dan mengalihkan fokus sepenuhnya pada media digital. Faktor-faktor seperti kondisi pasar, kesehatan keuangan, dan strategi perusahaan menjadi penentu dalam mengambil keputusan tersebut.

Bisnis Indonesia telah berhasil bertahan dan terus menerbitkan koran hingga saat ini, dengan pencapaian yang berbeda dari keadaan umum. Pada tanggal 14 Desember 1985, Bisnis Indonesia memperkenalkan Harian Bisnis Indonesia yang terdiri dari 12 halaman. Edisi perdana koran ini menampilkan headline berita dengan judul "Inggris abadikan Kerjasama dengan OPEC soal harga". Sebagai pijakan navigasi bisnis yang dapat diandalkan, Bisnis Indonesia memegang posisi sebagai surat kabar ekonomi dan bisnis terbesar di Indonesia. Dengan basis pelanggan yang terdiri dari perusahaan-perusahaan terkemuka dan terkenal, koran ini menjadi sumber utama informasi bagi direktur dan pengambil keputusan. Hal ini menjadikannya sarana yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi terkait produk, layanan, atau profil perusahaan melalui penempatan iklan atau liputan khusus. (Group, 2018)

Untuk mendukung sirkulasi yang luas Bisnis Indonesia memiliki beberapa perwakilan diberbagai kota tersebut. Untuk memastikan kelancaran tersebut, Bisnis Indonesia memiliki percetakan di tiga kota yang berbeda. Yang pertama di Jakarta tetapi telah di pindahkan ke Salatiga. Selain itu terdapat juga di Surabaya dan Makasar. Semuanya ini dilakukan untuk memastikan kelancaran dan keberlanjutan distribusi surat kabar Bisnis Indonesia di seluruh Indonesia. Saat ini, hanya 8% dari populasi mengakses media cetak, di Bisnis Inonesia sekitar 121.000 pembaca harian. Dari jumlah tersebut, hampir 97% merupakan pelanggan tetap koran Bisnis Indonesia. Secara demografis, sebanyak 78% dari pembaca media cetak di Indonesia berusia antara 20 hingga 49 tahun. Lebih dari 79% dari mereka yang membaca koran adalah pria (Group, 2018).

Selain itu, para pembaca media cetak juga cenderung mahir dalam penggunaan teknologi dan beralih ke berita online atau format digital. Oleh karena itu, meskipun terlihat bahwa pembaca media cetak menurun, sebenarnya banyak masyarakat yang beralih dari surat kabar ke platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa ke depannya, perubahan model bisnis yang lebih fokus pada digital akan menjadi kunci untuk mempertahankan pembaca. Menurut

Nielsen, tidak perlu ada lagi perdebatan mengenai alasan beralih ke digital karena digital adalah masa depan lagi perdebatan mengenai alasan beralih ke digital karena digital adalah masa depan.



Gambar 1.6 Presentase pembaca surat kabar Bisnis Indonesia

Sumber : *BisnisIndonesiaGroup.com*

Setiap harinya, Bisnis Indonesia secara konsisten menyajikan berita yang mencakup berbagai sektor, termasuk pasar modal, perbankan, asuransi, dana pensiun, pembiayaan infrastruktur, properti, teknologi informasi, agribisnis, pertambangan, energi, pariwisata, transportasi, serta isu-isu politik yang sangat terkait dengan kebijakan ekonomi.

Dengan semangat "Navigasi Bisnis Terpercaya," Bisnis Indonesia telah berkomitmen dengan tekun untuk membangun kepercayaan masyarakat dan menyajikan informasi yang dapat diandalkan. Sebagai hasilnya, Bisnis Indonesia telah menjadi pemimpin dalam meliput berita bisnis dan ekonomi, memegang peran sentral dalam menyediakan wawasan terkini dan terpercaya bagi para pembaca.



