

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
HALAMAN ABSTRAK.....	xv
HALAMAN <i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Akademis .....	8
1.4.2 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.3 Manfaat Praktis .....	8
1.5 Kerangka Teori dan Pemikiran .....	9
1.5.1 Paradigma Konstruksionisme.....	9
1.5.2 Realitas Media.....	10
1.5.3 Pers Tanggungjawab Sosial Media .....	11

1.5.4 Analisis Framing .....	17
1.5.5 Model Framing Robert N. Entman.....	19
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Media Online.....	21
2.2 Fungsi dan Peran Media Massa .....	22
2.3 Jurnalistik Online .....	24
2.4 <i>Theory of Influence on Mass Media Content</i> .....	26
2.5 Penelitian Sebelumnya .....	28
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Objek Penelitian .....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.4 Teknik Analisis Data.....	37
3.5 Teknik Validitas Data .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.1.1 Profile Portal Berita Kompas.com .....	42
4.1.2 Logo Kompas.com .....	48
4.1.3 Visi dan Misi Kompas.com.....	51
4.1.4 Struktur Organisasi.....	52
4.1.5 Award .....	56
4.1.6 Basuki Tjahaja Purnama .....	57
4.2 Hasil Penelitian .....	60
4.2.1 Analisis Framing Model Robert N.Entman .....	60
4.2.2 Hasil Analisis Sosok Basuki Tjahaja Purnama dibingkai oleh Kompas.com.....	108
4.3 Pembahasan.....	113

## BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan .....	126
5.2 Saran.....	127

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN