

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MOTTO	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
خالصة.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Metode Penelitian.....	8
1.5.1 Jenis Penelitian.....	9
1.5.2 Prosedur Penelitian	9
1.5.3 Partisipan Penelitian.....	10
1.5.4 Teknik Pengumpulan Data.....	14
1.5.5 Teknik Analisis Data.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
2.2 Mediagram.....	21
2.2.1 Definisi Mediagram	21
2.2.2 Aspek Mediagram	22
2.2.3 Faktor-Faktor Mediagram	23
2.2.4 Kekhasan Mediagram.....	24

2.3	Pilkada	25
2.3.1	Definisi Pilkada	25
2.3.2	Aspek Pilkada	27
2.3.3	Faktor-Faktor Pilkada.....	27
2.3.4	Kekhasan Pilkada	28
BAB III	PAPARAN DATA.....	30
3.1	Profil Kabupaten Trenggalek	30
3.1.1	Mediagram yang Berkembang di Kabupaten Trenggalek	31
3.2	Kandidasi.....	32
3.2.1	Kandidat Kepala Daerah dalam Pilkada 2024	32
3.2.2	Kandidat Calon Bupati.....	35
3.2.3	Kandidat Calon Wakil Bupati	36
3.3	Program Kandidat Pilkada.....	36
3.3.1	Program Politik Kandidat.....	40
3.4	Postingan Akun Instagram di Trenggalek	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Hasil Penelitian.....	47
4.1.1	Proses Penelitian	47
4.2	Pembahasan	48
4.2.1	Unggahan Mediagram Lokal Program Politik Calon Kepala Daerah Kabupaten Trenggalek 2024	48
4.2.2	Mediagram Lokal Memframing Calon Kepala Daerah Kabupaten Trenggalek 2024.....	51
BAB V	PENUTUP.....	112
5.1	Kesimpulan.....	112
5.2	Kesimpulan.....	113
5.3	Saran.....	114
Daftar Pustaka		115