Gambar 1.7 Spesifikasi Media

Sumber : *BisnisIndonesiaGroup.com*

Koran Bisnis Indonesia menggunakan bahasa Indonesia diterbitkan setiap hari pagi, tujuh hari dalam seminggu. Setiap halamannya memiliki ukuran 292mm x 540mm dan terbagi menjadi delapan kolom. Koran ini dicetak menggunakan proses web offset dengan menggunakan kertas jenis CD Newsprint berbobot 48 gram. Setiap halamannya berwarna dan dijual dengan harga eceran Rp. 9.000 per eksemplar. Selain itu, tersedia opsi berlangganan dengan harga standar Rp. 200.000 per bulan, namun wilayah Kalimantan, Sulawesi, dan Kalimantan Timur memiliki harga berlangganan khusus sebesar Rp. 260.000 per bulan. Spesifikasi media tersebut mencakup berbagai aspek teknis yang diperlukan untuk produksi dan distribusi koran tersebut.

Meskipun perkembangan teknologi digital telah mengubah pola

konsumsi informasi, bisnis Indonesia tetap dibutuhkan karena masih banyak pembaca yang mempercayai dan mengandalkan media cetak. Meskipun tiras cetaknya tidak sebesar sebelum era digital, tetapi masih ada permintaan yang signifikan dari pembaca yang setia terhadap koran. Ini menunjukkan bahwa media cetak masih memiliki tempatnya sendiri dalam memberikan berita yang dapat dipercaya dan mendalam kepada pembacanya. Sebagai hasilnya, bisnis Indonesia tetap relevan dalam menyediakan sumber berita yang terpercaya dan memenuhi kebutuhan pembaca yang masih setia terhadap format cetak.

Bisnis Indonesia memberikan sumber daya yang tak ternilai bagi para pembisnis. Melalui liputan yang cermat dan analisis yang mendalam tentang tren ekonomi, perubahan kebijakan, dan perkembangan pasar, bisnis Indonesia menjadi panduan yang berharga bagi mereka yang ingin mengambil keputusan yang cerdas dan strategis dalam menjalankan usaha mereka. Dari informasi tentang pasar keuangan hingga perkembangan industri yang relevan, berita ekonomi dari bisnis Indonesia memberikan wawasan yang diperlukan bagi pembisnis untuk mengantisipasi perubahan, memahami peluang, dan mengelola risiko dengan lebih baik.

Dengan memanfaatkan berita ekonomi yang disediakan oleh bisnis Indonesia, para pembisnis dapat meningkatkan keberhasilan dan pertumbuhan bisnis mereka, serta tetap berada di garis depan dalam menghadapi tantangan ekonomi yang kompleks dan beragam. Urat kabar cetak sangat penting karena meskipun ada opsi digital, kebutuhan akan cetakan fisik masih sangat relevan. Menyampaikan berita melalui surat kabar cetak memberikan kenyamanan yang tak tergantikan bagi pembaca. Dibandingkan dengan membaca secara elektronik yang memerlukan zoom di bagian kata kata yang tidak kelihatan dan geser-geser halaman setelah dibaca, membaca koran melalui cetaknya lebih mudah dan nyaman. Dengan format cetak, pembaca dapat langsung melihat keseluruhan halaman tanpa harus melakukan tindakan tambahan yang melelahkan seperti pada media elektronik. Oleh karena itu, keberadaan surat kabar cetak tetap sangat dihargai dan dibutuhkan karena memberikan pengalaman membaca yang lebih menyenangkan dan praktis bagi pembaca.

Penelitian ini akan memfokuskan pada adaptasi media cetak, dengan

Bisnis Indonesia sebagai studi kasus, untuk memahami dampak dan strategi efektif dalam menghadapi digitalisasi. Hasil penelitian dapat menjadi pertimbangan bagi media cetak lain yang menghadapi tantangan serupa, mengidentifikasi peluang inovasi, dan mengeksplorasi keterbatasan dalam adaptasi mereka.



