

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>المخلص.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Konteks Penelitian.....	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
1.5 Penegasan Istilah .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Teori Agenda Setting.....	9
2.2 Aspek Aspek Agenda Setting .....	9
2.3 Faktor-Faktor Agenda Setting .....	11
2.4 Kekhasan Teori Agenda <i>Setting</i> .....	13
2.5 <i>Literatur Riview</i> .....	20
2.6 Kerangka Pemikiran.....	31

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	32
3.2 Kehadiran Peneliti.....	34
3.3 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	34
3.3 Teknik Analisis data .....	35
3.4 Teknik Pengolahan Data .....	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	37
3.6 Prosedur Penelitian .....	37
3.7 Jadwal Penelitian .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
4.1 Media Tempo.co .....	40
4.2 Media CNN Indonesia .....	60
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>84</b>
5.1 Framing Robert N Entman.....	84
5.2 Agenda media .....	88
5.3 Agenda Publik.....	89
5.4 Transfer Salience ( <i>Salience Transfer</i> ).....	89
5.5 Faktor-Faktor Agenda Setting.....	90
5.6 Kekhasan Teori Agenda Setting .....	96
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>98</b>
6.1 Kesimpulan .....	98
6.2 Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>