Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

NOMOR SKRIPSI
6169/KOM-D/SD-S1/2023

PENGARUH STRATEGI INOVATIF *CREATOR GAMING* TERHADAP KUALITAS KONTEN VIDEO DI *FACEBOOK*

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

DICKY DAMARIZAL
NIM. 11740314270

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PENGARUH STRATEGI INOVATIF *CREATOR GAMING* TERHADAP KUALITAS KONTEN VIDEO DI *FACEBOOK*

Disusun Oleh:

Nama : Dicky Damarizal
Nim : 11740314270

Telah di setujui oleh pembimbing pada tanggal 5 September 2023

Pembimbing

Dr. Toni Hartono, M.Si
NIP. 19780605 200701 1 024

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP.19810313 201101 1 004

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

UIN SUSKA RIAU
© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Dicky Damarizal
NIM : 11740314270
Judul : Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video Di *Facebook*

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 4 Oktober 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 4 Oktober 2023

Dekan,

Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A., Ph.D
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Musfialdy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003

Sekretaris/ Penguji II,

Yantos, S.IP, M.Si
NIP. 19710122 200701 1 016

Penguji III,

Rafdeadi, S.Sos.I, MA
NIP.19821225201101 1 011

Penguji IV,

Yudhi Martha Nugraha, S.Sn, M.Ds
NIP. 19790326 200912 1 002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

UIN SUSKA RIAU
© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama	:	Dicky Damarizal
NIM	:	11740314270
Judul	:	Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video Di *Facebook*

Telah Diseminarkan Pada:

Hari	:	Selasa
Tanggal	:	6 April 2021

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 30 Juni 2021

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,	Penguji II,
Dr. Toni Hartono, M.Si	**Tika Mutia, M.I.Kom**
NIP. 197806052007011024	**NIP. 198610062019032010**

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

UIN SUSKA RIAU
© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	:	Dicky Damarizal
NIM	:	11740314270
Tempat/Tanggal Lahir	:	Pekanbaru, 9 April 1999
Jurusan	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video Di *Facebook*

Menyatakan dengan sebenarnya bahhwa penelitian skripsi ini berdasarkan hasil penelitan, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum bagian dari skripsi ini, jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila ditemukan penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang telah disesuaikan dengan peraturan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim serta UUD yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 8 September 2023

Yang membuat pernyataan

DICKY DAMARIZAL
NIM. 11740314270

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 5 September 2023

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Dicky Damarizal
NIM : 11740314270
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video Di *Facebook*

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Dr. Toni Hartono, M.Si
NIP. 19780605 200701 1 024

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Nama : Dicky Damarizal
Jurusan : Ilmu Komunikasi (Broadcasting)
Judul : Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video di *Facebook*

Era revolusi industri 4.0 menjadi penanda arus globalisasi yang tidak terbendung dan disertai perkembangan serta kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi yang cukup variatif dan inovatif. Kecanggihan teknologi ini pun melahirkan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *Twitter* dan media lainnya yang menyajikan beragam layanan informasi. Penelitian ini membahas tentang pengaruh strategi inovatif *creator gaming* terhadap kualitas konten video di *Facebook*. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh strategi inovatif *creator gaming* terhadap kualitas konten video di *Facebook*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif dan asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan Total *Sampling*. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah 32 keanggotaan dari *Facebook Gaming Chapter* Riau yang tergabung dalam sebuah komunitas *gaming* Pekanbaru. Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif yaitu statistik inferensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovatif *creator gaming* berpengaruh terhadap kualitas konten, bahwa dari hasil nilai t hitung untuk variabel strategi inovatif (X) adalah 13,58 lebih besar dari t tabel sebesar 2,03. Dengan kata lain H_0 ditolak H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif antara Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video Di *Facebook*.

Kata Kunci : Strategi Inovatif, *Creator Gaming*, Kualitas Konten, *Facebook*

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRACT

Name : Dicky Damarizal
Department : *Communication (Broadcasting)*
Title : *The Impact of Creator Gaming Innovative Strategies on the Quality of Video Content on Facebook*

The era of industrial revolution 4.0 is a sign of the unstoppable flow of globalization and is accompanied by the development and sophistication of information and communication technology which is quite varied and innovative. This technological sophistication has also given birth to social media such as Facebook, Instagram, YouTube, Twitter and other media which provide various information services. This research discusses the influence of gaming creators' innovative strategies on the quality of video content on Facebook. The aim of this research is to determine the influence of gaming creators' innovative strategies on the quality of video content on Facebook. The method used in this research is descriptive and associative with a quantitative approach. Determination of the sample using Total Sampling. The sample in this research was 32 members from the Riau Facebook Gaming Chapter who are members of the Pekanbaru gaming community. The data analysis technique through percentages is analysis using tables which are then explained in the form of sentences. The data analysis technique uses quantitative analysis, namely inferential statistics. The results of the research show that the innovative strategy of gaming creators influences the quality of content, that from the results of the calculated t value for the innovative strategy variable (X) is 13,58 greater than t table is 2,03. In other words, H_0 is rejected, H_a is accepted, meaning that there is a positive influence between the Innovative Creator Gaming Strategy on the Quality of Video Content on Facebook.

Keywords : Innovative Strategy, Creator Gaming, Content Quality, Facebook

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahi Rabbil Alamin, puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunianya serta hidayahnya baik itu dalam bentuk kesehatan dan kesempurnaan jiwa raga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi guna sebagai melengkapi tugas akhir untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1). Shalawat beserta salam kita sampaikan buat junjungan alam yakni Nabi Besar kita Muhammad Saw yang telah menyampaikan wahyu kepada umatnya hingga akhir zaman.

Alhamdulillah, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video Di *Facebook*". Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan dan pengalaman yang penulis punya. Namun penulis juga banyak mendapatkan berbagai bimbingan, bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, yaitu **Ayahanda Erizal dan Ibunda Eli Candra** yang selalu mencurahkan kasih sayang, do'a, dukungan dan motivasi. Terimakasih atas segala pemberian ayahanda dan ibunda yang tidak bisa dilupakan dan tidak akan mungkin bisa terbalaskan oleh penulis. Serta ucapan terimakasih kepada saudara saya yaitu **Wawan Safendi** yang senantiasa tempat menyampaikan keluh kesah, doa dan menyemangati penulis dalam proses pembuatan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi hingga akhirnya bisa diselesaikan.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan adanya keterbatasan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ide, pengalaman dan pengetahuan untuk melengkapi skripsi ini. Namun penulis benar-benar merasakan bantuan dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu, perkenankanlah penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Arwan., M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri S.Pd., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si., selaku Penasehat Akademik (PA) yang selalu memberikan nasehat dan arahan kepada penulis serta dorongan dari awal perkuliahan sampai selesai.
7. Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan ilmu serta waktu yang sudah diluangkan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan mendapatkan pahala atas amal jariyah yang sudah diberikan berupa bimbingan selama penulisan skripsi kepada penulis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

8. Untuk para Dosen serta pegawai Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Kepada seluruh anggota *Facebook Gaming Chapter* Riau yang telah membantu dan bersedia menerima peneliti untuk melakukan penelitian serta memberikan data yang peneliti butuhkan.
10. Kepada diri sendiri yang sudah mau berjuang sekuat ini.
11. Kepada sahabat seperjuangan yang sangat luar biasa selalu ada dalam keadaan apapun, yaitu Muhammad Gandhi, Ashabal Khairi, Milva Musfira dan Agra Setiawan yang selalu setia mendengarkan keluh kesah saya dan membantu serta menyemangati penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada teman-teman rekan kerja yang selalu menyemangati dan memotivasi, yaitu Daniel Kurnia, Adrian Eko, Helfindra Calvin, Eben Andriyanda, Muhammad Fauzan Adhitama dan Mursalinsyah.
13. Terimakasih kasih kepada teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 khususnya kelas kebanggaan *Broadcasting* D yang telah berjuang bersama-sama penulis.
14. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Ucapkan terimakasih penulis kepada semua pihak yang sudah membantu selama menjalani proses perkuliahan di Uin Suska Riau Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Broadcasting*. Penulis juga meminta maaf sebesar-besarnya atas segala kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat selama perkuliahan berlangsung, baik yang disengaja maupun tidak sengaja.

Demikian skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang

membangun untuk menjadi perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Pekanbaru, 9 September 2023

Penulis

DICKY DAMARIZAL

NIM. 11740314270

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **x**

DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Penegasan Istilah 4

1.2.1 Pengertian Strategi Inovatif (Aspek Komunikasi) 4

1.2.2 Kreator *Gaming* 5

1.2.3 Konten Video 5

1.2.4 Media Sosial (*Facebook*) 5

1.3 Permasalahan 6

1.3.1 Identifikasi Masalah 6

1.3.2 Batasan Masalah 6

1.3.3 Rumusan Masalah 6

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 6

1.4.1 Tujuan Penelitian 6

1.5 Kegunaan Penelitian 6

1.6 Sistematika Penulisan 7

BAB II KAJIAN TEORI DAN KONSEP OPERASIONAL **8**

2.1 Kajian Terdahulu 8

2.2 Landasan Teori 13

2.2.1 Strategi 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2.2.2 Inovasi 14
2.2.3 Strategi Inovasi 14
2.2.4 Kualitas 15
2.2.5 Konten 16
2.2.6 Kualitas Konten 17
2.2.7 Media Sosial 21
2.2.8 Teori New Media 22
2.3 Konsep Operasional 27
2.4 Hipotesis 30
BAB III METODE PENELITIAN 31
3.1 Desain Penelitian 31
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 31
3.3 Populasi dan Sampel 31
3.4 Teknik Pengumpulan Data 33
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Data 34
3.6 Teknik Analisis Data 35
BAB IV GAMBARAN UMUM 36
4.1 Sejarah Facebook Gaming Streamer Indonesia 36
4.2 Visi Misi *Facebook Gaming Streamer* Indonesia 37
4.3 Tujuan *Facebook Gaming Streamer* Indonesia 37
4.4 Logo *Facebook Gaming Streamer* Indonesia 37
4.5 Sasaran Konten *Facebook Gaming Streamer* Indonesia 38
4.6 Sampel Konten Kreator *Facebook Gaming Streamer* Indonesia 38
4.7 Struktur Pengurus dalam Organisasi IESPA (*Indonesian Esport Association*) 39
4.8 Deskripsi Facebook Gaming Streamer 42
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN 43

5.1 Hasil Penelitian.....43
5.1.1 Identitas Responden 43
5.1.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur 43
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....44
5.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 44
5.1.5 Deskripsi Hasil Riset.....49
5.1.6 Analisis Deskriptif Variabel Strategi Inovatif.....49
5.1.7 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Konten.....51
5.2 Hasil Analisis Pengaruh Strategi Inovatif *Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video Di *Facebook*.....55
5.2.1 Uji Hipotesis 55
5.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....58
BAB VI PENUTUP 60
6.1 Kesimpulan.....60
6.2 Saran 60
DAFTAR PUSTAKA.....61

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Sampel Penelitian 32
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 43
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 44
Tabel 5.3 Uji Validitas Variabel X (Strategi Inovatif) 44
Tabel 5.4 Uji validitas variabel Y (kualitas konten) 46
Tabel 5.5 Nilai reabilitas variabel X (Strategi Inovatif) 48
Tabel 5.6 Nilai reabilitas variabel Y (Kualitas Konten) 48
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Sumber Inovasi 49
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Inovasi Konten 50
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Inovasi Proses 50
Tabel 5.10 Tanggapan Responden Terhadap *Intrinstic* 51
Tabel 5.11 Tanggapan Responden Terhadap Indikator *Constextual* 52
Tabel 5.12 Tanggapan Responden Terhadap Indikator *Accessibility* 52
Tabel 5.13 Tanggapan Responden Terhadap *Representation* 53
Tabel 5.14 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Strategi Inovatif (X) di *Facebook Gaming Streamer* Indonesia 54
Tabel 5.15 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Konten (Y) di *Facebook Gaming Streamer* Indonesia 54
Tabel 5.16 Analisis Regresi Linier Sederhana 55
Tabel 5.17 Koefisien Determinasi 56
Tabel 5.18 Interpretasi Koefisien Korelasi 57
Tabel 5.19 Hasil Uji T 57

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 27
Gambar 4.1 Logo *Facebook Gaming Streamer* Indonesia 37
Gambar 4.2 Profil *Facebook* Timor Dalimunthe 38
Gambar 4.3 Postingan Konten *Gaming* Timor Dalimunthe 39

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi 65
Lampiran 2 Kuesioner 66
Lampiran 3 Output Spss 71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era revolusi industri 4.0 menjadi penanda arus globalisasi yang tidak terbendung dan disertai perkembangan serta kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi yang cukup variatif dan inovatif. Kecanggihan teknologi ini pun melahirkan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *Twitter* dan media lainnya yang menyajikan beragam layanan informasi. Manusia menggunakan teknologi dan dikelilingi oleh teknologi hampir dalam setiap gerak kehidupan manusia baik itu di bidang ekonomi, sosial, politik, dan teknologi informatika.

Manusia menggunakan teknologi ketika bekerja, sepanjang hari bahkan menjelang tidur disadari ataupun tidak disadari melakukan aktivitas media sosial. Manusia menjadi ketergantungan terhadap teknologi, karena mudahnya proses pengiriman atau pertukaran informasi dalam aktivitas bermedia sosial membuat banyak orang sering menggunakannya.

Dengan semakin meningkatnya masyarakat dalam menggunakan media sosial dalam setiap lingkup kehidupan, banyak masyarakat menggunakan media sosial untuk mendapatkan keuntungan salah satunya menjadi konten *creator game* di media sosial di *facebook*. Media sosial *facebook* adalah salah satu media sosial yang penggunanya paling banyak di seluruh dunia, maka dengan itu menjadi konten *creator game* yang di upload di media sosial akan mendapatkan keuntungan bagi konten kreator tersebut karena seluruh masyarakat menyaksikannya untuk sebagai hiburan maupun informasi.

Konten kreator adalah sebuah profesi membuat atau menciptakan sebuah konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara, animasi, dan lain sebagainya terlebih dahulu sudah di konsep dengan tujuan tertentu baik untuk hiburan, informasi ataupun edukasi. *Content creator* biasanya berisi video yang dikhususkan untuk menarik perhatian penonton. Konten kreator di tuntut untuk kreatif, tidak masalah untuk meniru karya seseorang. "Meniru" dalam konteks ini adalah meniru dan memodifikasi bukan di tiru dengan cara menjiplak mentah-mentah karya orang lain. Menurut Dionni Ditya Perdana Media massa saat ini bukan diperuntungkan untuk publik tetapi untuk industri hiburan dan industri kreatif.[1]

[1] Elsa Maghfira Paramesti, Syifa Syarifah Alamiyah, Fitrania Yunsafa Cahyani. *"Trend* Peralihan Artis Televisi Menjadi *Youtube Content Cretor"*. Jurnal Ilmu Komunikasi 11. No. 2. 2021. hlm 143.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Facebook merupakan salah satu media sosial yang paling populer dan paling banyak di gunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Dikarenakan media sosial *facebook* mempunyai banyak fitur yang lengkap berupa video, foto, *live streaming* yang dapat di gunakan oleh penggunanya.

