

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
1. Permasalahan.....	1
3. Keaslian Penelitian.....	4
4. Manfaat Penelitian.....	8
B. Tujuan Penelitian.....	9
C. Tinjauan Pustaka.....	9
D. Landasan Teori.....	12
E. Metode Penelitian.....	13
1. Model Penelitian.....	13
2. Bahan Penelitian.....	14
3. Jalan Penelitian.....	15
F. Hasil yang Dicapai.....	17
G. Sistematika Penulisan.....	17
<b>BAB II METODE PROPAGANDA FIREHOSE OF FALSEHOOD SEBAGAI BENTUK KAMPANYE POLITIK.....</b>	<b>19</b>
A. Penggunaan Metode Propaganda dalam Kampanye Politik.....	20
B. Seputar Metode Propaganda Firehose of Falsehood.....	24
1. Definisi dan Ciri-ciri Firehose of Falsehood.....	24
2. Sejarah dan Perkembangan Metode Firehose of Falsehood.....	26
C. Penggunaan metode Propaganda Firehose of Falsehood dalam Kampanye Politik.....	32
<b>BAB III TEORI MORAL PANIC OLEH STANLEY COHEN.....</b>	<b>37</b>
A. Riwayat Hidup Stanley Cohen.....	38
B. Seputar Teori Moral Panic oleh Stanley Cohen.....	41
a. Definisi Moral Panic.....	42
b. Tiga Model Kepanikan Moral.....	44



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**METODE PROPAGANDA FIREHOSE OF FALSEHOOD DALAM KAMPANYE POLITIK DITINJAU  
DENGAN TEORI MORAL PANIC**

**STANLEY COHEN**

MUHAMMAD YOGA K, Dr. Hastanti Widy Nugroho, S.S., M. Hum

Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

C. Tahapan Pembentukan Fenomena Moral Panic.....46

**BAB IV ANALISIS KRITIS FENOMENA FIREHOSE OF FALSEHOOD DALAM  
TEORI MORAL PANIC STANLEY COHEN.....52**

A. Esensi Masalah Filsafat Komunikasi dalam Metode Firehose of  
Falsehood.....53

B. Pembentukan Moral Panic di Masyarakat akibat Metode Propaganda Firehose of  
Falsehood.....56

a. Peran Media Massa dan Pembentukan Subjek Devian.....56

b. Pembentukan Rival Politik dalam Kampanye sebagai Subjek Devian.....60

c. Fenomena Moral Panic di Masyarakat Akibat Kampanye Politik.....63

C. Evaluasi Kritis.....65

**BAB V PENUTUP.....67**

A. Kesimpulan.....67

B. Saran.....70

**DAFTAR PUSTAKA.....72**