Gambar 1.8 Berita di Bisnis Indonesia

Sumber : *Koran Bisnis Indonesia*

Sebagai tambahan dalam informasi mengenai berita dalam surat kabar Bisnis Indonesia, peneliti akan memberikan contoh berita terbaru mengenai pencairan bonus atlet. Berita ini akan memberikan insight tentang keputusan terkini terkait pencairan bonus bagi atlet yang telah meraih prestasi di tingkat nasional maupun internasional. Pembaca akan diberikan informasi terperinci mengenai jumlah bonus yang akan diterima oleh para atlet, waktu pencairan bonus, serta implikasi dari pencairan tersebut terhadap industri olahraga secara keseluruhan. Dengan menyajikan contoh berita ini, pembaca akan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang peristiwa aktual dalam dunia olahraga dan bagaimana hal

tersebut mempengaruhi sektor bisnis yang terkait.

Setelah hasil observasi penulis, menurunnya minat baca pada berita di media cetak koran adalah salah satu alasan banyaknya beberapa media tidak produksi cetak lagi. Namun, berbeda dengan bisnis Indonesia yang masih terus memproduksi media cetak koran di era digital, dari fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk membahas penelitian tentang “Strategi Pemberitaan Surat Kabar Bisnis Indonesia Di Era Digital “

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis membuat rumusan masalah seperti berikut : “ Bagaimana Strategi Pemberitaan Surat Kabar Bisnis Indonesia Di Era Digital ?”

## 1.3 Tujuan

Penelitian ini guna untuk mengkaji secara mendalam tentang masalah **Strategi Pemberitaan Surat Kabar Bisnis Indonesia Di Era Digital**

## 1.4 Manfaat

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat secara umum mengenai Strategi Pemberitaan Surat Kabar Di Era Digital. Sedangkan secara khusus :

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian saya ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya khususnya ilmu jurnalistik, ilmu komunikasi massa .

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian saya ini diharapkan berguna bagi bisnis Indonesia untuk bisa mengembangkan lagi untuk STRATEGI PEMBERITAAN SURAT KABAR BISNIS INDONESIA DI ERA DIGITAL.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami penulis, maka nantinya hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat. Adapun manfaat kegunaannya sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab 1 penelitian, peneliti menjelaskan konteks latar belakang yang terkait dengan isu penelitian. Dalam bagian ini, terdapat pembahasan mengenai perumusan masalah dan tujuan penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki

strategi pemberitaan yang digunakan oleh surat kabar Bisnis Indonesia di era digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik, dengan harapan bahwa hasil penelitian dapat memberikan manfaat, baik dalam konteks teoritis maupun praktis

## **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab ini, penelitian melibatkan pembahasan mengenai dasar konsep dan teori yang relevan. Penulis memanfaatkan teori Konvergensi Media sebagai kerangka konseptual dalam penelitian ini, sambil menjelaskan konsep-konsep seperti komunikasi massa, elemen-elemen komunikasi, strategi, pemberitaan, surat kabar, fungsi surat kabar, dan memperhatikan konteks era digital.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bagian ini, dijelaskan mengenai metodologi penelitian yang diterapkan dalam penulisan skripsi. Peneliti mengadopsi pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian berupa penelitian deskriptif. Proses pengumpulan data melibatkan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, dilakukan uji keabsahan data serta penerapan teknik pengelolaan dan analisis data. Penelitian dilakukan di Perusahaan Bisnis Indonesia yang berlokasi di jalan K.H. Mas Mansyur No.12, Karet Tengsin, Jakarta Pusat, selama periode dari bulan November hingga Desember 2023.

## **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini, terdapat penjelasan menyeluruh mengenai Bisnis Indonesia, meliputi sejarah, visi misi, budaya perusahaan, logo, fokus liputan, struktur organisasi, aspek personalia, dan hasil penelitian beserta pembahasannya.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian penutup dari keseluruhan skripsi, yang berisi rangkuman kesimpulan serta pemahaman peneliti terhadap permasalahan yang telah diteliti.