Facebook masih menempati posisi puncak media sosial terpopuler di dunia dengan 2,95 miliar pengguna aktif hingga awal 2023. Temuan yang diambil dari *We Are Social* dan *Hootsuite* itu sekaligus menunjukkan bahwa pengguna *platform* tersebut jadi yang terbanyak di antara media sosial lainnya. Banyak konten *creator gaming* yang meng-*upload* konten *game* untuk mendapatkan *viewer* atau penonton yang banyak. Dengan banyaknya *viewer* tersebut maka konten *creator* akan mendapat kan penghasilan dari *facebook*.[2]

Game bukanlah fenomena baru lagi sebagai alat hiburan, bahkan saat ini masyarakat dapat dengan mudah untuk mendapatkan dan mengakses beragam permainan karena banyak *game* yang sudah terintegrasi secara sistem dengan beragam *gadget* atau telepon pintar (*smartphone*). Akibat integrasi yang dilakukan saat ini bermain *game* telah menjadi kebiasaan dan kebutuhan sebagian masyarakat untuk melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari sebagai salah satu media hiburan, bahkan lebih jauh lagi sebagai media untuk dapat berinteraksi, berkomunikasi dan berekspresi.

Dalam menunjukkan strategi inovatif, kualitas konten video pada *creator gaming* semestinya menjadi tolak ukur yang utama pada media. Konten media menjadi pusat segala kebutuhan di dalam segi kehidupan dan dalam dunia teknologi, informasi dan komunikasi termasuk dalam sebuah artikel *Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0*, menyatakan *co-creation* menjadi konsep penting dalam membangun industri konten digital yang berkelanjutan karena mampu memunculkan *sharing knowledge* dari berbagai pihak serta mempercepat inovasi. Peran manusia tidak dapat digantikan semata-mata oleh teknologi karena industri kreatif dibangun atas seni dan rasa.[3] Disini menjadi pusat dalam pengembangan harus berdasarkan konten isi dari sebuah media tersebut.

Pengembangan *game online* saat ini tentu saja didukung oleh pengembangan media di era digital, terutama dengan *social media*. *Social media* merupakan sebuah alat komunikasi dimana setiap pengguna dapat berbagi informasi, pengetahuan dan saling terhubung. Dari semua jenis *social media* yang ada, *creator gaming* lebih cenderung menggunakan media sosial *Facebook*. Hal

[2] Tino Sulistianto, Rahmawati, Kartika. *"*Strategi Peningkatan Profitabilitas Profesi *Content Creator* sebagai Alternatif Pilihan Karier Era 4.0". 2022.
[3] Shiddiq Sugiono.*"*Industri Konten Digital dalam Perspektif *Society* 5.0". 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini dikarenakan berdasarkan data *social media advertising audience* per januari 2019 bahwa *facebook* memiliki tingkat *user* atau pengguna tertinggi di Indonesia yaitu 130 *million* dibandingkan *instagram*, *twitter* dan media sosial lainnya.[4]

Begitu juga dikutip pada sebuah jurnal menyatakan bahwa media sosial *facebook* menjadi pilihan utama dalam inovasi *creator gaming* dalam meningkatkan kualitas kontennya yaitu mengikuti permainan atau *join game* yang direkomendasikan, menambahkan teman atau jaringan kita berdasarkan organisasi sekolah, daerah domisili kita, dan bisa dibilang fasilitas untuk berteman serta membina kehidupan sosial. *Facebook* lah yang memiliki fitur dan konten yang sangat variatif dan inovatif (termasuk fitur *games*, *survey*, aplikasi, dan lainnya). Hal ini pula yang menjadikan *facebook* banyak diminati orang.[5]

Dengan pengembangan era digital saat ini, *platform social media facebook* menjadi salah satu *social media* yang menarik pengguna untuk melihat dan menjelajah serta bermain didalam *platform* ini. Konten media menjadi salat satu kebutuhan yang ingin dilihat, digunakan oleh pengguna *facebook*. Namun, selain bermanfaat, ada hal lain yang dapat menjadi pertimbangan sebuah konten dapat dikatakan berkualitas.

Pertama, konten yang panjang dan banyak isinya belum tentu berkualitas. Indikator berkualitas dan tidaknya sebuah konten tidak dapat diukur dari banyaknya konten yang dibuat. Tidak masalah jika ingin membuat konten yang singkat, karena orang-orang cenderung tidak suka membaca terlalu banyak tulisan. Namun perlu diingat, konten yang dibuat singkat juga harus memiliki isi yang jelas agar pembaca atau penonton dapat dengan mudah memahaminya.

Kedua, fokus pada isi konten. Ini yang perlu diperhatikan. Kebanyakan para pembuat konten hanya berfokus pada bagaimana kontennya dapat dibaca atau ditonton dan menarik perhatian banyak orang. Sebetulnya, yang terpenting dan perlu menjadi fokus adalah isi konten itu sendiri. Dengan berfokus pada isi konten, maka konten akan berkualitas. Dengan membuat konten yang berkualitas, pembaca atau penonton akan datang dengan sendirinya.

[4] Wahyunanda Kusuma Pertiwi, "Facebook Jadi Medsos Paling Digemari di Indonesia", Kompas.com, 5 Februari 2019, https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia.

[5] Iwan Kosasih. Peran Media Sosial *Facebook* dan *Twitter* Dalam Membangun Komunikasi (Persepsi dan Motivasi Masyarakat jejaring Sosial Dalam Pergaulan). Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam. 2016.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketiga, buat konten yang unik dan menarik. Kebanyakan konten yang tersedia di segala jenis media cenderung seragam. Sulit untuk ditemukan keunikan atau pun sisi menariknya karena semua konten jadi terlihat sama. Di sinilah, konten yang unik akan memiliki nilai lebih di mata pembacanya atau penontonnya. Konten yang unik bisa menghasilkan *insight* baru bagi para pembacanya atau penontonnya. Hal ini tentu akan menjadi nilai tambah di mata pembaca atau penonton.

Penggunaan media sosial masa kini sangat mempengaruhi peran *content creator* di industri kreatif. *Content creator* menggunakan media sosial sebagai wadah untuk berkarya dan juga promosi (*endorse*).[6] Seperti halnya perkumpulan komunitas *gaming* Pekanbaru yang menggunakan media sosial *facebook* dalam *game online* dengan nama *Gaming Chapter* Riau. Pada komunitas ini terdiri dari 32 partisipan didalamnya, *creator gaming* ataupun *user* dengan menggunakan *live streaming facebook* masing-masing partisipan. Komunitas *gaming* ini sendiri telah berdiri sejak tahun 2019.

Kita ketahui bahwa sebuah konten yang memiliki daya tarik tersendiri dan memiliki isi dalam membuat konten tersebut dibutuhkan sebuah strategi matang dalam pembuatan hingga penayangan konten tersebut. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dalam kurun waktu. Untuk menghasilkan konten yang berkualitas, tentunya selaku konten kreator harus memiliki strategi yang bagus agar dapat menghasilkan konten yang berkualitas serta memberikan manfaat kepada penonton atau penikmatnya.

Dari membuat konten, seorang konten kreator juga mandapatkan *feedback* terhadap dirinya sendiri seperti popularitas, penghasilan (uang), relasi dan lain-lain. Apalagi dengan menjadi *creator gaming*, dimana mengemas sebuah *game* dalam bentuk konten yang menarik dan kualitas video yang bagus. Maka dari itu penulis ingin mengetahui "Bagaimana Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video di *Facebook*".

1.2 Penegasan Istilah

Adapun yang menjadi penegasan istilah di penelitian ini adalah :

1.2.1 Pengertian Strategi Inovatif (Aspek Komunikasi)

[6] Daniel Hermawan. "*Content Creator* dalam Kacamata Industri Kreatif : Peran Personal *Branding* dalam Media Sosial". 2018. Bandung.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi adalah perencanaan, untuk membahas perencanaan komunikasi atau strategi komunikasi maka didapat dua konsep utamanya yaitu strategi dan komunikasi. Perencanaan atau strategi lebih banyak didekati oleh konsep manajemen. Strategi atau perencanaan pada hakikatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus-menerus serta dikelola untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada untuk mencapai tujuan tertentu.[7]

1.2.2 Kreator *Gaming*

Kreator *gaming* adalah seorang pembuat konten dengan jumlah pengikut yang banyak di media sosialnya. Mereka membangun *engagement* atau ikatan dengan pengikutnya dengan cara membagikan konten-konten yang menginspirasi, menghibur, ataupun memberikan informasi yang dapat menyatukan mereka dengan pengikutnya.[8]

Seorang *content creator* juga biasanya menetapkan *trend* di antara *audiens* mereka sehingga banyak *brand* yang melirik mereka untuk bekerja sama untuk memfokuskan pada *game online* pada kualitas video di *facebook*.

1.2.3 Konten Video

Konten video adalah sebuah profesi membuat atau menciptakan sebuah konten baik berupa tulisan, gambar, video suara, animasi, dan lain sebagainya terlebih dahulu sudah di konsep dengan tujuan tertentu, baik untuk hiburan, informasi ataupun edukasi.[9]

1.2.4 Media Sosial (*Facebook*)

Facebook merupakan jejaring sosial atau sosial media yang memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi. Penggunanya dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Fitur yang ditawarkan *facebook* sebagai situs jejaring sosial atau media sosial membuat banyak orang menggunakannya.[10]

---

[7] Hafied Cangara. "Perencanaan dan Strategi Komunikasi". Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2013. hlm 22.

[8] Putu Karin Pradnya Laras Ati. *"Effectiveness of Content Creators in Promotion Strategies in this Digital Age"* . Jurnal SANDI. 2021.

[9] Irvan Fahmi. "Analisis Semiotika *Youtube Rewind* Bandung 2018 Karya komunitas Youtube Kreator". 2019.

[10] Ulfah Nur Aini Ningrum. "Pengaruh Tautan Berita Pada *Facebook* Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)". Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. 2017. hlm 3.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3 Permasalahan

1.3.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang dapat di identifikasikan bahwa adanya beberapa dampak dari strategi inovatif *creator gaming* dalam kualitas seperti memberikan pengaruh positif dan negatif terhadap kualitas konten video di *facebook*. Oleh karena itu, penelitian ini fokus dalam mempelajari sejauh mana pengaruh strategi inovatif *creator gaming* terhadap kualitas konten video di *facebook.*

1.3.2 Batasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup yang luas, maka penulis membatasi masalah yang diteliti. Penelitian ini hanya sebatas pada Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video di *Facebook*. Pengaruh disini yang dimaksud adalah ada atau tidaknya kualitas konten video di *facebook* setelah strategi inovatif *creator gaming.*

1.3.3 Rumusan Masalah

Melihat fenomena bermain *game* menjadi *trend* dikalangan anak-anak hingga dewasa, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : "Bagaimana pengaruh strategi inovatif *creator gaming* terhadap kualitas konten video di *facebook*?"

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video di *Facebook*.

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Penelitian ini dibuat sebagai referensi bagi para peneliti lain mengenai pengaruh strategi inovatif *creator gaming* terhadap kualitas konten video di *facebook.*
b. Penelitian ini dibuat agar bisa menjadi pengetahuan bagi para pembaca dan penulis mengenai pengaruh strategi inovatif *creator gaming* terhadap kualitas konten video di *facebook*.
c. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk *creator gaming* dalam pengembangan game ataupun konten *game*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

yang lebih baik. Serta salah satu upaya penulis untuk memperoleh gelar sarjana strata satu pada fakultas dakwah dan ilmu komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah terarah, penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan masing-masing bab. Untuk pengajuan proposal penulis membagi menjadi tiga bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-bab yang merupakan penjelasan dari bab tersebut. Dan untuk penulisan skripsi terdapat enam bab. Adapun susunan sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KONSEP OPERASIONAL

Pada bab ini akan diuraikan tentang kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan sejarah dan perkembangan *content creator gaming* dan *facebook gaming*.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penyajian hasil penelitian dan pembahasan Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video di *Facebook.*

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB II
KAJIAN TEORI DAN KONSEP OPERASIONAL

2.1 Kajian Terdahulu

Berdasarkan bahan pertimbangan dalam penelitian dan untuk menghindari duplikasi pada desain dan temuan penelitian ini maka dicantumkan beberapa penelitian terdahulu. Selain itu dengan mengenal peneliti terdahulu maka sangat membantu peneliti dalam memilih dan mendapatkan desain penelitian yang sesuai karena peneliti memperoleh gambaran dan perbandingan dari desain-desain yang telah dilaksanakan. Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian penulisan sebagai berikut :

1. Jurnal atas nama Wisnu Martha Adiputra dengan judul "*Jurnalisme Game Dan Membaurnya Karakter Konten Media Studi Kasus the Lazy Monday, Gamebrott dan Playverse"*. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa Jurnalisme *game* berkembang seiring berkembangnya industri *game*, teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih, serta institusionalisasi media baru yang semakin konvergen. Membaurnya karakter konten insitusi media berita *game* antara lain diteroka melalui kelembagaan media, praktik media, yaitu perencanaan, pengelolaan, produksi, dan distribusi, serta melalui dimensi dalam jurnalisme. Adapun tujuan riset ini adalah memahami jurnalisme spesialis *game* dan membaurnya produksi konten dengan metode studi kasus perspektif konstruksionis.[11] Adapun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penelitian penulis lebih menggunakan metode kuantitatif dengan objek kajian penulis lebih mengarahkan kepada pengaruh strategi inovatif *creator gaming* terhadap kualitas konten video dengan menggunakan media sosial *facebook*.

2. Jurnal atas nama Kurniawan Teguh Martono dengan judul "*Pengembangan Game Dengan Menggunakan Game Engine Game Maker"*. Hasil penelitiannya menjelaskan tentang metode pengembangan multimedia merupakan salah satu metode yang dapat digunakan dalam pengembangan sebuah *game*. *Game maker* merupakan salah satu *tool* pengembangan *game* dengan antarmuka yang mudah dipelajari bagi pengembang *game level* pemula.[12] *Game maker language* merupakan

[11] Wisnu Martha Adiputra. "Jurnalisme *Game* dan Membaurnya Karakter Konten Media Studi Kasus *the Lazy Monday, Gamebrott dan Playverse*". *Journal Communication Spectrum* 8. No. 2. 2018.

[12] Kurniawan Teguh Martono. "Pengembangan *Game* Dengan Menggunakan *Game Engine Game Maker".* Jurnal Sistem Komputer 5. No 1. 2015.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

bahasa khusus yang dikembangan pada *tool game maker*. Penggunaannya adalah dengan menggunakan blok-blok *icon* yang operasikan dengan cara *drag and drop*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengembangan *game* dengan menggunakan *game engine game maker*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengembagan multimedia, metode pengembangan *iterative*, sedangkan metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif pada sub kajian komunikasi.

