

# LAPORAN PENELITIAN



## **Mobile Communications dan Anak Muda: Adopsi Mobile Communication Technologies di Anak Muda Surabaya**

Oleh:

**Jandy E. Luik, S.T.,M.A.Comms**

**(06002)**

**PUSAT KAJIAN KOMUNIKASI PETRA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KRISTEN PETRA**

**SURABAYA**

**JULI, 2012**

## HALAMAN PENGESAHAN

- 1 Judul Penelitian : Mobile Communications dan Anak Muda: Adopsi Mobile Communication Technologies di Anak Muda Surabaya
- 2 Ketua Peneliti:
  - a. Nama Lengkap dan Gelar : Jandy Edipson Luik, S.T.,M.A.Comms
  - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
  - c. NIP : 06002
  - d. Jabatan Fungsional : III C / AA
  - e. Jurusan/Fakultas/Pusat Studi : Jurusan Ilmu Komunikasi/ Pusat Kajian Komunikasi Petra
  - f. Telepon kantor & HP : 08563420778
  - g. E-mail : jandyluik@petra.ac.id
  - h. Alamat : Jl. Siwalankerto 121-131
- 3 Jumlah Anggota Peneliti :
  - a. Nama Anggota Peneliti I : -  
Fakultas/Jurusan : -
- 4 Lokasi Penelitian : Surabaya
- 5 Institusi lain yang bekerjasama : -
- 6 Jangka Waktu Penelitian : 4 Bulan
- 7 Biaya yang diusulkan
  - a. Sumber dari UK Petra : Rp
  - b. Sumber lainnya (Mandiri) : Rp
  - Total : Rp

Surabaya, 1 Agustus 2012

Ketua Pusat Kajian Komunikasi Petra

Ketua Peneliti

(Jandy E. Luik, S.T.,M.A.Comms)  
NIP: 06002

(Jandy E. Luik, S.T.,M.A.Comms)  
NIP: 06002

Menyetujui:  
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Felicia Goenawan, SE., M.Si)  
NIP: 03-021

# DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	
Halaman Pengesahan.....	
Daftar Isi.....	
Daftar Tabel .....	
Daftar Diagram .....	
Daftar Gambar .....	
Abstrak .....	
Bab 1. Pendahuluan .....	
1.1. Latar Belakang.....	
1.2. Rumusan Masalah .....	
1.3. Tujuan Penelitian .....	
1.4. Batasan Masalah .....	
Bab 2. Landasan Teori.....	
2.1 Teori Difusi Inovasi.....	
2.2 TAM, TRA dan TPB .....	
2.3 Mobile Communication .....	
2.4 Model Penelitian.....	
Bab 3. Metode Penelitian .....	
3.1 Instrumen Penelitian.....	
3.2 Pengambilan Data: Populasi dan Sampling .....	
3.3 Pengolahan Data .....	
Bab 4. Temuan dan Analisis Data.....	
4.1 Profil Responden.....	
4.2 Temuan dan Analisis Data.....	
4.2.1. <i>Technology Cluster Ownership</i> .....	
4.2.2. <i>Adoption Attitude</i> .....	
4.2.3. <i>Adoption Belief</i> .....	
4.2.4. <i>Fluidity Utility Belief</i> .....	
4.2.5. <i>System Adoption</i> .....	

4.3 Adopsi Mobile Communication .....

Bab 5. Kesimpulan dan Saran.....

5.1 Kesimpulan.....

5.2 Saran .....

Daftar Referensi .....

Lampiran .....

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Website yang paling sering diakses responden .....
Tabel 2. Technology Cluster Ownership .....
Tabel 3. Adoption Attitude .....
Tabel 4. Adoption Belief.....
Tabel 5. Fluidity Utility Belief .....
Tabel 6. System Adoption .....

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. Kerangka Teori Difusi Inovasi .....
- Gambar 2. Kategori Adopter .....
- Gambar 3. Technology Acceptance Model .....
- Gambar 4. Model Penelitian Adopsi Mobile Communication Technologies.....
- Gambar 5. Tampilan home web 9gag (26 Juli 2012). .....

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. Pengeluaran Responden Per Bulan .....

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kepemilikan piranti *mobile communications* di kalangan anak muda sudah bukan lagi hal yang istimewa. Terlihat di akhir tahun 1990-an dan awal 2000-an, kepemilikan *handphone* merupakan sebuah hal yang istimewa. Hal ini disebabkan kepemilikan *handphone* pada masa itu masih terpusatkan pada aktivitas orang dewasa atau pada kelas sosial ekonomi tertentu. Kondisi ini menjadi sangat berbeda setelah satu dasawarsa dilalui. Kepemilikan *handphone* oleh anak muda sudah merupakan sebuah kelaziman. *Handphone* pertama yang dimiliki tidak perlu harus menunggu sampai pada SMA atau berkuliah, tetapi bisa dimiliki sejak berada di bangku sekolah dasar, atau bahkan di taman kanak-kanak.

Penggunaan piranti *mobile communications*, salah satunya *handphone*, mendapat perhatian khusus dari berbagai pihak baik itu dari publik maupun komunitas akademik itu sendiri. Seperti yang tercantum di beberapa media, isu usia kepemilikan *handphone*, jenis aplikasi yang tepat, dan jenis *handphone* yang digunakan menjadi perhatian dari publik. Dari sisi akademik, akses terhadap *mobile communications*, dalam hal ini bisa *handphone*, *smartphone*, maupun *tablet pad*, juga menjadi salah satu fokus kajian. Akan tetapi, fokus mengenai akses tidak saja cukup, kajian juga dikembangkan ke arah penggunaan dan pentingnya piranti *mobile communication* di kalangan anak muda. Tercatat ada beberapa pakar di bidang komunikasi yang melakukan kajian di bidang ini seperti Livingstone (2002) yang memfokuskan pada kajian *new media and youth*, Castells (2004) yang pernah melakukan kajian mengenai *social uses of wireless communication technology*, dan James Katz (2008) yang telah melakukan berbagai kajian dalam *mobile communications studies*.

Selain itu, piranti *mobile communications* seperti *smartphone* (Blackberry, Iphone, dll) dan *tablet* (Ipad, Blackberry Playbook, Samsung Galaxy Tab, dll) menjadi fenomena yang menarik pada masa kini. Memang sampai saat ini, pengguna *smartphone* dan *tablet* masih belum sebesar *handphone*, akan tetapi keputusan pengguna untuk mengadopsi teknologi komunikasi ini meninggalkan beberapa pertanyaan. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan adopsi *mobile technology*? Bagaimana peran dari atribut *mobile*



teknologi terhadap keputusan adopsi? Bagaimana kemudahan utilitas dari teknologi tersebut dalam mempengaruhi keputusan adopsi teknologi mobile? Jika ditarik ke studi mengenai teknologi komunikasi, pertanyaan-pertanyaan ini memiliki kaitan dengan Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers (1986; 1994).

Tentunya, sudah ada berbagai penelitian sebelumnya yang menggunakan paradigma yang dikemukakan oleh Rogers tersebut, bahkan sudah dikembangkan menjadi berbagai teori ataupun model yang lebih spesifik. Salah satu yang membuat beberapa penelitian terkait adopsi teknologi komunikasi adalah Carolyn Lin yang melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *multimedia cable technology* (Lin, 1998), adopsi online radio (Lin, 2009). Selain itu, Lin juga memaparkan mengenai interactive communication technology adoption model (Lin, 2003) yang bisa menjadi kerangka dalam riset mengenai adopsi teknologi komunikasi yang baru. Shu-Cu dan Sarrina Li juga pernah melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *Interactive Cable TV Services* di Taiwan (Cu & Li, 2004). Ran Wei pun pernah melakukan penelitian yang berfokus pada *Cell Phones Laggards* di Hong Kong (Wei, 2001).

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana *Adoption Belief* dan *Adoption Attitudes* pada pengguna maupun non-pengguna *mobile communications*?
2. Apakah terdapat hubungan antara *Technology Cluster Ownership* dan *Fluidity Utility Belief* terhadap *Adoption Belief*?

