

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini mengkaji penerapan teori dramaturgi oleh Regi Silven, seorang *content creator* di *WB Houseware*, dalam live *streaming marketplace* Shopee. Teori dramaturgi Erving Goffman digunakan sebagai lensa untuk menganalisis bagaimana Regi membangun citra diri, meningkatkan keterlibatan penonton, dan menciptakan suasana interaktif selama *live streaming*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Regi berhasil memanfaatkan teknik dramaturgi dengan baik, baik di panggung depan (*Front Stage*) saat tampil di depan kamera maupun di panggung belakang (*Back Stage*) persiapan dan manajemen diri di balik layar. Beberapa poin penting yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Panggung Depan (*Front Stage*)
  - a. Regi menciptakan citra menarik melalui bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan intonasi suara.
  - b. Menampilkan diri sebagai sosok percaya diri, ramah, dan menghibur.
  - c. Aktif berinteraksi dengan penonton: membaca komentar, menjawab pertanyaan, dan menggunakan humor.
  - d. Memanfaatkan kostum dan atribut tematik (misal: topi Santa saat Natal) untuk memperkuat citra merek dan relevansi dengan momen spesial.
2. Panggung Belakang (*Back Stage*)
  - a. Persiapan teknis: penyiapan produk, pengecekan peralatan, dan riset tren terbaru.
  - b. Manajemen emosi: mengelola tantangan pribadi untuk tetap tampil energik dan ceria di depan kamera.
  - c. Mempelajari umpan balik dari sesi sebelumnya untuk perbaikan performa.
3. Konsistensi Citra Merek *WB Houseware*
  - a. Regi menjaga citra profesional, ramah, dan dapat dipercaya baik di depan kamera maupun di belakang layar.
  - b. Perbedaan perilaku: lebih energik dan interaktif di depan kamera, santai dan fokus pada persiapan teknis di belakang layar.

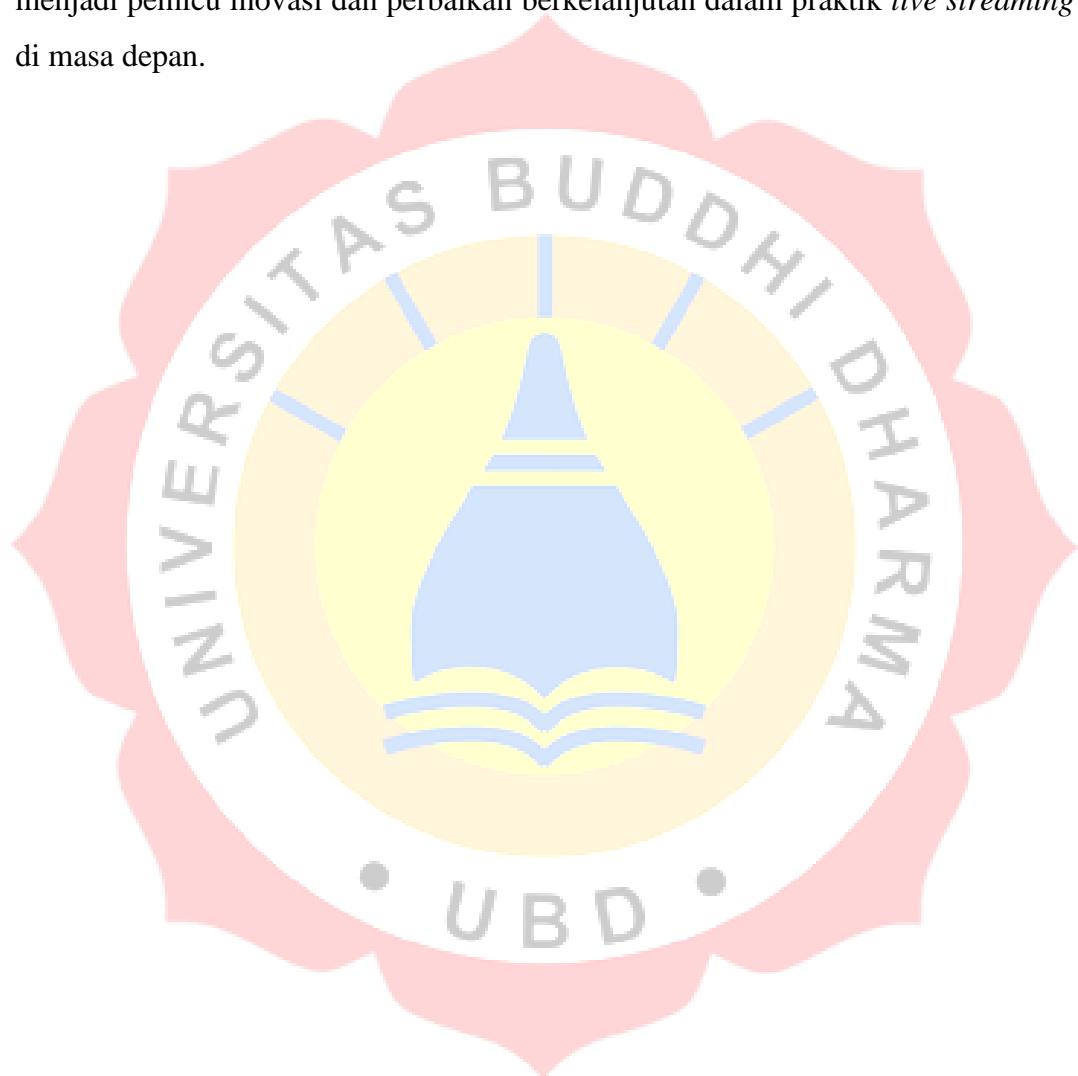
4. Strategi Peningkatan Keterlibatan Penonton
  - a. Interaksi langsung dengan penonton melalui diskusi produk.
  - b. Pemberian insentif seperti diskon, hadiah, dan bonus.
5. Tantangan
  - a. Menjaga fokus penonton di tengah banyaknya gangguan.
  - b. Mengatasi masalah teknis selama live streaming.
6. Indikator Keberhasilan
  - a. Jumlah penonton.
  - b. Tingkat interaksi (komentar, pertanyaan, dll.).
  - c. Peningkatan penjualan produk.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan bagi pihak-pihak terkait antara lain:

1. Untuk *content creator live streaming*, dapat difokuskan pada pengembangan persona yang menggabungkan nilai-nilai dan minat pribadi dengan kebutuhan *audiens*, serta mengeksplorasi cara untuk memasukkan elemen-elemen kepribadian yang unik dalam performa mereka. Selain itu, penting untuk memanfaatkan fitur-fitur interaktif yang tersedia di platform *live streaming*, seperti filter, stiker, dan efek suara, untuk menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan meningkatkan keterlibatan *audiens*.
2. Untuk *WB Houseware*, penting untuk memberikan dukungan yang memadai kepada *content creator* melalui pelatihan, sumber daya, dan kebebasan kreatif, serta melibatkan mereka dalam perencanaan strategi pemasaran dan memberikan penghargaan atas kinerja yang baik. Selain itu, menciptakan ruang bagi penonton untuk berinteraksi, baik selama *live streaming* maupun di luar itu, seperti melalui grup media sosial atau forum *online*, dapat memperkuat komunitas. Melibatkan komunitas dalam pengembangan produk dan memberikan penghargaan atas loyalitas mereka juga menjadi langkah yang signifikan. Terakhir, penggunaan alat analisis data untuk melacak metrik kunci seperti jumlah penonton, tingkat interaksi, dan penjualan produk sangat penting untuk menganalisis tren dan memahami perilaku penonton, sehingga strategi *live streaming* dapat dioptimalkan.

Dengan demikian, saran-saran yang telah dipaparkan diharapkan dapat menjadi panduan yang bermanfaat bagi para *content creator live streaming* dan *WB Houseware*. Implementasi yang cermat dan berkelanjutan dari rekomendasi ini berpotensi signifikan dalam meningkatkan kualitas konten, memperluas jangkauan *audiens*, membangun komunitas yang solid, dan pada akhirnya, mencapai tujuan pemasaran yang lebih efektif. Semoga penelitian ini dapat menjadi pemicu inovasi dan perbaikan berkelanjutan dalam praktik *live streaming* di masa depan.



## DAFTAR PUSTAKA

- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). (2023). *Survei Penetrasi Internet di Indonesia 2022-2023*. APJII.
- Bisnis.com. (2024). *Laporan Kunjungan Platform E-commerce di Indonesia*. Bisnis.com.
- Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.
- Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications. (hlm. 89)*
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Creswell. (2013). Research Design 4-5.
- Effendy, O. U. (2003). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Remaja Rosdakarya.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*.
- Goffman, E. (1959). The Presentation of Self in Everyday Life. Doubleday Anchor Books.*
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday Anchor Books.
- Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. Pantheon Books.
- Goffman, Erving. "Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior." 1967.
- Goffman, Erving. "The Presentation of Self in Everyday Life." 1959.
- <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2020/04/e-commerce/> (diakses 4 Maret 2025, pukul 14:39 WIB)
- <https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-jadi-negara-yang-paling-sering-kunjungi-situs-shopee-IVkAe>
- <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/1f9a77c8c8a2c66/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>
- <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet>
- <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>
- Ipsos. (2024). *Riset Kepuasan Konsumen terhadap Platform E-commerce di Indonesia*. Ipsos.

- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*. Harper & Row.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce 2020: Business, Technology, Society*. Pearson.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage Publications.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage Publications.
- Miles, M.B., & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. Remaja Rosdakarya. (Hlm. 145)*
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press.
- Shopee. (2023). Panduan Penggunaan Fitur Shopee untuk Pembeli dan Penjual. Diakses dari <https://www.shopee.co.id>.
- SimilarWeb. (2024). *Data Pengunjung Platform E-commerce di Indonesia*. SimilarWeb.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer.
- Webretailer. (2023). *Laporan Kunjungan Bulanan E-commerce di Indonesia*. Webretailer.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications.

## LAMPIRAN

### 1. Transkrip Wawancara Key Informan

- Narasumber : Regi Silven (Content Creator / Host Live Streaming)
- Pewawancara : Alfando Setiawan
- Tanggal Wawancara : Jumat, 10 Januari 2025
- Pukul : 17.30 WIB
- Lokasi Wawancara : Kantor WB Houseware
- Hasil Wawancara :
- Alfando** : Sudah berapa lama Regi menjadi host atau content creator Live streaming ?
- Regi** : Saya sudah jadi host atau content creator di live streaming WB Houseware sekitar 2 tahunan. Selama itu, saya banyak belajar tentang gimana caranya bikin penonton tertarik dan nyampein info produk dengan cara yang baik dan benar.
- Alfando** : Bagaimana cara atau strategi Regi dalam menarik perhatian penonton ?
- Regi** : Oke, gini nih. Biar penonton tertarik, yang penting itu kita harus punya hubungan yang baik sama mereka. Saya biasanya mulai dengan nyapa yang hangat dan ngobrol santai dulu. Terus, saya suka banget interaksi langsung. Misalnya, nanya mereka lagi cari produk apa, abis itu saya kasih rekomendasi produk yang sesuai sama yang mereka cari. Dengan cara ini, mereka jadi ngerasa terlibat dan lebih semangat. Selain itu juga, saya sering pakai humor pas jawab pertanyaan dari penonton biar suasannya makin seru.
- Alfando** : Persiapan apa yang Regi lakukan sebelum memulai sesi live streaming ?
- Regi** : Sebelum mulai live streaming, biasanya saya ngelakuin beberapa persiapan dulu nih. Misalnya,

nyiapin produk yang mau ditampilkan, terus ngecek juga peralatan kayak kamera sama lampu, biar semuanya oke. Selain itu, saya juga riset tentang tren terbaru dan lihat umpan balik dari live sebelumnya biar siaran kali ini bisa lebih baik.

**Alfando** : Bagaimana cara Regi berinteraksi dengan penonton selama siaran langsung?

**Regi** : Pas lagi live, saya tuh suka banget ngobrol sama penonton. Saya sering nyapa mereka, jawab pertanyaan yang muncul di chat, dan ngajak mereka buat ikutan komentar tentang produk apa yang pengen saya tunjukin dan jelaskan. Selain itu, saya juga sering nanya pendapat mereka tentang produk yang saya tunjukin biar mereka ngerasa lebih dilibatkan.

**Alfando** : Bagaimana cara Regi mengajak penonton untuk berpartisipasi dalam live streaming ?

**Regi** : Biar penonton ikutan berpartisipasi di live streaming, biasanya saya bacain komentar atau pertanyaan mereka langsung. Biar mereka ngerasa dihargai dan jadi bagian dari obrolan. Saya juga selalu nyapa dan ngobrol sama penonton biar suasannya jadi asyik dan rame, jadi mereka lebih nyaman buat ikutan.

**Alfando** : Bagaimana cara Regi membangun citra diri di depan penonton selama sesi live berlangsung ?

**Regi** : Saya ngebangun citra diri di depan orang-orang dengan cara jadi orang yang percaya diri, asyik, dan ngehibur pas lagi live streaming. Ini bikin orang-orang ngerasa lebih deket sama saya.

**Alfando** : Bagaimana cara Regi menciptakan suasana yang menyenangkan dan interaktif saat live streaming ?

**Regi** : Biar suasana live streaming jadi seru dan interaktif, saya kadang-kadang pakai atribut yang sesuai sama

event atau hari-hari spesial. Misalnya, pas mendekati Natal, saya pakai topi Santa, kadang juga pakai kacamata hitam, dan lain-lain. Selain itu, kita juga suka kasih hadiah bonus buat yang beli produk-produk tertentu. Dengan cara-cara kayak gini, kita yakin bisa bikin suasana jadi lebih asyik!

**Alfando**

: Bisakah Regi memberikan contoh bagaimana menggunakan bahasa tubuh misalnya, ekspresi wajah, gerakan tangan untuk menekankan poin-poin penting atau menarik perhatian penonton?

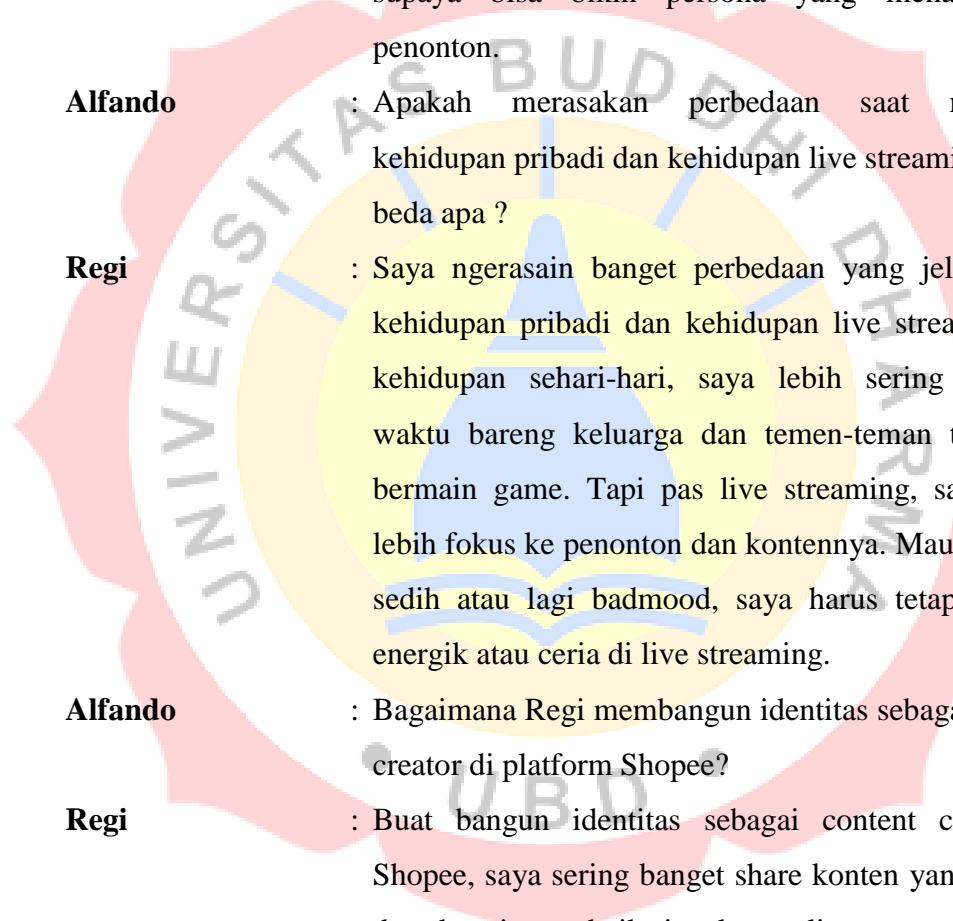
**Regi**

: Nahh kalo ini saya cukup sering menggunakan bahasa tubuh agar penonton tertarik dan fokus pada apa yang saya sampaikan. Misalnya, ketika memperkenalkan produk baru, saya akan tersenyum dan menunjukkan ekspresi sangat antusias untuk menunjukkan bahwa saya sangat bersemangat dengan produk tersebut. Saya juga sering menggunakan gerakan tangan untuk menunjukkan fitur-fitur alat masak. Contohnya, saat menjelaskan keunggulan pisau dapur, saya akan mengangkat pisauanya dan memperagakan cara memotong dengan gerakan yang jelas dan meyakinkan. Ini tidak hanya membuat penonton memperhatikan, tetapi juga membantu mereka memahami cara menggunakan produknya. Selain itu, saya juga sering mengangguk atau memberikan isyarat ketika menjawab pertanyaan dari penonton, untuk menunjukkan bahwa saya mendengarkan dan menghargai mereka.

**Alfando**

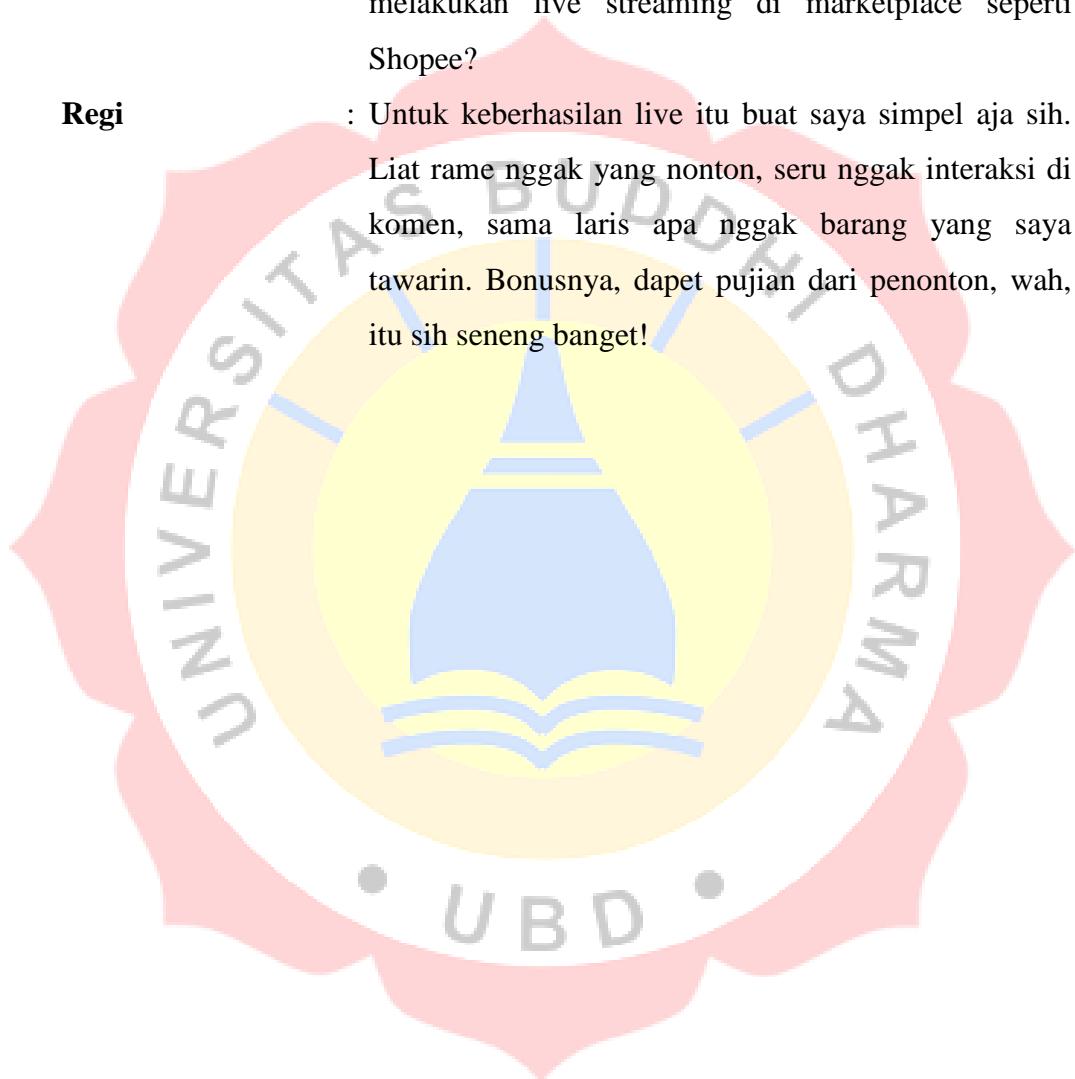
: Apakah memiliki teknik khusus untuk mengatur intonasi suara agar sesuai dengan konten dan penonton ?

- 
- Regi** : Yang pasti ada yaa, penting banget buat kita ngatur intonasi suara sesuai sama konten dan penonton kita. Misalnya, pas lagi jelasin produk, kita bisa pakai nada yang lebih semangat dan antusias biar penonton tertarik. Nah, kalau lagi bahas informasi yang agak serius atau teknis, kita bisa pakai intonasi yang lebih tenang dan jelas biar penonton bisa ngerti dengan baik.
- Alfando** : Apa jenis umpan balik yang paling sering Regi terima dari penonton dan bagaimana menanggapi umpan balik tersebut?
- Regi** : Umpan balik yang paling sering saya denger dari orang-orang itu tentang kualitas produk sama cara saya ngomong. Saya selalu ngehargain banget umpan balik itu dan berusaha buat jadi lebih baik. Misalnya, kalau ada kritik tentang cara saya ngejelasin produk, saya bakal lebih merhatiin cara saya ngomong di sesi berikutnya.
- Alfando** : Apakah Regi memiliki strategi tertentu untuk meningkatkan keterlibatan penonton selama live streaming?
- Regi** : Biasanya sih buat bikin penonton lebih terlibat saat live streaming itu saya selalu coba ngobrol langsung sama penonton lewat chat, jawab pertanyaan mereka, dan sapa-sapa yang aktif ikut ngobrol.
- Alfando** : Bagaimana Regi mengelola kesan yang ingin ditampilkan kepada penonton di panggung depan?
- Regi** : Saya ngatur kesan yang pengen ditampilkan ke penonton dengan ngeliat cara berpakaian, bahasa tubuh, sama cara ngomong. Saya berusaha buat tampil profesional tapi tetep friendly, biar penonton ngerasa nyaman dan percaya sama apa yang saya tawarin.

- 
- Alfando** : Apakah ada perbedaan antara cara Regi berperilaku di depan kamera (panggung depan) dan saat tidak sedang siaran (panggung belakang)?
- Regi** : Oh, jelas banget sih ada perbedaan antara cara saya berperilaku pas di depan kamera sama di belakangnya. Kalau di depan kamera, saya lebih tampil energik dan ceria, sedangkan pas nggak siaran, saya lebih santai dan lebih bebas saja sih. Ini semua bagian dari strategi supaya bisa bikin persona yang menarik buat penonton.
- Alfando** : Apakah merasakan perbedaan saat menjalani kehidupan pribadi dan kehidupan live streaming? Kalo beda apa ?
- Regi** : Saya ngerasain banget perbedaan yang jelas antara kehidupan pribadi dan kehidupan live streaming. Di kehidupan sehari-hari, saya lebih sering ngabisin waktu bareng keluarga dan temen-teman terkadang bermain game. Tapi pas live streaming, saya harus lebih fokus ke penonton dan kontennya. Mau saya lagi sedih atau lagi badmood, saya harus tetap keliatan energik atau ceria di live streaming.
- Alfando** : Bagaimana Regi membangun identitas sebagai content creator di platform Shopee?
- Regi** : Buat bangun identitas sebagai content creator di Shopee, saya sering banget share konten yang relevan dan konsisten, baik itu lewat live streaming atau medsos lainnya. Saya juga berusaha bikin citra diri yang kuat dengan ciri khas yang gampang dikenali sama penonton.
- Alfando** : Apa tantangan terbesar yang Regi hadapi saat melakukan live streaming, dan bagaimana mengatasinya?

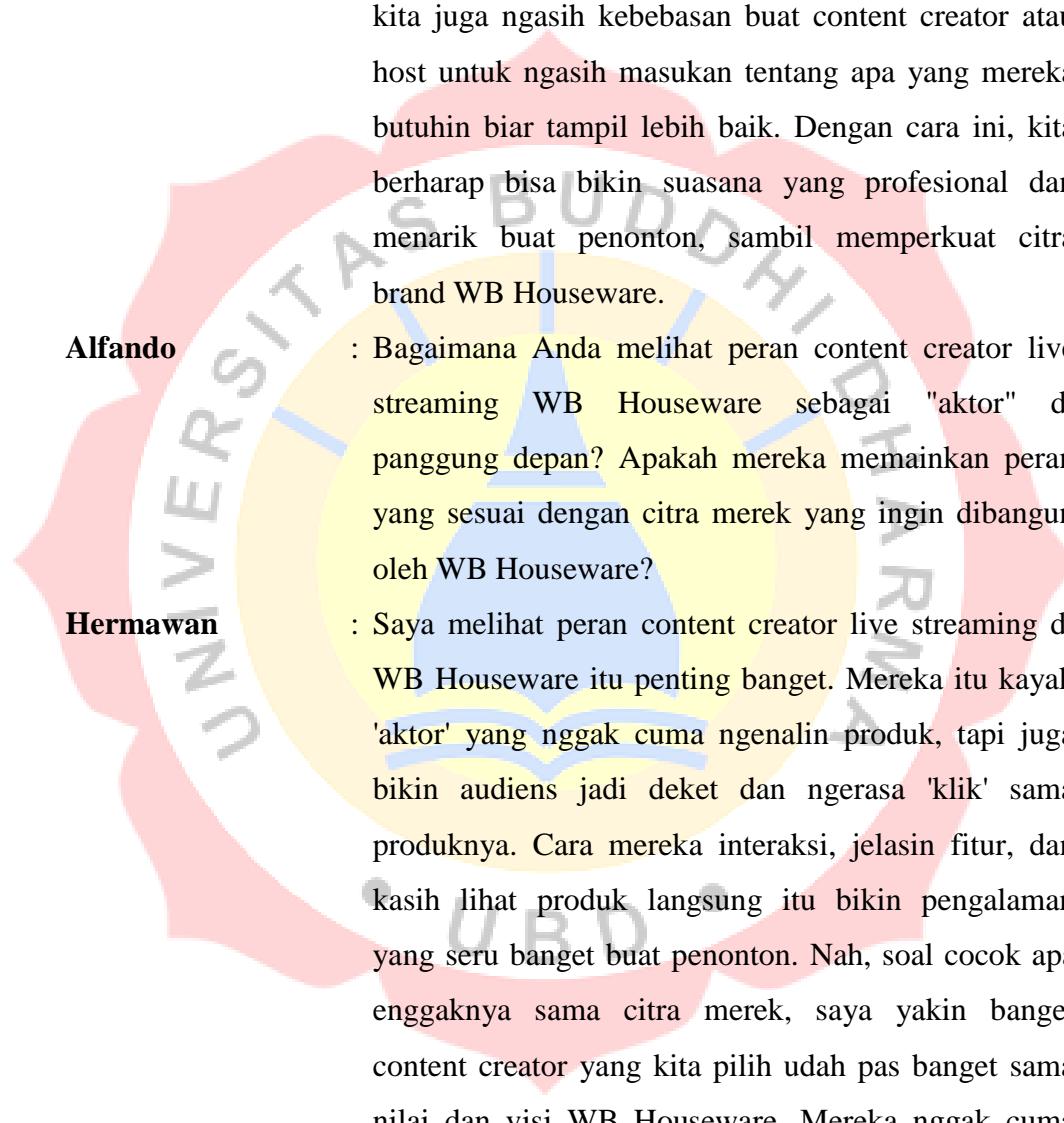
- Regi** : Tantangan terbesar saat live streaming itu adalah bikin penonton tetap fokus di tengah banyaknya gangguan. Jadi, saya terus mencoba selalu berinteraksi sama penonton, dan harus siap-siap juga kalau ada masalah teknis yang tiba-tiba muncul.
- Alfando** : Apa indikator keberhasilan bagi Regi dalam melakukan live streaming di marketplace seperti Shopee?