3. Jurnal atas nama Muhammad Erfan tahun 2020 dengan judul *"Pengembangan Game Edukasi "Kata Fisika" Berbasis Android untuk Anak Sekolah Dasar pada Materi Konsep Gaya"*. Hasil pada penelitian ini menjelaskan tentang tertariknya anak-anak kepada *smartphone* dari pada materi belajar yang dijelaskan oleh pendidik tentunya menuntut para pendidik untuk mencari cara lain dalam menarik minat peserta didik untuk belajar. Salah satu upaya yang dapat dilakukan pendidik dalam mengatasi masalah ini adalah mengembangkan media pembelajaran berbasis *game*. Tujuan dari penelitian ini mengembangkan *game* edukasi "Kata Fisika" berbasis *Android* sebagai media pembelajaran anak sekolah dasar pada konsep gaya. Mengetahui penilaian kelayakan oleh ahli media dan ahli materi terhadap *game* edukasi "Kata Fisika" berbasis *Android* yang dikembangkan untuk anak sekolah dasar, dan mengetahui penilaian dan respon peserta didik terhadap *game* edukasi. Dapat disimpulkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif sedangkan penelitian penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dan asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi dan objek penelitian ini berbeda dengan penelitian penulis.[13]

4. Jurnal atas nama Rofaida, R., Suryana, Asti Nur Aryanti, dan Yoga Perdana tahun 2019 dengan judul *"Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0"*. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi inovasi sebagai upaya meningkatkan kinerja bisnis dan keunggulan bersaing industri kreatif digital di era revolusi industri 4.0. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik penarikan sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Ukuran sampel yang digunakan adalah 50 pelaku usaha industri kreatif digital di Provinsi Jawa Barat yang mengetahui dengan jelas proses inovasi pada industri kreatif digital. Data

[13] Muhammad Erfan. "Pengembangan *Game* Edukasi "Kata Fisika" Berbasis Android untuk Anak Sekolah Dasar pada Materi Konsep Gaya". 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dikumpulkan melalui metode observasi, penyebaran kuesioner, *in depth interview dan focus group discussion* (FGD) dengan pelaku industri kreatif digital, tim peneliti, komunitas industri kreatif digital, dan *expert* di bidang industri kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kreatif digital di Jawa Barat memiliki permasalahan dalam menetapkan strategi inovasi yang tepat. Rekomendasi yang diberikan adalah penetapan strategi inovasi pada tiga aspek yaitu inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran. Hasil penelitian dapat memberikan implikasi bagi perusahaan dalam bentuk strategi inovasi yang tepat dan membantu pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang tepat bagi tumbuh dan berkembangnya industri kreatif digital di Jawa Barat. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi sebagai *non participants* dan dokumentasi. Lokasi dan objek penelitian ini berbeda dengan penilitian penulis.[14]

5. Jurnal atas nama Wiwin Octavia Isroissholikhah dengan judul "*Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi di Era Digital"*. Hasil penelitiannya menjelaskan penggunaan media sosial di masa sekarang sangat mempengaruhi peran *content creator* di industri kreatif. *Content creator* menggunakan media sosial sebagai wadah untuk berkarya dan juga promosi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif. Penulis menggunakan teknik survei dan kajian pustaka dalam pengumpulan data, yaitu menyebarkan kuesioner melalui *google form* dan dibagikan pada media sosial penulis. Penulis mencoba meneliti dengan teknik *snowballing*, teknik *snowballing* dipergunakan untuk mendapatkan jawaban yang dihasilkan dari diskusi secara bertingkat. Dimulai dari kelompok kecil kemudian dilanjutkan ke kelompok besar yang akhirnya akan memunculkan dua atau tiga jawaban yang telah disepakati secara berkelompok. Dapat disimpulkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu untuk menentukan sampel penelitian penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. Objek kajian penulis lebih mengarahkan kepada pengaruh strategi inovatif *creator gaming* terhadap kualitas konten video dengan menggunakan media sosial *facebook*.[15]

---

[14] Rofi Rofaida, Suryana, Asti Nur Aryanti, & Yoga Perdana. "Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0". Jurnal Manajemen dan Keuangan 8. No.3. 2019. hlm 402-414.

[15] Wiwin Octavia Isroissholikhah. "Efektivitas *Content Creator* Dalam Strategi Promosi di Era Digital". Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi dan Pendidikan 2. No. 1. 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6. Jurnal atas nama Mochammad Iqbal Maulana dan Fatihatul Lailiyah, Mochammad Ichdah dengan judul "*Pengaruh Komunikasi Persuasif Kreator Gaming Steven Age Tentang Item Karakter AOV Terhadap Komunitas Arena of Valor Regional Mojokerto"*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi persuasif Steven Age mengenai penggunaan item karakter terhadap Komunitas Arena of Valor Regional Mojokerto. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan penyebaran kuisioner dan teknik analisis data menggunakan Spss25. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah komunikasi persuasif Steven Age tentang item karakter berpengaruh terhadap anggota komunitas Arena of Valor Regional Mojokerto, hal tersebut dikarenakan adanya sifat kognitif saat Steven memperkenalkan item, afektif saat Steven menawarkan item yang digunakan dan afektif saat Steven memulai gameplay bermain AOV. Hal tersebut didukung dari persepsi interpersonal anggota komunitas AOV Mojokerto melalui motivasi, pengalaman, dan kepribadian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada populasi dan sampel, lokasi dan objek penelitian.[16]

7. Skripsi tentang "*Pengaruh Authenticity, Brand Fit, Community dan Content dalam Mukbang Influencer di Youtube Terhadap Keputusan Pembeli*". Penelitian ini dilakukan oleh Brigitta Rose. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari mukbang influencer Tanboykun terhadap keputusan pembelian produk di restoran magal. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek dan objek penelitian.[17]

8. Jurnal atas nama Ade Ayu Oktaviani, Siti Komsiah, dan Syaifuddin dengan judul *"Uses and Gratification: Uji Pengaruh Konten dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja"*. Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara survei menyebarkan kuesioner kepada responden. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh konten memiliki korelasi yang cukup berarti terhadap perilaku konsumtif dan berpengaruh sebesar 24,4%

[16] Mochammad Iqbal, Fatihatul, Mochammad Ichdah. *"*Pengaruh Komunikasi Persuasif Kreator *Gaming* Steven Age Tentang Item Karakter AOV Terhadap Komunitas *Arena of Valor* Regional Mojokerto". Jurnal Komunikasi dan Sosial Humaniora 3. No. 1. 2022.

[17] Brigitta Rose. "Pengaruh *Authenticity, Brand Fit, Community dan Content* dalam Mukbang *Influencer* di *Youtube* Terhadap Keputusan Pembeli". 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan penelitian dengan penelitian penulis yaitu terletak pada objek penelitian, lokasi penelitian dan teori yang digunakan, karena dalam penelitian penulis menggunakan teori ekologi media.[18]

9. Jurnal atas nama Azhaari Fairuz Wikatri dan Amin Shabana dengan judul *"Pengaruh Clickbait Podcast Deddy Corbuzier Terhadap Minat Menonton"*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *clickbait* dengan delapan elemen antara lain *yaitu exaggeration, inflammatory*, *formatting*, *teasing*, *graphic*, *bait-and-switch*, *ambiguous*,*wrong* serta tiga elemen dalam minat menonton yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan cara *simple random sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *clickbait podcast* Deddy Corbuzier, secara keseluruhan responden merespon baik (setuju), dan pengaruh *clickbait* terhadap minat menonton secara keseluruhan responden merespon 78,4% baik (setuju) dari semua pernyataan variabel (Y) dalam seluruh kuisioner penelitian. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa besarnya pengaruh *clickbait podcast* Deddy Corbuzier memiliki hubungan positif dan kuat sebesar 0,784 terhadap minat menonton mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2017, dengan persentase *clickbait* memiliki pengaruh terhadap minat menonton sebesar 61,4% sementara sisanya 38,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Perbedaan penelitian dengan penelitian penulis yaitu objek penelitian, teori yang digunakan, teknik pengambilan sampel dan lokasi penelitian.[19]

10. Jurnal atas nama Kurnia Hayuning Budhi dan Aprilianti Pratiwi dengan judul *"Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @rintiksedu Terhadap Minat Mendengarkan Podcast Rintik Sedu"*. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel penelitian yaitu quota sampling. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan adanya hubungan antara terpaan konten akun Instagram @rintiksedu terhadap minat mendengarkan podcast Rintik Sedu. Dengan pengaruh yang dihasilkan sebesar 46% dari terpaan konten Instagram terhadap minat mendengar. Perbedaan penelitian dengan penelitian penulis

[18] Ade Ayu Oktaviani, Siti Komsiah, dan Syaifuddin. "*Uses and Gratification*: Uji Pengaruh Konten dalam Fitur Tiktok *Shop* Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja". Jurnal IKRAITH-HUMANIORA 6. No. 1. 2022.

[19] Azhaari Fairuz, Amin Shabana. "Pengaruh *Clickbait Podcast* Deddy Corbuzier Terhadap Minat Menonton". Jurnal Bincang Komunikasi 1. No. 1. 2023.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terletak pada objek penelitian, teknik pengambilan sampel dan lokasi penelitian penulis berada di Pekanbaru.[20]

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Strategi

Asal kata "strategi" yaitu dari bahasa Yunani "*strategos*" yang artinya sesuatu yang dilakukan oleh para jendral perang dalam membuat suatu rencana agar menang dalam peperangan. Strategi pada dasarnya merupakan perencanaan (*planning)* dan manajemen (*management)* untuk mencapai tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, fungsi strategi bukan hanya sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja akan tetapi harus mampu memperlihatkan bagaimana taktik kerjanya.[21]

Anwar Arifin berpendapat bahwa strategi sebagai keseluruhan keputusan kondisional mengenai tindakan yang dilakukan agar mencapai suatu tujuan.[22] Beberapa definisi strategi menurut para ahli:[23]

1) Manurut Supriyono mengatakan bahwa strategi adalah satu kesatuan rencana dari suatu lembaga instansi atau organisasi yang komprehensif dan terpadu yang diperlukan.
2) Menurut Pearce dan Robinson mengatakan bahwa strategi adalah rencana manajer yang berskala besar dan berorientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan guna mencapai sasaran yang dituju.
3) Jonson dan Scholes menyatakan bahwa *"strategy is the direction and scope of an organization over the long term, ideally which matches its resources to its changing environment, and it particular its market, customer or clent so as to meet stakeholders expectations".*

Berdasarkan dari beberapa definisi yang dikemukakan diatas maka secara umum, strategi adalah upaya untuk mencapai keberhasilan atau mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Dan pada dasarnya strategi merupakan seni dan ilmu yang

[20] Kurnia Hayuning Budhi, Aprilianti Pratiwi. "Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @Rintiksedu Terhadap Minat Mendengarkan *Podcast* Rintik Sedu". Jurnal Ilmu Komunikasi 3. No. 1. 2021.

[21] Onong Uchjana Efendy, *Op. cit.* hlm 32.

[22] Anwar Arifin. "Strategi Komunikasi". Bandung : Armico. 1984. hlm 55.

[23] Amirullah, S.E., M.M. "Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja". Jakarta : Mitra Wacana Media. 2015. hlm 175.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan ideologi, politik, ekonomi, sosial-budaya dan hankam untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.[24]

2.2.2 Inovasi

Inti dari sebuah kegiatan inovasi adalah bagaimana melakukan sebuah kegiatan yang bisa meningkatkan nilai (*added value*) dan keunggulan dari kondisi saat ini. Cara-cara yang bisa dilakukan antara lain dengan cara menciptakan pengembangan yang berbeda dari produk atau jasa yang sudah ada di pasar saat ini, atau menciptakan produk atau jasa yang sekiranya dapat menciptakan potensi pasar yang baru, inovasi sebagai suatu proses penciptaan gagasan, pengembangan dari suatu keterbaruan, dan pengenalan suatu produk baru, proses atau pelayanan kepada masyarakat.

Selain itu, Pearce et al. (2013) juga berpendapat inovasi merupakan komersialisasi awal penemuan dengan menghasilkan dan menjual suatu produk, jasa, atau proses baru. Menurut Sukmadi (2016), inovasi berarti suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, dan praktik-praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima, dan digunakan atau diterapkan oleh sebagian besar warga masyarakat dalam suatu lokalitas tertentu, yang dapat digunakan atau mendorong terjadinya perubahan-perubahan di segala aspek kehidupan masyarakat.[25]

2.2.3 Strategi Inovasi

Strategi inovasi sebagai suatu alat dasar yang menentukan arah inovasi bisnis berdasarkan strategi bisnis dan tujuan strategis.[26] Inovasi strategis adalah ciptaan dari strategi pertumbuhan, teknologi baru, pelayanan baru, cara baru dalam melakukan sesuatu atau suatu bisnis model yang merubah permainan dan menghasilkan nilai baru yang signifikan untuk konsumen, dan pelanggan. Baik konsumen maupun industri telah mengalami perubahan dan perbaikan berkala terhadap produk yang ditawarkan. Akibatnya, beberapa perusahaan merasa beruntung bisa melakukan inovasi strategi.[27]

---

[24] Putri Umilasari. Skripsi ”Strategi Komunikasi Virtual Akun Twitter @K_Dramaindo Dalam Menyebarkan Budaya Pop Korea Di Indonesia”. Pekanbaru : Uin Suska. 2020. hlm 13.

[25] Tintin Suheani. “Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung)”. Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi 4. No.1. 2018.

[26] Štefan Hittmár, Michal Varmus, Viliam Lendel. *”Proposal of model foreffective implementation of innovation strategy to business”. Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2014. hlm 109.

[27] T.D. Kuczmarski. *“What is innovation? And why aren’t companies doing more of it?”. Journal of Consumer Marketing* 20. 2003. 536- 541.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi inovasi juga membantu bisnis menemukan tantangan baru bagi perkembangan dan pertumbuhan mereka. Strategi inovasi merupakan sebagai suatu kegiatan perencanaan yang disusun secara komprensif dengan cara menentukan petunjuk dan pengarahan yang kritis terhadap pengalokasian sumber daya yang ada. atau konsep manajemen, terdiri dari banyak kegiatan internal dan eksternal yang meningkatkan potensi inovasi bisnis.

Hal ini diperlukan untuk menekankan pentingnya dan peranan yang mempengaruhi pembentukan strategi inovasi. Peranan tersebut berasal dari karyawan bisnis, manajer, dan juga pelanggan. Agar mencapai tujuan ada beberapa tahapan, yaitu:

1. **Sumber Inovasi**
   Hardvard's Theodere Levitt dalam Suryana (2022: 14) mengemukakan Sumber Inovasi merupakan kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih memakmurkan kehidupan masyarakat.

2. **Inovasi konten**
   Inovasi konten adalah inovasi konten dilakukan dengan cara melakukan pengembangan baik dari bentuk terdahulu atau teknologi terdahulu kearah yang lebih baik. (Contoh: Proses membuatan konten dari yang dimainkan individu sampai dimainkan berkelompok dan Prosesor komputer, dimulai dari pentium I sampai Core).

3. **Inovasi Proses**
   Dalam melakukan sebuah inovasi proses ada beberapa tahapan yang perlu dilakukan. Menurut Luecke (2003) ada lima proses inovasi, yaitu *Ideas Generation, Opportunity Recognition, Development Commercialization dan Ideas Evaluation*. Tahapan ini merupakan tahap awal didalam proses inovasi, yaitu terciptanya ide-ide yang baru.

2.2.4 Kualitas

Sampai saat ini belum terdapat definisi kata kualitas yang diterima secara umum dan menyeluruh. Pengertian kualitas dapat pula dibedakan menurut pandangan produsen dan konsumen. Definisi kualitas menurut produsen adalah kesesuaian terhadap spesifikasi, dimana produsen memberikan toleransi tertentu yang dispesifikasikan untuk dimensi-dimensi kritis dan tiap bagian yang dihasilkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada bidang jasa, kualitas dipertahankan dengan memenuhi standar pelayanan. Dari sudut pandang konsumen, kualitas berarti nilai yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa menyajikan tujuan yang dimaksudkan dengan tingkat harga yang bersedia dibayar oleh konsumen. Kualitas adalah kesesuaian terhadap persyaratan. Sementara Kualitas menurut *International Standardization Organization* (ISO) didefinisikan sebagai derajat atau tingkat karakteristik yang melekat pada produk atau jasa yang mencukupi persyaratan atau keinginan.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Deming dalam Tjiptono (1997:7) mendefinisikan kualitas menurut konteks, persepsi *customer* dan kebutuhan serta kemauan *customer*, yaitu:

a. Kualitas bergantung pada apa yang dikehendaki dan dibutuhkan oleh *customer*.
b. Kualitas adalah penilaian subjektif *customer*. Penilaian ini ditentukan oleh persepsi *customer* dalam melihat seta merasakan apa yang sudah didapat terhadap produk atau jasa. Jadi yang penting adalah bagaimana produk atau jasa dipersepsikan oleh *customer* dan kapan persepsi *customer* berubah.
c. Kualitas tidak dapat didefinisikan apabila tidak dikaitkan dengan suatu konteks tertentu. Kualitas adalah suatu karakteristik atau atribut daripada sesuatu. Jadi untuk mendefinisikan kualitas terlebih dahulu harus menentukan ssesuatu.

Kualitas, dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan, karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen. Secara umum dikatakan bahwa kualitas adalah karakteristik produk atau jasa, yang ditentukan oleh pemakai dan diperoleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan.

2.2.5 Konten

Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik (Simarmata, 2011). Menurut Cambridge Dictionary, salah satu pengertian konten adalah "artikel atau bagian yang terdapat dalam majalah atau buku*" (the articles or parts contained in a magazine or book).* Dalam Business Dictionary, konten memiliki arti:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Teks dari dokumen atau publikasi dalam bentuk apa pun. Konten adalah informasi dan komunikasi: jumlah total dari kesegaran, keterbacaan, relevansi, dan kegunaan informasi yang disajikan, dan cara penyajiannya.
2. Esensi dari pesan atau wacana yang dikomunikasikan, sebagaimana dipahami atau diterima oleh audiens yang dituju.
3. Lem 'yang membuat situs web' lengket 'membuat pengunjung kembali, dan membuat mereka tidak pergi.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan, konten adalah berbagai macam format dan informasi yang tersaji melalui media, khususnya media baru, berupa tulisan, gambar, suara (audio), atau video.[28]

2.2.6 Kualitas Konten

Kualitas Konten merupakan persepsi konsumen tentang keakuratan, kelengkapan, relevansi, dan ketepatan waktu informasi terkait merek di halaman media sosial mereka. Ada beberapa yang mempengaruhi kualitas konten:

1. Intrinstic

Wellek dan Warren (Nurgiyantoro,2008) juga berpendapat bahwa unsur intrinsik merupakan unsur pembentuk karya sastra yang berasal dari karya itu sendiri.dalam novel unsur intrinsiknya adalah tema, alur, penokohan, latar, sudut pandang, gaya bahasa dan pesan moral.

Intrinstic pada Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video di *Facebook* sejauh mana *creator gaming* membuat konten yang original yang merupakan karya sendiri bukan karya orang lain yang di *copypaste*, seorang konten *creator* harus memperhatikan tema,latar dan sudut pandang bagi penoton agar konten *gaming* tersebut dapat dinikmati oleh masyarakt luas, seorang konten *creator gaming* harus melakukan riset bagaimana konten tersebut dapat dinikmati oleh masyarakat.

2. Contextual

Contextual memiliki arti berhubungan dengan konteks atau dalam konteks. Konteks membawa maksud keadaan, situasi dan kejadian. Secara umum, kontekstual memiliki arti: Berkenaan dengan, releven, ada hubungan atau kaitan langsung, mengikut konteks; dan membawa maksud, makna dan kepentingan *(meaningful).*

[28] Siti Muslichatul Mahmudah, Mutia Rahayu. "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada *Instagram* Sebuah Pusat Perbelanjaan". Jurnal Komunikasi Nusantara 2. No. 1. 2020. hlm 4.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Hosnan (2016: 267), "kata *contextual* berasal dari kata *contex*, yang berarti hubungan, konteks, suasana atau keadaan. Dengan demikian, *contextual* diartikan yang berhubungan dengan suasana (konteks)".

Contextual pada Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video di *Facebook*, seorang *creator gaming* harus memperhatikan konten yang akan di buat apakah sudah sesuai dengan kaidah yang berlaku apa tidak, konten gaming yang di buat haruslah konten *gaming* yang mendidik bagi para penontonnya dikarenakan *game* sudah menjadi permainan yang di mainkan oleh anak-anak sampai orang dewasa.

3. Accessibility

Accessibility merupakan ukuran kemudahaan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainnya melalui sistem transportasi. Ukuran keterjangkauan atau aksesibilitas meliputi kemudahaan waktu, biaya dan usahadalam melakukan perpindahaan antar tempat-tempat atau kawasan.

Menurut Prajalani (2017) aksesibilitas memiliki definisi yaitu memfasilitasi kemudahaan yang pengadaannya ditujukan bagi penyandang cacat dengan penerapannya secara optimal agar tercapai kesamaan dan kesempatan dalam mengakses berbagai kegiatan sehingga terujud pemerataan pelayanan dalam aspek kehidupan mengikuti pelayanan fasilitas dan aksesibilitas bagi difabel.

Aksesibilitas menurut Sheth dan Sisodia (2012:15) adalah sejauh mana pelanggan dapat dengan mudah memperoleh dan menggunakan produk. Aksesibilitas memiliki dua dimensi, yaitu:

1. Ketersedian : ditunjuk oleh faktor-faktor seperti pasokan relatif terhadap permintaan,sejauh mana produk disimpan di penyimpanan, terkait produk dan layanan.
2. Kenyamanan : ditunjukan oleh faktor-faktor seperti waktu dan upaya yang dilakukan untuk memperoleh produk,kemudahaan produk yang dapat ditemukan di dalam dan di berbagai lokasi,kemasan dalam ukuran nyaman.

Menurut kamus bahasa inggris dikatakan bahwa *accessibility* adalah hal yang mudah dicapai.Artinya aksesibilitas tidak hanyak sekedar kesedian segala sesuatu,namun kesediaan yang mudah dicapai.

Eko Sujatmiko aksesibilitas adalah tingkat keterjangakaun.Aspek aksesibilitas tidak terlalu berkaiatan dengan faktor jarak,tetapi lebih berkaitan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan kemudahan untuk menjangkau suatu lokasi. ”Kamus IPS, Surakarta : Aksara Sinergi Media Cetakan I, 2014 halaman 8”.

Menurut *Wikipedia* Aksesibilitas (atau keteraksesan, ketercapaian) adalah derajat kemudahan dicapai oleh orang terhadap suatu objek, pelayanan ataupun lingkungan.

Menurut Carr Aksesibilitas termasuk dalam hak seseorang dalam ruang publik, akses adalah kemudahan untuk memasuki suatu ruang tergantung pada fungsi ruang tersebut. Terdapat tiga konsep utama dalam menentukan akses, antara lain: aksesibilitas fisik,aksesibilitas visual dan aksesibilitas simbolik.

Menurut Sumaatmaja Aksesibilitas mengandung pengertian terjadinya kesamaan kesempatan bagi semua kelompok sasaran, apapun karakteristik individu maupun kelompok yang melekat pada dirinya, seperti: gender, etnis, dan agama.

Menurut Miro, Aksesibilitas merupakan suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mencapai suatu tempat berinteraksi satu sama lain , mudah atau tidaknya suatu lokasi tersebut dicapai dengan suatu alat.

Aksesibilitas pada Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video di *Facebook* sejauh mana *creator gaming* membuat konten di *facebook* yang dapat dinikmati dengan mudah oleh semua kalangan masyarakat di seluruh indonesia bahkan di dunia, baik itu secara gambar, video maupun visual, kualitas konten *gaming* di *facebook* merupakan salah satu aksesibilitas bahwa konten *gaming* tersebut banyak di tonton oleh masyarakat luas dan disukai oleh berbgai kalangan pecinta *game*.

4. Representation

Representation adalah Suatu wujud kata, gambar,sekuen,cerita dan sebagainya yang mewakili ide, emosi, fakta, dan sebagainya. Representation tersebut memiliki ketergantungan pada tanda dan juga citra yang ada dan dipahami secara kultur.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), representasi dapat diartikan sebagai perbuatan yang mewakili,ataupun kedaan yang bersifat mewakili disebut representasi. Representasi juga dapat diartikan sebagai suatu proses yang melibatkan suatu kaedaan yang dapat mewakili simbol, gambar, dan semua hal yang berkaitan dengan memiliki makna. Penggambaran yang di maksud dalam proses ini dapat berupa deskripsi dari adanya perlawanan yang berusaha dijabarkan melalui penelitian dan analisis semiotika.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Representasi adalah suatu yang merujuk pada proses yang dengannya realitas disampaikan dalam komunikasi, via kata – kata bunyi, citra, atau kombinasinya. Secara ringkas representasi adalah produksi makna – makna melalui Bahasa lewat Bahasa (simbol – simbol dan tanda tertulis, lisan, atau gambar) tersebut itulah seseorang yang dapat mengungkapkan pikiran, konsep, 9 dan ide – ide tentang sesuatu Juliastuti, (2000:6). Representasi juga dapat berarti sebagai suatu tindakan yang menghadirkan atau merepresentasikan sesuatu lewat yang diluar dirinya biasanya berupa tanda atau simbol (pilang, 2003).

Representasi menurut Stuart Hall yakni suatu proses di mana sebuah arti *(meaning)* yang diproduksi dengan menggunakan bahasa *(language)* serta dipertukarkan oleh antar anggota kelompok dalam sebuah kebudayaan *(culture)*. Representasi merupakan sebuah penggabungan antara konsep (*concept*) dalam benak kita dengan menggunakan bahasa. Bahasa tersebut yang memungkinkan kita untuk mengartikan suatu baik berupa sebuah benda, orang, kejadian yang nyata *(real)*, dan dunia imajinasi dari objek, orang, benda, dan kejadian yang tidak nyata *(fictional)*.

Representasi menurut Stuart Hall mengandung dua pengertian yaitu: Pertama, representasi mental adalah konsep tentang sesuatu yang ada di kepala kita atau disebut juga sebagai peta konseptual. Representasi mental ini membentuk sesuatu yang abstrak.

Kedua, representasi bahasa, representasi bahasa berperan penting dalam konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam bahasa yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep-konsep dan ide-ide kita tentang suatu tanda dan simbol-simbol tertentu agar mudah dipahami.

Sementara menurut Sri Wahyuningsih representasi merujuk pada bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan, atau pendapat tertentu ditampilkan dalam suatu pesan media, baik dalam bentuk pemberitaan maupun wacana media lainnya. Representasi penting untuk memahami dua hal, yaitu: (1) apakah seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya atau dimarjinalkan lewat penggambaran yang sebaliknya, dan (2) bagaimana representasi tersebut ditampilkan.

Representasi dapat diartikan sebagai sebuah bentuk pemikiran atau gagasan yang diwakili dari proses sosial atau realita yang ditampilkan berupa kata, teks, gambar, ataupun gambar begerak seperti film ataupun dokumenter. Adapun representasi dalam *creator gaming* dikemas dengan mempertimbangkan segala aspek realitas yang ada seperti masyarakat, peristiwa, objek hingga indentitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

budaya, yang mana dalam proses pemberitaan tersebut melibatkan bagaimana media menyajikannya sebuah teks atau gambar. Serta proses produksi dalam mengarahkan persepsi khalayak dengan mempertimbangakan segala aspek.

Pengarapan Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video di *Facebook* harus memperhatikan dua aspek utama yakni unsur sinematik dan unsur naratif. Unsur sinematik adalah unsur yang berakitan dengan teknik audio, visual, setting, pengadeganan, pencahayaan dan editing serta unsur pendukungnya harus tepat. Sedangkan unsur naratif adalah struktur cerita dan gaya tutur program itu sendiri. Kedua unsur ini akan sangat menentukan kualitas konten yang akan dihasilkan.

Serta bagaiamana ketika kita memandang sesuatu sebagai sebuah realitas melalui bahasa tulis, perangkat teknis itu adalah kata, kalimat, proposisi, grafik dan sebagainya. Pada bahasa gambar, perangkat tersebut dapat berupa kamera, pencahayaan, sudut pengambilan gambar oleh kamera, *editing* dan musik. Penggunaan kata, kalimat, proposisi, atau elemen retoris lainnya dapat memberikan makna dan yang terakhir adalah bagaimana peristiwa tersebut diorganisir ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara logis seperti kelas sosial, atau kepercayaan dominan yang ada dalam masyarakat.

2.2.7 Media Sosial

Media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (Kotler, 2012), merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik (Kotler, 2010).

Media sosial juga merupakan sarana yang sangat tepat untuk pemasaran. Segala kemudahan mengakses ke berbagai penjuru tempat hanya dengan melalui berbagai jenis *gadget* memudahkan pemasar untuk berkomunikasi dan lebih dekat dengan konsumen. Segala kenyamanan yang bisa didapatkan melalui media sosial inilah yang memicu perkembangan pesat pemakaiannya (Danis, 2011).[29]

[29] Siti Muslichatul Mahmudah, Mutia Rahayu. "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada *Instagram* Sebuah Pusat Perbelanjaan". Jurnal Komunikasi Nusantara 2. No. 1. 2020. hlm 2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.8 Teori New Media

Teori media baru adalah teori sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Teori ini menjelaskan tentang perkembangan media. Terdapat dua pandangan dalam teori media baru, yang pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy berpendapat *World Wide Web (WWW)* merupakan sebuah lingkungan informasi yang fleksibel serta dinamis, terbuka, serta memungkinkan manusia untuk mengembangkan pengetahuan baru serta terlibat pada dunia demokratis mengenai pemberian kuasa serta mutual berdasarkan masyarakat dan lebih interaktif.

Sedangkan pendekatan kedua yaitu pandangan integrasi sosial, media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki nilai yang lebih besar dari pengunaan media itu sendiri, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.[30]

Ada dua pandangan yang penulis perkenalkan mengenai media baru dan komunikasi yaitu media baru mengubah proses komunikasi manusia, dan proses komunikasi manusia yang membuat media baru hadir.

Pandangan pertama, media baru mengubah proses komunikasi manusia bermakna dengan hadirnya media baru maka proses komunikasi melalui media bisa berubah dari *one-way flow* menjadi *two-way flow* bahkan *multi-way flow*. Dari transmisi penyiaran (*broadcasting*) pesan melalui satu stasiun televisi atau radio ke *audiens* menjadi penyebaran atau distribusi pesan melalui sebuah akun pengguna *youtube* ke multi pengguna. Yang mana di dalam *platform* daring ini bisa terjadi interaksi antara pengirim pesan dengan penerima pesan dan antara sesama penerima pesan.

