

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR BAGAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Tinjauan Pustaka	8
1.5.1 Penelitian Terdahulu.....	8
1.6 Kerangka Pemikiran	10
1.7 Kerangka Konseptual	20
1.7.1 Bagan Kerangka Konsep	21
1.8 Metodologi Penelitian	22
1.8.1 Paradigma dan Pendekatan.....	22
1.8.2 Pendekatan dan Metode Penelitian.....	22
1.8.3 Informan Penelitian	23
1.8.4 Teknik Pengumpulan Data	24
1.8.5 Sumber Data	26
1.8.6 Teknik Analisis Data	27
1.8.7 Validitas Data	28
BAB II KOMUNIKASI PEMASARAN DAN EKSISTENSI STARTUP DALAM PERSAINGAN BISNIS.....	29
2.1 Komunikasi Pemasaran	29

2.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu	34
2.3 Pengertian Eksistensi	38
2.4 Startup	39
2.5 Startup <i>Transportation Network Companies (TNC)</i>	42
BAB III MENGENAL JOGJA KITA SEBAGAI STARTUP LOKAL ANAK BANGSA DALAM PUSARAN PERSAINGAN BISNIS	44
3.1 Profil & Deskripsi Jogja Kita	44
3.2 Visi & Misi	45
3.3 Struktur Organisasi	45
3.4 Media Sosial	46
3.5 Produk Jogja Kita	48
BAB IV HASIL KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (<i>INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION</i>) JOGJA KITA	52
4.1 Hasil Penelitian	52
4.1.1 Tahap Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu	53
4.1.2 Tahap Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu	63
4.1.3 Tahap Evaluasi Komunikasi Pemasaran Terpadu	75
4.1.4 Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Jogja Kita	85
4.2 Pembahasan Penelitian	86
4.2.1 Pembahasan Tahap Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu	88
4.2.2 Pembahasan Tahap Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu	92
4.2.3 Pembahasan Tahap Evaluasi Komunikasi Pemasaran Terpadu	95
4.2.4 Pembahasan Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu	97
BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	109