

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I. PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Akademis	9
1.4.3 Manfaat Praktis	9
1.5 Kerangka Teori dan Pemikiran.....	9
1.5.1 Teori Perencanaan	9
1.5.2 Teori Perencanaan Komunikasi.....	10
1.5.3 Transportasi <i>Online</i>	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	
2.1 Industri 4.0.....	13
2.1.1 Pengertian Industri 4.0.....	13

2.1.2 Pendapat Ahli Tentang Industri 4.0	13
2.1.3 Prinsip Rancangan Industri 4.0	14
2.1.4 Program <i>Making</i> Industri 4.0	15
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	15
2.2.1 Strategi	15
2.2.2 Komunikasi	16
2.2.3 Pemasaran	18
2.2.4 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.5 Strategi Komunikasi.....	20
2.2.6 <i>Marketing Mix</i>	23
2.2.7 Strategi <i>Promotion Mix</i>	25
2.2.7.1 Periklanan.....	27
2.2.7.2 Penjualan Personal	28
2.2.7.3 Promosi Penjualan.....	29
2.2.7.4 Publisitas dan <i>Public Relation</i>	30
2.2.7.5 Pemasaran Langsung.....	31
2.2.7.6 Pemasaran <i>Online</i>	32
2.2.8 Model Komunikasi Pemasaran	33
2.2.8.1 Model Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>	34
2.2.9 Elemen Komunikasi Pemasaran	36
2.2.10 Tahapan Strategi Pemasaran	38
2.3 Transportasi <i>Online</i>	41
2.4 Hasil Penelitian Terdahulu	41
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Objek Penelitian.....	46
3.3 Sumber Data	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5 Teknik Analisa Data	49

3.6 Uji Keabsahan Data	51
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Latar Belakang PT. GO-JEK Indonesia	52
4.1.2 Sejarah PT. GO-JEK Indonesia	52
4.1.3 Visi dan Misi PT. GO-JEK Indonesia.....	53
4.1.4 Logo PT. GO-JEK Indonesia	54
4.1.4.1 Logo Lama	54
4.1.4.2 Logo Baru.....	54
4.1.5 Struktur Organisasi.....	55
4.1.6 Jenis Layanan GO-JEK.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	63
4.3 Pembahasan	75
BAB V. PENUTUP.....	
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Struktur Organisasi GO-JEK	55
Tabel 4.2 Daftar Informan GO-JEK.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kompetitor GO-JEK	4
Gambar 1.2 Tarif dan Jumlah Pengemudi Ojek <i>Online</i>	5
Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	37
Gambar 4.1 Logo Lama GO-JEK	54
Gambar 4.2 Logo Baru GO-JEK.....	54
Gambar 4.3 Simbol Go-Ride	56
Gambar 4.4 Simbol Go-Car	56
Gambar 4.5 Simbol Go-Bluebird	57
Gambar 4.6 Simbol Go-Food.....	57
Gambar 4.7 Simbol Go-Send	58
Gambar 4.8 Simbol Go-Mart	58
Gambar 4.9 Simbol Go-Box	59
Gambar 4.10 Simbol Go-Massage	59
Gambar 4.11 Simbol Go-Clean.....	60
Gambar 4.12 Simbol Go-Glam	60
Gambar 4.13 Simbol Go-Tix	61
Gambar 4.14 Simbol Go-Med.....	61
Gambar 4.15 Simbol Go-Auto	62
Gambar 4.16 Simbol Go-Pulsa	62
Gambar 4.17 Iklan GO-JEK Pada Media <i>Offline</i>	64
Gambar 4.18 Iklan GO-JEK Pada Sosial Media Instagram.....	65

Gambar 4.19 <i>Event</i> IBL 2019 yang Diselenggarakan Oleh GO-JEK.....	66
Gambar 4.20 <i>Event</i> IBL GO-JEK 3X3 di Jogja City Mall	68
Gambar 4.21 Aktor Ringgo Agus Sebagai <i>Influencer</i>	69