## **1.3. Tujuan**

1. Mengetahui *Adoption Belief* dan *Attitudes* pada pengguna maupun non-pengguna *mobile communications*.
2. Mengetahui hubungan antara *Technology Cluster Ownership* dan *Fluidity Utility Belief* terhadap *Adoption Belief*

#### **1.4. Batasan Penelitian**

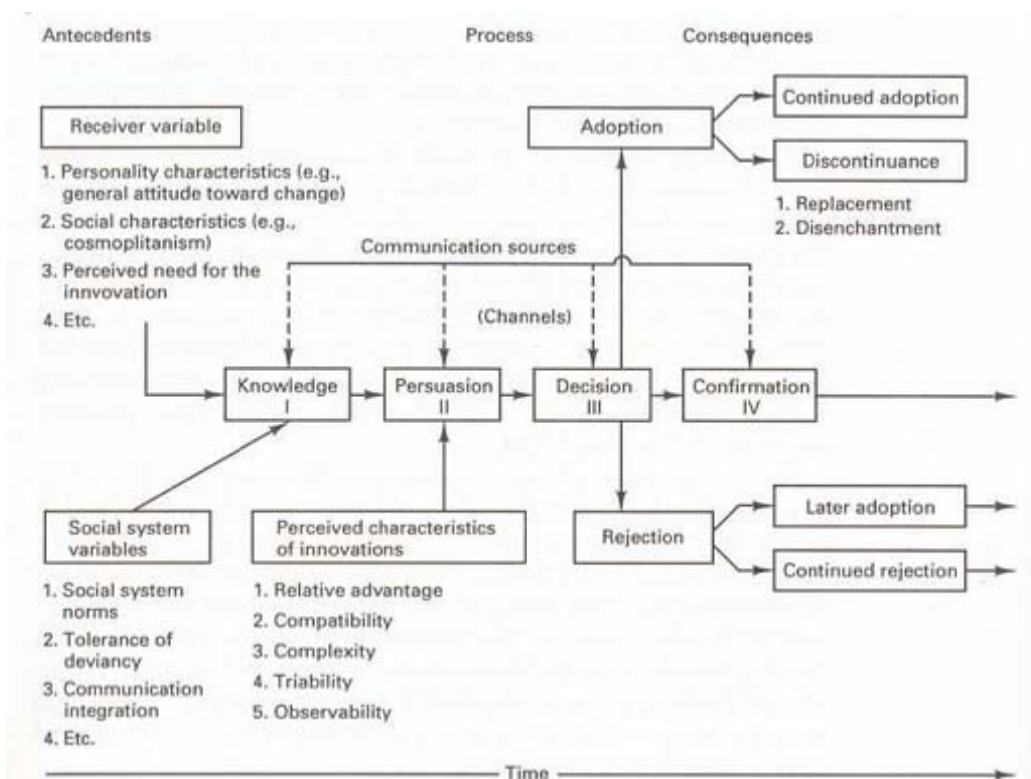
1. Batasan Waktu dan Tempat
  - a. Penelitian ini direncanakan selama semester genap 2011/2012
  - b. Lokasi penelitian adalah Surabaya.
2. Batasan Subjek
  - a. Subjek penelitian adalah siswa/i SMU/ sederajat
3. Batasan Objek
  - a. Topik Penelitian ini dibatasi pada Adoption Belief dan Attitudes, Technology Cluster Ownership dan Fluidity Utility Belief, dan System Adoption.

## BAB 2. LANDASAN TEORI

### 2.1. Teori Difusi dan Inovasi

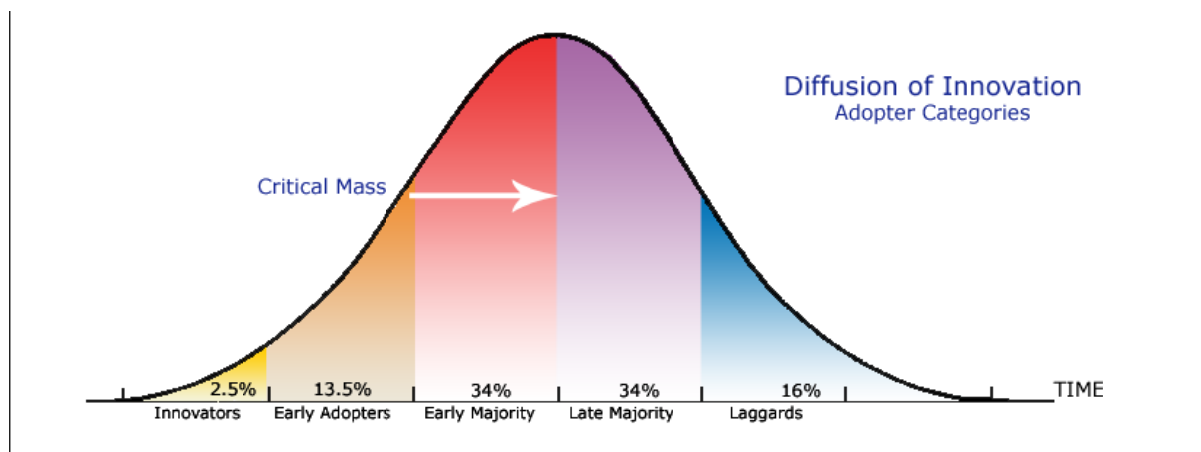
Teori ini dikemukakan oleh Rogers (1986) dalam bukunya *Communication Technology*. Rogers menyebutkan ada empat elemen kunci dalam teori ini adalah inovasi, communication channels, periode waktu, dan sosial sistem.

