

Kata Pengantar	i
Lembar Terima Kasih	ii
Abstrak	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar, Tabel, Grafik, dan Bagan	x
BAB I	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	6
C. TUJUAN PENELITIAN	6
D. MANFAAT PENELITIAN	7
a. Manfaat Akademis	7
b. Manfaat Praktis	7
E. KERANGKA PEMIKIRAN	7
a. <i>Conversational human voice</i>	7
b. Pengalaman Pengguna (<i>User Experience</i>)	9
c. Kepuasan Pengalaman Pengguna (<i>User Experience Satisfaction</i>)	10
d. Kehadiran Sosial (<i>Social Presence</i>)	12
F. KERANGKA KONSEP	13
G. DEFINISI OPERASIONAL	16
H. METODE	21
a. Metode Penelitian	21
b. Populasi dan Sampel	22
c. Sumber Data	22
d. Teknik Pengumpulan Data	23
e. Uji Validitas dan Reliabilitas	24
a. Uji Validitas	24
b. Uji Reliabilitas	25
f. Teknik Analisis Data	25
BAB II	27
A. GAYA BAHASA DALAM KAJIAN KOMUNIKASI PEMASARAN	27
a. Bahasa Sebagai Kode Komunikasi	27
b. Menilik Kebahasaan dalam Komunikasi Pemasaran	28
c. Memanusiakan Jenama Melalui Gaya Bahasa: <i>Brand Anthropomorphism</i>	31
B. MELIHAT PENGALAMAN PENGGUNA APLIKASI DIGITAL DALAM KAJIAN KOMUNIKASI PEMASARAN	34

a. Refleksi Historis HCI (<i>Human-Computer Interaction</i>) dalam Pengalaman Pengguna Aplikasi Digital	34
b. Relasi Pengalaman Pengguna Aplikasi Digital dengan <i>Customer Experience</i>	36
C. DISRUPSI APLIKASI DIGITAL OJEK <i>ONLINE</i> (OJOL) DI INDONESIA	39
BAB III.....	42
A. PROFIL GOJEK	42
B. ASPEK KEBAHASAAN DALAM FITUR DAN DESAIN ANTARMUKA APLIKASI GOJEK.....	44
BAB IV.....	47
A. UJI PRASYARAT ANALISIS	47
a. Uji Normalitas.....	47
b. Uji Autokorelasi.....	49
c. Uji Multikolinearitas	50
d. Uji Heteroskedastisitas.....	50
B. PROFIL RESPONDEN	51
a. Umur	52
b. Asal Provinsi.....	52
D. ANALISIS RATA-RATA (<i>MEAN</i>).....	53
a. Analisis Rata-Rata Variabel X: <i>Conversational human voice</i>	53
1. Dimensi Personalisasi Pesan.....	53
2. Dimensi Gaya Bahasa Informal	54
3. Dimensi Ajakan Retoris	55
b. Analisis Rata-Rata Variabel Y: Kepuasan Pengalaman Pengguna.....	55
c. Analisis Rata-Rata Variabel Z: Kehadiran Sosial.....	56
1. Dimensi Kecerdasan Bercakap	57
2. Dimensi Kecerdasan Sosial.....	58
3. Dimensi Personifikasi	59
E. ANALISIS KORELASI.....	60
F. ANALISIS REGRESI.....	61
a. Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel <i>Conversational human voice</i> (X) terhadap Variabel Kepuasan Pengalaman Pengguna (Y)	61
b. Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel <i>Conversational human voice</i> (X) terhadap Variabel Kehadiran Sosial (Z)	63
c. Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel Kehadiran Sosial (Z) terhadap Variabel Kepuasan Pengalaman Pengguna (Y).....	65
d. Analisis Regresi Linear Total dari Seluruh Variabel	66
G. ANALISIS JALUR.....	68
H. ANALISIS TABULASI SILANG	71

a.	Tabulasi Silang antara Usia dan Asal Provinsi Responden	72
b.	Tabulasi Silang antara Usia dan Penggunaan Kosakata Lokal Aplikasi Gojek	73
c.	Tabulasi Silang antara Usia dan Keterbantuan Pengguna Aplikasi Gojek	75
d.	Tabulasi Silang antara Kosakata Lokal Aplikasi Gojek dan Kejelasan Alur Pemesanan Aplikasi Gojek	77
e.	Tabulasi Silang antara Personifikasi Jenaka Gojek dan Pengalaman Menyenangkan Aplikasi Gojek	79
I.	RINGKASAN TEMUAN DATA	82
J.	PEMBAHASAN	86
a.	<i>Conversational human voice</i> dalam Kerangka Komunikasi	87
b.	<i>Conversational human voice</i> dan Kepuasan Pengalaman Pengguna Aplikasi	88
c.	Optimalisasi <i>Conversational human voice</i> untuk Meningkatkan Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek	91
BAB V	94
A.	KESIMPULAN	94
B.	SARAN	96
Daftar Pustaka	98
Lampiran	111

