

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH
ANALISIS BERBASIS DIFUSI INOVASI PADA
STRATEGI *MARKETING COMMUNICATION* DI PT
BANK SYARIAH INDONESIA



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Terapan dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi
Digital**

Bunga Raisa Ramadhani

1408520016

PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT DAN

KOMUNIKASI DIGITAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

LEMBAR ORISINALITAS



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM STUDI D-IV HUBUNGAN MASYARAKAT DAN
KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul *Analisis Berbasis Difusi Inovasi Pada Strategi Marketing Communication Di PT Bank Syariah Indonesia Tbk* adalah benar – benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 20 Juni 2024



**Bunga Raisa Ramadhani
NIM. 1408520016**

LEMBAR PENGESAHAN





Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial



Rizki Nur Wajidi, Ph.D

NIP. 198107182008011016

TIM PENGUJI

| No | Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
|----|---|---|----------------------|
| 1. | <u>Asep Soegiarto, M.Si</u> NIP.198104042009121004 Ketua Sidang |  | 8 Juli 2024 |
| 2. | <u>Dr. Eko Nugroho, M.Si.</u> NIDK.8895090018 Dosen Pembimbing |  | 5 Juli 2024 |
| 3. | <u>Mentari Anugrah Imsa, M.Si</u> NIP.199509222022032020 Dosen Penguji Ahli |  | 5 Juli 2024 |
| 4. | <u>Abdul Kholik, M.Ikom</u> NIP.199108252023211022 Sekretaris Sidang |  | 9 Juli 2024 |

KATA PENGANTAR

Segala puji kehadiran Allah SWT, atas berkat, Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah yang berjudul Analisis Berbasis Difusi Inovasi Pada Strategi *Marketing communication* Di PT Bank Syariah Indonesia Tbk dengan baik dan tepat waktu sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Universitas Negeri Jakarta.

Tugas Akhir Karya Ilmiah yang disusun oleh penulis ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis menyadari perlunya masukan, kritik, dan saran dari berbagai pihak. Dengan demikian, setiap kesalahan dapat menjadi pelajaran berharga untuk kedepannya.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah memberikan dukungan dan doa selama proses penulisan Tugas Akhir Karya Ilmiah ini. Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dari berbagai pihak, penulisan Tugas Akhir Karya Ilmiah ini tidak dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya. Maka penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
3. Asep Soegiarto, S.IK., M.Si. selaku Koordinator Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Eko Nugroho, M.Si. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Karya Ilmiah semester 119 yang telah memberikan masukan berharga serta dukungan selama proses penelitian.
5. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Prodi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Universitas Negeri Jakarta yang sudah memberikan ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan.

6. Orang tua terkasih, Bapak Winarto dan Ibu Nurlaila yang selalu mendukung baik secara moril dan materil, menjadi penyemangat penulis serta selalu mendoakan penulis dan tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang.
7. Teman terdekat penulis, Sarah, Maysel, Hasna, Okta, Ayosh, Nanda, Safina yang sudah selalu ada disaat penulis membutuhkan masukan, bantuan dan meluangkan waktu nya untuk penulis, terima kasih sudah selalu ada dalam menjadi tempat bertukar cerita.
8. Teman seperjuangan, Gusti, Herlina yang sudah membantu banyak dalam melancarkan skripsi ini.
9. Kepada teman terkasih, Airlangga H.K yang selalu menemani saya, terima kasih telah turut hadir dalam perjalanan yang cukup panjang ini. Menjadi penyemangat di setiap kesulitan yang penulis temui, dan telah menjadi sosok pasangan, sahabat, serta kakak yang baik untuk menyelesaikan skripsi.
10. Kepada teman Team Gas Terus, Bunga, Kiky yang selalu mengingatkan untuk menyelesaikan skripsi, memiliki peran yang sangat besar dan memastikan bahwa akan selalu bilang iya kemana pun kita pergi.
11. Teman-teman Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital 2020 yang sama-sama saling membantu dan menyemangati serta berjuang dalam penyelesaian Tugas Akhir Karya Ilmiah ini.

Jakarta, 20 Juni 2024



Bunga Raisa Ramadhani

NIM. 1408520016



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Bunga Raisa Ramadhani
NIM : 1408520016
Fakultas/Prodi : FIS/Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital
Alamat email : bunga.raisa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Berbasis Difusi Inovasi Pada Strategi Marketing Communication Di PT Bank Syariah Indonesia Tbk

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Juni 2024

(
Bunga Raisa Ramadhani
)

ABTRAK

Bank merupakan sarana keuangan yang sudah banyak digunakan dalam kehidupan masyarakat dan sangat beragam jenisnya. Saat ini di Indonesia selain bank konvensional ada juga bank syariah, perbedaan utama antara kedua jenis bank ini adalah dalam hal penentuan harga jual maupun harga beli. PT Bank Syariah Indonesia adalah bank syariah terbesar di Indonesia. Tujuan pada penelitian ini ingin mengetahui bagaimana difusi inovasi yang terjadi pada perubahan strategi *marketing communication* di PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode fenomenologi dengan paradigma *post-positivisme* (realitas nyata). Teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini terdapat unsur difusi inovasi dalam strategi *marketing communication* Bank Syariah Indonesia, di mana tim *marketing communication* Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui semua elemen proses difusi inovasi yaitu inovasi, jangka waktu, saluran komunikasi dan system sosial.

