

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAKSI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Kerangka Teori	8
1.5.1. Paradigma Konstruksionisme	8
1.5.2. Konstruksi Sosial Media Massa	11

1.5.3. Analisis Framing	13
1.5.4. Model Analisis Framing Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki	14
1.5.5. Hubungan Teori dengan Topik Penelitian	18

BAB II TINJUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan tentang Jurnalistik dan Media Massa	21
2.1.1. Jurnalistik	21
2.1.2. Media massa	22
2.2. Tinjauan Tentang Surat Kabar	24
2.2.1. Pengertian Surat Kabar	24
2.2.2. Fungsi Surat Kabar	25
2.2.3. Bentuk Surat Kabar	27
2.2.4. Ciri-ciri Surat Kabar	28
2.2.5. Sifat Surat Kabar	29
2.3. Tinjauan Tentang Berita	30
2.3.1. Pengertian Berita	30
2.3.2. Bentuk dan Jenis Berita	31
2.3.3. Nilai Berita	33
2.3.4. Syarat Berita	38
2.4. Tinjauan Tentang Kampanye Pemilihan Umum	39
2.4.1. Komunikasi Politik di Media Massa	39

2.4.2. Kampanye	40
2.4.3. Jenis Kampanye	41
2.4.4. Kampanye Politik	42
2.5. Tinjauan Tentang Analisis Framing	43
2.5.1. Variasi Model Analisis Framing	43
2.5.2. Proses Framing	47
2.5.3. Efek Framing	48
2.6. Tinjauan Tentang Konstruksi Realitas	
2.6.1. Konstruksi Realitas Media Massa	49
2.6.2. Konstruksi Sosial Media Massa	52
2.6.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konstruksi Realitas Sosial	54
2.7. Penelitian Sebelumnya	57

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	59
3.2. Objek Penelitian	61
3.3. Sumber Data Penelitian	62
3.3.1. Data Primer	62
3.3.2. Data Sekunder	62
3.4. Analisis Data	62
3.5. Teknik Analisis Data	65

3.6. Uji Validitas Data	67
-------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Surat Kabar Harian Radar Tarakan	70
4.1.1. Alur Pembuatan Surat Kabar Radar Tarakan	72
4.2. Deskripsi Singkat Pasangan Calon Gubernur dan wakil daerah Kaltara	76
4.2.1. Calon Gubernur Tim Pejuang	76
4.2.2. Calon Gubernur Tim IRAU	77
4.3. Pemberitaan Kampanye Pilkada Kaltara	
Edisi November- Desember 2015	78
4.4. Frame Pemberitaan Kampanye Pilkada di Kaltara	82
4.4.1. Frame Berita “Kampanye Tanpa Wasit”	82
4.4.2. Frame Berita “Kandidat “Perang” Statement”	98
4.4.3. Frame Berita “Hindari Kecurangan, Siapkan 270 Pengawas TPS”	105
4.4.4. Frame Berita “Debat Besok, KPU Siapkan 200 Kursi Tiap Timses”	115
4.4.5. Frame Berita “Tim Pejuang Kaltara Laporkan Tiga Pelanggaran Ke Panwaslu	123
4.4.6. Frame Berita “Mengeruk Suara Lewat Debat”	132
4.4.7. Frame Berita “Waspada Praktik Money Politik Pasca Bayar”	139
4.5. Pembahasan	146

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	155
5.2. Saran	156

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbedaan Positivis dan Konstruksionis	9
Tabel 3.1. Daftar Analisis Framing Pemberitaan Kampanye Kepala Daerah Kalimantan Utara Tahun 2015	61
Tabel 3.2. Perangkat <i>Framing</i> Zhongdan Pan dan Gerald M Kosicki	65
Tabel 4.1. Frame Berita “Kampanye Tanpa “Wasit”	91
Tabel 4.2. Frame Berita “Kandidat “Perang” Statement”	101
Tabel 4.3. Frame Berita “Hindari Kecurangan Siapkan 270 Pengawas TPS”	111
Tabel 4.4. Frame Berita “Debat Besok, KPU Siapkan 200 Kursi Buat Timses	120
Tabel 4.5. Frame Berita “Tim Pejuang Kaltara Laporkan Tiga Pelanggaran Ke Panwaslu	128
Tabel 4.6. Frame Berita “Mengeruk Suara Lewat Debat”	137
Tabel 4.7. Frame Berita “ Waspada Praktik <i>Money</i> Politik Pasca Bayar	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Isi Media	13
Gambar 2.1. Proses Kontruksi Sosial Media Massa	51
Gambar 3.1. Triangulasi Data	69
Gambar 4.1. Logo Radar Tarakan	70
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	78