

## DAFTAR PUSTAKA

- Dennis, McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- David, W. 2001. *Pemasaran Strategis*, Jakarta. PT. Erlangga Jakarta
- Eribka Ruthellia David dkk, “Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi”, *Jurnal Risalah* Vol. VI, No. 1. (2017).
- Efendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Fandy, Tjiptono.2002. *Riset dan Perilaku Konsumen*, Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Flew, Terry. 2014. *New media*. Australia: Oxford University Press.
- Fadhila, Rahmawati Toisuta (2014) “Strategi Promosi Kedai Kopi Espresso Bar (Keiko) Melalui Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Kedai Kopi Espresso Bar (Keiko) Melalui Melalui Media Sosial). Thesis. Jawa Timur: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.
- Kincaid. D.Lawrence, dan Roger M. Everett. 1981 *Komunikasi Suatu Proses*. Yogyakarta. PT CIPTA API PUSTAKA.
- Kotler dan Lee. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta. PT.Damar Muka Pustaka.
- Lamb. Hair Mc. Danill. 2001. *Strategi Promos/ dan Loyalitas Pelanggan*, Jakarta. PT. Erlangga.

- Hamad, Ibnu. 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia Edisi Kelima*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Miles dan Huberman. 2015. *Penelitian Kualitatif, Dasar - Dasar Aplikasi*, Jakarta. PT. Press
- Moleong L, J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Novi Herlina, "*Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar\_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat*", Jurnal Risalah Vol. 4, NO. 2, (Oktober 2017), 9.
- Novi Kurnia, "*Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi*", Jurnal Risalah No. 56/DIKTI/Kep/2005, 292-294.
- Putri, Fanny Aulia "*Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial*", Jurnal Risalah, (2014), 3.
- Rawe, Andi, 2017, "*Analisis Strategi Promosi Indihome PT. Telkom indonesia (tbk) dalam Menghadapi Persaingan Produk Layanan di Kota Makassar*"-Tesis. Makassar: Program Pascasarjana FISIP-UNHAS.
- Rangkuti. 2001. *Strategi Promosi (Komunikasi Pemasaran)*, Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama
- Rogers, E. M. dan F. F Shoemaker. 1971. *Communication of Innovations*. New York. The Free Press.

Sahar, Arshano. 2014. *Fenomena New Media*. Jakarta: Universitas Indonesia.

**Siaran Pers,"Pemerintah Dorong Optimalisasi Pertumbuhan Industri Kreatif Indonesia"**, HM.4.6/17/SET.M.EKON.3/1/2022, Jakarta (14 Januari 2022)

<https://ekon.go.id/publikasi/detail/3593/pemerintah-dorong-optimalisasi-pertumbuhan-industri-kreatif-indonesia>.

Soekardi. Sigit. 2007. *Strategi promosi*, Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sukmadinata. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung. PT.Remaja Rosda Karya.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

**Rujukan internet :**

<https://apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/>

<https://blog.GoPlay.co.id/>

<https://blog.goplay.co.id/content-creator-bersiaplah-dapat-dukungan-bonus-bulanan-dari-goplay-di-goplay-creator-fund/>

<https://blog.goplay.co.id/jadi-content-creator-goplay-menangkan-instant-rewards-100ribu/>

<https://blog.GoPlay.co.id/jadwal-GoPlay-live-harhi-ini/>

<https://blog.GoPlay.co.id/sukses-aki-2022>

<https://creatorsplaydate.goplay.co.id/>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/video-online-konten-hiburan-paling-sering-dikunjungi-pengguna-internet-indonesia>

<https://goplay.co.id/e/program-goplay-creator-fund>

<https://GoPlay.co.id/terms-and-conditions>

<https://goplay.co.id/e/hidupkan-kembali-impianmu-ke-singapura-episode-4-promo-tiket-pesawat-ke-singapura>

<https://greatdayhr.com/id-id/blog/industri-kreatif>

<https://www.hitekno.com/internet/2022/03/02/165237>

<http://repository.stei.ac.id/2078/4/BAB%202.pdf>

[https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3225/8/10.%20UNIKOM\\_SYUKUR%20MANDALA%20PUTRA\\_BAB%20II.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3225/8/10.%20UNIKOM_SYUKUR%20MANDALA%20PUTRA_BAB%20II.pdf)

