

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR BAGAN.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR GRAFIK.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	8
I.3 Tujuan Penelitian.....	8
I.4 Manfaat Penelitian.....	8
I.4.1 Manfaat Praktis.....	8
I.4.2 Manfaat Akademis.....	8
I.5 Sistematika Penulisan.....	9

BAB II KERANGKA TEORI

II.1 Tinjauan Pustaka.....	10
II.1.1 Media Massa.....	10
II.1.2 Surat Kabar.....	12
II.1.3 Objektivitas.....	14
II.2 Operasional Kategori dan Definisi Kategori.....	20
II.3 Kerangka Pemikiran.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

III.1 Desain Penelitian.....	27
III.2 Sumber Data.....	29
III.2.1 Populasi.....	29
III.2.2 Sampel.....	30
III.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	33
III.3.1 Bahan Penelitian.....	33
III.3.2 Unit Analisis.....	33
III.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
III.4.1 Data Primer.....	33
III.4.2 Data Sekunder.....	33
III.5 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	34
III.5.1 Validitas Alat Ukur.....	34
III.5.2 Reliabilitas Koding.....	34
III.6 Teknik Analisis Data.....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN	
IV.1 Subjek Penelitian	42
IV.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	42
IV.1.2 Perkembangan Republika	45
IV.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	46
IV.1.4 Konsep Produk.....	49
IV.1.5 Topik-Topik Yang Akrab.....	50
IV.1.6 Republika Dan Pembaharuan	50
IV.1.7 Struktur Organisasi	51
IV.2 Hasil Penelitian	54
IV.2.1 Kebenaran.....	54
IV.2.2 Relevansi	56
IV.2.3 Netralitas.....	57
IV.2.4 Keseimbangan	59
IV.3 Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP	
V.1 Kesimpulan	61
V.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
RIWAYAT HIDUP.....
LAMPIRAN.....