

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
PERNYATAAN .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Keaslian Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Telaah Pustaka .....	9
1. Analisis kebijakan kesehatan: segitiga kebijakan kesehatan .....	9
2. Pengaruh media dalam proses kebijakan kesehatan.....	11
3. Advokasi media .....	14
4. Konsep frame (bingkai) pesan dalam advokasi media.....	15
5. Pendekatan empiris untuk penelitian bingkai media ( <i>framing analysis</i> ) .....	16
6. Prinsip-prinsip bioetik dalam advokasi media upaya pengendalian produk tembakau .....	17
7. Pentingnya bioetik dalam upaya membingkai pesan advokasi pengendalian produk tembakau.....	19
8. Profil Koran Nasional yang Diteliti .....	20
B. Kerangka Teori .....	28
C. Kerangka Konsep.....	29
D. Pertanyaan Penelitian .....	30

BAB III METODE PENELITIAN .....	31
A. Jenis dan Rancangan Penelitian .....	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
C. Subyek Penelitian .....	31
D. Identifikasi Variabel Penelitian.....	31
E. Definisi Operasional Variabel .....	32
F. Instrumen dan Cara Pengumpulan Data .....	34
G. Analisis Data .....	35
H. Etika Penelitian.....	35
I. Jalannya Penelitian.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	37
A. Hasil Penelitian.....	37
1. Analisis framing terhadap teks berita .....	37
2. Karakteristik teks berita dan moralitas dalam teks berita.....	51
B. Pembahasan.....	54
1. Peran media dalam advokasi kebijakan pengendalian iklan produk tembakau : membangun wacana perlindungan generasi muda versus potensi kerugian negara .....	54
2. Konteks bioetik dalam membangun wacana terkait kebijakan pengendalian iklan produk tembakau .....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	64
LAMPIRAN .....	67

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Problem Identification</i> (Identifikasi Masalah) KOMPAS .....	38
Tabel 2 <i>Causal Interpretation</i> (Penyebab Masalah) KOMPAS .....	40
Tabel 3 <i>Moral Evaluation</i> (evaluasi moral) KOMPAS .....	41
Tabel 4 <i>Treatment Recommendation</i> (saran penyelesaian) KOMPAS .....	42
Tabel 5 Matriks analisis framing koran KOMPAS .....	43
Tabel 6 <i>Problem Identification</i> (Identifikasi Masalah) Bisnis Indonesia .....	45
Tabel 7 <i>Causal Interpretation</i> (Penyebab Masalah) Bisnis Indonesia.....	47
Tabel 8 <i>Moral Evaluation</i> (evaluasi moral) Bisnis Indonesia .....	49
Tabel 9 <i>Treatment Recommendation</i> (saran penyelesaian) Bisnis Indonesia .....	50
Tabel 10 Matriks analisis framing koran Bisnis Indonesia.....	50
Tabel 11 Proporsi artikel bertema iklan rokok dalam pengendalian tembakau terhadap keseluruhan artikel tentang pengendalian tembakau.....	51
Tabel 12 Prosentase jenis artikel teks berita .....	52
Tabel 13 Prosentase artikel berita dalam kategori kompleksitas pembahasan .....	52
Tabel 14 Frekuensi kemunculan narasumber dalam teks berita .....	52
Tabel 15 Penggunaan data dalam teks berita .....	52
Tabel 16 Moralitas yang disuarakan dalam teks berita (modifikasi unsur tematik Pan & Kosicki (1993) terhadap variabel moral berdasarkan Beauchamp & Childress (2001).....	53
Tabel 17 Judul artikel KOMPAS terkait wacana kebijakan pengendalian iklan produk tembakau.....	55
Tabel 18 Judul artikel Bisnis Indonesia terkait wacana kebijakan pengendalian iklan produk tembakau.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Segitiga Analisis Kebijakan .....	9
Gambar 2 <i>Philip Morris Tools to Affect Legislative Decisions (no date)</i> dari Buse, et.al (2012) .....	12
Gambar 3 Komunikasi tradisional versus advokasi media (Dorfman, 2008) .....	15
Gambar 4 Proses framing politis diakronik(Entman, Matthes, & Pellicano, 2009) .....	16
Gambar 5 Kerangka Teori (diadaptasi dari Segitiga Analisis Kebijakan Walt and Gilson dalam Buse, et.al (2012)).....	28
Gambar 6 Kerangka konsep modifikasi kerangka riset framing Scheufele (2000) .....	29