

**SEGMENTASI PEMBACA PADA TOP 5 NEWS MEDIA ONLINE DI
INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS
CLUSTERING**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Strata Dua (S-2) Program Studi Magister Manajemen**



**TYAS CAHYA LARASATI
NIM: 2211021026**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Tyas

NIM : 2211021026

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and lines, positioned to the right of the 'Tanda Tangan' label.

Tanggal : 23 February 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Thesis ini diajukan oleh:

Nama : Tyas

NIM : 2211021026

Program Studi : Magister Manajemen

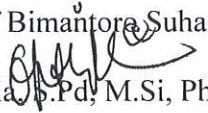
Judul Tesis : SEGMENTASI PEMBACA PADA TOP 5 NEWS
MEDIA ONLINE DI INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA K-
MEANS CLUSTERING

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, ST, M.M.  (.....)

Penguji 1 : Arief Bimantoro, Suharko, Ph.D.  (.....)

Penguji 2 : Ovalia, S.Pd, M.Si, Ph.D.  (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 Februari 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan yang telah diberikan, sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Tanpa pertolongan dan ridha-Nya, perjalanan akademik ini tidak akan sampai pada titik ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitiannya yang berjudul “SEGMENTASI PEMBACA PADA TOP 5 NEWS MEDIA ONLINE DI INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS CLUSTERING “.

Penulis menyadari kurangnya kemampuan dan waktu serta pengetahuan yang dimiliki dalam menyusun tesis ini, sehingga tesis ini jauh dari kata sempurna, tesis ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu memberikan bimbingan, arahan serta dorongan sehingga tesis ini dapat selesai tepat pada waktunya. Oleh karena itu pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Jerry Heikal, ST, MM selaku dosen pembimbing Tesis saya, yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing, memberikan koreksi dan arahan, yang sangat bermanfaat selama masa penyusunan dan penyempurnaan Tesis ini.
2. Bapak Arief Bimantoro Suharko, Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan saran serta koreksi sehingga Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Ovalia, S.Pd, M.Si, Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan saran serta koreksi sehingga Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang disebar pada penelitian ini.
5. Suami saya, Hargian, yang memberikan support yang luar biasa, support dan cintanya untuk Penulis
6. Ibu Saya, yang selalu mendukung untuk saya melanjutkan tahap pendidikan sampai S2 ini dan akhirnya sampai selesai.
7. Seluruh teman-teman Batch 17 yang selalu mendukung saya dalam proses perkuliahan di Universitas Bakrie dari awal hingga akhir perkuliahan.

Akhir kata, Saya berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 23 Februari 2026

Tyas Cahya Larasati

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tyas Cahya Larasati

NIM : 2211021026

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Tugas Akhir : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“SEGMENTASI PEMBACA PADA TOP 5 NEWS MEDIA ONLINE DI INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS CLUSTERING “.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Februari 2026

Yang menyatakan



(Tyas Cahya Larasati)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi segmentasi pembaca pada lima media online teratas di Indonesia (Detik.com, Kompas.com, Tribunnews.com, CNN Indonesia, dan Tvonenews.com) guna merumuskan strategi *Online Value Proposition* (OVP) yang tepat. Fenomena industri menunjukkan bahwa meskipun trafik kunjungan sangat tinggi, pengelola media masih menghadapi tantangan dalam memetakan karakteristik audiens secara akurat, sehingga strategi konten dan iklan seringkali masih bersifat umum (*one size fits all*). Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan algoritma K-Means Clustering untuk menganalisis data perilaku aktual dari 100 responden. Penentuan jumlah kluster optimal dilakukan melalui metode Elbow. Variabel penelitian mencakup demografi, preferensi konten, frekuensi akses, durasi membaca, hingga perangkat yang digunakan. Hasil penelitian berhasil mengidentifikasi tiga kluster utama: Kluster 1 (*Working Women Entertainment Reader*) yang didominasi perempuan profesional mapan penyuka konten video hiburan; Kluster 2 (*Executive Millennial National News Interest*) yang merupakan "pembaca berat" laki-laki profesional dengan frekuensi akses lebih dari 20 kali sehari; serta Kluster 3 (*The Lifestyle Trend-Seeker*) yang merepresentasikan generasi muda (Gen Z) pengguna aktif TikTok yang menyukai konten gaya hidup. Target segmen yang memberikan potensi pendapatan ekonomi terbesar secara volume trafik adalah Kluster 2, sementara Kluster 1 memberikan stabilitas ekonomi karena profilnya sebagai pengambil keputusan belanja rumah tangga. Sebagai implikasi manajerial, media disarankan mengadopsi OVP yang terdiferensiasi, seperti fitur ringkasan berita cepat (*News Bites*) untuk profesional dan konten visual estetik untuk generasi muda.

