

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Riset keperilakuan adopsi teknologi menarik diteliti karena dari sejumlah penelitian menunjukkan hasil beragam (Bauerová, dan Klepek, 2018; Chen, et al., 2017; Sondakh, et al., 2017; Pool, et al., 2016; Tira, et al., 2016; Wirtz dan Göttel, 2016). Adopsi teknologi pada industri media di era *global information society* memberikan gambaran tentang persaingan yang semakin ketat, tidak saja dari aspek kuantitas tapi juga kualitas. Oleh karena itu ketatnya persaingan di industri media saat ini memungkinkan terjadinya fluktuasi yang berpengaruh terhadap pertumbuhan perkembangan industri media. Fakta lain perkembangan industri media adalah minat baca dan ketersediaan informasi yang melimpah sehingga memungkinkan konsumen memilih dan memilah informasi yang ada sesuai pemenuhan kebutuhannya (Weber, 2012; Hassan, et al., 2015; Hassan, et al., 2015; Huang, et al., 2015; Olley dan Chile, 2015).

Perkembangan industri media tidak bisa terlepas dari peran teknologi sehingga transformasi keperilakuan dari pembaca media juga terkait dengan proses revolusi dan evolusi dari teknologi yang melingkupi eksistensi media (Ahmad dan Buyong, 2017; Kakol, et al., 2017; Orso, et al., 2017). Fakta ini memberikan gambaran tentang perkembangan industri media yaitu di satu sisi sebagai bentuk dari *product form competition* (persaingan antar sesama media, misalnya Suara Merdeka dan Solopos) dan di sisi lain ada kepentingan *generic competition* (persaingan sesama penyedia informasi, misal Suara Merdeka dan *detikcom* dan media online lain). Oleh karena itu perkembangan industri media bersifat dualisme, di satu sisi industri media cetak kini mengalami penurunan, bahkan beberapa diantaranya tidak bertahan, dan di sisi lain laju perkembangan *e-paper* semakin pesat seiring perubahan keperilakuan pembaca dan dukungan perkembangan internet yang aksesnya semakin mudah dan tarifnya murah.

Perkembangan teknologi yang kian pesat, kualitas layanan internet yang semakin mudah dan murah, ketersediaan piranti *smartphone* yang mendukung mobilitas individu serta kebutuhan terhadap informasi yang bersifat *real time*

online berpengaruh terhadap perubahan perilaku membaca media (Hassan, et al., 2015; Huang, et al., 2015; Olley dan Chile, 2015). Terkait ini maka riset keperilakuan adopsi *e-paper* menarik diteliti karena beberapa faktor yaitu:

Pertama: Kajian sejumlah riset menunjukkan hasil yang beragam sehingga ini menunjukkan adanya *research gap* yang menarik untuk penelitian lanjutan (Chung, et al., 2012; Weber, 2012; Hassan, et al., 2015; Huang, et al., 2015; Ahmad dan Buyong, 2017; Olley dan Chile, 2015).

Kedua: Tiras media cetak berkurang sebagai dampak berkembangnya media *online* dengan sajian informasi yang variatif dan menarik (Carpenter, 2010; Huang, et al., 2015).

Ketiga: Konsekuensi dari tiras yang menurun yaitu jumlah iklan di media cetak juga menurun sehingga berpengaruh terhadap pendapatan karena selama ini peran iklan penting bagi operasional media cetak.

Keempat: Dampak lanjutan dari faktor penurunan tiras dan pendapatan iklan maka semakin banyak media cetak yang bangkrut, termasuk juga akibat kalah bersaing dengan media cetak lainnya (Weber, 2012).

Kelima: Jumlah pembaca media cetak berkurang karena peralihan minat baca dari *offline* ke *online* yang didukung oleh ketersediaan informasi secara *realtime online* yang mudah dan murah (Olley dan Chile, 2015).

Keenam: Perluasan area pembaca sehingga tidak ada lagi dikotomi antara koran lokal - nasional karena semua media bisa diakses di mana saja dan kapan saja sehingga koran bersifat tanpa batas ruang dan waktu.

Ketujuh: Mobilitas individu semakin tinggi sehingga frekwensi membaca media cetak semakin berkurang dan di sisi lain perangkat *smartphone* semakin canggih dan murah serta didukung ketersediaan layanan internet yang semakin murah, mudah dan kecepatan akses (Hassan, et al., 2015).

Kedelapan: Dilema industrialisasi media yang harus menerbitkan 3 edisi yaitu: cetak, online dan *e-paper* yang berpengaruh terhadap pengembangan divisi dan anggaran, sementara di sisi lain ada ancaman keterbatasan anggaran dan daya hidup karena keterbatasan iklan.

Kesembilan: Sinergi delapan faktor diatas berpengaruh terhadap revolusi industri dan transformasi keperilakuan terhadap minat baca media cetak yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap adopsi *e-paper* di era global

Perkembangan media *online-offline* tidak terlepas dari fenomena internet dengan berbagai konsekuensi perubahan perilakunya. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII 2016 menegaskan mayoritas pengguna internet di Indonesia usia 25-34 tahun (32,3 juta atau 24,4 persen), 35-44 (38,7 juta atau 29,2 persen), dan usia 45-54 (23,8 juta atau 18,4 persen). Hal ini memberikan gambaran ancaman pasar pembaca koran edisi cetak akan tereduksi karena rentang usia yang familier dengan internet semakin banyak dan fakta ini merupakan pasar potensial bagi perubahan perilaku dari pembaca media cetak ke *e-paper*. Selain itu perkembangan media pada dasarnya selaras dengan laju revolusi industri 4.0 yang diperkenalkan sejak tahun 2011 dengan mengacu integrasi mesin dengan jaringan internet. Terkait ini, fakta pergeseran media dari cetak ke *online* dan *e-paper* adalah konsekuensi perubahan revolusi industri versi 3.0 ke 4.0 yang ditandai oleh perubahan penggunaan teknologi informasi dan otomatisasi mesin sejak tahun 1969 (versi 3.0) menjadi model integrasi mesin berjejaring internet sejak tahun 2011 (versi 4.0).

Pergeseran perilaku pembaca media juga didukung hasil survei Nielsen Consumer & Media View bahwa di tahun 2017 pembeli koran secara personal hanya 20 persen. Padahal pada tahun 2013 mencapai 28 persen. Argumen yang mendasari pembaca beralih mendapatkan media di kantor atau perpustakaan dan dalih yang mengemuka bahwa informasi bisa diakses secara gratis. Hal ini menegaskan bahwa matinya edisi cetak hanya tinggal menunggu waktu karena peralihan ke media *online* dan *e-paper* telah terjadi dan akan terus berlangsung. Oleh karena itu, riset tentang niat adopsi *e-paper* menarik dicermati, tidak saja ini terkait tuntutan revolusi 4.0 tetapi juga fakta persaingan yang semakin ketat antara media cetak, *online* dan *e-paper* dalam upaya pemenuhan kebutuhan informasi kepada konsumen.

Dari penjelasan diatas maka riset keperilakuan adopsi *e-paper* tidak bisa terlepas dari riset tentang adopsi teknologi karena *e-paper* adalah bagian model teknologi dalam bidang media (Ahmad dan Buyong, 2017; Kakol, et al., 2017; Orso, et al., 2017). Keberagaman riset adopsi *e-paper* mengacu pertimbangan sejumlah faktor yaitu: niat adopsi, faktor yang mendukung adopsi, pola adopsi yang dilakukan dan sikap terhadap niat adopsi.

