

## DAFTAR TABEL

Bagan 2.1 Model Coorientation.....	22
Bagan 2.2 Type of Coorientation.....	27
Bagan 2.3 The Crowdsourcing Process .....	31
Bagan 2.4 Crowdsourcing Vs Outsourcing.....	33
Bagan 2.5 Cara Pemasaran Online.....	39
Bagan 2.6 Komponen dari Promosi.....	42
Bagan 2.7 IMC di Era Digital.....	44
Bagan 2.8 The Changing IntraWeb for 1.0 to 3.0 Gary Hayes.....	46
Bagan 2.9 Model Converging Technology Top Scott .....	57
Bagan 2.10 Indonesia's E-Commerce Landscape .....	62
Bagan 2.11 E-commerce Market Size .....	63
Bagan 2.12 Peta e-commerce di Indonesia.....	76
Bagan 2.13 Coorientation Model FIB.....	79
Bagan 2.14 Konstruksi Konseptual.....	81
Bagan 3.1 Penjelasan Konsep Coorientation .....	91
Bagan 4.1.1 Pemikiran Manajemen Bukalapak Terhadap Crowdsourcing FIB .....	119
Bagan 4.1.2 Pemikiran Publik Terhadap Crowdsourcing FIB .....	135
Bagan 4.2 Model Komunikasi Crowdsourcing FIB .....	136
Bagan 4.2.1 Pemikiran Manajemen Bukalapak Terhadap Tujuan Crowdsourcing.....	140
Bagan 4.2.2 Pemikiran Manajemen Bukalapak Terhadap Tema Pahlawan .....	145
Bagan 4.2.3 Pemikiran Manajemen Bukalapak Terhadap IMC FIB .....	172
Bagan 4.2.4 Pemikiran Manajemen Bukalapak Terhadap Animo Peserta FIB .....	178
Bagan 4.2.5 Pemikiran Manajemen Bukalapak Terhadap Hadiah dan Royalti.....	184
Bagan 4.2.6 Pemikiran Manajemen Bukalapak Terhadap Penjurian FIB .....	186
Bagan 4.2.7 Pemikiran Manajemen Bukalapak Terhadap Crowdsourcing dan Industri periklanan .....	189
Bagan 4.2.9 Pemikiran Manajemen Bukalapak Terhadap Hambatan FIB .....	192
Bagan 4.2.9 Pemikiran Manajemen Bukalapak Terhadap Kelanjutan FIB .....	195
Bagan 4.2.10 Pemikiran Manajemen Bukalapak Tentang Bukalapak.....	198
Bagan 4.2.11 Tone Pemikiran Manajemen Bukalapak Mengenai FIB.....	200

Bagan 4.3.1 Pemikiran Publik Terhadap Tujuan FIB .....	206
Bagan 4.3.2 Pemikiran Publik Terhadap Tema pahlawan.....	209
Bagan 4.3.3 Pemikiran Publik Terhadap Strategi IMC FIB .....	212
Bagan 4.3.4 Pemikiran Publik Terhadap Animo Peserta FIB .....	213
Bagan 4.3.5 Pemikiran Publik Terhadap Hadiah dan Royalti Pemenang.....	220
Bagan 4.3.6 Pemikiran Publik Terhadap Penjurian FIB.....	225
Bagan 4.3.7 Pemikiran Publik Terhadap Crowdsourcing dan industry Periklanan.....	235
Bagan 4.3.8 Pemikiran Publik Terhadap Kelanjutan FIB .....	237
Bagan 4.3.9 Pemikiran Publik Terhadap Bukalapak .....	253
Bagan 4.3.10 Tone Pendapat Publik Mengenai Bukalapak.....	253
Bagan 4.7 Masukan Untuk Model Coorientation Bukalapak dengan Publik Terhadap Fenomena Crowdsourcing FIB.....	300