Pandangan kedua, proses komunikasi antarmanusia yang terkendala oleh adanya perbedaan ruang (*space*) dan waktu (*time*) dari komunikator dan komunikan menjadi pemicu untuk diciptakannya berbagai media baru.[31]

Hadirnya media baru dalam kehidupan kita, membuat proses komunikasi bisa berlangsung kapan pun, dimana pun, dan melalui teknologi komunikasi apa

[30] Cindie Sya'bania Feroza, Desy Misnawati. "Penggunaan Media Sosial *Instagram* Pada Akun *@Yhoophii_Official* Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan". Jurnal Inovasi 14. No. 1. 2020. hlm 34.

[31] Jandy Luik. "Media Baru Sebuah Pengantar". Jakarta: Kencana. 2020. hlm 7-8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pun. Dua *disclaimers* tentang kapan pun, dimana pun dan media baru apa pun: a) sepanjang memiliki peranti komunikasi dan koneksi internet yang memadai, dan b) media baru itu sendiri masih dalam tahap berkembang. Terlepas dari idealisme *anywhere*, *anytime* dan *any-device* yang bisa saja bernuansa utopia, sampai saat ini, kita bisa menyaksikan dan mengalami sendiri bagaimana media baru sudah berada para koridor tersebut dan saat ini, media baru sedang bertumbuh untuk mencapai gagasan ideal ini.[32]

Mengutip dari yang disampaikan oleh seorang media *theorist* bernama Marshall McLuhan (1964) yaitu "*medium is the message"*. *Medium is the message* bermakna *medium* memiliki andil dalam mengubah atau berkontribusi dalam cara berpikir, dan pada akhirnya perilaku, dari pengguna *medium* tersebut.[33] Ada tiga hal utama dari kebaruan media baru yaitu[34]:

1. **Adanya "semangat" dan budaya yang baru**
   Yang dimaksud dengan budaya atau semangat yang baru ini adalah adanya sebuah niatan, harapan, dan dorongan untuk menjadi lebih dari sekedar *audiens* yang aktif. Adanya semangat atau budaya untuk menjadi pengguna, menjadi lebih dari sekedar *audiens*.

2. **Adanya teknologi atau aplikasi baru**
   Poin kedua terkait bahasan kebaruan media baru adalah berkaitan dengan hadirnya berbagai teknologi atau aplikasi baru. Sekilas, jika kita memikirkan apa yang baru dari segi teknologi, maka jawaban yang umum adalah digital atau interaktif.

3. **Adanya generasi pengguna atau masyarakat yang baru**
   Beberapa istilah pada saat ini, kelompok atau generasi pengguna yang identic dengan *netizens*, *millenials*, gen z atau ada juga istilah *"digital natives"* dan *"digital immigrants"* (Prensky, 2001) dan *"net generation"* (Tapscott, 2008) yang dipakai untuk mengidentifikasi generasi pengguna di era media baru ini. Akan tetapi, perlu diingat bahwa istilah-istilah ini bukan hanya praktik pelabelan semata, namun ada faktor mendasar seperti masyarakat yang terkoneksi, adanya interaktivitas, dan keluwesan dalam berteknologi digital.

[32] *Ibid.*, hlm 9.
[33] *Ibid.*, hlm 12.
[34] *Ibid.*, hlm 13-20.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Prinsip-prinsip media baru yang mengacu pada buku dari Lev Manovich (2001) yang berjudul *The Language of New Media*. Dalam bukunya, Manovich (2001) memberikan lima prinsip yaitu[35]:

1. ***Numerical Representation***
   Yang dimaksud dengan prinsip representasi numeric adalah sebuah aset atau objek media baru merupakan representasi dari *digital code*. Misalnya, sebuah foto digital, yang entah merupakan foto digital hasil jepretan dari kamera digital atau hasil pindai (*scanning*) dari kertas foto, pada prinsipnya memiliki kombinasi numeric tertentu. Sehingga dengan memakai algoritma yang tepat maka foto digital ini bisa menjadi subjek dari sebuah modifikasi baik meningkatkan *exposure*, *contrast*, *crop*, *resize*, dan fungsi *editing* lainnya. Sehingga, prinsip ini memiliki konsekuensi bahwa *"media becomes programmable"* (Manovich, 2001).

2. ***Modularity***
   Yang dimaksud dengan prinsip modular ini adalah objek media baru merupakan sebuah "gabungan" dari berbagai elemen-elemen atau aset yang bisa dengan mudah dipisahkan dan digabungkan lagi dengan elemen yang lain. Salah satu contoh sederhana adalah membuat *website* dengan beberapa *platform* pembuat *website*, yang mana di bagian *dashboard website* akan tersimpan berbagai aset atau elemen media seperti gambar-gambar JPEG atau GIF, tulisan atau teks, video, audio dan animasi.

3. ***Automation***
   Konsekuensi dari dua prinsip awal ini adalah hadirnya automasi terhadap berbagai operasi atau aktivitas dalam kreasi, modifikasi, dan akses media.

4. ***Variability***
   Prinsip *variability* ini mengacu pada "cairnya" atau bervariasinya media baru. Berbeda dengan pemahaman adanya sebuah *master product* yang kemudian dibuatlah banyak *copy* lalu diedarkan, namun *variability* dalam media baru ini justru bisa memiliki berbagai versi "variasi" dari *master product* tersebut.

[35] *Ibid.*, hlm 50-55.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

5. Transcoding

Artinya, prinsip *transcoding* ini menyerukan untuk adanya sebuah sudut pandang bahwa media atau *cultural layer* dan *computer layer* saling menentukan atau memengaruhi satu sama lain; walaupun, media baru diciptakan, disebarkan dan diakses melalui computer.

Menurut Lister *et al*. (2009), ada enam karakteristik dari media baru yaitu[36]:

1. Digital

Digital mengacu pada konversi properti fisik atau materi (misalnya data, suara, huruf, dan warna) menjadi angka-angka. Atau dengan kata lain. *"digital merely signifies the assignation of numerical values to phenomena"* (Lister *et al*., 2009); digital mengacu pada pemberian nilai-nilai numeric pada fenomena. Ada satu hal mendasar terkait dengan karakteristik digital ini seperti yang diungkapkan Pierre Levy dalam Lister *et al*. (2009) adalah kaburnya batasan rigid antara penulis dan pembaca, performer dan penonton, creator dan interpreter atau pemakna. Sehingga, relasi menciptakan dan mengonsumsi menjadi sebuah relasi yang saling berkontribusi satu sama lain.

2. Interaktif

Interaktif mengacu pada sebuah kombinasi dari user *engagement* terhadap teks media, relasi independen dengan sumber informasi, penggunaan yang lebih *individualised* dan banyak pilihan untuk *user*. Yang menjadi primer dalam karakteristik interaktif ini adalah produser atau pembuat pesan atau media merancang atau mendesain sebuah *digital media text* (misalnya *website*, *game*, dan *social network*) sebagai *environment*.

3. Hypertextual

Hypertext mengacu pada sebuah text (termasuk gambar, audio, dan video) yang bertautan dengan teks yang lain. Dalam media baru, kita bisa melihat *hypertextual* dengan, misalnya, adanya *hyperlink* atau *link* dari satu teks dalam sebuah *website* ke *website* yang lain.

4. Networked

Karakteristik *networked* (berjejaring) mengacu pada media baru yang saling berjejaring satu sama lain (via internet), yang memudahkan pengguna atau konsumen untuk lebih berpartisipasi aktif dari memaknai atau menginterpretasi sampai pada memproduksi.

[36] *Ibid.*, hlm 56-61.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

5. *Virtual*

Walaupun gagasan *"virtual"* ini memiliki sejarah panjang, *virtual* memiliki makna tersendiri dalam konteks media baru dan era digital. Umumnya dimaknai sebagai "imitasi" dari riil. Namun, pandangan yang lebih berimbang, *virtual* mengacu pada sebuah alternatif dari *"real"*, dan bahkan bisa lebih baik dari *"real"*. Karakteristik *virtual* ini memiliki dampak yang berpotensi sebagai *game changer* karena potensi *virtual* dari media baru ini bisa menjadi sebuah *platform* atau wilayah dimana pengguna bisa "menghabiskan waktunya" disana.

6. *Simulated*

Tersimulasi sebagai sebuah karakteristik media baru mengacu pada simulasi yang bisa dilakukan oleh media baru baik dalam bentuk simulasi computer dan *simulation games*. Seiring dengan *virtual,* simulasi ini pun juga telah diposisikan sebagai sebuah bagian dari realita. Selain itu, simulasi memiliki posisi dialogis dengan representasi.

Cakupan atau luasan dari solusi media baru yang perlu diperhatikan, sehingga usulan solusi menjadi spesifik, terukur, dan bisa dicapai dalam kurun waktu tertentu. Sehingga, kerangka berpikir yang perlu diperhatikan dalam memposisikan media baru sebagai sebuah solusi adalah[37]:

1. "Tindak lanjut" (tujuan atau efek) komunikasi apa yang diharapkan dari pengguna (misalnya, melihat, *engage*, konversi).
2. Orientasi bentuk solusi media baru (misalnya, *medium* dan *story* atau narasi konten)
3. Segmen kelompok pengguna yang spesifik (misalnya, demografis atau *interest-based*).

[37] *Ibid.*, hlm 120.

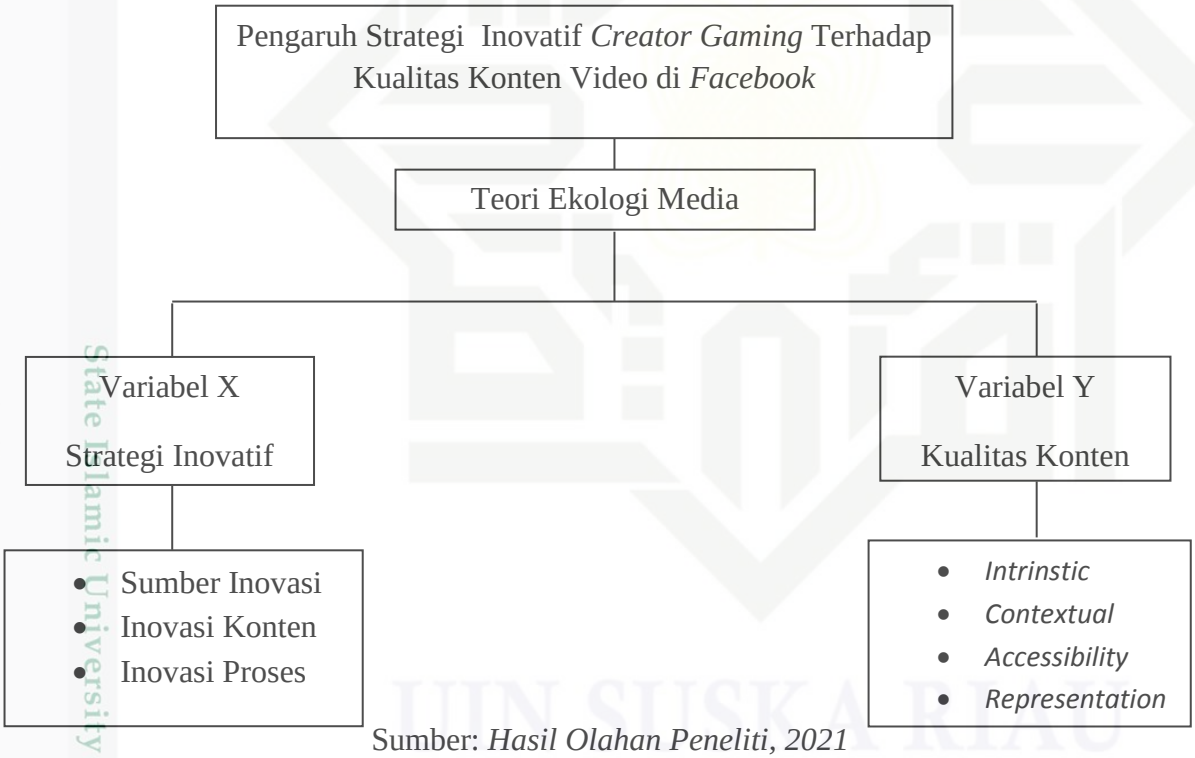
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3 Konsep Operasional

a. Kerangka Konseptual

Untuk memudahkan penelitian ini, perlu di jabarkan konsep teoritis di dalam konsep operasional. Penentuan konsep operasional dilakukan dengan cara menentukan indikator-indikator sehingga konsep yang bersifat abstrak dapat diukur. Dalam penelitian ini dapat dua variabel, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) yang menjadi variabel X adalah Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming*. Sedangkan yang menjadi variabel Y adalah Kualitas Konten Video di *Facebook.*

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber: *Hasil Olahan Peneliti, 2021*

Pengaruh strategi inovatif *creator gaming* terhadap kualitas konten video di *facebook* merupakan dua variabel yang akan melihat sisi pengaruhnya dengan menggunakan teori ekologi media dan pendekatan inovasi konten.

Adapun keterkaitan antara teori dan variabel ini adalah pada sub variabel y "kualitas konten video" unsur indikatornya adalah turunan dari konsep-konsep

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

teori ekologi media yaitu *intrinsic*, *contextual*, *accessibility* dan *representation* dimana indikator ini akan dikaitkan dengan variabel x "strategi inovatif" artinya sejauh apa pengaruh strategi inovatif *creator gaming* terhadap kualitas konten video di *facebook* dalam penelitian ini dengan melihat sumber inovasi, inovasi konten dan inovasi proses dari variabel tersebut.

b. Konsep Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat- sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati. Secara tidak langsung definisi operasional itu akan menunjuk alat pengambil data yang cocock digumakam atau mengacu pada bagaimana mengukur suatu variabel. Hatch dan Farhady mendefinisikan variabel sebagai atribut seseorang atau subjek, yang mempunyai "variasi" antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain. Penelitian ini ada (dua) variabel yaitu:

a) Variabel Independen
variabel X adalah Strategi Inovatif *Creator Gaming.*

b) Variabel Dependen
variabel Y adalah Kualitas Konten Video di *Facebook*.

Tabel 2.1
Konsep Opersasional Variabel

Variabel	Instrumen	Deskriptor
Strategi Inovatif	1. Sumber Inovasi	1. Sumber konten mudah diakses 2. Melaksanakan pekerjaan semata-mata demi mendapatkan sumber –sumber konten yang baik. 3. Sumber konten yang dilakukan dapat memberikan manfaat bagi game.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

	2. Inovasi Konten	1. Mampu menyelesaikan konten dengan benar dan sesuai dengan jangka waktu yang ada. 2. Memberikan segala tenaga dan kemampuan yang dimiliki dalam menyelesaikan segala tugas dan tanggung jawab yang diberikan demi inovasi konten 3. Melaksanakan inovasi terbaru yang sedang berkembang.
	3. Inovasi Proses	1. Tidak melakukan penundaan dalam proses inovasi dikarenakan itu merupakan sebuah tindakan tercela. 2. Melakukan inovasi proses dengan cerdas demi memperoleh hasil yang nilai lebih baik 3. Melakukan inovasi proses dari awal hingga akhir
Kualitas Konten	1. *Intrinstic*	1. Harus memahami nilai-nilai dalam *game*. 2. Menerima tujuan. 3. Memiliki tema yang dapat dipahami 4. Kelompok harus memiliki akun yang tetap
	2. *Contextual*	1. Konsep yang mudah dipahami. 2. Konsep yang dimiliki harus sesuai dengan kualitas yang diinginkan 3. Konsep harus sesuai dengan tujuan yang ada.
	3. *Accessibility*	1. Kemudahan dalam mengakses 2. Memiliki keunggulan yang baik
	4. *Representation*	1. Kreator harus memperhatikan kualitas. 2. Kreator harus cermat dalam milih aspek sinematik. 3. Harus memiliki ide atau gagasan.