B. Rumusan Masalah

Realitas perkembangan industri media dan konsekuensi inovasi teknologi memberikan dampak revolusi - evolusi terhadap keperilakuan pembaca yang berpengaruh terhadap eksistensi media (Carpenter, 2010; Hassan, et al., 2015; Huang, et al., 2015). Perkembangan industri media tidak terlepas dari format cetak sebagai implementasi model *offline*, lalu ke format digital sebagai model *online* dan kemunculan edisi *e-paper* sebagai tuntutan pemenuhan kebutuhan informasi era *global information society*. Industri media saat ini menerbitkan 3 edisi yaitu cetak (*offline*), edisi *online* dan *e-paper*. Realitas perkembangannya ternyata edisi cetak banyak yang kolaps dan akhirnya berganti ke edisi *e-paper*. Hal ini memunculkan sejumlah kajian dan karenanya rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh persepsian kemanfaatan terhadap sikap individu terkait niat adopsi *e-paper*?
2. Bagaimana pengaruh persepsian kemudahan penggunaan terhadap sikap individu terkait niat adopsi *e-paper*?
3. Bagaimana pengaruh persepsian kemudahan penggunaan terhadap persepsian kemanfaatan terkait niat adopsi *e-paper*?
4. Bagaimana pengaruh persepsian kemanfaatan terhadap niat adopsi *e-paper*?
5. Bagaimana pengaruh sikap individu terhadap niat adopsi *e-paper*?

C. Tujuan Penelitian

Industrialisasi media sebagai bagian tantangan perkembangan teknologi informasi tidak terlepas dari tuntutan untuk memenuhi kebutuhan pembacanya. Perubahan keperilakuan pembaca secara tidak langsung berpengaruh terhadap perkembangan industrialisasi media (Ahmad dan Buyong, 2017). Fakta ini juga didukung ketersediaan akses internet yang semakin murah dan mudah sebagai bagian interaksi layanan yang bersifat *realtime online*. Artinya, perkembangan industri media terkait faktor yang kompleks sehingga tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh persepsian kemanfaatan terhadap sikap individu terkait niat adopsi *e-paper*
2. Mengetahui pengaruh persepsian kemudahan penggunaan terhadap sikap individu terkait niat adopsi *e-paper*
3. Mengetahui pengaruh persepsian kemudahan penggunaan terhadap persepsian kemanfaatan terkait niat adopsi *e-paper*
4. Mengetahui pengaruh persepsian kemanfaatan terhadap niat adopsi *e-paper*
5. Mengetahui pengaruh sikap individu terhadap niat adopsi *e-paper*

D. Manfaat Penelitian

Riset adopsi teknologi kasus *e-paper* memberikan kemanfaatan makro yaitu tidak saja bagi kepentingan industri media tetapi juga implementasinya bagi riset berperilaku, termasuk relevansinya bagi pengembangan konsep dan teoritis adopsi teknologi dan manajemen pemasaran. Oleh karena itu, manfaat dari penelitian ini adalah:

a) Manfaat teoritis

Pendalaman pemahaman tentang pengembangan teoritis adopsi teknologi dan manajemen berperilaku, terutama mengacu tentang teoritis *Technology Acceptance Model* atau TAM.

b) Manfaat empiris

Pendalaman pemahaman kajian riset empiris terkait adopsi *e-paper* dan manajemen pemasaran sebagai bagian dari implementasi kasus inovasi teknologi pada niat adopsi *e-paper*.

c) Manfaat praktis

Pendalaman pemahaman pada pengembangan konsep dan desain tentang manajemen industri media sebagai bagian realitas perkembangan - persaingan industri media yang semakin ketat dan juga fenomena *global information society*.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tesis ini mengacu Buku Pedoman Penulisan Tesis Sekolah Pascasarjana yang diterbitkan Universitas Muhammadiyah Surakarta yang dijabarkan sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang sejarah dan riset e-paper dan kerangka pemikiran teoritis

Bab III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pembahasan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, variabel dan definisi operasional, riset desain, setting amatan dan metode

Bab IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi populasi dan sampel, analisis data dan pembahasan

Bab V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan dan saran