

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>1</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>2</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS .....</b>	<b>3</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>4</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>5</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>6</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>7</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>8</b>
<b>DAFTAR GAMBAR/TABEL .....</b>	<b>9</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>10</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	10
B. Rumusan Masalah .....	18
C. Tujuan Penelitian .....	18
D. Manfaat Penelitian .....	19
1. Manfaat Akademis.....	19
2. Manfaat Praktis .....	19
E. Tinjauan Pustaka .....	20
F. Kerangka Pemikiran .....	25
1. Pembentukan Agenda Media pada Masa Kampanye Pemilu .....	25
2. Para Penjaga Gerbang (Gatekeeper) Surat Kabar .....	32
a. Pemimpin Redaksi .....	38
b. Redaktur .....	39
c. Reporter .....	40
G. Kerangka Konsep .....	40
1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembentukan Agenda oleh Gatekeeper Surat Kabar pada Masa Kampanye Pilkada 2020 .....	40
a. Pengaruh Individu .....	45
b. Pengaruh Rutinitas Media .....	46
c. Pengaruh Organisasi Media .....	47
d. Pengaruh Institusi/Lembaga Sosial .....	48
e. Pengaruh Sistem Sosial .....	50
H. Metodologi .....	56
1. Paradigma Penelitian .....	59
2. Metode Penelitian .....	60
3. Teknik Pengumpulan Data .....	62
a. Wawancara Medalam (In Depth-Interview) .....	62
b. Narasumber atau Informan Penelitian .....	63
4. Teknik Pengumpulan Data .....	68
5. Teknik Penyajian Analisis Data .....	71
<b>BAB II AGENDA SETTING SURAT KABAR DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBENTUKAN AGENDA GATEKEEPER MEDIA MASSA PADA MASA KAMPANYE PEMILU.....</b>	<b>72</b>
A. Surat Kabar .....	72
B. Perancangan Agenda (Agenda Setting) Surat Kabar.....	75
C. Agenda Building Media .....	82



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Pembentukan Agenda Surat Kabar pada Masa Kampanye Pemilu (Studi Kasus Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gatekeeper dalam Membentuk Agenda Tiga (3) Surat Kabar di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

**pada Masa Kampanye Pilkada Serentak 2020)**

D. Perubahan Konsep Negara dan Bangsa (Gatekeeper) .....	85
E. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agenda Gatekeeper Media Massa .....	89
1. Level Pengaruh Individu .....	95
a. Faktor Latar Belakang dan Karakteristik .....	98
b. Faktor Nilai-Nilai dan Kepercayaan .....	98
2. Level Pengaruh Rutinitas .....	99
3. Level Pengaruh Organisasi .....	101
4. Level Pengaruh Lembaga atau Institusi Sosial .....	103
a. Negara atau Pemerintah .....	105
b. Pengiklan .....	106
c. Media Kompetitor .....	107
d. Media Sosial .....	108
5. Level Pengaruh Sistem Sosial .....	109
F. Pembentukan Agenda Media pada Masa Kampanye Pemilu .....	111
1. Kampanye Pemilu di Amerika Serikat .....	114
2. Kampanye Pemilu di Indonesia .....	115
<b>BAB II PROFIL .....</b>	<b>117</b>
A. Profil Kedaulatan Rakyat .....	117
1. Sejarah Kedaulatan Rakyat .....	118
2. Redaksi Kedaulatan Rakyat .....	120
B. Profil Harian Jogja .....	122
1. Sejarah Harian Jogja .....	123
2. Redaksi Harian Jogja .....	125
C. Profil Tribun Jogja .....	126
1. Sejarah Tribun Jogja .....	127
2. Redaksi Tribun Jogja .....	129
<b>BAB IV FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBUATAN AGENDA PARA GATEKEEPER KEDAULATAN RAKYAT, TRIBUN JOGJA, DAN HARIAN JOGJA PADA MASA KAMPANYE PILKADA 2020 .....</b>	<b>131</b>
A. Hasil Penelitian .....	131
1. Pengaruh Individu .....	131
2. Pengaruh Rutinitas Media .....	140
3. Pengaruh Organisasi Media .....	150
4. Pengaruh Lembaga Sosial .....	159
5. Pengaruh Sistem Sosial .....	177
B. Diskusi Temuan Penelitian .....	185
1. Dominasi Pengaruh Internal dalam Proses Pembuatan Agenda pada Ketiga Surat Kabar ..	186
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>199</b>
A. Kesimpulan .....	199
B. Kontribusi Konseptual dan Praktis .....	202
C. Limitasi Penelitian dan Saran .....	203
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>208</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>224</b>