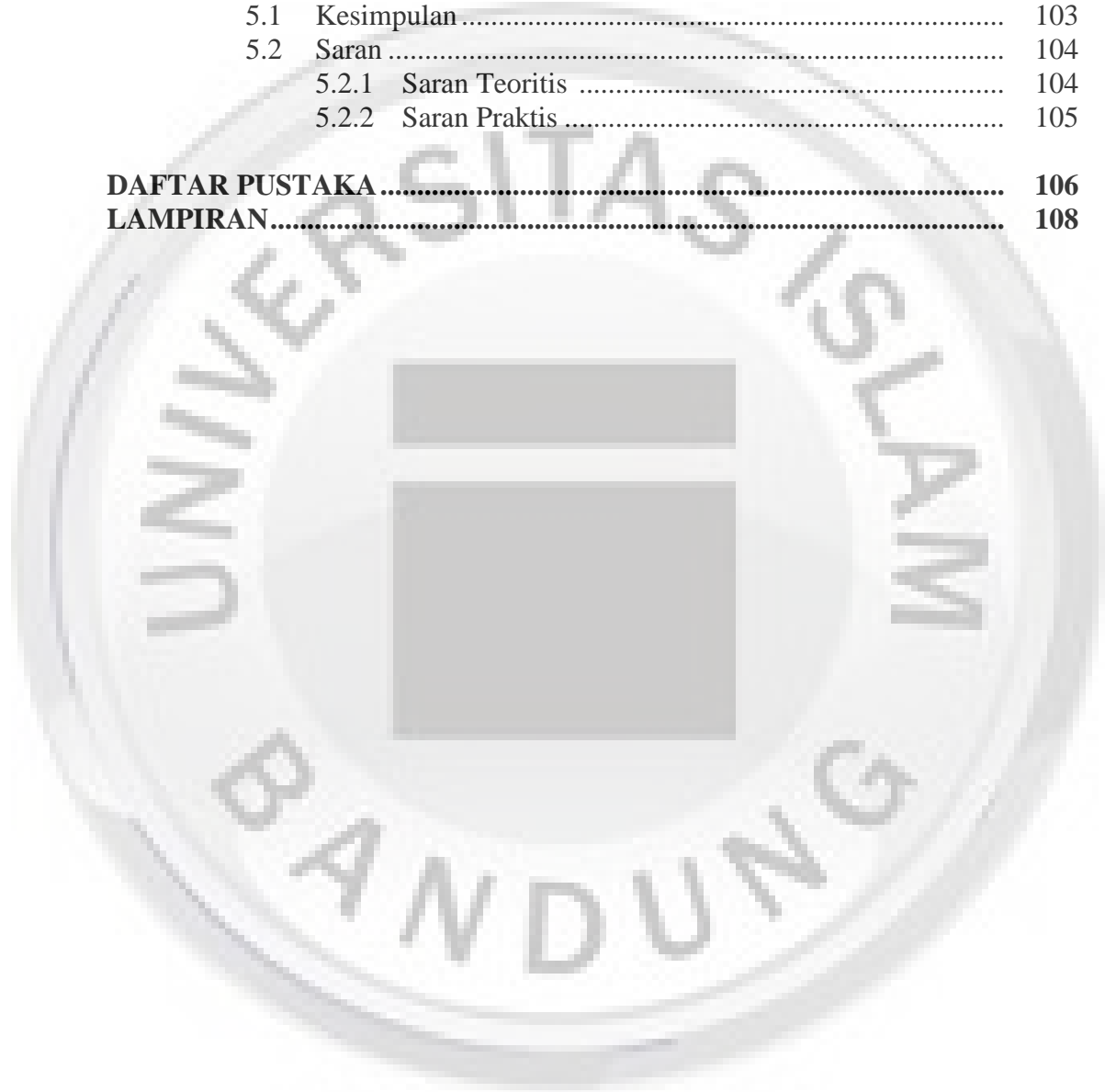


DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Konteks Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	8
1.2.1 Fokus Penelitian	8
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	9
1.5 Setting Penelitian	10
1.6 Kerangka Pemikiran	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Tinjauan Terdahulu.....	19
2.2 Tinjauan Komunikasi.....	22
2.2.1 Pengertian Komunikasi	22
2.2.2 Fungsi Komunikasi	23
2.2.3 Tujuan Komunikasi	23
2.3 Tinjauan Komunikasi Massa	24
2.3.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	24
2.3.2 Sifat Komunikasi Massa	26
2.4 Tinjauan Tentang Berita	28
2.4.1 Pengertian Berita.....	28
2.4.2 Jenis-jenis Berita.....	30
2.4.3 Berita Politik	32
2.5 Tinjauan Tentang Kampanye Politik.....	33
2.5.1 Pengertian Kampanye Politik	33
2.5.2 Teknik-teknik Kampanye Politik.....	35
2.5.3 Strategi Kampanye Politik	35
2.5.4 Persuasi Politik	37
2.6 Tinjauan Jejaring Sosial.....	41
2.6.1 Pengertian Jejaring Sosial	41
2.6.2 Sejarah Jejaring Sosial	42
2.6.3 Layanan Jejaring Sosial	42
2.6.4 Berita dalam Jejaring Sosial Facebook	44

	Halaman
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Metodologi Penelitian.....	48
3.1.1 Metode Penelitian Kualitatif	48
3.1.2 Analisis Wacana Teun Van Leeuwen	49
3.2 Subjek/Objek Wilayah Penelitian dan Sumber Data	53
3.3 Teknik Pengumpulan Data	54
3.4 Uji Keabsahan Data	55
BAB IV TEMUAN PENELITIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Temuan Penelitian.....	58
4.1.1 Elemen Pasivasi	59
4.1.1.1 Elemen Pasivasi dalam Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014	59
4.1.1.2 Elemen Pasivasi	61
4.1.2 Elemen Nominalisasi	61
4.1.2.1 Elemen Nominalisasi dalam Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014	61
4.1.2.2 Elemen Nominalisasi	63
4.1.3 Elemen Penggantian Anak Kalimat	63
4.1.3.1 Elemen Penggantian Anak Kalimat dalam Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014	63
4.1.4 <i>Draft</i> Wawancara Mengenai Tema Revolusi Mental pada Kampanye Capres RI No 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014	66
