

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Strategi Komunikasi	9
2.1.2 <i>Content Creator</i>	14
2.1.3 Konten Kreatif.....	16
2.1.4 <i>User-generated Content</i>	18
2.1.5 Tahap Produksi Konten Kreatif.....	19
2.1.5.1 Pra Produksi	19
2.1.5.2 Produksi.....	20
2.1.5.3 Pasca Produksi	21
2.1.6 Platform Media Sosial	22
2.1.7 Media Baru	24
2.1.8 Media Online	24
2.1.9 Likee.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.2.1 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional.....	27

2.2.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional	33
2.3 Kerangka Pemikiran	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Metode Penelitian	43
3.1.1 Paradigma Penelitian	43
3.1.2 Subjek dan Objek Penelitian	44
3.1.3 Alat Analisis	45
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.2.1 Jenis dan Sumber Data	46
3.3 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data.....	46
3.3.1 Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Sekilas Tentang Platform Likee.....	48
4.2 Deskripsi Informan	49
4.3 Hasil Penelitian	55
4.3.1 Strategi Komunikasi Pembuat Konten pada Platform Media Sosial Likee	55
4.3.1.1 Penggunaan Teknik Radunancy pada Strategi Komunikasi	56
4.3.1.2 Penggunaan Teknik Canalizing pada Strategi Komunikasi	59
4.3.1.3 Penggunaan Teknik Informatif pada Strategi Komunikasi	60
4.3.1.4 Penggunaan Teknik Persuasif pada Strategi Komunikasi	64
4.3.1.5 Penggunaan Teknik Edukatif pada Strategi Komunikasi	65
4.3.1.6 Penggunaan Teknik Koersif pada Strategi Komunikasi	65
4.3.2 Strategi Pembuat Konten dalam Memproduksi Konten Kreatif pada Platform Media Sosial Likee	65
4.3.2.1 Pra-Produksi	66
4.3.2.2 Produksi.....	68

4.3.2.3	Pasca Produksi.....	69
4.4	Pembahasan	70
4.4.1	Strategi Komunikasi Pembuat Konten pada Platform Media Sosial Likee	70
4.4.1.1	Penggunaan Teknik Radunancy pada Strategi Komunikasi	70
4.4.1.2	Penggunaan Teknik Canalizing pada Strategi Komunikasi	70
4.4.1.3	Penggunaan Teknik Informatif pada Strategi Komunikasi	71
4.4.1.4	Penggunaan Teknik Persuasif pada Strategi Komunikasi	71
4.4.1.5	Penggunaan Teknik Edukatif pada Strategi Komunikasi	72
4.4.1.6	Penggunaan Teknik Koersif pada Strategi Komunikasi	73
4.4.2	Strategi Pembuat Konten dalam Memproduksi Konten Kreatif pada Platform Media Sosial Likee	73
4.4.2.1	Pra Produksi	73
4.4.2.2	Produksi.....	74
4.4.2.3	Pasca Produksi.....	74
BAB V	PENUTUP.....	76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	77
5.2.1	Saran Praktis.....	77
5.2.2	Saran Akademis.....	78
DAFTAR PUSTAKA		79