

**PENERIMAAN MASYARAKAT MENGENAI *DIGITAL
TRANSFORMATION* PT BLUE BIRD, TBK DALAM *CORPORATE
ADVERTISING* “*BLUE BIRD* BERUBAH MENJADI LEBIH BAIK”**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Stephanie Indahwati

NRP. 1423015093

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

2018

SKRIPSI

PENERIMAAN MASYARAKAT MENGENAI *DIGITAL TRANSFORMATION* PT BLUE BIRD, TBK DALAM *CORPORATE ADVERTISING* “*BLUE BIRD* BERUBAH MENJADI LEBIH BAIK”

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun oleh :

Stephanie Indahwati

NRP. 1423015093

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

2018

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya

Nama : Stephanie Indahwati

NRP : 1423015093

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

Penerimaan Masyarakat Mengenai *Digital Transformation* PT Blue Bird, Tbk
Dalam *Corporate Advertising* “*Blue Bird* Berubah Menjadi Lebih Baik”

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 18 Januari 2019

Yang menyatakan,



Stephanie Indahwati

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENERIMAAN MASYARAKAT MENGENAI *DIGITAL TRANSFORMATION* PT *BLUE BIRD*, TBK DALAM *CORPORATE ADVERTISING* “*BLUE BIRD* BERUBAH MENJADI LEBIH BAIK”

Oleh:

Stephanie Indahwati

NRP. 1423015093

Proposal skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan proposal skripsi untuk diajukan ke tim penguji proposal skripsi.

Pembimbing I: Dr. Drs, Nanang Krisdinanto, M.Si.

NIK. 142.10.0659

Pemimbing II: Theresia Intan P. H., S.I.Kom, M.Med.Kom. (.....)

NIK. 142.10.0651

Surabaya, 18 Januari 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Jumat, 11 Januari 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos. M.Si.

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji

1. Ketua : Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom. (.....) NIK. 142.15.0849
2. Sekretaris : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si. (.....) NIK. 142.10.0659
3. Anggota : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom. (.....) NIK. 142.03.0634
4. Anggota : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. (.....) NIK. 142.10.0651

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Stephanie Indahwati

NRP : 1423015093

Menyetujui skripsi / Karya Ilmiah saya

Judul : **Penerimaan Masyarakat Mengenai *Digital Transformation* PT Blue Bird, Tbk Dalam *Corporate Advertising* “*Blue Bird* Berubah Menjadi Lebih Baik”**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang – undang Hak Cipta yang berlaku.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Januari 2019

Yang menyatakan,



Stephanie Indahwati

KATA PERSEMBAHAN

Penulis ingin mempersembahkan Skripsi ini kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena oleh rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Serta, penulis ingin mempersembahkan Skripsi ini kepada Papa dan Mama tercinta, yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan Skripsi. Terlebih kepada Mama yang selalu memberikan cinta kasih kepada penulis. Tanpa dukungan dan nasehat dari Mama, penulis tidak dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu. Penulis sadar bahwa sekarang, masih belum bisa membalas semua kebaikan dan cinta kasih yang diberikan oleh Papa dan Mama. Namun, dengan terselesaikannya Skripsi ini, penulis berharap dapat menjadi salah satu langkah awal untuk dapat membanggakan kedua orangtua.

Everything is only BY HIS GRACE, nothing else.

Not your own efforts, or sacrifices or desperate attempts.

His grace is enough. It is stronger and more effective than what you think you are capable of.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul PENERIMAAN MASYARAKAT MENGENAI *DIGITAL TRANSFORMATION* PT *BLUE BIRD*, TBK DALAM *CORPORATE ADVERTISING* “*BLUE BIRD* BERUBAH MENJADI LEBIH BAIK”. Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi mata kuliah Seminar di semester 7 (tujuh) dan sebagai salah satu persyaratan lulus dalam mencapai gelar Sarjana Strata 1 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan, skripsi ini berisikan laporan penelitian mengenai pemaknaan isi media oleh masyarakat mengenai *digital transformation* yang ada pada *Corporate Advertising* yang berjudul “Blue Bird Berubah Menjadi Lebih Baik”. Dengan memanfaatkan *corporate advertising*, perusahaan dapat mengirimkan pesan yang ingin disampaikan kepada publiknya, termasuk dalam pemaknaan pesan yang disampaikan oleh PT. Blue Bird Tbk.

Dalam proses pengerjaan hingga terselesaikannya Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Papa dan Mama, terima kasih atas segala bimbingan dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan ini dengan tepat waktu, Dengan terselesaikannya laporan ini, penulis berharap dapat membanggakan orangtua.
2. Dosen pembimbing Skripsi, Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si. dan Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.Si. terimakasih telah

memberikan bimbingan, dukungan dan semangat yang tak henti-hentinya kepada penulis selama proses pengerjaan Skripsi ini.

3. Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya, terima kasih atas perhatian, motivasi dan pengarahan yang diberikan selama penulis menimba ilmu di FIKOM WM.
4. John Phillipe Cante, Januariska Dwi Kristiani, Mitchell Soeharsono, Weenie Suryaningsih, Paoline Tjuradi, Adi Handoko selaku informan dari Skripsi ini. Terima kasih atas ketersediannya sehingga dapat terselesaikannya Skripsi ini.
5. Phelia Nayumi, Maria Clarissa, Febe Natasha, Tania Emyliani, dan Vergiana Lestari sebagai teman seperjuangannya saya selama kuliah di Fikom WM. Terima kasih atas seluruh motivasi, persahabatan yang sudah terjalin selama kuliah serta membantu penulis untuk dapat menyelesaikan Skripsi ini.
6. *College Leaders*, *Core Team*, dan CG Bolyes, terima kasih atas seluruh motivasi dan semangat yang diberikan kepada penulis yang bisa mendukung terselesaikannya Skripsi ini.
7. Seluruh sahabat, teman dan rekan-rekan penulis lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan, motivasi, kritik dan saran yang telah diberikan.

Surabaya, 18 Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	17
I.3 Tujuan Penelitian	17
I.4 Batasan Masalah	17

IV.1.3. Setting Penelitian	54
IV.1.4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan	54
IV.2. Hasil Temuan Data dan Pembahasan	54
IV.2.1 Pelanggan Sebagai Kunci Perubahan.....	56
IV.2.2 Persaingan dalam kemajuan PT Blue Bird Tbk	60
IV.2.3 Data sebagai Aset Perusahaan.....	65
IV.2.4 Inovasi.....	70
IV.2.5 Nilai – Nilai Perusahaan	74
IV.2.6 Perkembangan Teknologi Transportasi menuju <i>Digital Transformation</i>	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
V.1 Kesimpulan	85
V.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel II.2.1 Kekuatan dan kelemahan dari *corporate advertising*..... 25

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 <i>Scene</i> pemesanan melalui <i>MyBlueBird</i>	7
Gambar I.2 <i>Scene driver Blue Bird</i> merangkul <i>driver ojek online</i>	8
Gambar I.3 <i>Scene driver</i> membantu penumpangnya membawa tas	13
Gambar II.1 Proses Komunikasi	27
Gambar III.1 Analisis data Model Interaktif dari Miles dan Huberman..	40

ABSTRAK

Stephanie Indahwati NRP: 1423015093 Penerimaan Masyarakat Mengenai *Digital Transformation* PT *Blue Bird*, Tbk dalam *Corporate Advertising* “*Blue Bird* Berubah Menjadi Lebih Baik”

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerimaan masyarakat mengenai *digital transformation* dalam *corporate advertising* “*Blue Bird* Berubah Menjadi Lebih Baik”. Penelitian ini melihat bagaimana masyarakat menerima *digital transformation* berdasarkan *frame of experience* dan *field of reference*.

Teori yang digunakan adalah teori *reception analysis* milik Mc. Quail dengan paradigma encoding – decoding. Penelitian ini juga didukung dengan teori *digital transformation*, *corporate advertising*, pelayanan prima, dan teori *active audience* yang nantinya akan dihubungkan dengan teori *reception analysis*.

Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing informan yang memiliki latar belakang pengalaman yang berbeda, cenderung menempatkan dirinya dalam posisi *dominated code*. Menurut informan, *corporate advertising* *Blue Bird* Berubah Menjadi Lebih Baik ingin menunjukkan perubahan yang dilakukan oleh *Blue Bird* selaku taksi konvensional.

Kata Kunci: *Reception analysis*, *digital transformation*, *corporate advertising* *Blue Bird* Berubah Menjadi Lebih Baik

ABSTRACT

Stephanie Indahwati NRP: 1423015093 Community Acceptance Regarding Digital Transformation of PT Blue Bird, Tbk in Corporate Advertising "*Blue Bird Berubah Menjadi Lebih Baik*"

This research was conducted to find out how public acceptance of digital transformation corporate advertising "*Blue Bird Berubah Menjadi Lebih Baik*". This research looks at how people accept digital transformation based on frame of experience and field of reference.

The theory used of Mc's Quail reception analysis, with the encoding - decoding paradigm. This research is also supported by the theory of digital transformation, corporate advertising, excellent service, and active audience theory which will later be linked to the theory of reception analysis.

In the results of this study indicate that each informant who has a different background experience, tends to place himself in the position of dominated code. According to the informant, the corporate advertising of *Blue Bird Berubah Menjadi Lebih Baik* to show the changes made by Blue Bird as a conventional taxi.

Keywords: *Reception analysis, digital transformation, corporate advertising Blue Bird Berubah Menjadi Lebih Baik*