Berikut adalah bagan kerangka teori ini:



**Gambar 1. Kerangka Teori Difusi Inovasi**

Dari Gambar 1, terlihat bahwa keputusan dan konfirmasi untuk adopsi datang melalui beberapa tahapan yang mendahului. Tahapan-tahapan ini bersifat linier, dimana pengetahuan (*knowledge*) menjadi pintu gerbang untuk melakukan adopsi. Setelah itu baru diikuti oleh persuasi dengan berbagai elemen pendukungnya.



**Gambar 2. Kategori Adopter**

Dalam proses adopsi, tentunya tidak bisa setiap individu memiliki kecepatan adopsi yang sama. Misal saja, ada adopter yang membutuhkan waktu yang lama untuk memutuskan menggunakan Twitter atau bahkan Facebook. Sehingga terlihat dalam Gambar 2 bahwa kategori adopter tersebar dimulai dari inovator sampai pada *Laggards*.

Apa yang membuat ini terjadi, tentu bisa dilihat dari dua faktor yaitu faktor individunya (*receiver*) dan faktor sistem sosialnya (*social system*). Seperti yang terlihat (Gambar 1) bahwa karakter personal seperti ingin terus menerus mengikuti perkembangan terbaru dapat membuat seseorang untuk lebih cepat mengadopsi sebuah inovasi. Karakteristik sosial seperti berada dalam masyarakat yang konsumtif ataupun yang peka terhadap inovasi teknologi komunikasi membuat seseorang juga lebih cepat untuk melakukan adopsi.

Di sisi yang lain, sistem sosial dimana individu itu berada juga menentukan proses adopsi. Jika norma-norma ataupun aturan formal dalam sebuah sistem sosial itu mendukung proses adopsi, maka waktu adopsi juga akan semakin cepat, begitu juga sebaliknya. Dalam sebuah organisasi, hal ini akan semakin terlihat jelas. Misal saja, *policy* untuk melengkapi proses belajar mengajar melalui *web* akan meningkatkan adopsi web sebagai salah satu medium pembelajaran.

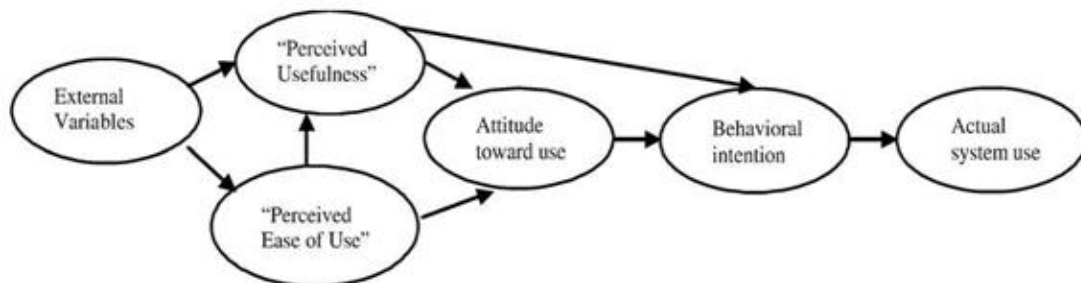
## 2.2. TAM, TRA, dan TPB.

