

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	I
PENDAHULUAN	I
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Tahapan Penelitian.....	8
1.6 Waktu Penelitian.....	10
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Pustaka.....	20
2.2.1 Komunikasi Massa.....	20
2.2.2 Media Online dan Berita	22
2.2.3 Jurnalisme Online	25
2.2.4 Ideologi Media	27
2.2.5 Bahasa, Identitas, Kekuasaan.....	28
2.2.6 Analisis Wacana Kritis.....	29
2.2.7 Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough	31

2.2.7.1 Mikro (Teks)	32
2.2.7.2 Meso (Discourse Analysis)	34
2.2.7.3 Makro (Sociocultural Analysis)	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III	39
METODE DAN OBJEK PENELITIAN	39
3.1 Paradigma Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Objek Penelitian.....	40
3.4 Definisi Konsep	42
3.5 Pengumpulan Data.....	43
3.5.1 Data Primer	43
3.5.2 Data Sekunder.....	43
3.6 Unit Analisis	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Profil Perusahaan Tempo.co	48
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Analisis Level Teks (Level Mikro).....	49
4.2.2 Analisis Praktik Wacana (Level Meso).....	61
4.2.3 Analisis Sosial Budaya (Level Makro)	68
4.3 Pembahasan Penelitian.....	70
4.3.1 Bahasa, Identitas, dan Kekuasaan	70
BAB V	76
KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	