		4. Memiliki kemampuan dan gagasan yang luas

2.4 Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah pernyataan sementara terhadap hasil penelitian. Hipotesis Nol (H_0) yaitu hipotesis mempunyai bentuk dasar atau memiliki *statement* yang menyatakan tidak ada hubunganya antara variabel X dan variabel Y. Hipotesis alternative (H_a) menyatakan hubungan yang berarti ada signifikan hubungan antara variabel X dan variabel Y. berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis peneliti ajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video di *Facebook*.

H_a : Terdapat Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video di *Facebook*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode merupakan suatu prosedur atau cara ilmiah untuk mengetahui sesuatu. Sedangkan penelitian diartikan sebagai suatu proses pengumpulan dan analisis data. Secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".[38] Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode penelitian deskriptif dan asosiatif, dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiyono, menyatakan bahwa metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (variabel independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Metode penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih, digunakan teori yang dapat menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[39]

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di kota Pekanbaru dengan nama akun *facebook*-nya adalah *Facebook Gaming Streamer* Indonesia. Sedangkan waktu penelitian yaitu pada bulan Maret hingga Agustus tahun 2021.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang diriset. Sugiyono menyebut populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan. Populasi (kumpulan

[38] Sugiyono. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D". Bandung: Alfa Beta. 2017.
[39] *Ibid*., hlm 10.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

objek riset) bisa berupa orang, organisasi, kata-kata dan kalimat, simbol-simbol non verbal, surat kabar, radio televisi, iklan, dan lainnya.[40]

a. Populasi

Menurut Sugiyono dalam buku Kriyantono menyebutkan bahwa populasi merupakan sebagian wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan.[41] Adapun populasi penelitian ini adalah jumlah keseluruhan anggota *Facebook Gaming Chapter* Riau yang ada di Pekanbaru berjumlah 32 orang.

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang diriset.[42] Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel dengan menggunakan teknik total *sampling*. Total *sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara keseluruhan. Alasan menggambil total *sampling* karena menurut Sugiyono (2011) jumlah populasi yang kurang dari 100, maka seluruh populasi akan dijadikan sampel penelitian. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah 32 keanggotaan dari *Facebook Gaming Chapter* Riau yang tergabung dalam sebuah komunitas *gaming* Pekanbaru.

Berikut data sampel penelitian dari komunitas *Facebook Gaming Chapter* Riau:

Tabel 3.1
Data Sampel Penelitian

No.	Nama participant	Umur
1.	Taufik	34 tahun
2.	Anggara	36 tahun
3.	Nofri	35 tahun
4.	M. Ali iqbal	37 tahun
5.	William	23 tahun
6.	Timor Dalimunte	35 tahun
7.	Megi	24 Tahun
8.	Billy	35 tahun

[40] Rachmat Kriyantono. "Teknik Praktis Riset Komunikasi". Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2006. hlm 153.
[41] *Ibid*.
[42] *Ibid*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

9.	Abimanyu	27 tahun
10.	Deddy	28 tahun
11.	Rian	31 tahun
12.	Adabri	32 tahun
13.	Julian Fernando	26 tahun
14.	Nico	27 tahun
15.	Safendi	22 tahun
16.	Muslim	23 tahun
17.	Winda	25 tahun
18.	Febri	28 tahun
19.	Eka	20 tahun
20.	Rani	20 tahun
21.	Ratna	24 tahun
22.	Gandi	24 tahun
23.	Sulis	26 tahun
24.	Azizah	25 tahun
25.	Davita	20 tahun
26.	Lija	19 tahun
27.	Wawan	26 tahun
28.	Celsy	25 tahun
29.	Queen	24 tahun
30	Dafita	24 tahun
31.	Ditasari	28 tahun
32.	Yunita	25 tahun

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2021

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan oleh penulis dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa cara atau teknik pengumpulan data, yaitu:

a. Angket atau Kuisioner, Yaitu cara untuk mengumpulkan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan tertulis yang dipaparkan berkaitan dengan masalah yang diteliti dan diberikan langsung pada responden, untuk menetukan nilai jawaban setiap pernyataan digunakan skala *likert* yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sangat setuju dengan bobot nilai 5, setuju bernilai bobot 4, tidak memutuskan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

(netral) bernilai bobot 3, tidak setuju bernilai bobot 2 dan sangat tidak setuju dengan nilai bobot 1.[43]

b. Metode observasi, dilakukan dengan jalan peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati dan mengumpulkan data. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh informasi lokasi unit usaha, kegiatan produksi, peralatan dan sarana prasarana penunjang lainnya. Observasi tidak terbatas pada orang saja, tetapi juga obyek-obyek alam lainnya. Menurut Sugiyono, dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi dua, antara lain:

- *Participant observation* (observasi berperan serta) Dalam observasi ini, peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.
- *Non participant observasition* dalam observasi ini tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi non partisipan yang berstruktur, observasi terstruktur adalah observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan dimana tempatnya.

c. Dokumentasi, metode dokumentasi adalah suatu cara untuk memperoleh data atau informasi tentang hal-hal yang ada kaitannya dengan penelitian, dengan jalan melihat kembali sumber yang lalu baik berupa angka atau keterangan.[44] Teknik ini digunakan untuk memperoleh data tentang produk yang di pasarkan dan pengambilan gambar dilokasi penelitian.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Data

a. Uji Validasi Data, Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel. Kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar. Uji Validitas diproses

[43] Weksi Budiaji, "Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert". Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan 2. No.2. 2013. hlm 128.

[44] Suharsimi Arikunto. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik". Jakarta: Rineka Cipta. 2013. hlm 149.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

menggunakan SPSS v.25. Berikut ini adalah kriteria pengujian validitas :[45]

- Jika r hitung > r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan *valid*).
- Jika r hitung < r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak *valid*)

b. Uji Reliabilitas Data, Dalam melakukan uji reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kekonsistensian angket atau kuisioner yang digunakan oleh peneliti sehingga angket tersebut dapat diandalkan. Dalam tahap uji validasi ini pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner dan telah dinyatakan valid dilakukan uji validasi dengan menggunakan metode Alpha (Cronbach's) pada *Software* SPSS v.25. Dasar pengambilan keputusan dalam Uji Reliabilitas adalah jika nilai Alpha lebih besar dari r tabel maka item-item angket yang digunakan dinyatakan reliabiel atau konsisten, sebaliknya jika nilai Alpha lebih kecil dari r tabel maka item-item angket yang digunakan dinyatakan tidak reliabiel atau tidak konsisten.

3.6 Teknik Analisis Data

Setelah data-data yang penulis perlukan terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik.[46] Statistik inferensial, (sering juga disebut statistik induktif atau statistik probabilitas) adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Pada statistik inferensial terdapat statistik parametris dan non parametris. Peneliti menggunakan statistik parametris dengan alasan jenis data yang dianalisis dalam skala interval. Statistik parametris memerlukan terpenuhi banyak asumsi. Asumsi yang utama adalah data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Dalam regresi harus terpenuhi asumsi linieritas.[47] Sehingga data yang diperoleh dari hasil penelitian di linieritasnya terlebih dahulu sebelum digunakan untuk menguji hipotesis.

---

[45] Juliansyah Noor. "Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah". Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011. hlm 164.

[46] Sugiyono. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D". Bandung: Alfa Beta. 2017. hlm 207.

[47] *Ibid*., hlm 211.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB IV
GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Facebook Gaming Streamer Indonesia

Facebook gaming ingin mengembangkan komunitas yang aman bagi orang-orang di seluruh dunia untuk menonton, bermain, dan berbagi game dengan orang lain. *Facebook gaming* ingin menjadi tempat bagi orang-orang dari berbagai kalangan untuk berbagi kecintaan mereka akan game dan rasa tanggung jawab yang kuat dalam komunitas.[48]

Facebook gaming merupakan salah satu program dari pihak *facebook*, dimana pengguna *facebook* dapat membuat sebuah konten video *game* yang nantinya disiarkan secara *streaming* melalui *facebook*, setiap orang yang tergabung itu sudah dianggap bermitra atau bekerjasama dengan pihak *facebook* dan tentunya ada beberapa aturan yang mengatur jalannya program ini agar tetap kondusif dan berjalan dengan lancar.

Di Indonesia sendiri untuk komunitas *facebook gaming* itu sudah ada dan nama komunitasnya di *group facebook* yaitu *Facebook Gaming Streamer* Indonesia. Berdirinya komunitas ini berdasarkan banyaknya pengguna *facebook* di Indonesia yang bermain *game* dan ingin berbagi keceriaan mereka saat bermain *game* ke orang banyak atau pengguna *facebook* lainnya.

Group facebook streamer Indonesia ini sudah dibuat sejak 6 April 2020. Keanggotaan dari *group facebook gaming streamer* Indonesia ini juga berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Untuk daerah Riau itu ada sekitar 30 lebih anggota yang bergabung di *group facebook gaming streamer* Indonesia. Sementara untuk anggota keseluruhan yang tergabung di dalam *group facebook gaming streamer* Indonesia itu berjumlah 3.155 orang yang tergabung.[49]

Group ini juga bisa diakses oleh publik sehingga pengguna lain yang tidak tergabung dalam mitra *facebook gaming* dan *group facebook gaming streamer* Indonesia ini bisa menonton video-video *streaming game* yang disiarkan oleh para konten kreator.Untuk *game* yang dimainkan oleh para konten kreator itu berbagai macam *game*, mulai dari *game* yang ada di komputer dan ada juga *game* yang bisa dimainkan dengan menggunakan *smartphone* atau *game mobile*.

[48] https://www.facebook.com/fbgaminghome/creators/gaming-community-guidelines
[49] https://www.facebook.com/groups/268356650834136/about

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Group facebook gaming streamer Indonesia juga memiliki beberapa aturan yang harus di perhatikan jika sudah bergabung di dalam *group* yaitu bersikap baik dan sopan, tidak ada ujaran kebencian atau perundungan dan saling menghormati privasi semua orang.

4.2 Visi Misi *Facebook Gaming Streamer* Indonesia

4.2.1. Visi *Facebook Gaming Streamer* Indonesia

"Terwujudnya hak bermain setiap orang dengan sikap kerjasama dan kebersamaan".

4.2.2 Misi *Facebook Gaming Streamer* Indonesia

a. Mengampanyekan kepopuleran *game*.
b. Penguatan kelompok atau *creator team gaming*.
c. Memenangkan suatu misi dalam *game*.
d. Mempererat komunitas *creator gaming* Indonesia.

4.3 Tujuan *Facebook Gaming Streamer* Indonesia

Dengan mengacu pada visi dan misi diatas maka *facebook gaming streamer* indonesia menetapkan tujuan pengembangan berikut ini :

1. Menghasilkan *creator gaming* yang unggul dan kompetitif mempunyai inovatif yang kuat, pengetahuan yang luas, keterampilan yang tinggi.
2. Mengembangkan pengetahuan dalam beragam *game*.
3. Mempererat komunitas.

4.4 Logo *Facebook Gaming Streamer* Indonesia

Gambar 4.1
Logo *Facebook Gaming Streamer* Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

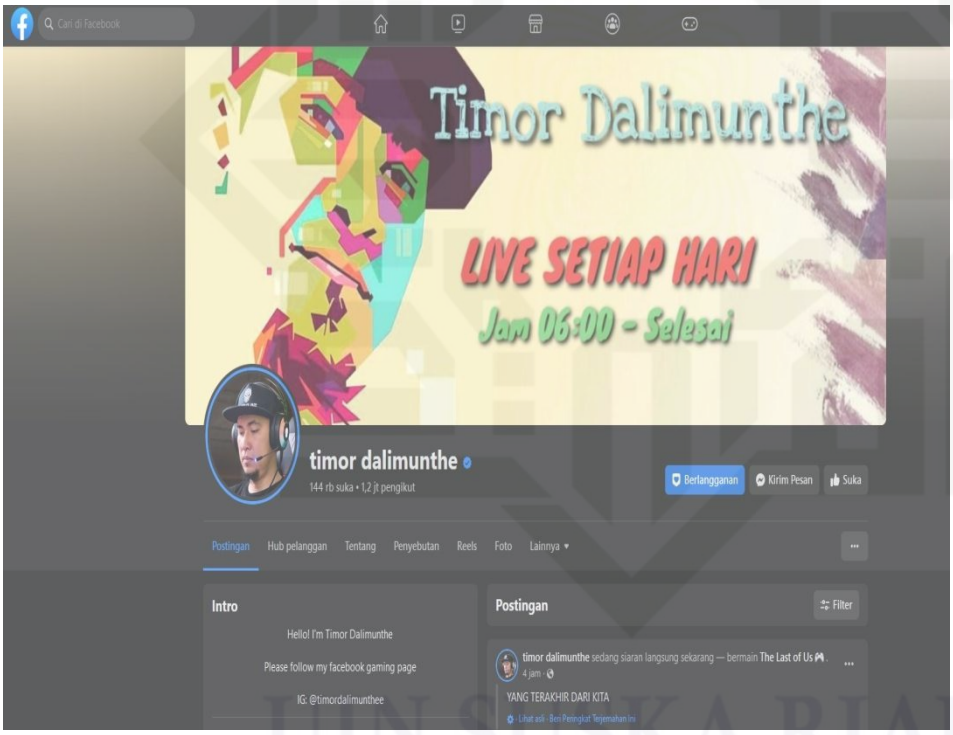
4.5 Sasaran Konten *Facebook Gaming Streamer* Indonesia

Dalam konten *Facebook Gaming Streamer* sasarannya adalah para *gamers* di Indonesia dengan tujuan menghibur dan mendidik *gamers* Indonesia untuk menjadi profesional dalam bidang *game* dikarenakan *game* merupakan salah satu olahraga yang sudah mendunia dan sudah dipertandingkan bahkan hadiah yang ditawarkan cukup besar.

