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) (Jandy E. Luik, S.T.,M.A.Comms)
NIP: 06002 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 ............................................... 
  3.1Instrumen 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. Technology Cluster Ownership .....................
    4.2.2. Adoption Attitude ......................................
    4.2.3. Adoption Belief .........................................
    4.2.4. Fluidity Utility Belief ..................................
    4.2.5. System Adoption .......................................
4.3 Adopsi Mobile Communication .................................................................

Bab 5. Kesimpulan dan Saran.................................................................
5.1 Kesimpulan....................................................................................
5.2 Saran .........................................................................................

Daftar Referensi ................................................................................
Lampiran .........................................................................................
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


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

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, tentulah 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.


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 (perceived usefulness) 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 atau upaya keras.

**Gambar 3. Technology Acceptance Model**

Attitude Toward Using dalam TAM dikonsepkan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan ataupenolakan 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 mempedulikan 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

(sumber: Lin, 2009)


Dari gambar di atas, terlihat bahwa ada beberapa proposisi yang ditawarkan yaitu technology culster 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 **kirim 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 memudahan 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 memudahakan untuk **merekam video**
- HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahkan untuk **melihat video**
- HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahakan untuk **download dan sharing video**
- HP/Smartphone/Tablet-Pad memudahakan 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


Instrumen penelitian akan menggunakan kuisiner dengan enam bagian besar pertanyaan yaitu:
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).