- Regi** : Untuk keberhasilan live itu buat saya simpel aja sih. Liat rame nggak yang nonton, seru nggak interaksi di komen, sama laris apa nggak barang yang saya tawarin. Bonusnya, dapet pujian dari penonton, wah, itu sih seneng banget!



## 2. Transkrip Wawancara Informan

- Narasumber : Hermawan Wijaya (Supervisor)
- Pewawancara : Alfando Setiawan
- Tanggal Wawancara : Jumat, 10 Januari 2025
- Pukul : 18.30 WIB
- Lokasi Wawancara : Kantor WB Houseware
- Hasil Wawancara :**
- Alfando** : Apa alasan anda memilih regi silven sebagai content creator atau host live streaming?
- Hermawan** : Saya milih Regi Silven jadi content creator atau host live streaming karena beberapa alasan yang bikin dia pas banget. Pertama, Regi itu jago banget ngomong, dia bisa bikin penonton betah dan interaksi selama live streaming jadi seru banget. Terus, Regi itu orangnya asyik, suka ngelawak ke rekan-rekan kantor lainnya, jadi penonton bisa ngerasa lebih deket sama dia. Ini penting banget di dunia live streaming, di mana interaksi penonton itu kunci sukses. Saya yakin Regi bakal bawa nilai tambah buat brand kita dan bantu kita menjangkau audiens yang lebih luas serta bikin interaksi jadi lebih baik.
- Alfando** : Apakah ada naskah atau arahan khusus yang diberikan kepada content creator terkait dengan penampilan dan perilaku mereka saat live streaming?
- Hermawan** : Soal arahan dan naskah, kita pasti kasih beberapa panduan buat content creator atau host live streaming kita. Misalnya, kita kasih tau mereka cara berpakaian yang pas, etika ngobrol sama penonton, dan pentingnya ngejaga suasana yang positif dan seru selama siaran. Contohnya, pas mau deket hari raya, kita biasanya kasih atribut yang cocok sama perayaan



itu. Misalnya, pas Natal, kita minta mereka buat ngehias ruangan live dengan nuansa Natal, dan hostnya juga bisa pakai atribut kayak topi Santa dan lain-lain. Tujuannya sih biar pengalaman nontonnya jadi seru dan menarik, sekaligus nunjukkin sisi positif dari brand kita. Kita selalu konsisten dalam hal ini, dan kita juga ngasih kebebasan buat content creator atau host untuk ngasih masukan tentang apa yang mereka butuhin biar tampil lebih baik. Dengan cara ini, kita berharap bisa bikin suasana yang profesional dan menarik buat penonton, sambil memperkuat citra brand WB Houseware.

**Alfando**

: Bagaimana Anda melihat peran content creator live streaming WB Houseware sebagai "aktor" di panggung depan? Apakah mereka memainkan peran yang sesuai dengan citra merek yang ingin dibangun oleh WB Houseware?

**Hermawan**

: Saya melihat peran content creator live streaming di WB Houseware itu penting banget. Mereka itu kayak 'aktor' yang nggak cuma ngenalin produk, tapi juga bikin audiens jadi deket dan ngerasa 'klik' sama produknya. Cara mereka interaksi, jelaskan fitur, dan kasih lihat produk langsung itu bikin pengalaman yang seru banget buat penonton. Nah, soal cocok apa enggaknya sama citra merek, saya yakin banget content creator yang kita pilih udah pas banget sama nilai dan visi WB Houseware. Mereka nggak cuma nampilin produk kita, tapi juga nunjukkin gaya hidup yang pengen kita tonjolin. Cara mereka nyampain pesan dan nunjukkin produk yang pas itu ngebantu banget buat bikin citra merek kita makin kuat sebagai

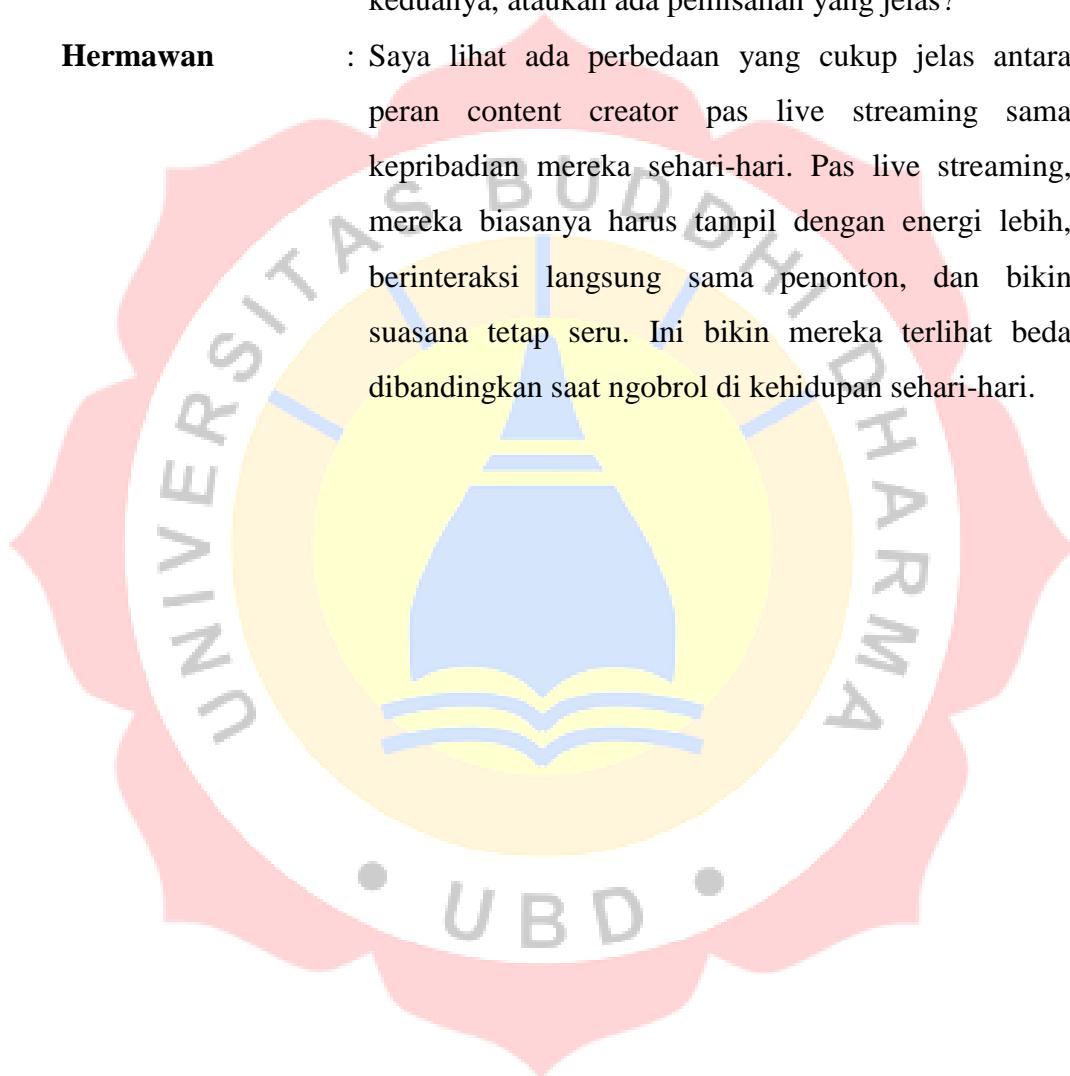
penyedia solusi rumah tangga yang keren dan terpercaya.

**Alfando**

: Apakah ada perbedaan yang signifikan antara "peran" yang dimainkan oleh content creator saat live streaming dengan kepribadian mereka sehari-hari? Apakah ada upaya untuk menjaga konsistensi antara keduanya, ataukah ada pemisahan yang jelas?

**Hermawan**

: Saya lihat ada perbedaan yang cukup jelas antara peran content creator pas live streaming sama kepribadian mereka sehari-hari. Pas live streaming, mereka biasanya harus tampil dengan energi lebih, berinteraksi langsung sama penonton, dan bikin suasana tetap seru. Ini bikin mereka terlihat beda dibandingkan saat ngobrol di kehidupan sehari-hari.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

