https://digilib.esaunggul.ac.id

SUMMARY

REPRESENTASI BUDAYA ORGANISASI PADA LIVERY BARU PT CITILINK INDONESIA DALAM PROSES REBRANDING (ANALISIS SEMIOTIKA)

REPRESENTATION OF CULTURAL ORGANIZATION
Livery IN NEW IN INDONESIA PT CITILINK rebranding process
(Semiotic analysis)

Created by DEWI PERMATASARI

Subject : communication process

Subject Alt : delivery of messages

Keyword : : Budaya Organisasi; Rebranding; Semiotika

Description :

Budaya organisasi merupakan bentuk keyakinan, nilai, cara yang bisa dipelajari untuk mengatasi dan hidup dalam organisasi, budaya organisasi itu cenderung untuk diwujudkan oleh anggota organisasi. Budaya organisasi itu merupakan suatu sistem nilai yang dipegang dan dilakukan oleh anggota organisasi, sehingga hal yang sedemikian tersebut bisa membedakan organisasi tersebut dengan organisasi lainnya. Pada teori budaya organisasi yang menjadi simbol pada budaya organisasi salah satunya adalah berhubungan dengan desain, dan dalam penelitian ini disesuaikan dengan objek dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan desain pada livery baru dari PT Citilink Indonesia dalam proses rebranding yang tengah dilakukan.

Dalam penerapannya proses komunikasi mengandung arti yang luas, termasuk dalam penyampaian pesan dari proses komunikasi tersebut melalui lambang atau tanda-tanda yang berada dalam lingkungan sekitar. Karena disetiap lambang maupun tanda terdapat makna yang terkandung dalam lambang atau tanda-tanda tersebut yang memiliki tujuannya masing-masing. Oleh karena itu PT Citilink Indonesia melakukan rebranding terhadap mereknya, salah satunya dengan merubah simbol fisik yang ada seperti desain/corak “livery” pada ekor pesawat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, penulis menggunakan model analisis semiotika Roland Barthes yang mengidentifikasi 3 elemen, yakni : Denotasi, Konotasi, dan Mitos yang disesuaikan dengan objek pada penelitian ini yakni ingin membahas mengenai desain/corak pada Livery baru pesawat Citilink.

Berdasarkan teknik-teknik pengumpulan data yang penulis lakukan selama penelitian maka penulis mendapatkan hasil bahwa desain/corak pada Livery baru pesawat Citilink yang ada saat ini dirasa sudah sesuai apabila dimaksudkan sebagai alat untuk merepresentasikan nilai-nilai baru yang terkait kepada visi dan misi perusahaan, yang kemudian diaplikasikan dengan ditunjukkannya pelayanan terbaik kepada para pelanggan/penumpangnya, sehingga berdampak kepada image positif yang dihasilkan bagi Citilink Indonesia.

Description Alt:

Budaya organisasi merupakan bentuk keyakinan, nilai, cara yang bisa dipelajari untuk mengatasi dan hidup dalam organisasi, budaya organisasi itu cenderung untuk diwujudkan oleh anggota organisasi. Budaya organisasi itu merupakan suatu sistem nilai yang dipegang dan dilakukan oleh anggota organisasi, sehingga hal yang sedemikian tersebut bisa membedakan organisasi tersebut dengan organisasi lainnya. Pada teori budaya organisasi yang menjadi simbol pada budaya organisasi salah satunya adalah berhubungan dengan desain, dan dalam penelitian ini disesuaikan dengan objek dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan desain pada livery baru dari PT Citilink Indonesia dalam proses rebranding yang tengah dilakukan.

Dalam penerapannya proses komunikasi mengandung arti yang luas, termasuk dalam penyampaian pesan dari proses

komunikasi tersebut melalui lambang atau tanda-tanda yang berada dalam lingkungan sekitar. Karena disetiap lambang maupun tanda terdapat makna yang terkandung dalam lambang atau tanda-tanda tersebut yang memiliki tujuannya masing-masing. Oleh karena itu PT Citilink Indonesia melakukan rebranding terhadap mereknya, salah satunya dengan merubah simbol fisik yang ada seperti desain/corak “livery” pada ekor pesawat.
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, penulis menggunakan model analisis semiotika Roland Barthes yang mengidentifikasi 3 elemen, yakni : Denotasi, Konotasi, dan Mitos yang disesuaikan dengan objek pada penelitian ini yakni ingin membahas mengenai desain/corak pada Livery baru pesawat Citilink.
Berdasarkan teknik-teknik pengumpulan data yang penulis lakukan selama penelitian maka penulis mendapatkan hasil bahwa desain/corak pada Livery baru pesawat Citilink yang ada saat ini dirasa sudah sesuai apabila dimaksudkan sebagai alat untuk merepresentasikan nilai-nilai baru yang terkait kepada visi dan misi perusahaan, yang kemudian diaplikasikan dengan ditunjukkannya pelayanan terbaik kepada para pelanggan/penumpangnya, sehingga berdampak kepada image positif yang dihasilkan bagi Citilink Indonesia.

Contributor	:	Drs. Dani Vardiansyah Noor, M.Si.
Date Create	:	09/07/2013
Type	:	Text
Format	:	pdf
Language	:	Indonesian
Identifier	:	UEU-Undergraduate-200952010
Collection	:	200952010
Call Number	:	658.402
Source	:	Undergraduate theses science communication faculty
Relation COllection	:	Universitas Esa Unggul
COverage	:	Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right	:	Copyright @2013 by UEU Library. This publication is protected by copyright and per obtained from the UEU Library prior to any prohibited reproduction, storage in a re transmission in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, reco For information regarding permission(s), write to UEU Library

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor