

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
<i>RINGKESAN</i>.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian.....	7
1.2.1 Fokus Penelitian.....	7
1.2.2 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis	12
2.2 Kerangka Konseptual	24

2.2.1 Komunikasi Massa.....	24
2.2.2 Media Massa.....	25
2.2.3 <i>New Media</i>	26
2.2.4 Jurnalisme Digital	29
2.2.5 Berita.....	32
2.2.6 <i>Framing</i>	34
2.2.7 <i>Hacker</i>	36
2.3 Kerangka Teoritis.....	38
2.3.1 Teori Analisis <i>Framing</i>	38
2.3.2 Model <i>Framing</i> Robert N. Entman.....	42
2.4 Kerangka Pemikiran	47
BAB III SUBJEK, OBJEK, DAN METODELOGI PENELITIAN	50
3.1 Subjek Penelitian	50
3.2 Objek Penelitian	51
3.2.1 Profil Media Tempo.co	52
3.3 Metode Penelitian.....	57
3.3.1 Desain/Paradigma Penelitian	58
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data.....	59
3.3.3 Rancangan Analisis Data	61
3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	65
3.3.5 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian ...	69
3.4 Lokasi Penelitian	71
3.5 Jadwal Penelitian.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Hasil Analisis <i>Framing</i> Tempo.co Periode Oktober 2025.....	73

4.2 Pembahasan <i>Framing</i> Tempo.co Periode Oktober 2025.....	105
4.2.1 <i>Define Problems</i>	106
4.2.2 <i>Diagnose Causes</i>	107
4.2.3 <i>Make Moral Judgment</i>	109
4.2.4 <i>Treatment Recommendation</i>	110
4.2.5 Sintesis Pembahasan.....	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Saran	117
5.2.1 Saran Teoritis	117
5.2.2 Saran Praktis	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN.....	126