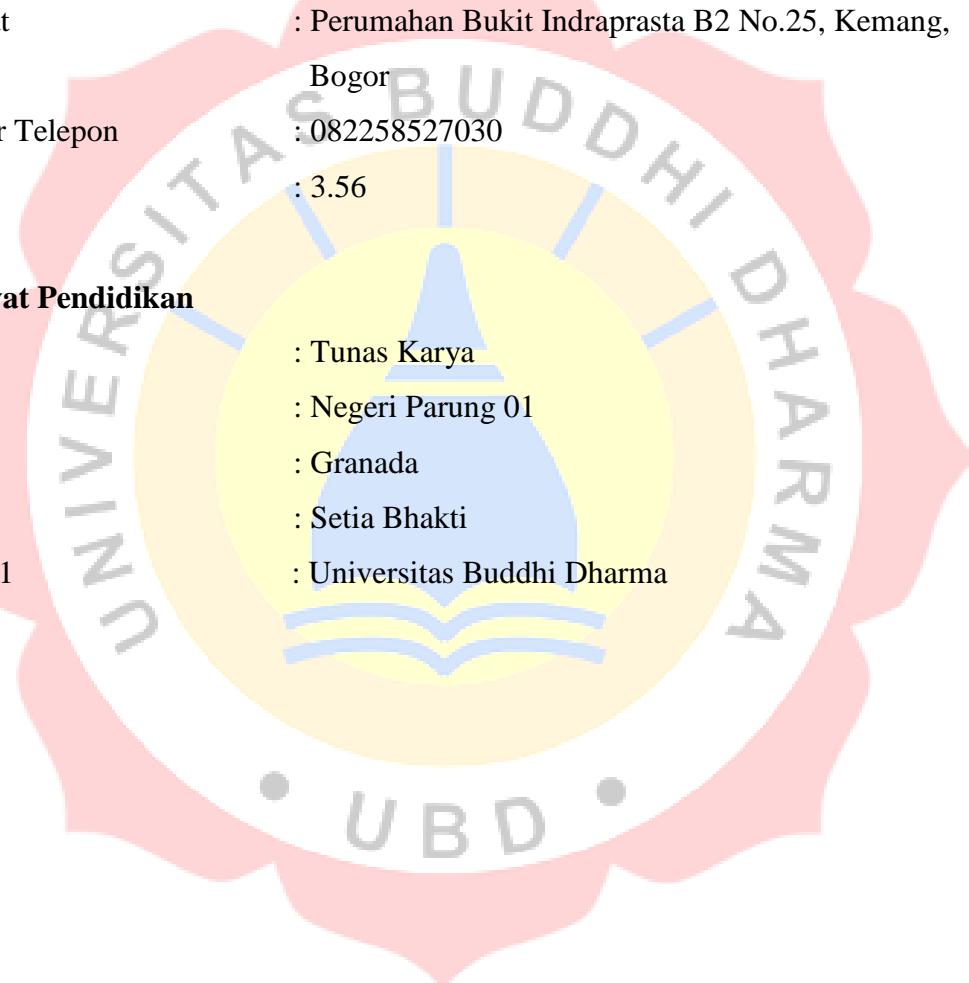
### Identitas Pribadi

Nama Lengkap : Alfando Setiawan  
Tempat Tanggal Lahir : Bogor, 12 Maret 2001  
Jenis Kelamin : Pria  
Agama : Khonghucu  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Perumahan Bukit Indraprasta B2 No.25, Kemang,  
Nomor Telepon : 082258527030  
IPK : 3.56



### Riwayat Pendidikan

TK : Tunas Karya  
SD : Negeri Parung 01  
SMP : Granada  
SMK : Setia Bhakti  
Strata 1 : Universitas Buddhi Dharma





March 7th, 2025

**Editor Explanation:**

Dear Alfando,

Thank you for your trust in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID	:	20200400069
Faculty/Study Program	:	Social Sciences & Humanities/Communication Sciences
Title	:	Penerapan Teori Dramaturgi oleh Content Creator Live Streaming di Marketplace Shopee WB Warehouse
Type	:	Thesis

**Turnitin** Suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count	:	15456
Character Count	:	102114
<b>Similarity Index</b>	:	<b>23%</b>
Internet Source	:	22%
Publication	:	10%
Student Paper	:	10%
Exclude quotes	:	Off
Exclude bibliography	:	Off
Exclude matches	:	Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show an unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,

**Shenny Ayunuri Beata Sitinjak, S.S., M.M., M.Hum.**  
Faculty of Social Sciences and Humanities  
Buddhi Dharma University (UBD)



## UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang  
021 5517853 / 021 5586822 admin@buddhidharma.ac.id

### KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM	: 20200400069
Nama Mahasiswa	: ALFANDO SETIAWAN
Fakultas	: Sosial dan Humaniora
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Jenjang	: Strata Satu
Tahun Akademik/Semester	: 2024/2025 Genap
Dosen Pembimbing	: Lilie Suratminto, MA.
Judul Skripsi	: Studi Dramaturgi Content Creator Live Streaming Marketplace Shopee WB Houseware

Tanggal	Catatan	Paraf
2024-11-03	Penetapan Judul	☆
2024-11-08	Revisi Latar belakang dan rumusan masalah	†
2024-12-03	Revisi Bab I	†
2024-12-04	Revisi Bab II	†
2024-12-13	Revisi Bab III	†
2024-12-29	Revisi Bab III	†
2025-01-12	Revisi Bab IV	†
2025-01-19	Revisi Bab IV	†
2025-02-09	Bab V	†

Mengetahui

Ketua Program Studi



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom

Tangerang, 10 February 2025

Pembimbing



Lilie Suratminto, MA.



# UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

*Kreativitas Membangkitkan Inovasi*

## Surat Permohonan Penelitian

Tangerang, 10 Maret 2025

Nomor : 050/Perm./BAA/II/2025

Lampiran : -

Perihal : Permohonan Penelitian

Kepada Yth,  
TEDI THIO  
WB HOUSEWARE  
REGENSI MELATI MAS E12 23, SERPONG UTARA,  
BANTEN  
Di Tempat

Dengan hormat,  
Kami dari Biro Administrasi Akademik (BAA) Universitas Buddhi Dharma (UBD) dengan ini  
mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat sekiranya menerima Mahasiswa/I kami  
berikut ini :

NIM	:	20200400069
Nama	:	ALFANDO SETIAWAN
Jurusan	:	Ilmu Komunikasi
Jenjang Studi	:	S1
Judul Skripsi	:	Studi Dramaturgi Content Creator Live Streaming Marketplace Shopee WB Houseware

Untuk melaksanakan Penelitian di institusi yang Bapak/Ibu Pimpin. Pelaksanaan Penelitian  
Mahasiswa/I Universitas Buddhi Dharma (UBD) disesuaikan dengan jadwal yang ditentukan oleh  
institusi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu kami ucapan  
terima kasih.

Hormat Kami,



Fidellis Wato Tholok, S.E., M.M.  
Ka. BAA

Sehubungan dengan permohonan yang disampaikan oleh Alfando Setiawan yang berkaitan dengan penelitian dengan judul "**Studi Dramaturgi Content Creator Live Streaming Marketplace Shopee WB Houseware**", dengan ini saya selaku supervisor WB Houseware memberikan izin kepada Alfando Setiawan.

Untuk melakukan wawancara dengan beberapa karyawan kami sebagai bagian dari pengumpulan data penelitian. Wawancara ini dapat dilakukan sesuai kesepakatan lebih lanjut dengan karyawan yang bersangkutan.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu kelancaran untuk tugas akhir peneliti. Kami berharap agar seluruh data yang diperoleh dari wawancara digunakan semata-mata untuk kepentingan akademis dan tidak disalahgunakan.

Kami juga mengharapkan agar :

1. Waktu dan kesibukan karyawan kami dihormati selama proses wawancara.
2. Kerahasiaan informasi yang diberikan oleh karyawan kami dijaga dengan baik.
3. Hasil penelitian dapat dibagikan kepada kami jika diperlukan.

Demikian surat izin ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja samanya, kami ucapkan terima kasih.

Mengetahui,

**UBD**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Supervisor



Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.IKom



Hermawan Wijaya