DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* ..... v**

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I

PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 16

1.2.1 Rumusan Masalah Makro: 16

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro: 16

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian 17

1.4.1 Maksud Penelitian 17

1.4.2 Tujuan Penelitian 17

1.4 Manfaat Penelitian 18

1.4.1 Manfaat Teoritis 18

1.4.2 Manfaat Praktis 18

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA 20

2.1 Studi Pustaka 20
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 20
2.2 Komunikasi Massa 24
2.2.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa 26
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa 28
2.3 Media Massa 31
2.3.1 Pengertian Media Massa 32
2.3.2 Karakteristik Media Massa 33
2.3.3 Dampak Media Massa 35
2.3.4 Televisi 38
2.3.4.1 tvOne 39
2.3.4.2 Indonesai Lawyer Club (ILC) 42
2.4 Diskursus 43
2.5 Tinjauan Analiasis Wacana Kritis 45
2.5.1 Wacana 45
2.5.2 Karakteristik Analisis Wacana Kritis 46
2.5.3 Ideologi 49
2.5.3.1 Sejarah Ideologi 49
2.5.3.2 Pengertian Ideologi 51
2.5.3.3 Praksis Ideologi 54
2.6 Generasi *Millennial* 57
2.6.1 Pengertian Generasi *Millennial* 57
2.6.1 Karakteristik Generasi *Millennial* 59
2.7 Kerangka Pemikiran 63
2.7.1 Hegemoni 63
2.7.1.1 Praksis Hegemoni 68
2.7.2 Model Kerangka Pemikiran 69

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN 71

3.1 Paradigma 71

3.2 Metodologi Penelitian 73

3.3 Desain Penelitian 78

3.3.1 Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough 78

3.4 Teknik Pengumpulan Data 87

3.4.1 Studi Pustaka 86

3.4.2 Studi Lapangan 86

3.4.3 Internet Searching 88

3.6 Teknik Penentuan Informan 88

3.6.1 Informan Penelitian 89

3.7 Teknik Analisis Data 92

3.8 Uji Keabsahan Data 93

3.9 Waktu dan Tempat 98

2.9.1 Waktu 98

2.9.2 Lokasi 99

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 101

4.1 Hasil Penelitian 101

4.1.1 Objek Penelitian 103

4.1.2 Gambaran Objek 115
4.1.3 Informan Penelitian..... 117
4.1.3.1 Informan Kunci 117
4.1.3.2 Informan Pendukung 122
4.1.4 Proses Pendekatan 126
4.1.5 Hasil Penelitan 130
4.1.5.1 Dimensi Teks..... 130
4.1. 5.1.1 Ideasional 130
4.1. 5.1.2 Representasi Dalam Anak Kalimat 134
4.1. 5.1.3 Representasi Dalam Kombinasi Anak Kalimat..... 138
4.1. 5.1.4 Representasi Dalam Rangkaian Antar Kalimat 140
4.1.5.2 Relasi..... 141
4.1.5.3 Identitas 145
4.1.5.4 Intertekstualitas 148
4.1.5.5 *Discourse Practice*..... 160
4.1.5.5 *Sociocultural Practice*..... 162
4.2 Pembahasan..... 162
4.2.1 Dimensi teks Diskursus Generasi *Millennial* dalam tayuangan
Indonesia Lawyer Cub (ILC)..... 162
4.2.1.1 Ideasional 163
4.2.1.2 Relasi 164
4.2.1.3 Identitas..... 165

4.2.2 *Discourse Practice* Diskursus "Generasi *Millennial*" dalam tayangan Indonesia Lawyer Club (ILC). 167

4.2.3 Intertekstualitas 170

4.2.4 *Sociocultural practice* Diskursus "Generasi Millenial" *Indonesia Lawyer Club* (ILC) di tvOne 11 Juli 2017..... 173

4.2.5 Diskursus Generasi *Millennial* " dalam tayangan Indonesia Lawyer Club (ILC). 178

BAB V

SIMPLAN DAN SARAN 180

5.1 Simpulan 180

5.2 Saran 180

DAFTAR PUSTAKA 183

Buku 183

Karya Ilmiah 184

Internet 184

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pikir 70
Gambar 2 Model Tiga Dimensi Norman Fairclough 82
Gambar 3 Objek Wacana Generasi *Millennia*l 106

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu 21
Tabel 2 Perbandingan dan Kakteristik Media Masa 33
Tabel 3 Klasifikasi Generasi 60
Tabel 4 Dimensi Norman Fairclough..... 78
Tabel 5 Tiga Elemen Teks 83
Tabel 6 Informan Penelitian 89
Tabel 7 Kegiatan Penelitian 100
Tabel 8 Tampilan Video 105
Tabel 9 Daftar Tabel Wawancara 126
Tabel 10 Kalimat Langsung dan Tidak Langsung 151

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Surat Rekomendasi Sidang Dari Pembimbing.
2. Lampiran 2 Surat Pengajuan Sidang Skripsi.
3. Lampiran 2 Revisian Seminar Usulan Penelitian.
4. Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan Skripsi.
5. Lampiran 4 Lembar Revisi Skripsi.
6. Lampiran 5 Surat Persetujuan Publikasi.
7. Pedoman Wawancara.
8. Hasil Wawancara.
9. Dokumentasi.
10. Daftar Riwayat Hidup.