4.6 Sampel Konten Kreator *Facebook Gaming Streamer* Indonesia

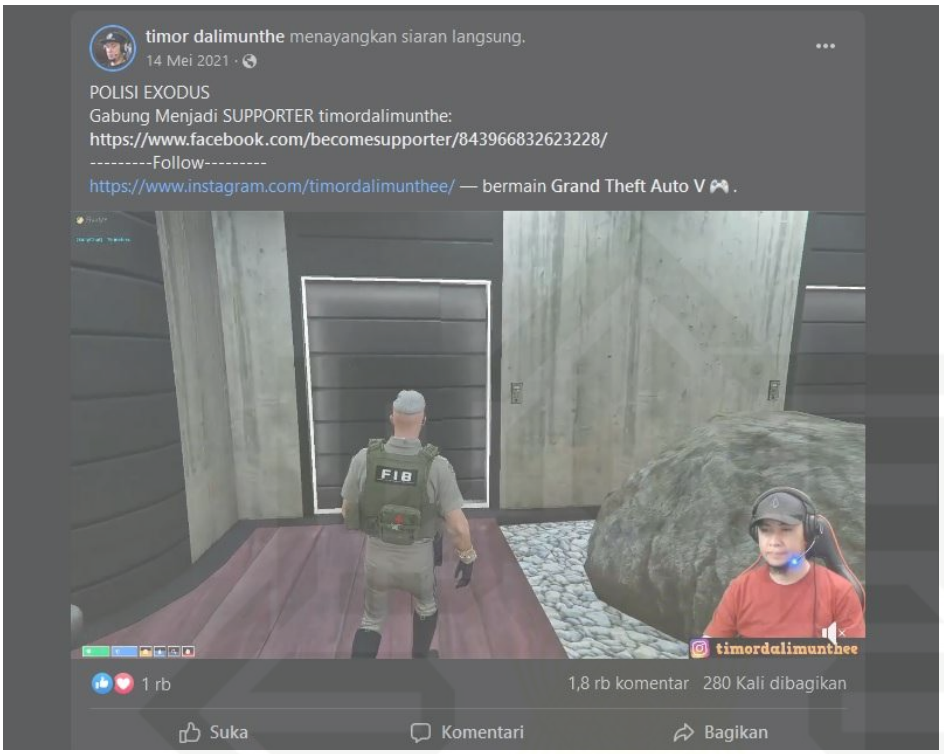
Ada pun salah satu contoh *content creator facebook gaming streamer* Indonesia adalah Timor Dalimunthe. Berikut profil *facebook* dan postingan konten dari Timor Dalimunthe:

Gambar 4.2
Profil *Facebook* Timor Dalimunthe



UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.3
Postingan Konten *Gaming* Timor Dalimunthe



4.7 Struktur Pengurus dalam Organisasi IESPA (*Indonesian Esport Association*)

Pelindung :
- Menteri Pemuda dan Olahraga RI

Pembina :
- Ketua Umum KOI
- Ketua Umum KORMI Diaz Faizal Malik Hendropriyono
- Komjen. Pol. DRS.Bambang Sunarwibowo, SH,. M.HUM
- Tommy Hermawan Lo

Dewan Kehormatan :
- Lim Che Chien

Penasihat :
- Desra Firza Ghazfan
- Dr. Made Kartikajaya, SE, MM, M.AP
- Dr. Ing. Ilham Akbar Habibie, Dipl. Ing, M.B.A
- Arief Rahman SH
- Suripto
- Iskandar Z.A
- Romanus Sumaryo

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Ferdinand Putra
- Erwin

Ketua Umum : RM Ibnu Sulistyo Riza Pradipto

Ketua Harian : Erlangga Putra

Wakil Ketua Umum I : Muhammad Syaripuddin

Wakil Ketua Umum II : Nikki Lauda Haryona

Wakil Ketua Umum III : Richard Permana

Wakil Ketua Umum IV : Yudi Kurniawan

Sekretaris Jenderal : Diana Sutrisno

Wakil Sekretaris Jenderal :

- Martha Wigoeno
- Y.M Widiarto
- Aldino Putra Widyawan

Bendahara Umum : Aditya Bangun Saputra

Wakil Bendahara Umum :

- Rafif Muhammad Rizqullah
- Nirmala Dewi

Bidang Bina Prestasi & Event Olahraga Rekreasi Esports:

Ketua : Irliansyah Wijanarko Saputra

Wakil Ketua :

- Wira Mahesa Putra Sutopo
- Hasby Prasetyo Aji
- Dery Ariyandi

Bidang Pengembangan Para-Esports (Difabel)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Ketua : Shena Septiani

Wakil Ketua : Marvel Buhamir

Bidang Humas & Publikasi:

Ketua : Andrew Tobias

Wakil Ketua :

- Azhari
- Steven Tjia
- Frangki

Bidang Pengembangan & Penelitian Esports

Ketua : Reagy Sukmana

Wakil Ketua :

- Willy Tjahjadi
- Hyangnawang Dhumarang

Komite Wasit Esports Nasional

Ketua : Stanley Tjia

Wakil Ketua : Calvin Lendeng Alexander

Bidang Umum :

Ketua : Shafiq

Wakil Ketua :

- Muahammad Akbar Supratman
- Leo Delly Lee Montana
- Welly Bernando

Bidang Sport Tourism :

Ketua : Irman Jaya Wardana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Wakil Ketua : Andhika Chandra Satya

Bidang Ekonomi Kreatif :

Ketua : Mahda Rahmah

Wakil Ketua : Fathia Alisha Dwikemala

Bidang Hukum :

Ketua : Salim The Atmaja

Wakil Ketua :

- Fadly Abdurarahman
- Heru Andeska, S.H
- M. Sakri Tawangsalaka, S.H
- Marsya Fitriani, S.H

4.8 Deskripsi Facebook Gaming Streamer

Facebook gaming adalah *platform live streaming* bermain *game* hasil kerjasama antara *Microsoft* dan *Facebook*. *Facebook gaming* diluncurkan pada tahun 2018 lalu.[50] Menariknya, *platform* tersebut bisa dimonetisasi. Artinya, *facebook gaming* bisa menjadi sarana *gamer* untuk mendapatkan uang, bukan hanya sekedar memainkan *game* dan disiarkan secara langsung saja.[51]Keuntungan dari *facebook gaming*[52]:

1. Peluang promosi
2. Peluang *Virtual Reality* (VR)
3. Manfaat kemitraan (*Partnership*)
4. *Streaming* seluler *facebook*

[50] Techfor Id, "Segala Sesuatu Yang Perlu Kamu Tahu Tentang *Facebook Gaming*", Techfor.Id, 2020, https://www.techfor.id/segala-sesuatu-yang-perlu-kamu-tahu-tentang-facebook-gaming/.

[51] Bill Clinten, "Begini Cara *Gamer* Dapat Uang dari *Facebook Gaming*", Kompas.com, 8 Mei 2020, https://tekno.kompas.com/read/2020/05/08/19150007/begini-cara-gamer-dapat-uang-dari-facebook-gaming.

[52] Techfor Id, "Segala Sesuatu Yang Perlu Kamu Tahu Tentang *Facebook Gaming*", Techfor.Id, 2020, https://www.techfor.id/segala-sesuatu-yang-perlu-kamu-tahu-tentang-facebook-gaming/.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB VI
PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh strategi inovatif *creator gaming* terhadap kualitas konten video di *facebook*, maka kesimpulan yang dapat diambil pada penelitian yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovatif *creator gaming* berpengaruh terhadap kualitas konten, bahwa dari hasil nilai t hitung untuk variabel strategi inovatif (X) adalah 13,58 lebih besar dari t tabel sebesar 2,03. Dengan kata lain H_0 ditolak H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif antara Strategi Inovatif *Creator Gaming* terhadap Kualitas Konten Video Di *Facebook*.

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,927, yang artinya hubungan antara variabel strategi inovatif dengan kualitas konten adalah sangat kuat. Terlihat dari nilai korelasi 0,927 yang berada pada interval 0,80 - 1 seperti yang terlihat pada tabel 5.18. Sedangkan nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,860, artinya item pernyataan didalam variabel kualitas konten sebanyak 86% dipengaruhi oleh variabel strategi inovatif, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

6.2 Saran

Setelah penulis melakukan penelitian terhadap strategi inovatif *creator gaming* terhadap kualitas konten video di *facebook*, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Diharapkan agar strategi inovatif creator terhadap *game* harus ditingkatkan, dan harus memiliki inovatif yang baru dan lebih serius dalam dunia *gaming*.
2. Disarankan pengemasan konten sebagai salah satu item yang sangat penting sebagai salah satu ciri khas dari konten video *gaming* agar mudah dikenali atau dingat oleh penggemar *game*.
3. Mengingat *facebook gaming* sudah memiliki banyak penggemar atau peminat, peneliti menyarankan agar video *gaming* membentuk tim *creator video* agar selalu membuat video yang terbaru.
4. *Content creator gaming* harus memperhatikan setiap konten yang di upload di *facebook* yang sesuai dengan peraturan pemerintah, dikarenakan *game* sudah mempunyai peminat dari anak-anak kecil sampai yang dewasa, dan konten pun yang di upload haruslah yang mendidik.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2013.

Ayu Oktaviani, Ade, Siti Komsiah, dan Syaifuddin. *"Uses And Gratification*: Uji Pengaruh Konten dalam Fitur Tiktok *Shop* Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja". Jurnal IKRAITH-HUMANIORA 6. No. 1 (2022).

Bill Clinten, "Begini Cara *Gamer* Dapat Uang dari *Facebook Gaming*", Kompas.com, Diakes pada 10 Agustus 2021. https://tekno.kompas.com/read/2020/05/08/19150007/begini-cara-gamer-dapat-uang-dari-facebook-gaming.

Briones, Jose. *"Using Value-Based Innovation for New Product Intorductions"* (2014).

Cangara, Hafied. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2013.

Ellitan, Lena dan Lina Anatan. *Manajemen Inovasi : Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Bandung: Alfabeta. 2009.

Erfan, Muhammad, dkk. "Pengembangan *Game* Edukasi "Kata Fisika" Berbasis Android untuk Anak Sekolah Dasar pada Materi Konsep Gaya". Jurnal Pendidikan 11. No. 1 (2020).

Fahmi, Irvan. "Analisis Semiotika *Youtube Rewind* Bandung 2018 Karya komunitas *Youtube* Kreator*"*. Skripsi, Universitas Pasundan, 2019.

Fairuz Wikatri, Azhaari, Amin Shabana. "Pengaruh *Clickbait Podcast* Deddy Corbuzier Terhadap Minat Menonton". Jurnal Bincang Komunikasi 1, No. 1. (2023).

Hayuning Budhi, Kurnia, Aprilianti Pratiwi. *"*Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @Rintiksedu Terhadap Minat Mendengarkan *Podcast* Rintik Sedu". Jurnal Ilmu Komunikasi 3. No. 1 (2021).

Hermawan, Daniel. "Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif : Peran Personal Branding dalam Media Sosial" (2018).

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Hittmár, Štefan, Michal Varmus, dan Viliam Lendel. "*Proposal of model foreffective implementation of innovation strategy to business"*. Procedia - Social and Behavioral Sciences (2014).

Iqbal, Muhammad, Fatihatul Lailiyah, dan M. Ichdah. *"*Pengaruh Komunikasi Persuasif Kreator *Gaming* Steven Age Tentang Item Karakter AOV Terhadap Komunitas *Arena of Valor* Regional Mojokerto". Jurnal Komunikasi dan Sosial Humaniora 3. No. 1 (2022).

Kosasih, Iwan. "Peran Media Sosial *Facebook* Dan *Twitter* Dalam Membangun Komunikasi (Persepsi dan Motivasi Masyarakat Jejaring Sosial Dalam Pergaulan)". Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam (2016).

Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2006.

Kuczmarski, T. D. "*What is innovation? And why aren't companies doing more of it?"*. *Journal of Consumer Marketing* (2003).

Kusuma Pertiwi, Wahyunanda. "Facebook Jadi Medsos Paling Digemari di Indonesia" www.kompas.com. Diakses pada 9 Februari 2021. https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia.

Luik, Jandy. *Media Baru Sebuah Pengantar*. Jakarta: Kencana. 2020.

Mahmudah, Siti Muslichatul dan Mutia Rahayu. *"*Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan". Jurnal Komunikasi Nusantara 2. No. 1 (2020).

Maghfira, Elsa, Syifa Syarifah, dan Fitrania Yunsafa Cahayani. *"Trend* Peralihan Artis Televisi Menjadi *Youtube Content Cretor"*. Jurnal Ilmu Komunikasi 11. No. 2 (2021).

Martha A., Wisnu. "Jurnalisme *Game* Dan Membaurnya Karakter Konten Media Studi Kasus *the Lazy Monday, Gamebrott dan Playverse*". *Journal Communication Spectrum* 8. No. 2 (2019).

Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Nur Aini N., Ulfah. "Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)", Skripsi, Universitas Lampung, 2017.

Octavia I., Wiwin. "Efektivitas *Content Creator* Dalam Strategi Promosi di Era Digital". Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi dan Pendidikan 2. No. 1 (2022).

Putu Karin Pradnya Laras Ati. "*Effectiveness of Content Creators in Promotion Strategies in this Digital* Age". Jurnal SANDI (2021).

Rofaida, Rofi, dkk. "Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0". Jurnal Manajemen Dan Keuangan (2019).

Rose, Brigitta. "Pengaruh *Authenticity*, *Brand Fit*, *Community dan Content* dalam Mukbang *Influencer* di *Youtube* Terhadap Keputusan Pembeli". Skripsi, Universitas Pertamina, 2020.

Sugiono, Shiddiq. "Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0". Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi (2020).

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfa Beta. 2017.

Suhaeni, Tintin. "Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung)". Jurnal Riset Bisnis dan Investasi 4. No.1 (2018).

Sulistianto, Tino, Siti Rahmawati, dan Lindawati Kartika. "Strategi Peningkatan Profitabilitas Profesi *Content Creator* sebagai Alternatif Pilihan Karier Era 4.0" (2022).

Sya'bania Feroza, Cindie, Desy Misnawati. "Penggunaan Media Sosial *Instagram* Pada Akun *@Yhoophii_Official* Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan". Jurnal Inovasi 14. No. 1 (2020).

Techfor Id, "Segala Sesuatu Yang Perlu Kamu Tahu Tentang *Facebook Gaming*", www.techfor.id. Diakses pada 10 Agustus 2021. https://www.techfor.id/segala-sesuatu-yang-perlu-kamu-tahu-tentang-facebook-gaming/.

Teguh Martono, Kurniawan. "Pengembangan *Game* Dengan Menggunakan *Game Engine Game Maker*". Jurnal Sistem Komputer 5, No 1 (2015).

Weksi, Budiaji. "Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert". Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan 2. No. 2 (2013).

Wijaya, Hengki. "Metode –Metode Penelitian dalam Penulisan Jurnal Ilmiah Elektronik" (2019).

Zahra, Shaker., Sidartha R DAS. *"Innovation Strategy and Financial Performance in Manufacturing Companies: An Empirical Study"*. *Journal Production and Operations Management* 2 (1993).