Kata Kunci: Media Online, Segmentasi Pembaca, K-Means Clustering, *Online Value Proposition*, Perilaku Konsumen.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	<i>ii</i>
HALAMAN PENGESAHAN	<i>iii</i>
UNGKAPAN TERIMA KASIH	<i>iv</i>
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	<i>vi</i>
ABSTRAK.....	<i>vii</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>viii</i>
DAFTAR ISI	<i>ix</i>
DAFTAR TABEL	<i>xii</i>
DAFTAR GAMBAR.....	<i>xiv</i>
DAFTAR LAMPIRAN	<i>xv</i>
BAB I: PENDAHULUAN	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang.....	<i>1</i>
1.2 Rumusan Masalah.....	<i>6</i>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<i>6</i>
1.4 Manfaat Penelitian	<i>7</i>
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	<i>7</i>
1.4.2 Manfaat Praktis	<i>8</i>
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	<i>9</i>
2.1 Media Massa.....	<i>9</i>
2.1.1 Media Online	<i>10</i>
2.1.2 Isi Media Online (Contents)	<i>10</i>
2.1.3 Jenis-Jenis Media Online	<i>11</i>
2.2 Berita (News).....	<i>12</i>
2.2.1 Struktur Berita	<i>12</i>
2.2.2 Nilai-Nilai Berita	<i>13</i>
2.3 Segmentasi.....	<i>13</i>
2.3.1 Variabel Segmentasi	<i>14</i>
2.3.2 Indikator Segmentasi	<i>15</i>
2.3.3 Manfaat Segmentasi.....	<i>15</i>

2.4 Perilaku Konsumen.....	16
2.5 Kebaruan Penelitian.....	17
2.5 Kerangka Berpikir	20
BAB III: METODE PENELITIAN	22
3.1 Objek Penelitian	22
3.2 Jenis Penelitian	22
3.3 Konseptual dan Operasional Variabel	23
3.3.1. Konseptual Variabel	23
3.3.2. Operasional Variabel	24
3.4 Populasi dan Sampel	26
3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	26
3.5.1 Jenis Data.....	26
3.5.2 Kuesioner.....	27
3.5.3 Tabulasi Data.....	27
3.6 Teknik Analisis Data Penelitian	28
3.6.1 Teknik Pengolahan Data.....	29
3.6.2 Analisis Data.....	29
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Gambaran Umum Top 5 News Media Online di Indonesia	31
4.2 Deskripsi Data Penelitian	34
4.3 Analisis K-Means Clustering	47
4.3.1 Pengelompokan Data Variabel	47
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	49
4.3.3 Penentuan Jumlah Cluster.....	53
4.4 Hasil Segmentasi Pembaca.....	64
4.4.2 Cluster Membership / Distribusi Responden per Cluster.....	67
4.4.3 Analisis Pengelompokan Segmentasi	72
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
4.5.1 Interpretasi Cluster.....	77
4.5.2 Pemetaan Top 5 News Media Online	82
4.5.3 Identifikasi <i>High-Value Segments</i> dan Nilai Ekonomi	85
4.5.4 Identifikasi <i>Online Value Proposition</i>	88