## LAMPIRAN

### Hasil Wawancara :

#### 1. *CEO of GoPlay* Edy Sulisty

- Siapa saja yang bisa melakukan *live streaming* di GoPlay ?
- ✓ *Live streaming* yang dilakukan di GoPlay terdiri dari berbagai kalangan dan tidak dibatasi dalam kalangan tertentu jadi siapapun bisa melakukan *live streaming* di GoPlay secara mandiri dengan mendaftarkan akun dan melakukan *live streaming* melalui GoPlay Studio disana GoPlay menyediakan berbagai fitur untuk konten kreator melakukan *live streaming* sesuai dengan kemampuan dan daya tarik yang dimiliki oleh konten kreator. GoPlay menyebut konten kreator bagi orang yang melakukan *live streaming* di GoPlay.
- Berapa banyak konten kreator di GoPlay hingga saat ini ?
- ✓ Konten kreator di GoPlay hingga saat ini sebanyak ribuan kreator yang sudah *live streaming*.
- Sampai kapan program *GoPlay Creator Fund* dilaksanakan ?
- ✓ Akan terus dilaksanakan selama ini bisa membantu konten kreator untuk sustainable dan membuat positive content sehingga mendapatkan viewer *true fans* dan juga pendapatan berkelanjutan melalui virtual gift.

- Adakah kategori yang menjadi faforit dalam *live streaming* di GoPlay ?
- ✓ Terdapat *four top category* di GoPlay, *Music, Games, Religi and Food* dalam *live streaming* dan lebih banyak dilihat viewer.
- Bagaimana GoPlay membangun “kompetisi” antar kreator untuk menyajikan konten yang positive sebagai bentuk dukungan berjalannya industri kreatif melalui *live streaming* di GoPlay ?
- ✓ Melalui *proper incentive system* yang dapat dilihat dari semakin positif konten diberikan oleh konten kreator akan semakin banyak viewer memberikan *Virtual Gift*. Iklim tersebut kemudian akan secara otomatis menjadi *behavior* yang akan terjadi dalam *live streaming*. Semakin baik dan bermanfaat konten yang disajikan akan membuat *viewer* memberikan dukungan lebih melalui *Virtual Gift*. *Viewer* yang berkali-kali masuk ke dalam *live streaming* konten kreator yang sama dalam waktu tertentu dan memberikan dukungan pada konten kreator akan disebut sebagai *True Fans*.
- Bagaimana hubungan dengan *CCU dan True Fans* ?
- ✓ *CCU* merupakan *Concontinue Users* yang berarti jumlah penonton dalam waktu yang bersamaan. Nilai *CCU* menunjukkan viewer yang menjadi *True Fans* salah satu konten kreator yang berarti semakin banyak *True Fans* menandakan kalau *viewer* benar-benar menyukai konten yang diberikan oleh konten kreator

sehingga membuat viewer kembali datang melihat live streaming dan kemudian juga menyebarkan live streaming tersebut.

## **2. Konten Kreator GoPlay : Franky Kuncoro**

- Sejak kapan Franky Kuncoro *Live streaming* di GoPlay ?
- ✓ Franky Kuncoro live streaming sejak 5 Juli 2021 dan masih *live streaming* saat wawancara ini dilaksanakan dengan nama live streaming “Waktu Indonesia Menyembah” (WIM).
- Bagaimana kehadiran GoPlay menurut Franky Kuncoro dalam industri kreatif ?
- ✓ Kehadiran GoPlay dalam industri kreatif di Indonesia menjadi salah satu hal yang bagus untuk konten kreator dan juga menyajikan konten yang bermanfaat dan positif. GoPlay tidak mengharuskan konten kreator untuk membuat konten yang sedang naik atau yang dianggap populer. Tapi GoPlay mendorong konten kreator untuk membuat konten sesuai dengan apa yang dimiliki misalnya yang bisa menyanyi dapat melakukan live streaming dengan live musik dan chat dengan viewer. Menyalurkan kreatifitas yang dimiliki oleh konten kreator dengan menarik menggunakan berbagai fitur yang telah disediakan oleh GoPlay dalam GoPlay Studio.



