

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.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.5. Kerangka Teori	11
1.5.1. Persepsi	11
1.5.2. Persepsi Positif dan Negatif.....	13
1.5.3. <i>Positioning</i>	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1. Komunikasi	18
2.1.1. Fungsi Komunikasi	19
2.1.2. Bentuk-bentuk Komunikasi	21
2.2. Persepsi.....	26
2.2.1. Pengertian Persepsi.....	26
2.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	28
2.2.3. Proses Persepsi	31
2.3. Generasi Millennial (Generasi Y) Dalam Penggunaan Internet	32

2.4.	Penelitian Sebelumnya	35
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
3.1.	Jenis Penelitian	40
3.2.	Obyek Penelitian	40
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.	Teknik Analisis Data	42
3.5.	Keabsahan Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian	46
4.1.1.	<i>Shopee</i>	46
4.1.2.	Tokopedia	48
4.1.3.	Bukalapak	53
4.2.	Hasil Penelitian	57
4.2.1.	Deskripsi Informan	57
4.2.2.	Hasil Penelitian.....	64
	4.2.2.1. Persepsi Generasi Millennial Terhadap <i>Positioning e commerce</i> di Indonesia	64
	4.2.2.2. Faktor yang mempengaruhi persepsi positioning e commerce Shopee sebagai <i>E commerce</i> di Indonesia	96
4.3.	Pembahasan	104
BAB V PENUTUP.....		113
5.1.	Kesimpulan.....	113
5.2.	Saran	114
DAFTAR PUSTAKA		116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Top Performing Online Consumer Goods Retails di Indonesia data pada Kuartal ke 3 Tahun 2018.....	5
Tabel 1.2.	<i>E Commerce</i> yang paling banyak diunduh dan dikunjungi	6
Tabel 4.1.	Karakteristik Informan.....	57
Tabel 4.2.	Persepsi Generasi Millenial Terhadap Positioning Shopee di Indonesia.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Usia.....	2
Gambar 1.2. Pengguna Internet di Indonesia.....	3
Gambar 1.3. Estimasi e Commerce hingga tahun 2025.....	4
Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran	17
Gambar 2.1. Proses Terjadi Persepsi	27
Gambar 2.2. Trend Generasi Millennial dalam Mencari Informasi Melalui Internet	35
Gambar 4.1. Logo Shopee	46
Gambar 4.2. Tampilan Website Shopee	47
Gambar 4.3 Logo Tokopedia.....	51
Gambar 4.4. Maskot Tokopedia	51
Gambar 4.5. Logo Bukalapak.....	54