

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL (BAHASA INDONESIA)</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL (BAHASA INGGRIS)</b> .....	ii
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>INTISARI</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Masalah Penelitian</b> .....	11
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> .....	13
<b>1.3.1 Tujuan Penelitian</b> .....	13
<b>1.3.2 Manfaat Penelitian</b> .....	14
<b>1.4 Tinjauan Pustaka</b> .....	14
<b>1.5 Landasan Teori</b> .....	25
<b>1.5.1 Ekonomi Politik</b> .....	25
<b>1.5.2 Ekonomi Politik Vincent Mosco</b> .....	31
<b>1.5.3 Struktur Naratif Tzvetan Todorov</b> .....	49
<b>1.6 Metode Penelitian</b> .....	50

1.6.1	Jenis Penelitian .....	50
1.6.2	Objek Material dan Objek Formal.....	51
1.6.3	Sumber Data .....	51
1.6.4	Teknik Pengumpulan Data.....	52
1.6.5	Teknik Analisis Data.....	54
1.7	Organisasi Penyajian .....	56
<b>BAB II KOMODIFIKASI KONTEN CERITA HANTU, AUDIENS, DAN</b>		
<b>TENAGA KERJA KREATIF (PENGARANG) .....</b>		
2.1	Komodifikasi Konten Cerita Hantu dalam Novel Horor Populer Indonesia	58
2.1.1	Cerita Hantu dengan Latar Perkotaan .....	59
2.1.2	Cerita Hantu Lokal Pedesaan .....	79
2.2	Komodifikasi Audiens.....	100
2.2.1	Personalisasi dan Segmentasi Audiens .....	102
2.2.2	Pemanfaatan Momentum Viral .....	104
2.2.3	<i>Storytelling</i> : Strategi Membangun Koneksi Emosional Antara Karya dan Audiens.....	107
2.2.4	Optimalisasi Media Sosial: Meningkatkan Visibilitas dan Penggunaan Konten Interaktif untuk Membangun Keterlibatan Audiens.....	109
2.2.5	Kolaborasi Penerbit, Pengarang, <i>Influencer</i> , dan Komunitas Literasi Horor .....	113
2.2.6	Pengembangan Branding Pengarang Lokal dan Cerita Asli dengan Klaim “Kisah Nyata”.....	116
2.3	Komodifikasi Tenaga Kerja Kreatif (Pengarang) .....	118

<b>2.3.1 Latar Belakang dan Proses Kreatif Pengarang.....</b>	<b>119</b>
<b>2.3.2 Pengarang Sebagai Produsen dalam Industri Sastra: Ketimpangan Hak Pengarang .....</b>	<b>126</b>
<b>2.3.3 Personalisasi sebagai Komoditas .....</b>	<b>130</b>
<b>2.3.4 Keterlibatan Pengarang pada Logika Produksi Kapitalis .....</b>	<b>132</b>
<b>2.3.5 Keterlibatan Pengarang dalam Ekosistem Industri Kreatif .....</b>	<b>135</b>
<b>BAB III IMPLIKASI PROSES KOMODIFIKASI KONTEN, AUDIENS, DAN TENAGA KERJA KREATIF (PENGARANG) .....</b>	<b>138</b>
<b>3.1 Penguatan dan Normalisasi Cerita Hantu Sebagai Komoditas Populer ....</b>	<b>138</b>
<b>3.2 Simplifikasi Cerita dan Sensasionalisme .....</b>	<b>140</b>
<b>3.3 Reduksi Nilai Budaya dan Dekontekstualisasi Cerita Rakyat.....</b>	<b>146</b>
<b>3.4 Terbuka Peluang bagi Pengarang Baru dan Literasi Horor .....</b>	<b>150</b>
<b>3.5 Transformasi Audiens Menjadi Komunitas Konsumen.....</b>	<b>152</b>
<b>3.6 Ambivalensi Identitas Pengarang.....</b>	<b>155</b>
<b>3.7 Eksploitasi Diri sebagai Narasi.....</b>	<b>157</b>
<b>BAB IV SPASIALISASI: PEMASARAN NOVEL HOROR DENGAN CERITA HANTU .....</b>	<b>161</b>
<b>4.1 Inovasi Penerbitan Buku Multiformat dan Kolaborasi dengan Industri Film 161</b>	
<b>4.2 Optimalisasi Media Sosial .....</b>	<b>164</b>
<b>4.3 Optimalisasi <i>Website</i> Gagas Media dan Bukune.....</b>	<b>166</b>
<b>4.4 <i>Marketplace</i> .....</b>	<b>168</b>
<b>4.5 Jaringan Toko Buku <i>Offline</i> dan Acara Buku .....</b>	<b>171</b>
<b>4.6 Pembentukan Strukturasi dalam Industri Penerbitan.....</b>	<b>173</b>



<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>176</b>
<b>5.1 Simpulan .....</b>	<b>176</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>179</b>
<b>DAFTAR RUJUKAN .....</b>	<b>180</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA TULIS .....</b>	<b>186</b>