

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan Secara Akademis	10
1.4.2 Kegunaan Secara Praktis	11
1.5 Landasan Pemikiran	11
1.5.1 Landasan Teoritis	11
1.5.2 Landasan Konseptual	13
1.6 Langkah-langkah Penelitian	14
1.6.1 Objek Penelitian	14
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	14
1.6.3 Metode Penelitian	17
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	20
1.6.5 Unit Analisis	21
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.6.7 Teknik Analisis Data Framing	21
1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian.....	25
BAB II KAJIAN PUSTAKA	26
2.1 Framing Dalam Proses Pemberitaan di Media	26
2.1.1 Gagasan Framing.....	33

2.1.2 Framing dalam Pembentukan Berita	37
2.1.3 Framing dalam Produksi Berita.....	41
2.1.3 Teknik Memframingkan Sebuah Berita	49
2.2 Penelitian Relevan	52
2.3 Status, Posisi dan Kontribusi penelitian	65
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	65
3.1.1 Radar Bandung	65
3.1.2 Profil Perusahaan	67
3.1.3 Visi dan Misi	68
3.1.4 Logo Radar Bandung.....	68
3.1.5 Struktur Perusahaan.....	69
3.1.6 <i>Job Description</i>	71
3.2 Hasil Penelitian	74
3.2.1 <i>Define Problem</i> Kasus Kelangkaan Minyak Goreng oleh Radar Bandung.....	97
3.2.2 <i>Diagnose Causes</i> Kasus Kelangkaan Minyak Goreng oleh Radar Bandung.....	99
3.2.3 <i>Make Moral Judgement</i> Kasus Kelangkaan Minyak Goreng oleh Radar Bandung.....	101
3.2.4 <i>Treatment Recommendation</i> Kasus Kelangkaan Minyak Goreng oleh Radar Bandung.....	103
3.3 Pembahasan	110
BAB IV PENUTUP	121
4.1 Kesimpulan	121
4.2 Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	131
RIWAYAT HIDUP	140