

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada adopsi inovasi pengguna Suroboyo Bus sebagai Kampanye Diet Sampah Plastik oleh Pemerintah Kota Surabaya. Transportasi umum pertama di Indonesia yang menciptakan inovasi sampah plastik sebagai metode pembayarannya, serta fasilitas-fasilitas baru lainnya yang belum pernah disediakan untuk transportasi umum lainnya di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Dalam mengumpulkan data, peneliti melakukan wawancara kepada pengguna Suroboyo Bus. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu karakteristik inovasi dan difusi inovasi yang dikaitkan dengan *social marketing* serta beberapa teori lainnya yang relevan.

Berdasarkan hasil analisis, peneliti menemukan bahwa setiap informan memiliki tingkat adopsi inovasi yang unik dan beragam terhadap Suroboyo Bus, mulai dari fasilitasnya sebagai transportasi umum, hingga sebagai inovasi Kampanye Diet Sampah Plastik oleh Pemerintah Kota Surabaya. Perbedaan pengalaman ini disebabkan terdapat perbedaan latar belakang dan kebutuhan serta keinginan dari Suroboyo Bus yang meliputi keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, kemungkinan diuji coba, dan kemungkinan diamati.

Kata kunci: difusi inovasi, pengalaman pengguna, transportasi umum.

ABSTRACT

This research focused on user's adoption of innovation of Suroboyo Bus as Kampanye Diet Sampah Plastik by Pemerintah Kota Surabaya. The first public transportation in Indonesia that provides plastic waste as a method of payment, as well as other new facilities that have never been provided for other public transportation in Surabaya.

This research uses descriptive qualitative case study method. In collecting data, researchers conducted interviews with Suroboyo Bus users. The theory used in this study is the characteristics of innovation and diffusion of innovation related to social marketing as well as several other relevant theories.

Based on the results, researchers found every informant has a unique and varied level of adoption of innovation with the Suroboyo Bus, from its facilities as public transportation, to as Kampanye Diet Sampah Plastik by Pemerintah Kota Surabaya. The difference between the background and the needs and desires of Suroboyo Bus that contain relative advantage, compability, complexity, trialability and observability.

Keywords: diffusion of innovation, user experience, public transportation.

KATA PENGANTAR

Menyadari bahwa terdapat Suroboyo Bus yang digunakan selain sebagai transportasi umum dan inovasi *social marketing* Kampanye Diet Sampah Plastik oleh Pemerintah Kota Surabaya, maka peneliti tertarik bagaimana pengalaman yang dirasakan pengguna Suroboyo Bus terhadap inovasi ini. Skripsi ini menunjukkan pengalaman yang dirasakan pengguna terhadap fasilitas dan kebaruan inovasi Suroboyo Bus yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya.

Maka, atas terselesaikannya penelitian ini, peneliti mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan kasih sayang-Nya. Terima kasih pula saya haturkan kepada Bu Ratih Puspa selaku dosen pembimbing yang telah membantu penelitian ini hingga sempurna. Serta seluruh keluarga, sahabat, dan pihak-pihak yang membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Di tengah ketidaksempurnaan skripsi ini, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat akademis maupun praktis bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 21 November 2019

Nabila Ratna Ghaisani