

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR PUSTAKA	x
LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Kajian Penelitian Sebelumnya dan Teori-Teori yang Digunakan	8

2.2.Kerangka Teori.....	10
2.2.1.Teori Peran Public Relations	10
2.2.1.1. Definisi Public Relations.....	10
2.2.2. Komunikasi Massa.....	13
2.2.2.1. Motif Kognitif dan Gratifikasi Media.....	15
2.2.3. Talkshow.....	16
2.2.3.1. Program Talkshow.....	16
2.2.3.2. Program Vox Pop Masyarakat.....	16
2.2.3.3.Program Wawancara.....	17
2.2.3.4. Program Disikusi Panel	18
A. Keterkaitan Antar Konsep.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1. Metode Penelitian	21
3.1.1. Metode Penelitian Kualitatif.....	21
3.2. Jenis Penelitian.....	23
3.3.Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif	23
3.3.1. Observasi.....	25
3.3.1.Depth Interview.....	25
3.3.1. Dokumentasi.....	25
3.4.Teknik Analisis Data Kualitatif	26
3.5.Informan Penelitian	28
3.5.1.Informan Utama	28

3.5.2. Informan Kunci Penelitian.....	30
3.5.3. Informan Kunci Penelitian.....	31
3.6.Triangulasi Data	32
3.6.1.1.1. Triangulasi Kejujuran Peneliti.....	34
3.6.1.1.2. Triangulasi Sumber Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1. Sejarah dan Deskripsi Tempat Penelitian	36
4.1.1. Sejarah Indonesia Lawyers Club.....	36
4.2 Hasil Penelitian.....	38
4.2.1.Program Indonesia Lawyers Club.....	38
4.2.1.1Format Program Indonesia Lawyers Club.....	39
4.2.1.2Perbedaan program <i>Indonesia Lawyers Club</i> dengan program sejenis.....	41
4.2.1.3 Tujuan Program Program ILC.....	42
4.2.2. ILC Sebagai Sumber Refrensi Politik Mahasiswa.....	44
4.3. Peran Humas Dalam Indonesia Lawyers Club.....	45
4.3.1. Public Relations Membuat Rilis Berita dalam rangka Membangun Pengetahuan Politik.	45
4.3.2. Public Relations Membuat Publikasi Media dalam rangka Membangun Pengetahuan Politik.....	46

4.2.3. Public Relations Membuat Acara ILC Goes to Campus dalam rangka Membangun Pengetahuan Politik....	47
4.2.4. Public Relations Menjaga hubungan baik dengan publiknya yaitu dengan menerima kunjungan dari Universitas ke.tvOne.....	48
4.3.5. Public Relations melakukan promo promo dalam rangka Mensosialisasi progam ILC.....	49
4.3.6. Public Relations memanage sosial media program ILC.	49
BAB V PENUTUP.....	50
5.1. Kesimpulan.....	50
5.2.Saran.....	51