



DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Persetujuan	
Halaman Pengesahan	
Halaman Pernyataan	
Abstrak	i
Abstract	ii
Daftar Isi	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Penelitian Terdahulu.....	7
1.6 Kerangka Teori.....	10
1.6.1. Inovasi Produk Media Massa: Rubrik Remaja.....	11
1.6.2 Komunikasi Pemasaran Digital	17
1.7 Model Penelitian.....	19
1.8 Metodologi Penelitian	20
1.8.1 Metode Penelitian.....	20
1.8.2 Objek dan Subjek Penelitian	21
1.8.3 Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.8.4 Teknik Analisis Data.....	23
1.8.5 Limitasi Penelitian	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	26
2.1 Konsep Komunikasi Massa	26
2.1.1 Media Massa	26
2.1.2 Surat Kabar	27
2.1.3 Rubrikasi	30



2.2	Teknologi Informasi	31
2.3	Media Sosial (<i>Social Media</i>)	31
2.4	Konsep Pengembangan Produk	34
BAB III PROFIL SUBJEK PENELITIAN DAN INFORMAN		36
3.1	Sejarah dan Gambaran Umum Koran Jawa Pos	36
3.1.1	Tiga Nilai Utama Jawa Pos	39
3.1.2	Pencapaian dan Penghargaan Jawa Pos	40
3.2	Rubrik Remaja Koran Jawa Pos	42
3.2.1	Rubrik DetEksi	43
3.2.2	Rubrik Zetizen	46
3.3	Karakteristik Generasi Z sebagai Target Pembaca Zetizen Jawa Pos	47
3.4	Profil Informan	49
3.4.1	Ariyanti Kurnia sebagai Wakil Ketua Redaksi Jawa..... Pos	49
3.4.2	Clarissa Vava sebagai Sekretaris Redaksi Jawa Pos	49
3.4.3	Puspita sebagai Corporate Communication dan Divisi Iklan	50
3.4.4	Diana Hasna sebagai Supervisor Redaktur Rubrik Zetizen	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Pandangan dan Respon Jawa Pos terhadap Kekuatan Pembaca Muda dalam Industri Media Cetak	51
4.2	Pergantian Deteksi Menjadi Zetizen	56
4.3	Inovasi Produk Zetizen sebagai Strategi Komunikasi Jawa Pos	63
4.3.1	Inovasi Produk	64
4.3.2	Inovasi Proses	68
4.3.3	Inovasi Organisasional	70



4.3.4 Inovasi Pemasaran	75
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran	80
Daftar Pustaka.....	82
Lampiran.....	88