

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR DEDIKASI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Konteks Penelitian	1
1.1.1. Fokus Penelitian.....	11
1.1.2. Pertanyaan Penelitian.....	12
1.1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.1.3.1. Maksud Penelitian.....	12
1.1.3.2. Tujuan Penelitian	13
1.1.4. Jenis Studi.....	13
1.1.5. Manfaat Penelitian	14
1.1.5.1. Manfaat Filosofis	14
1.1.5.2. Manfaat Teoritis.....	14

1.1.5.3. Manfaat Praktis	15
1.2. Kajian Literatur	15
1.2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu	15
1.2.2. Kerangka Pemikiran	20
1.2.3. Landasan Teoritis.....	21
1.2.3.1. Teori Analisis Wacana Teun A. Van Dijk.....	21
1.2.4. Landasan Konseptual.....	27
1.2.4.1. Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi	27
1.2.4.2. Tinjauan Umum Tentang Komunikasi Massa	29
1.2.4.3. Tinjauan Umum Tentang Surat Kabar	34
1.2.4.4. Rubrik Dalam Surat Kabar.....	42
1.2.4.5. Artikel Dalam Surat Kabar	43
1.3. Metode Penelitian Kualitatif	48
1.3.1. Paradigma Penelitian Konstruktivisme.....	50
1.3.2. Pendekatan Penelitian Studi Analisis Wacana	53
1.3.2.1. Penentuan Sumber Data Penelitian	54
1.3.2.2. Proses Pendekatan Terhadap Informan.....	55
1.3.3. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	55
1.3.3.1. Lokasi Penelitian.....	55
1.3.3.2. Waktu Penelitian.....	56
1.3.4. Teknik Pengumpulan Data	57
1.3.4.1. Teknik Observasi Nonpartisipan.....	57
1.3.4.2. Wawancara Mendalam.....	57

1.3.4.3 Studi Kepustakaan.....	58
1.3.5. Teknik Analisis Data	59
1.3.6. Validitas Data	61
BAB II LOKASI PENELITIAN, AKSES PADA INFORMAN DAN	
PROFIL INFORMAN	63
2.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	63
2.2. Subjek Dan Objek Penelitian	65
2.3. Akses dan <i>Rapport</i> Terhadap Informan.....	66
2.4. Profil Informan	66
BAB III HASIL PENELITIAN	72
3.1 Dimensi Teks Pada Wacana <i>Entrepreneurship</i>.....	72
3.1.1 Struktur Makro	72
3.1.2 Superstruktur	75
3.1.3 Struktur Mikro.....	78
3.2 Kognisi Sosial Dan Produk Berita	81
3.2.1 Proses Produksi	81
3.2.2 Kesadaran	82
3.2.3 Daya Kritis	84
3.3 Konteks Sosial	85
3.3.1 Wacana Yang Berkembang.....	86
3.3.2 Proses Reproduksi	87
3.3.3 Pemaknaan Yang Sama.....	88
3.3.4 Kekuasaan	90

3.3.5 Akses Mempengaruhi Wacana.....	91
BAB IV PEMBAHASAN.....	93
4.1 Dimensi Teks Pada Wacana <i>Entrepreneurship</i>.....	93
4.2 Kognisi Sosial Dan Produk Berita	106
4.3 Konteks Sosial	108
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	115
5.1 Simpulan	115
5.2 Saran	117
5.2.1 Saran Filosofis.....	117
5.2.2 Saran Akademis	117
5.2.3 Saran Praktis	117
DAFTAR PUSTAKA	118
GLOSARIUM.....	120
LAMPIRAN-LAMPIRAN	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 1.2 Elemen Wacana Van Dijk.....	23
Tabel 1.3 Jadwal Penelitian.....	56
Tabel 4.1 Analisis Dimensi Teks Pengangguran Kaya Raya.....	110
Tabel 4.2 Analisis Dimensi Teks Telat Lulus, Siapa Takut?.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4.1 Bagan Hasil Penelitian	114

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Observasi	123
Lampiran 2. Pedoman Wawancara	124
Lampiran 3. Matriks Transkrip Hasil Wawancara	126
Lampiran 4. Matriks Transkrip Hasil Wawancara.....	129
Lampiran 5. Matriks Transkrip Hasil Wawancara.....	131
Lampiran 6. Foto Objek Penelitian	133
Lampiran 7. Foto Objek Penelitian	134
Lampiran 8. Dokumentasi.....	135
Lampiran 9. Dokumentasi.....	136
Lampiran 10. Riwayat Hidup Peneliti.....	137