

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Bukalapak.....	17
Gambar 1.2 Iklan billboard Bukalapak .....	23
Gambar 1.3 Salah Satu Tanggapan Masyarakat .....	24
Gambar 1.4 Klarifikasi Bukalapak .....	24
Gambar 1.5 Tanggapan Masyarakat Setelah Klarifikasi Bukalapak .....	25
Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran .....	54
Gambar 3.1 Garis Kontinum.....	70
Gambar 4.1 Karakteristik Responden I .....	75
Gambar 4.2 Karakteristik Responden 2.....	76
Gambar 4.3 Domisili Responden .....	77
Gambar 4.4 Usia Responden.....	78
Gambar 4.5 Profesi Responden .....	79
Gambar 4.6 Persentase dari responden merasa antusias dalam memberikan informasi terkait ekperimen sosial yang dilakukan oleh Bukalapak .....	81
Gambar 4.7 Persentase dari responden memberikan informasi terkait eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak kepada teman/kerabat/keluarga .....	82
Gambar 4.8 Persentase dari responden sangat mengetahui klarifikasi yang dilakukan Bukalapak terkait ekperimen sosial dalam rangka Hari Sumpah Pemuda 2018 .....	83
Gambar 4.9 Persentase dari responden turut menyebarkan informasi terkait eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak karena sangat mengetahui fenomena tersebut.....	84
Gambar 4.10 Persentase dari responden menyebarkan informasi terkait eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak dengan akurat .....	85
Gambar 4.11 Persentase dari fenomena ekperimen sosial yang dilakukan Bukalapak sangat menarik.....	87
Gambar 4.12 Persentase dari fenomena eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak dikemas dengan menarik .....	88
Gambar 4.13 Persentase dari responden menerima informasi terkait eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak dari account resmi Bukalapak.....	90
Gambar 4.14 Persentase dari responden menerima informasi terkait eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak dari komunitas Bukalapak .....	91
Gambar 4.15 Persentase dari responden menerima informasi terkait eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak dari viral media sosial .....	92
Gambar 4.16 Persentase dari fenomena terkait eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak sering dibicarakan.....	93
Gambar 4.17 Persentase dari Bukalapak membuat eksperimen sosial tersebut dengan sengaja.....	95
Gambar 4.18 Persentase dari Eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak menjadi bahan percakapan di media sosial .....	96
Gambar 4.19 Persentase dari Bukalapak mengupload video klarifikasi terkait ekperimen sosial di account resmi mereka dengan tujuan untuk mengetahui secara langsung respon dari masyarakat.....	97
Gambar 4.20 Persentase dari masyarakat dapat memberikan kritik dan saran terkait eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak melalui media sosial .....	99

Gambar 4.21 Persentase dari Bukalapak menanggapi kritik dan saran masyarakat terkait eksperimen sosial yang mereka lakukan .....	100
Gambar 4.22 Persentase Variabel Word of Mouth.....	104
Gambar 4.23 Klarifikasi eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak mudah dimengerti .....	105
Gambar 4.24 Klarifikasi eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak menarik perhatian .....	106
Gambar 4.25 Klarifikasi eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak disampaikan dengan jelas .....	107
Gambar 4.26 Klarifikasi eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak mudah disimpulkan.....	109
Gambar 4.27 Klarifikasi eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak menimbulkan banyak arti .....	110
Gambar 4.28 Klarifikasi eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak menimbulkan ketertarikan.....	110
Gambar 4.29 Klarifikasi eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak disampaikan oleh sumber yang dikenal .....	112
Gambar 4.30 Klarifikasi eksperimen sosial yang dilakukan Bukalapak dikemas dengan menarik .....	113
Gambar 4.31 Persentase Variabel Pesan Iklan .....	116
Gambar 4.32 Bukalapak merupakan salah satu e-commerce yang populer di Indonesia .....	117
Gambar 4.33 Bukalapak merupakan salah satu e-commerce yang dapat dipercaya ..	118
Gambar 4.34 Masyarakat yang menggunakan Bukalapak memiliki gaya hidup yang praktis.....	119
Gambar 4.35 Masyarakat yang menggunakan Bukalapak memiliki kepribadian yang praktis.....	120
Gambar 4.36 Semua lapisan masyarakat dapat menggunakan Bukalapak.....	121
Gambar 4.37 Hadirnya Bukalapak mempermudah masyarakat .....	123
Gambar 4.38 Bukalapak memberikan jaminan kepada setiap para penggunanya .....	124
Gambar 4.39 Persentase Variabel Pesan Iklan .....	126
Gambar 4.40 Uji P Plot .....	127
Gambar 4.41 Grafik Scatterplot .....	129