Kata Kunci: Difusi Inovasi, Strategi, Marketing Komunikasi



ABSTRACT

Banks are a financial tool that is widely used in people's lives and has many different types. Currently in Indonesia, apart from conventional banks, there are also sharia banks. The main difference between these two types of banks is in determining the selling price and buying price. PT Bank Syariah Indonesia is the largest sharia bank in Indonesia. The aim of this research is to find out how the diffusion of innovation occurs in changes in marketing communication strategies at PT Bank Syariah Indonesia Tbk. This research uses the diffusion of innovation theory proposed by Everett M. Rogers. This qualitative research uses a phenomenological method with a post-positivism (real reality) paradigm. Data collection techniques were obtained from interviews, observation and documentation. The results of this research are elements of innovation diffusion in Bank Syariah Indonesia's marketing communication strategy, where the Bank Syariah Indonesia (BSI) marketing communication team goes through all elements of the innovation diffusion process, namely innovation, time period, communication channels and social systems.

Keywords: Diffusion of Innovation, Strategy, Marketing communication



DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR ORISINALITAS | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .Error! Bookmark not defined. | |
| ABTRAK..... | vi |
| ABSTRACT | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 13 |
| 1.3. Batasan Masalah..... | 13 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 14 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 14 |
| BAB II KERANGKA PEMIKIRAN | 16 |
| 2.1. Deskripsi Konseptual..... | 16 |
| a. Difusi Inovasi | 16 |
| b. <i>Digital Marketing communication</i> (Model AISAS)..... | 44 |
| 2.2. Penelitian yang Relevan | 52 |
| 2.3. Keterkaitan Antarkonsep..... | 59 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 62 |
| 3.1. Pendekatan dan Metode Penelitian..... | 62 |
| 3.2. Tempat dan Waktu Penelitian | 63 |
| 3.3. Subjek Penelitian | 64 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data | 67 |
| 3.5. Teknik Analisis Data | 69 |
| 3.6. Teknik Kalibrasi Keabsahan Data | 73 |

| | |
|--|------------|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 75 |
| 4.1. Objek Penelitian | 75 |
| 4.1.1. Sejarah Bank Syariah Indonesia..... | 75 |
| 4.1.2. <i>Marketing communications</i> BSI..... | 77 |
| 4.1.3. BSI Mobile | 82 |
| 4.2. Hasil Penelitian..... | 83 |
| 4.2.1. Difusi Inovasi Pada Strategi <i>Marketing Communication</i> BSI | 84 |
| a. Inovasi | 84 |
| b. Jangka Waktu | 101 |
| c. Saluran Komunikasi | 111 |
| d. Sistem Sosial | 127 |
| e. Market Segmentation Behavior..... | 138 |
| 4.3. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 139 |
| BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN | 146 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 146 |
| 5.2. Implikasi..... | 148 |
| 5.2.1. Implikasi Praktis..... | 148 |
| 5.2.2. Implikasi Teoritis | 149 |
| 5.3. Saran | 150 |
| 5.3.1. Saran Teoritis | 150 |
| 5.3.2. Saran Praktis..... | 150 |
| DAFTAR PUSTAKA | 152 |
| LAMPIRAN..... | 155 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Karakteristik Adopter..... | 37 |
| Tabel 2. 2 Penelitian yang relevan | 55 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 2. 1 Model Difusi Inovasi Menurut Parker | 16 |
| Gambar 2. 2 Model Proses Pengambilan Keputusan Inovasi | 19 |
| Gambar 2. 3 Karakteristik Adopter Inovasi | 36 |
| Gambar 2. 4 Model Teori Digital Marketing AISAS | 52 |
| Gambar 2. 5 Bagan Antarkonsep | 61 |
| Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia | 77 |
| Gambar 4. 2 <i>Event</i> Yang Diselenggarakan BSI | 80 |
| Gambar 4. 3 Bagan Struktur Organisasi <i>Marketing communication</i> BSI..... | 82 |
| Gambar 4. 4 Layanan Pada BSI Mobile..... | 87 |
| Gambar 4. 5 Layanan Ziswaf di BSI Mobile | 88 |
| Gambar 4. 6 Tampilan Aisyah | 90 |
| Gambar 4. 7 BSI Mobile | 115 |
| Gambar 4. 8 Video Tron di Jakarta..... | 115 |
| Gambar 4. 9 Iklan Koran Tribun Jabar | 116 |
| Gambar 4. 10 penggunaan influencer sebagai Brand Ambassador BSI | 120 |
| Gambar 4. 11 Penyebaran Inovasi Melalui Whatsapp..... | 121 |
| Gambar 4. 12 Empat Kuadran Segmentasi Pasar BSI | 131 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Observasi | 155 |
| Lampiran 2 Transkrip Wawancara <i>Marketing communication</i> | 156 |
| Lampiran 3 Transkrip Wawancara Customer Service | 195 |
| Lampiran 4 Transkrip Wawancara Nasabah | 209 |
| Lampiran 5 Transkrip Wawancara Human Capital Business Partner..... | 215 |
| Lampiran 6 Transkrip Wawancara IT | 231 |
| Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara Marketing Communiation | 254 |
| Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara Customer Service | 255 |
| Lampiran 9 Dokumentasi Wawancara Nasabah | 256 |
| Lampiran 10 Dokumentasi Wawancara IT | 257 |
| Lampiran 11 Dokumentasi Wawancara Human Capital Business Partner..... | 258 |
| Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup..... | 259 |
| Lampiran 13 Formulir Bimbingan | 260 |