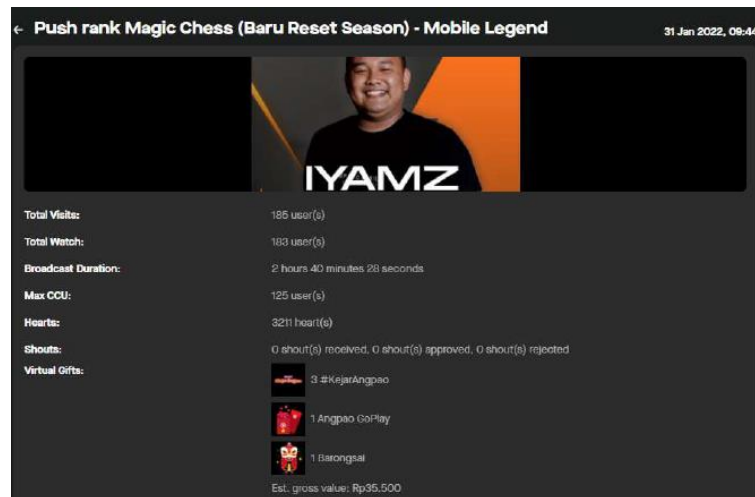
- Bagaimana Franky Kuncoro dalam mengelola konten yang disajikan sehingga dapat diterima dan membuat *viewer* kembali melihat *live streaming* ?
- ✓ Konsisten dalam melakukan *live streaming* selain itu juga membangun hubungan dengan *viewer* yang ditunjukkan melalui selalu menyapa *viewer* dan menyampaikan sesuatu yang mudah dimengerti. Hal lain yang dilakukan yaitu mengajak *viewer* untuk kembali melihat *live streaming* dan mengajak *viewer* agar dapat mengajak orang lain lagi melihat *live streaming*.
- Bagaimana Franky Kuncoro melakukan promosi tentang *live streaming*nya yang dilakukan di GoPlay ?
- ✓ Promosi yang dilakukan dengan membuat story di IG pribadi Franky Kuncoro saat akan mengadakan *live streaming* agar *viewer* tidak ketinggalan melihat *live*. Selain itu juga terdapat pengingat *live GoPlay* dalam group telegram Franky Kuncoro. Mendorong *viewer* bergabung dalam group telegram untuk mendapatkan berbagai update dan perkembangan tentang *live streaming*. Melalui group telegram Franky Kuncoro dapat berinteraksi dengan *viewer* dan membangun komunitas.

- Bagaimana Franky Kuncoro menyajikan konten dalam live streaming di GoPlay ?
- ✓ Menyajikan konten yang bermanfaat bagi viewer secara konsisten dan melibatkan viewer dalam live streaming. Sehingga viewer mendapatkan suatu kesan baru dalam live streaming secara interaktif dan real time. Hal tersebut membuat teriptanya interaksi antara viewer dapat saling menyapa dan juga terdapat komunikasi dengan konten kreator. Viewer yang mendapatkan pengalaman baru ini nantinya akan mengajak orang lain lagi untuk melihat live streaming karena mendapatkan hal yang positif. Kegiatan yang dilakukan viewer ini menjadi suatu promosi bagi live streaming konten kreator tanpa langsung dilakukan oleh konten kreator. Ini sangat penting dalam mendorong viewer terus meningkat dan viewer tetap di live streaming.
- Apa yang menjadikan Franky Kuncoro sehingga dapat memenangkan beberapa kategori yang dibuat oleh GoPlay dan mendapatkan apresiasi dengan menjadi Konten Kreator "*Monthly Top General CCU and Most True Fans*" dalam beberapa bulan secara berturut ?
- ✓ Hubungan yang telah dijalin antara konten kreator dalam hal ini Franky Kuncoro dengan viewer menjadikan terbangunnya suatu komunitas yang saling berinteraksi dan

saling membangun bahkan diluar aktivitas *live streaming*. Komunitas yang terbentuk menjadikan suatu kebiasaan baru yang baik. Seperti yang pernah dilakukan dalam rangka *First Anniversary Live streaming* Franky Kuncoro dengan nama acara WIM. Kegiatan yang dilakukan yaitu dengan kumpulnya viewer pada kota-kota tertentu seperti Jabodetabek Solo dan Makassar yang kemudian memberikan bantuan kepada orang-orang yang membutuhkan di jalan, berbagi kasih dalam berbagai bentuk memberikan dukungan moral pada orang yang mengalami suatu hal. Menggunakan instagram dan telegram sebagai media dan saluran komunikasi untuk dapat saling terhubung antara satu dengan yang lainnya.