4.1.5 Hasil Wawancara Mengenai Tema Revolusi Mental pada Kampanye Capres RI No 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014	67
4.2 Pembahasan	75
4.2.1 Tema Revolusi Mental pada Kampanye Capres RI No 2 di Media Sosial <i>Facebook</i> pada Pilpres 2014 Berdasarkan Analisis Wacana Theo Van Leeuwen .	79
4.2.2 Tema Revolusi Mental Kampanye Capres RI No 2 di Media Sosial Facebook pada Pilpres 2014 di lihat dari Pasivasi	82
4.2.3 Tema Revolusi Mental Kampanye Capres RI No 2 di Media Sosial Facebook pada Pilpres 2014 di lihat dari Nominalisasi	94

	Halaman
4.2.4 Tema Revolusi Mental pada Kampanye Capres RI No 2 di Media Sosial <i>Facebook</i> pada Pilpres 2014 di lihat dari Konteks Pergantian Anak Kalimat	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	104
5.2.1 Saran Teoritis	104
5.2.2 Saran Praktis	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	108



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tiga konsep <i>Exclusion</i> Theo Van Leeuwin	17
Tabel 2.1 Perbandingan Skripsi Peneliti dengan Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Tiga konsep <i>Exclusion</i> Theo Van Leeuwin	52
Tabel 4.1 Elemen Pasivasi (Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014)	60
Tabel 4.2 Elemen Pasivasi (Pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014)	61
Tabel 4.3 Elemen Nominalisasi (Pemberitaan dalam Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014)	62
Tabel 4.4 Elemen Nominalisasi (Pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014)	63
Tabel 4.5 Elemen Penggantian Anak Kalimat (Pemberitaan dalam Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014)	64
Tabel 4.6 Elemen Penggantian Anak Kalimat (Pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014)	65
Tabel 4.7 Draft Wawancara Pertanyaan Penelitian	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 <i>Draft</i> Wawancara Pertanyaan Penelitian.....	109
Lampiran 2 Hasil Wawancara Mengenai Tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014.....	111
Lampiran 3 Foto Dokumentasi	129
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup.....	131