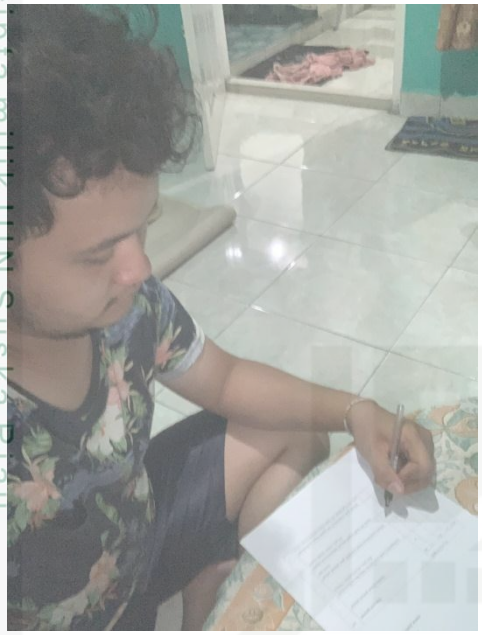
https://www.facebook.com/fbgaminghome/creators/gaming-community-guidelines

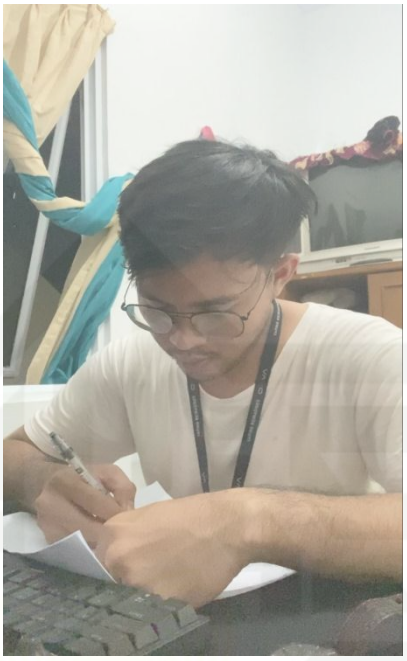
https://www.facebook.com/groups/268356650834136/about

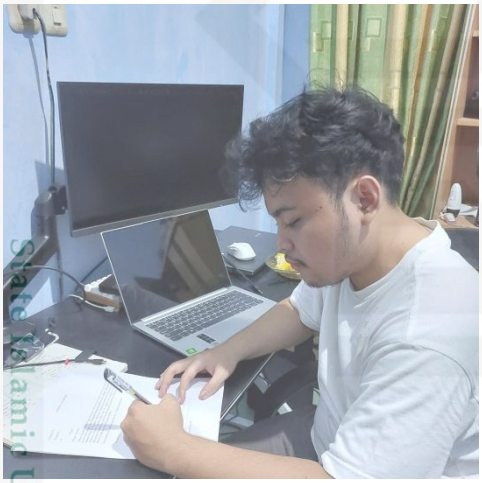
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

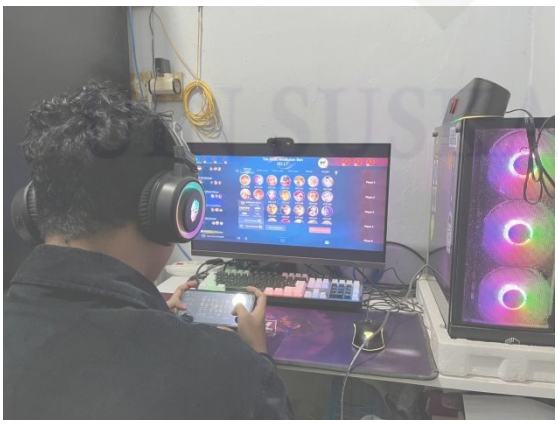
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Lampiran 1
Dokumentasi









© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Lampiran 2
Kuesioner

Kepada Yth,
Bapak/Ibu
Di

Tempat

Dengan Hormat,

Dalam Rangka kegiatan Pengumpulan data riset saya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul **Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video Di *Facebook*** . Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan menjadi responden dalam riset ini dengan cara menjawab pertanyaan yang dilampirkan. Kejujuran dan objektivitas dalam pengisian kuesioner ini akan sangat berguna bagi hasil riset yang dapat dipertanggung-jawabkan.

Atas kesediaan, dan bantuan bapak atau ibu , diucapkan terima kasih.

Hormat Saya

DICKY DAMARIZAL

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
.....
Umur :
.....
Jenis Kelamin :
.....
Pendidikan Terakhir :
.....

B. PETUNJUK PENGISIAN

a. Bacalah baik-baik setiap pernyataan dalam kusioner ini sebelum memberi jawaban.
b. Pilihlah jawaban yang dianggap sesuai dengan fakta yang ada.
c. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/Ibu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Keterangan:
SS = Sangat Setuju
S = Setuju
CS = Cukup Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

No	Strategi Inovatif	PERNYATAAN				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Sumber konten mudah diakses					
2	Melaksanakan pekerjaan semata-mata demi mendapatkan sumber –sumber konten yang baik.					
3	Sumber konten yang dilakukan dapat memberikan manfaat bagi game.					
4	Mampu menyelesaikan konten dengan benar dan sesuai dengan jangka waktu yang ada.					
5	Memberikan segala tenaga dan kemampuan yang dimiliki dalam menyelesaikan segala tugas dan tanggung jawab yang diberikan demi inovasi konten					
6	Melaksanakan inovasi terbaru yang sedang berkembang.					
7	Tidak melakukan penundaan dalam proses inovasi dikarenakan itu merupakan sebuah tindakan tercela.					
8	Melakukan inovasi proses dengan cerdas demi memperoleh hasil yang nilai lebih baik					
9	Melakukan inovasi proses dari awal hingga akhir					

NO	Kualitas Konten	PERNYATAAN				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Memahami nilai-nilai dalam geme					
2	Menerima tujuan					
3	Memiliki tema yang dapat dipahami					
4	Kelompok harus memiliki akun yang tetap					
5	Konsep yang mudah dipahami.					
6	Konsep yang dimiliki harus sesuai dengan kualitas yang diinginkan					
7	Konsep harus sesuai dengan tujuan yang ada.					
8	Kemudahan dalam mengakses					
9	Memiliki keunggulan yang baik					
10	Kreator harus memperhatikan kualitas					
11	Kreator harus cermat dalam milih aspek sinematik					
12	Harus memiliki ide atau gagasan					
13	Memiliki kemampuan dan gagasan yang luas					

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

HASIL TABULASI RISET PENGARUH STRATEGI INOVATIF CREATOR GAMING TERHADAP KUALITAS KONTEN VEDIO DI FACEBOOK

A. Strategi Inovatif

NUMBER	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	TOTAL
1	5	5	4	5	5	4	5	5	5	43
2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	41
3	5	4	5	4	5	5	4	4	5	41
4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	42
5	3	2	2	2	2	4	3	2	4	24
6	2	2	4	4	4	2	4	2	2	26
7	4	2	3	3	3	4	3	3	2	27
8	4	3	3	3	4	3	3	4	4	31
9	4	4	3	4	3	3	4	4	3	32
10	4	3	3	4	4	4	4	3	4	33
11	3	4	3	4	3	3	3	3	3	29
12	3	3	3	4	4	4	4	3	3	31
13	4	4	4	4	4	5	4	5	5	39
14	5	5	5	4	5	5	4	5	4	42
15	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43
16	4	4	4	5	5	4	4	5	5	40
17	5	5	5	4	5	5	4	5	4	42
18	4	4	5	4	5	4	4	4	5	39
19	5	4	4	4	5	4	4	5	4	39
20	5	4	5	4	5	4	5	5	4	41
21	4	4	4	5	5	5	4	5	4	40
22	5	5	4	4	4	4	5	4	5	40
23	4	4	3	3	4	3	3	2	2	28
24	3	3	2	3	2	3	3	4	2	25
25	3	4	2	4	2	4	3	3	3	28
26	3	3	3	3	3	4	4	3	3	29
27	4	4	4	3	4	3	3	4	4	33
28	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
29	4	3	3	4	3	4	4	4	4	33
30	4	3	4	3	4	3	3	3	4	31
31	4	4	4	4	3	3	4	4	3	33
32	4	3	3	3	4	4	3	3	4	31

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

B. Kualitas Konten

NUMBER	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	TOTAL
1	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	53
2	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	55
3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	54
4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	53
5	3	4	2	2	2	3	3	4	4	3	2	4	2	36
6	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	43
7	4	2	2	4	4	3	3	2	2	2	4	4	3	36
8	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	39
9	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	42
10	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	40
11	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	41
12	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	42
13	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	57
14	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	57
15	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	52
16	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	53
17	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	53
18	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	54
19	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	54
20	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	54
21	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	54
22	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	53
23	3	2	4	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	38
24	2	2	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	2	40
25	2	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	2	4	37
26	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	40
27	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	43
28	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	42
29	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	41
30	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	42
31	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	44
32	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	43

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Lampiran 3
Output Spss

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	Total
X1	Pearson Correlation	1	,654**	,641**	,351*	,616**	,529**	,438*	,651**	,608**	,786**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,049	,000	,002	,012	,000	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X2	Pearson Correlation	,654**	1	,617**	,635**	,493**	,514**	,573**	,698**	,528**	,813**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,004	,003	,001	,000	,002	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X3	Pearson Correlation	,641**	,617**	1	,560**	,804**	,455**	,598**	,604**	,538**	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000	,009	,000	,000	,001	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

X4	Pearson Correlation	,351*	,635**	,560**	1	,534**	,428*	,673**	,611**	,407*	,727**
	Sig. (2-tailed)	,049	,000	,001		,002	,014	,000	,000	,021	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X5	Pearson Correlation	,616**	,493**	,804**	,534**	1	,411*	,521**	,571**	,562**	,795**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,000	,002		,020	,002	,001	,001	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X6	Pearson Correlation	,529**	,514**	,455**	,428*	,411*	1	,457**	,568**	,602**	,703**
	Sig. (2-tailed)	,002	,003	,009	,014	,020		,009	,001	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X7	Pearson Correlation	,438*	,573**	,598**	,673**	,521**	,457**	1	,604**	,484**	,745**
	Sig. (2-tailed)	,012	,001	,000	,000	,002	,009		,000	,005	,000

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X8	Pearson Correlation	,651**	,698**	,604**	,611**	,571**	,568**	,604**	1	,581**	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,001	,000		,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X9	Pearson Correlation	,608**	,528**	,538**	,407*	,562**	,602**	,484**	,581**	1	,767**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,001	,021	,001	,000	,005	,000		,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Total	Pearson Correlation	,786**	,813**	,834**	,727**	,795**	,703**	,745**	,843**	,767**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Total
Y1	Pearson Correlation	1	,623**	,320	,652**	,497**	,566**	,340	,206	,325	,295	,537**	,480**	,572**	,665**
	Sig. (2-tailed)		,000	,074	,000	,004	,001	,057	,257	,069	,101	,002	,005	,001	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y2	Pearson Correlation	,623**	1	,400*	,492**	,452**	,571**	,459**	,418*	,632**	,447*	,547**	,583**	,535**	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000		,023	,004	,009	,001	,008	,017	,000	,010	,001	,000	,002	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y3	Pearson Correlation	,320	,400*	1	,504**	,421*	,516**	,523**	,522**	,615**	,454**	,532**	,379*	,652**	,708**
	Sig. (2-tailed)	,074	,023		,003	,016	,003	,002	,002	,000	,009	,002	,032	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y4	Pearson Correlation	,652**	,492**	,504**	1	,568**	,580**	,468**	,321	,274	,247	,550**	,434*	,588**	,693**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,003		,001	,001	,007	,073	,129	,174	,001	,013	,000	,000

UIN SUSKA RIAU

	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y5	Pearson Correlation	,497**	,452**	,421*	,568**	1	,523**	,391*	,356*	,229	,522**	,669**	,535*	,688**	,710**
	Sig. (2-tailed)	,004	,009	,016	,001		,002	,027	,046	,208	,002	,000	,002	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y6	Pearson Correlation	,566**	,571**	,516**	,580**	,523**	1	,621**	,482**	,372*	,526**	,610**	,686**	,523**	,814**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,003	,001	,002		,000	,005	,036	,002	,000	,000	,002	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y7	Pearson Correlation	,340	,459**	,523**	,468**	,391*	,621**	1	,584**	,522**	,415*	,452**	,483**	,497**	,719**
	Sig. (2-tailed)	,057	,008	,002	,007	,027	,000		,000	,002	,018	,009	,005	,004	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y8	Pearson Correlation	,206	,418*	,522**	,321	,356*	,482**	,584**	1	,622**	,583**	,412*	,352*	,492**	,676**
	Sig. (2-tailed)	,257	,017	,002	,073	,046	,005	,000		,000	,000	,019	,048	,004	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y9	Pearson Correlation	,325	,632**	,615**	,274	,229	,372*	,522**	,622**	1	,569**	,526**	,353*	,440*	,692**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak cipta dilindungi undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

	Sig. (2-tailed)	,069	,000	,000	,129	,208	,036	,002	,000		,001	,002	,048	,012	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y10	Pearson Correlation	,295	,447*	,454**	,247	,522**	,526**	,415*	,583**	,569**	1	,543**	,529**	,491**	,703**
	Sig. (2-tailed)	,101	,010	,009	,174	,002	,002	,018	,000	,001		,001	,002	,004	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y11	Pearson Correlation	,537**	,547**	,532**	,550**	,669**	,610**	,452**	,412*	,526**	,543**	1	,611**	,732**	,806**
	Sig. (2-tailed)	,002	,001	,002	,001	,000	,000	,009	,019	,002	,001		,000	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y12	Pearson Correlation	,480**	,583**	,379*	,434*	,535**	,686**	,483**	,352*	,353*	,529**	,611**	1	,488**	,744**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,032	,013	,002	,000	,005	,048	,048	,002	,000		,005	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y13	Pearson Correlation	,572**	,535**	,652**	,588**	,688**	,523**	,497**	,492**	,440*	,491**	,732**	,488**	1	,769**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002	,000	,000	,000	,002	,004	,004	,012	,004	,000	,005		,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

Total	Pearson Correlation	,665**	,765**	,708**	,693**	,710**	,814**	,719**	,676**	,692**	,703**	,806**	,744**	,769**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).															
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).															

Reliability Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,918	9

Reliability Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,927	13

Regression

Variables Entered/Removed[a]			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Strategi Inovatif[b]	.	Enter
a. Dependent Variable: Kualitas Konten			
b. All requested variables entered.			

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,927[a]	,860	,856	2,701

a. Predictors: (Constant), Strategi Inovatif

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,517	2,829		3,011	,005
	Strategi Inovatif	1,092	,080	,927	13,588	,000

a. Dependent Variable: Kualitas Konten

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

RIWAYAT HIDUP

Dicky Damarizal Asali Candra lahir di Pekanbaru pada 9 April 1999. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, yang lahir dari pasangan Ayah Erizal dan Ibu Eli Candra. Penulis memulai masa pendidikan dari jenjang Taman Kanak-Kanak di Taman Kanak-Kanak Masjid Raya Pekanbaru, lulus pada tahun 2005, SD Negeri 008 Pekanbaru, lulus pada tahun 2011, SMP Negeri 21 Pekanbaru, lulus pada tahun 2014, SMA Negeri 15 Pekanbaru, lulus pada tahun 2017. Setelah selesai menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas, penulis melanjutkan Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2017.

Pada tahun 2020 Penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Perumahan Wanagriya, Kelurahan Sidomulyo Barat, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Pada tahun yang sama yaitu 2020 Penulis melaksanakan Job Training di Sekretariat Pemerintah Kota Pekanbaru di bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan pada sub bagian Dokumentasi Pimpinan pada bulan September – November 2020.

Dengan Rahmat dan Kasih Sayang Allah SWT penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul "Pengaruh Strategi Inovatif *Creator Gaming* Terhadap Kualitas Konten Video Di *Facebook*" di bawah bimbingan Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si. Alhamdulillah, tepat pada tanggal 4 Oktober 2023 penulis dinyatakan LULUS dan berhak menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

"Jangan putus asa dan tetap berusaha"