

## DAFTAR ISI

|                                                       |      |
|-------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN .....                              | i    |
| SURAT PERNYATAAN .....                                | ii   |
| ABSTRAK .....                                         | iii  |
| ABSTRACT .....                                        | iv   |
| RINGKESAN .....                                       | v    |
| KATA PENGANTAR .....                                  | vi   |
| DAFTAR ISI.....                                       | ix   |
| DAFTAR TABEL.....                                     | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                   | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                  | xiii |
| BAB I .....                                           | 14   |
| PENDAHULUAN.....                                      | 14   |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian .....                  | 14   |
| 1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian ..... | 23   |
| 1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....             | 24   |
| 1.3.1. Tujuan Penelitian .....                        | 24   |
| 1.3.2. Kegunaan Penelitian .....                      | 24   |
| BAB II.....                                           | 26   |
| KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....         | 26   |
| 2.1. Kajian Literatur .....                           | 26   |
| 2.1.1. Review Penelitian Sejenis.....                 | 26   |
| 2.2 Kerangka Konseptual.....                          | 30   |
| 2.2.1. Komunikasi .....                               | 30   |
| 2.2.2. Komunikasi Persuasif .....                     | 34   |
| 2.2.3. Live Commerce .....                            | 45   |
| 2.2.3.1. Pengertian Live Commerce.....                | 45   |
| 2.2.4. TikTok .....                                   | 46   |
| 2.2.5. Host live .....                                | 48   |
| 2.3. Kerangka Teoritis.....                           | 50   |

|                                                                                                                          |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.4. Kerangka Pemikiran .....                                                                                            | 53         |
| <b>BAB III .....</b>                                                                                                     | <b>55</b>  |
| <b>SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                                                                    | <b>55</b>  |
| 3.1. Subjek dan Objek Penelitian.....                                                                                    | 55         |
| 3.1.1. Subjek Penelitian.....                                                                                            | 55         |
| 3.1.2. Objek Penelitian .....                                                                                            | 58         |
| 3.2 Metodologi Penelitian .....                                                                                          | 59         |
| 3.2.1 Desain/Paradigma Penelitian.....                                                                                   | 60         |
| 3.4.1 Lokasi Penelitian .....                                                                                            | 71         |
| 3.4.2 Jadwal Penelitian .....                                                                                            | 71         |
| <b>BAB IV.....</b>                                                                                                       | <b>72</b>  |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                                             | <b>72</b>  |
| 4.1. Hasil Penelitian .....                                                                                              | 72         |
| 4.1.1. Analisis Penelitian .....                                                                                         | 72         |
| 4.2. Pembahasan Penelitian.....                                                                                          | 103        |
| 4.2.1. Strategi Psikodinamik Pemanfaatan Trend Live Commerce Oleh Brodo Melalui Pendekatan Komunikasi Persuasif.....     | 103        |
| 4.2.2. Strategi Sosiokultural Pemanfaatan Tren Live Commerce oleh Brodo Melalui Pendekatan Komunikasi Persuasif.....     | 106        |
| 4.2.3. Strategi Konstruksi Makna Pemanfaatan Tren Live Commerce oleh Brodo Melalui Pendekatan Komunikasi Persuasif ..... | 109        |
| <b>BAB V .....</b>                                                                                                       | <b>112</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                                                                        | <b>112</b> |
| 5.1. KESIMPULAN.....                                                                                                     | 112        |
| 5.2. Saran .....                                                                                                         | 113        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                              | <b>115</b> |

## **DAFTAR TABEL**

|                                                                                                                                     |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Tabel 2. 1.Review Penelitian Sejenis.....</b>                                                                                    | <b>29</b> |
| <b>Tabel 2. 2.Tabel Bagan Kerangka Pemikiran.....</b>                                                                               | <b>54</b> |
| <b>Tabel 3. 1.Jadwal Penelitian .....</b>                                                                                           | <b>71</b> |
| <b>Tabel 4. 1.Strategi Psikodinamik Pemanfaatan Trend Live Commerce Oleh Brodo Melalui Pendekatan Komunikasi Persuasif.....</b>     | <b>76</b> |
| <b>Tabel 4. 2.Strategi Sosiokultural Pemanfaatan Trend Live Commerce Oleh Brodo Melalui Pendekatan Komunikasi Persuasif.....</b>    | <b>86</b> |
| <b>Tabel 4. 3.Strategi Konstruksi Makna Pemanfaatan Trend Live Commerce Oleh Brodo Melalui Pendekatan Komunikasi Persuasif.....</b> | <b>96</b> |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                                                                                                   |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Gambar 1. 1.Penonton Live Shopping RI Berdasarkan Usia .....</b>                                               | <b>20</b>  |
| <b>Gambar 3. 1.Metode Analisis Data dan Humberman .....</b>                                                       | <b>65</b>  |
| <b>Gambar 4. 1.Tangkapan Layar Interaksi Host Brodo Dengan Strategi Psikodinamik</b>                              | <b>104</b> |
| <b>Gambar 4. 2.Tangkapan Layar Penggunaan Bahasa Kasual dan Fitur Interaktif pada<br/>Live TikTok Brodo .....</b> | <b>107</b> |
| <b>Gambar 4. 3.Tangkapan Layar Demonstrasi Visual Produk Untuk Konstruksi Makna<br/>.....</b>                     | <b>109</b> |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                           |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1Daftar Riwayat Hidup.....                                                       | 118 |
| Lampiran 2Pedoman Wawancara Informan Ahli ( <i>Host Live 1</i> ) .....                    | 119 |
| Lampiran 3 Pedoman Wawancara Informan Ahli ( <i>Host Live 2</i> ) .....                   | 121 |
| Lampiran 4 Pedoman Wawancara Informan Ahli ( <i>Host Live 3</i> ) .....                   | 123 |
| Lampiran 5 Pedoman Wawancara Informan Inti (Supervisor Online Live Sales) .....           | 125 |
| Lampiran 6 Pedoman Wawancara Informan Pendukung (Viewers / Penonton Live<br>Brodo 1 ..... | 127 |
| Lampiran 7 Pedoman Wawancara Informan Pendukung (Viewers / Penonton Live<br>Brodo 2 ..... | 129 |
| Lampiran 8 Pedoman Wawancara Informan Pendukung (Viewers / Penonton Live<br>Brodo 3 ..... | 131 |
| Lampiran 9 Pedoman Wawancara Informan Pendukung (Viewers / Penonton Live<br>Brodo 4 ..... | 133 |
| Lampiran 10 Hasil Dokumentasi.....                                                        | 135 |