

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	14
1.3 Identifikasi Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5.1 Kegunaan Teoritis	15
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	15
1.6 Tahapan Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Pustaka.....	16
2.1.1 Perkembangan Media Massa.....	16
2.1.2 New Media	17

2.1.3 Penerapan Jurnalistik Daring	18
2.1.4 Berita dan Jenis-Jenisnya	19
2.1.5 Nilai dan Unsur Berita.....	20
2.1.6 Anatomi Berita	23
2.1.7 Teori Konstruksi Sosial Media Massa	34
2.1.8 Analisis Framing dan Model-Modelnya	37
2.1.9 Penerapan Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.....	39
2.2 Penelitian Terdahulu.....	41
2.3 Kerangka Pemikiran	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Paradigma Penelitian	49
3.2 Metode Penelitian.....	49
3.3 Subjek Penelitian	50
3.3.1 Profil cnnindonesia.com.....	50
3.3.2. Profil kompas.com	56
3.4 Objek Penelitian	59
3.5 Definisi Konsep	59
3.6 Unit Analisis	60
3.7 Teknik Pengumpulan Data	61
3.8 Teknik Analisis Data	61
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Hasil Penelitian.....	63
4.1.1 Pembingkaian Berita 1 cnnindonesia.com 28 Agustus 2019	63
4.1.2 Pembingkaian Berita 2 cnnindonesia.com 31 Agustus 2019	76

4.1.3	Pembingkajian Berita 3 cnnindonesia.com 4 September 2019	87
4.1.4	Pembingkajian Berita 4 kompas.com 28 Agustus 2019	100
4.1.5	Pembingkajian Berita 5 kompas.com 31 Agustus 2019	109
4.1.6	Pembingkajian Berita 6 kompas.com 4 September 2019	118
4.2	Pembahasan Penelitian	129
4.3	Proses Konstruksi Sosial Media cnnindonesia.com dan kompas.com	140
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		142
5.1	Kesimpulan	142
5.2	Saran	143
5.2.1	Saran Akademis	143
5.2.2	Saran Praktis	144
DAFTAR PUSTAKA		145
LAMPIRAN		151