Ketiganya merupakan singkatan dari *Technological Acceptance Model (TAM)*, *Theory of Reasoned Action (TRA)*, dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Jika dilihat dari tahun kemunculannya, TRA dikembangkan pada tahun 1967 oleh Martin Fishbein dan Icek Azjen. TRA dikembangkan untuk menjelaskan mengenai pengaruh dari pengambilan keputusan yang sadar terhadap perilaku seseorang. Dengan demikian outcome dari TRA adalah *prediction of behaviour*. Ada tujuh variabel penyebab di dalam TRA yaitu *behavioral intention, attitude, subjective norm, belief strength, evaluation, normative belief*, dan *motivation to comply* (LittleJohn & Foss, 2009).

Seiring dengan berkembangnya kajian-kajian tentang TRA, maka Azjen mempresentasikan TPB yang merupakan pengembangan dari TRA. Pada prinsipnya kedua teori ini memprediksi perilaku, akan tetapi dalam TPB Azjen menambahkan elemen Perceived Behavioral Control (PBC). PBC merupakan persepsi seseorang mengenai kemudahan atau kesulitan untuk melaksanakan atau menjalankan sebuah perilaku tertentu. Misalkan, persepsi mengenai kemudahan atau kesulitan seseorang dalam melakukan upload foto atau video melalui handphone atau smartphone (LittleJohn & Foss, 2009).

Perkembangan selanjutnya, TPB pun mulai dikembangkan ke arah Technology Acceptance Model (TAM) oleh Fred Davis pada tahun 1986. Davis et al. (1989) mendefinisikan persepsi atas kemanfaatan (*perceivedusefulness*) sebagai “suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja” (p. 320). Sedangkan Marvine Hamner et al. (2008) dalam Budi (2010), menambahkan Persepsi atas manfaat untuk diri sendiri (*Perceive Personal Utility*), dimana lebih mengacu pada manfaat yang diperoleh untuk pribadi sedangkan *Perceive Usefulness* mengacu pada manfaat untuk organisasi. Persepsi atas kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*), secara kontras, mengacu pada “suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tak perlu

bersusah payah (p. 320). Ini mengikuti definisi dari “mudah” (“ease”): “freedom from difficulty or great effort” atau “tidak memiliki kesulitan atau upaya keras.



**Gambar 3. Technology Acceptance Model**

Attitude Toward Using dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan ataupunolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Peneliti lain menyatakan bahwa faktor sikap (*attitude*) sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif/cara pandang (*cognitive*), afektif (*affective*), dan komponen-komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioral components*). Sedangkan Behavioral Intention to Use adalah kecenderungan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi. (Budi, 2010).

### **2.3. Mobile Communications**

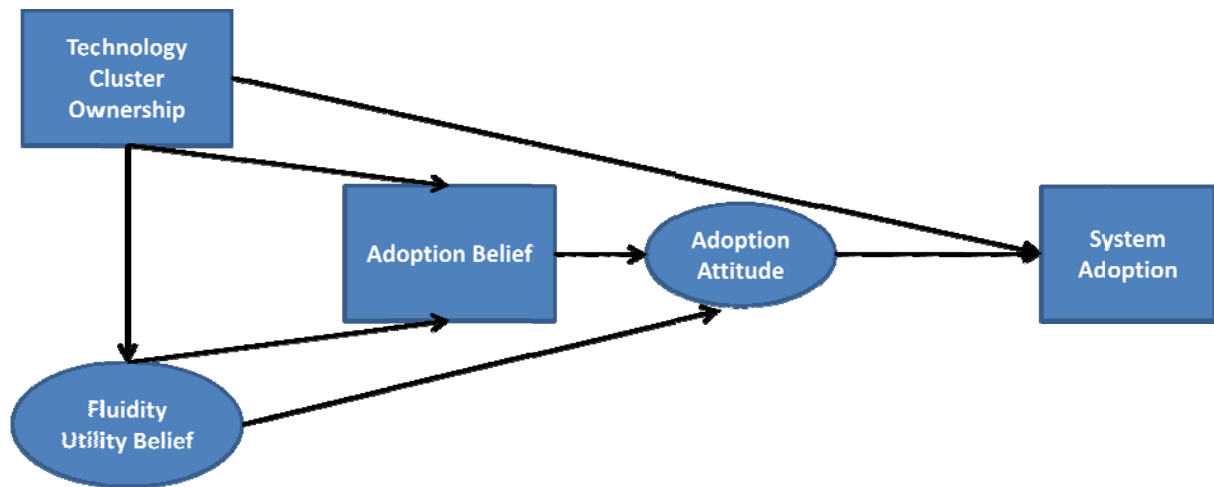
“Watson, come here; I need you.”

