

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS TESIS	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR BAGAN	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kebaruan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Manajemen Media di Era Digital	10
B. Aktivasi <i>Co-Creation</i> Melalui Budaya Partisipatif	13
C. Produksi Konten Media	16
D. Kerangka Konsep.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
A. Paradigma dan Pendekatan Penelitian	22

B. Metode Penelitian	22
C. Objek Penelitian.....	23
D. Teknik Pengumpulan Data	24
F. Teknik Analisis Data.....	25
E. Subjek Penelitian	26
F. Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
H. Limitasi Penelitian.....	27
I. Pengakuan Penelitian.....	28
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Tantangan Fungsi Manajemen Media Dalam <i>Co-Creation</i> @narasi.ecosystem Dengan Kolaborator	29
1. Fungsi <i>organizing</i> pada level manajerial, unit, kolaborator, dan proyek ilustrasi.....	30
2. Fungsi <i>motivating</i> dalam <i>co-creation</i> dengan kolaborator	43
3. Fungsi <i>communicating</i> dalam <i>co-creation</i> dengan kolaborator.....	45
B. Kerangka <i>Co-Creation</i> Antara Manajemen Media Dengan Kolaborator....	50
1. Objektif	50
2. Arena.....	52
3. Kolaborator	54
4. Peralatan.....	56
5. Kontrak	57
C. Produksi Bersama Konten Ilustrasi dengan Kolaborator.....	65
1. Pengembangan Layanan, Inovasi, dan Ide (<i>Development</i>).....	66
2. Proses Produksi Bersama Konten Ilustrasi (<i>Production</i>)	69
3. Pemasaran Konten Ilustrasi (<i>Marketing</i>)	74



BAB V PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	88