## LAMPIRAN 2

Gambaran pendapatan Konten Kreator dari Virtual Gift



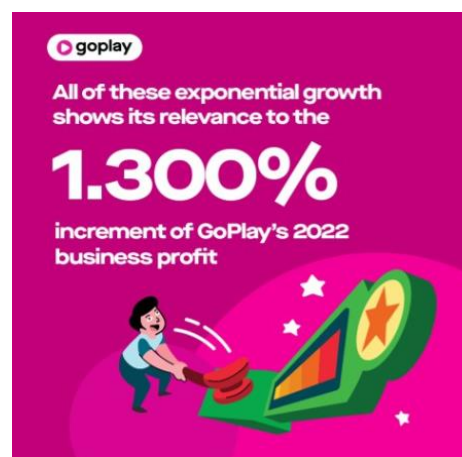
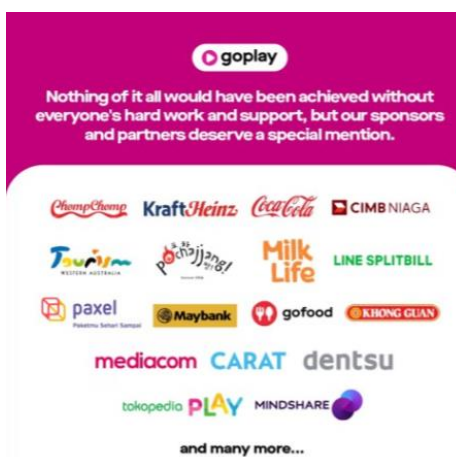
## Lampiran 3

Contoh True Fans Franky Kuncoro tahun 2022

date	Creator Name	R28 Core users	DCU	New User	Trues Fans	Retention Rate
Feb 9,	Franky Kuncoro	562	175	21	154	27%
Feb 8,	Franky Kuncoro	546	183	22	161	29.49%
Feb 7,	Franky Kuncoro	536	153	19	134	25%
Feb 4,	Franky Kuncoro	533	150	11	139	26.08%
Feb 3,	Franky Kuncoro	531	168	10	158	29/76%
Feb 2,	Franky Kuncoro	517	174	24	150	29.01%
Feb 1,	Franky Kuncoro	509	133	21	112	22%
Jan 31,	Franky Kuncoro	486	157	23	134	27.57%
Jan 28,	Franky Kuncoro	486	145	14	131	26.95%
Jan 27,	Franky Kuncoro	477	179	15	164	34.38%

## LAMPIRAN 4

Pencapaian yang dilakukan oleh GoPlay pada tahun 2022



## **LAMPIRAN 5**

### **Pedoman Wawancara :**

#### **1. CEO of GoPlay Edy Sulisty**

##### **Indikator :**

- a. Konten kreator yang ada di GoPlay**
- b. Major category live streaming GoPlay**
- c. Strategi komunikasi Goplay**
- d. Program yang dilaksanakan GoPlay**

#### **2. Konten Kreator Franky Kuncoro**

##### **Indikator :**

- a. Membuat an menyajikan konten di Goplay**
- b. Kehadiran GoPlay dalam Industri Kreatif**
- c. Promosi live streaming yang dilakukan konten kreator**
- d. Mempertahankan viewer dalam live streaming**

## RIWAYAT HIDUP PENULIS

**PRISKILA PRIMANINGRUM DEMMASAPO**, Lahir di kota Surakarta Jawa Tengah pada tanggal 20 Maret 1994.

Penulis berusia 29 tahun yang merupakan anak pertama dari Bapak drg. Haryanto, M.M dan Ibu dra. Kristina tri Adiati, M.M. Penulis menjalani pendidikan formal dari SD 001 Polewali, SMP Neg 1 Polewali, RSBI SMA 1 Polewali, menempuh perkuliahan Strata 1 di Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta pada bidang Manajemen Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Humas yang juga mempelajari tentang penyiaran, psikologi dan media selain itu penulis juga menempuh pendidikan di



Universitas Terbuka pada bidang Ilmu Komunikasi. Penulis sangat menyukai tentang teknologi live streaming, sinematografi, fotografi, musik dan menulis. Penulis juga mengikuti organisasi fotografi dalam tingkat kampus, ikut dalam kepanitiaan beberapa event nasional salah satunya ikut dalam terselenggaranya acara Festival Film Indonesia ketika Yogyakarta menjadi penyelenggara, dan juga tergabung dalam forum Fotografi Indonesia semasa kuliah di Yogyakarta. Penulis juga aktif menjadi pengelola dan admin/moderator dalam beberapa live streaming di beberapa aplikasi live streaming seperti GoPlay, Instagram, Facebook, Youtube, Nimo Tv, Streamcraft, Twitch dan lainnya. Penulis juga tergabung dalam komunitas di Gereja dan ikut dalam kepengurusan organisasi. Penulis mengambil pendidikan selanjutnya di Pascasarjana Universitas Hasanuddin dan pada akhirnya pada bulan Agustus 2023, penulis berhasil menyelesaikan Program Perkuliahan Magister bidang Ilmu Komunikasi.