4.6 Implikasi Manajerial dan Teoritis.....	93
4.6.1 Implikasi Manajerial.....	93
4.6.2 Implikasi Teoritis.....	95
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	102
Lampiran.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.01 Kebaruan Penelitian	18
Tabel 3.01: Operasionalisasi Variabel	24
Tabel 4.01 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.02 Data Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.03 Data Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	35
Tabel 4.04: Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.05 Data Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	37
Tabel 4.06 Data Responden Berdasarkan Domisili	37
Tabel 4.07 Data Responden Berdasarkan News Media Online yang Sering dibaca ..	38
Tabel 4.08 Data Responden Berdasarkan Media Informasi Lain	39
Tabel 4.09 Data Responden Berdasarkan Jenis Berita.....	40
Tabel 4.10 Data Responden Berdasarkan Alasan membaca	41
Tabel 4.11 Data Responden Berdasarkan Format Konten	41
Tabel 4.12 Data Responden Berdasarkan Kesiediaan untuk berlangganan	42
Tabel 4.13 Data Responden Berdasarkan Frekuensi membagikan konten	43
Tabel 4.14 Data Responden Berdasarkan Gaya Hidup	43
Tabel 4.15 Data Responden Berdasarkan Frekuensi akses berita satu bulan terakhir	44
Tabel 4.16 Data Responden Berdasarkan Frekuensi waktu membaca	45
Tabel 4.17 Data Responden Berdasarkan Jumlah Halaman yang dibaca	45
Tabel 4.18 Data Responden Berdasarkan Waktu Akses	46
Tabel 4.19 Data Responden Berdasarkan <i>Device</i>	47
Tabel 4.20 Validasi <i>Expert Judgement</i>	50
Tabel 4.21 <i>Within-Cluster Sum of Squares (WCSS) 2 Cluster</i>	51
Tabel 4.22 <i>Within-Cluster Sum of Squares (WCSS) 3 Cluster</i>	57
Tabel 4.23 <i>Within-Cluster Sum of Squares (WCSS) 4 Cluster</i>	60

Tabel 4.24 <i>Within-Cluster Sum of Squares (WCSS) 5 Cluster</i>	62
Tabel 4.25 <i>Final Cluster Centers</i>	66
Tabel 4.26 <i>Cluster Membership</i>	69
Tabel 4.27 <i>Number of Cases in each Cluster</i>	72
Tabel 4.28 <i>Pengelompokan Segmentasi</i>	73
Tabel 4.29 <i>Ringkasan Persona Tiap Klaster</i>	77
Tabel 4.30. <i>Pemetaan Top 5 News Media Online</i>	85
Tabel 4.31: <i>Jumlah Traffic Top News Media Online 2024</i>	87
Tabel 4.32 <i>Pain Value</i>	92
Tabel 4.33 <i>Share Pain Value</i>	92
Tabel 4.34: <i>Online Value Proposition (OVP)</i>	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.01: 10 Portal Berita Online yang Paling Sering Digunakan Publik Indonesia 2024.....	2
Gambar 2.01: Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 4.01: Grafik Elbow.....	65
Gambar 4.02: Segment Cluster 1	78
Gambar 4.03: Segment Cluster 2	80
Gambar 4.04: Segment Cluster 3	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Tabulasi Data.....	109
Lampiran 2: Data Dummy	134
Lampiran 3: Transkrip Wawancara (1A)	152
Lampiran 4: Transkrip Wawancara (1B)	154
Lampiran 5: Transkrip Wawancara (1C)	156
Lampiran 6: Transkrip Wawancara (1D)	158
Lampiran 7: Transkrip Wawancara (2A)	160
Lampiran 8: Transkrip Wawancara (2B)	162
Lampiran 9: Transkrip Wawancara (2C)	164
Lampiran 10: Transkrip Wawancara (2D)	166
Lampiran 11: Transkrip Wawancara (3A)	168
Lampiran 12: Transkrip Wawancara (3B)	170
Lampiran 13: Transkrip Wawancara (3C)	172
Lampiran 14: Transkrip Wawancara (3D)	174