Merupakan pesan suara yang pertama kali diucapkan via telepon oleh Alexander Graham Bell pada tahun 1876. Pesan suara yang menandakan dimulainya era telekomunikasi. Setelah itu, Martin Cooper dari Motorola melakukan telepon pertama kalinya melalui cellular phone kepada Joel Engel menandakan dimulainya era komunikasi mobile. Kajian-kajian yang berkaitan dengan telepon pun diarahkan untuk semakin

menyempurnakan komunikasi jarak jauh, mulai dari suara yang pendek sampai pada percakapan yang cukup panjang, mulai dari suara yang terdapat noise sampai pada suara yang belum terdapat noise, mulai dari komunikasi melalui suara sampai pada komunikasi melalui audio-visual.

Bersamaan dengan itu, tentulah terjadi perkembangan dalam perilaku komunikasi antar manusia. Waktu untuk saling berkomunikasi semakin tinggi dan semakin intens, begitu pula dengan komunikasi instan tanpa harus memedulikan jarak, sepanjang jaringan komunikasi telah hadir di setiap lokasi tersebut. Dengan semakin berkembangnya perilaku komunikasi manusia, maka kajian-kajian yang terkait dengan perilaku komunikasi mobile juga semakin berkembang. Salah satunya adalah kajian yang mengarah pada keputusan untuk mengadopsi sebuah teknologi komunikasi mobile seperti *handphone*, *smatphone* dan *tablet/pad*.

## 2.4. Model Penelitian



**Gambar 4. Model Penelitian Adopsi Mobile Communication Technologies.**  
(sumber: Lin, 2009)

Gambar 4 di atas menunjukkan model penelitian yang diadopsi dari penelitian Carolyn Lin yang berjudul *Exploring the Online Radio Adoption Decision-Making Process: Cognition, Attitude, and Technology Fluidity* (2009). Melihat akan proses adopsi yang dipengaruhi oleh berbagai variabel terkait kemampuan dan keyakinan terhadap sebuah inovasi atau teknologi komunikasi mobile, maka model ini akan dijadikan panduan dalam penelitian adopsi komunikasi mobile.

Dari gambar di atas, terlihat bahwa ada beberapa proposisi yang ditawarkan yaitu technology cluster ownership dapat mempengaruhi fluidity utility belief, adoption belief dan system adoption. Berikutnya, fluidity utility belief diprediksi akan mempengaruhi adoption belief, dan adoption attitude. Yang ketiga, tingginya adoption belief diprediksi akan mempengaruhi adoption attitude. Yang terakhir, adoption attitude akan mempengaruhi system adoption.

## BAB 3. METODE PENELITIAN



### 3.1. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, ada enam konsep utama yang akan diukur yaitu profil demografis, *technology cluster ownership*, *fluidity utility belief*, *adoption belief*, *adoption attitude*, dan *system adoption*.

- Profil demografis.

Profil demografis berisi item pertanyaan sebagai berikut

- Pengeluaran per bulan
- Situs web yang paling sering diakses

Dari sisi variabel penelitian, terdapat lima variabel utama dalam penelitian ini. Berikut adalah operasionalisasi masing-masing variabel penelitian:

- *Technology cluster ownership*

Merupakan kepemilikan teknologi yang memiliki asosiasi yang dekat dengan *mobile communication technology*. Dalam indikator ini diukur dengan pernyataan ya dan tidak. Beberapa indikator yang dipakai dalam variabel ini adalah:

- Kepemilikan PC
- Kepemilikan Laptop
- Kepemilikan Jaringan Broadband/WiFi/Internet
- Kepemilikan HandPhone (HP) yang dilengkapi kamera
- Kepemilikan HP yang dilengkapi Bluetooth
- Kepemilikan HP yang dilengkapi fasilitas Internet

- *Fluidity utility belief*

Fluidity Utility Belief atau keyakinan terhadap kelenturan teknologi merupakan sebuah keyakinan terhadap kemampuan dari sebuah teknologi komunikasi untuk melakukan multi-aktivitas yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi. Pernyataan

untuk indikator yang disebutkan dibawah ini diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5.

- HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahkan untuk **kirим pesan pendek (SMS)**
  - HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahkan untuk **membuka web**
  - HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahkan untuk **merekam suara**
  - HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahkan untuk **memutar lagu**
  - HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahkan untuk **download dan sharing lagu**
  - HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahkan untuk **mengambil (memotret) gambar/foto**
  - HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahkan untuk **melihat gambar/foto**
  - HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahkan untuk **download dan sharing gambar/foto**
  - HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahkan untuk **merekam video**
  - HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahkan untuk **melihat video**
  - HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahkan untuk **download dan sharing video**
  - HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahkan untuk **membuka dan mengirim email**
- *Adoption belief*

Merupakan sebuah keyakinan bahwa dengan mengadopsi teknologi komunikasi akan meningkatkan kemudahan melakukan aktivitas keseharian dari adopter. Pernyataan untuk indikator yang disebutkan dibawah ini diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5.

    - Saya yakin dengan menggunakan HP/Smartphone/Tablet-Pad akan **memudahkan saya berbicara jarak jauh**
    - Saya yakin dengan menggunakan HP/Smartphone/Tablet-Pad akan **memudahkan saya menggunakan jejaring sosial**
    - Saya yakin dengan menggunakan HP/Smartphone/Tablet-Pad akan **memudahkan saya untuk bermain games**
    - Saya yakin dengan menggunakan HP/Smartphone/Tablet-Pad akan **memudahkan saya untuk belajar dan kerja tugas**
  - *Adoption attitude*

Merupakan preferensi akan kepentingan sebuah teknologi untuk digunakan dalam menjalankan aktivitas keseharian yang berkaitan dengan teknologi komunikasi. Pernyataan untuk indikator yang disebutkan dibawah ini diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5.

- Penting bagi **saya berbicara jarak jauh** melalui HandPhone
- Penting bagi **saya berbicara jarak jauh** melalui SmartPhone
- Penting bagi **saya berbicara jarak jauh** melalui Tablet/Pad
- Penting bagi **saya menggunakan jejaring sosial** melalui HandPhone
- Penting bagi **saya menggunakan jejaring sosial** melalui SmartPhone
- Penting bagi **saya menggunakan jejaring sosial** melalui Tablet/Pad
- Penting bagi saya **bermain games** melalui HandPhone
- Penting bagi saya **bermain games** melalui SmartPhone
- Penting bagi saya **bermain games** melalui Tablet/Pad
- Penting bagi saya **belajar dan kerja tugas** melalui HandPhone
- Penting bagi saya **belajar dan kerja tugas** melalui SmartPhone
- Penting bagi saya **belajar dan kerja tugas** melalui Tablet/Pad

- System adoption

Merupakan pernyataan yang berupa adopter atau bukan adopter dari sebuah teknologi komunikasi. Dalam indikator ini diukur dengan pernyataan ya dan tidak.

- Saya menggunakan HandPhone
- Saya menggunakan SmartPhone
- Saya menggunakan Tablet/Pad

### 3.2. Pengambilan Data: Populasi dan Sampling

Penelitian ini akan menggunakan metode survei. Populasi dari penelitian ini adalah siswa/i SMU se-Surabaya. Jumlah sampel sebesar 168 responden. Teknik pengambilan sampling adalah *Purposive Sampling*.

Instrumen penelitian akan menggunakan kuisisioner dengan enam bagian besar pertanyaan yaitu:

- Profil demografis.
- Technology cluster ownership
- Fluidity utility belief
- Adoption belief
- Adoption attitude
- System adoption

### 3.3. Pengolahan Data

Pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan software Microsoft Excell dan SPSS. Untuk teknik analisis data, akan digunakan statistik deskriptif dan **Structural Equation Model (SEM)**. SEM merupakan salah satu alat analisis yang sering digunakan dalam penelitian *multi-variables*.

*Structural Equation Modeling (SEM)* merupakan teknik analisis multivariat yang dikembangkan guna menutupi keterbatasan yang dimiliki oleh model-model analisis sebelumnya yang telah digunakan secara luas dalam penelitian statistik. Model-model yang dimaksud diantaranya adalah *regression analysis* (analisis regresi), *path analysis* (analisis jalur), dan *confirmatory factor analysis* (analisis faktor konfirmatori) (Hox dan Bechger, 1998).