Daftar Gambar, Tabel, Grafik, dan Bagan

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Contoh Implementasi CHV di <i>Touch Points</i> Media Sosial Tinder	3
Gambar 1.2, Unsur Kelokalan dalam Aplikasi Gojek.....	4
Gambar 1.3 Perbandingan Pengaturan Bahasa di Aplikasi Gojek.....	4
Gambar 1.6 Rumus Slovin.....	22
Gambar 1.7 Poster Kuesioner Daring	23
Gambar 2.1 Diagram <i>Customer Journey</i>	38
Gambar 2.2 Perbandingan Aspek Kebahasaan di Aplikasi Gojek dan Grab	40
Gambar 3.1 Perbedaan <i>Copy</i> Desain Antarmuka Aplikasi Gojek Antara Pra- <i>Rebranding</i> dan Pasca- <i>Rebranding</i>	44
Gambar 3.2 Perbandingan <i>Error Message</i> di Aplikasi Gojek	45
Gambar 3.3 Tampilan dan Skenario Trip Advisor di Aplikasi Mitra	46
Gambar 4.1 Perhitungan Uji Sobel	69
Gambar 4.2 Gaya Percakapan <i>Warmth</i>	93

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Operasionalisasi Penelitian	17
Tabel 1.2 Uji Validitas.....	24
Tabel 1.3 Uji Reliabilitas	25
Tabel 4.1 Uji Autokorelasi.....	49
Tabel 4.2 Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
Tabel 4.4 Analisis Rata-Rata Dimensi Personalisasi Pesan.....	53
Tabel 4.5 Analisis Rata-Rata Dimensi Gaya Bahasa Informal	54
Tabel 4.6 Analisis Rata-Rata Dimensi Ajakan Retoris	55
Tabel 4.7 Analisis Rata-Rata Dimensi Kompeten dan Frustrasi.....	56
Tabel 4.8 Analisis Rata-Rata Dimensi Kecerdasan Bercakap	57
Tabel 4.9 Analisis Rata-Rata Dimensi Kecerdasan Sosial.....	58
Tabel 4.10 Analisis Rata-Rata Dimensi Personifikasi	59
Tabel 4.11 Analisis Korelasi.....	60
Tabel 4.12 Uji ANOVA Variabel X terhadap Y	62
Tabel 4.13 Tabel <i>Coefficients</i> Regresi Variabel X terhadap Y	62
Tabel 4.14 Tabel <i>Summary</i> Regresi Variabel X terhadap Y	62
Tabel 4.15 Uji ANOVA Variabel X terhadap Z	63
Tabel 4.16 Tabel <i>Coefficients</i> Regresi Variabel X terhadap Z	64

Tabel 4.17	Tabel <i>Summary</i> Regresi Variabel X terhadap Z	64
Tabel 4.18	Uji ANOVA Variabel Z terhadap Y	65
Tabel 4.19	Tabel <i>Coefficients</i> Regresi Variabel Z terhadap Y	65
Tabel 4.20	Tabel <i>Summary</i> Regresi Variabel Z terhadap Y	65
Tabel 4.21	Uji ANOVA Variabel X dan Z terhadap Y	66
Tabel 4.22	Tabel <i>Coefficients</i> Regresi Variabel X dan Z terhadap Y	67
Tabel 4.23	Tabel <i>Summary</i> Regresi Variabel X dan Z terhadap Y	67
Tabel 4.24	Koefisien Variabel X dan Z terhadap Y	68
Tabel 4.25	Tabulasi Silang Usia dan Asal Provinsi	72
Tabel 4.26	Chi-Square Test Usia dan Penggunaan Kosakata Lokal Aplikasi Gojek	73
Tabel 4.27	Tabulasi Silang antara Usia dan Penggunaan Kosakata Lokal Aplikasi Gojek	74
Tabel 4.28	Chi-Square Test Usia dan Keterbantuan Pengguna Aplikasi Gojek	75
Tabel 4.29	Tabulasi Silang antara Usia dan Keterbantuan Pengguna Aplikasi Gojek	76
Tabel 4.30	Chi-Square Test Kosakata Lokal dan Kejelasan Alur Aplikasi Gojek	77
Tabel 4.31	Tabulasi Silang Kosakata Lokal dan Kejelasan Alur Aplikasi Gojek	78
Tabel 4.32	Chi Square Test Personifikasi Jenaka Gojek dan Pengalaman Menyenangkan Aplikasi Gojek	79
Tabel 4.33	Tabulasi Silang Personifikasi Jenaka Gojek dan Pengalaman Menyenangkan Aplikasi Gojek	80
Tabel 4.34	Ringkasan Temuan Data	82

Daftar Grafik

Grafik 4.1	Uji Normalitas Variabel X	48
Grafik 4.2	Uji Normalitas Variabel Y	48
Grafik 4.3	Uji Normalitas Variabel Z	49
Grafik 4.4	Umur Responden	52
Grafik 4.5	Asal Provinsi Responden	52
Grafik 4.6	Tabulasi Silang Usia dan Asal Provinsi	72
Grafik 4.7	Tabulasi Silang antara Usia dan Penggunaan Kosakata Lokal di Aplikasi Gojek	74
Grafik 4.8	Tabulasi Silang antara Usia dan Keterbantuan Pengguna Aplikasi Gojek	76
Grafik 4.9	Tabulasi Silang Kosakata Lokal dan Kejelasan Alur Aplikasi Gojek	78
Grafik 4.10	Tabulasi Silang Personifikasi Jenaka Gojek dan Pengalaman Menyenangkan Aplikasi Gojek	80

Daftar Bagan

Bagan 1.1	Kerangka Konsep Penelitian	15
Bagan 4.1	Nilai Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Variabel Gaya komunikasi <i>conversational human voice</i> (X) terhadap Variabel Kepuasan Pengalaman Pengguna (Y) yang Dimediasi oleh Variabel Kehadiran Sosial (Z)	69