

**PROSES ADOPSI TEKNOLOGI SMARTPHONE PADA GENERASI
TUA (Studi Deskriptif Kualitatif Di Desa Repaking, Wonosamodro,
Boyolali)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

Oleh:
HESTI OKTA FILANI
L100150050

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN INFORMASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PROSES ADOPTASI TEKNOLOGI SMARTPHONE PADA GENERASI TUA
(Studi Deskriptif Kualitatif Di Desa Repaking, Wonosamodro, Boyolali)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

HESTI OKTA FILANI

L 100 150 050

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing



Sidiq Setyawan, M.I.Kom

NIK. 100. 1675

HALAMAN PENGESAHAN

PROSES ADOPSI TEKNOLOGI SMARTPHONE PADA GENERASI TUA

(Studi Deskriptif Kualitatif di Desa Repaking, Wonosamodro, Boyolali)

OLEH :

HESTI OKTA FILANI

L100150050

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari ~~Senin, 11 Desember~~ 2019
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji :

1. Sidiq Setyawan, M.I.Kom
(Ketua Dewan Penguji)
2. Joko Sutarso, M.Si
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Budi Santoso, M.Si
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)



Dekan,

Nurhayatna, S.T., M.Sc., Ph.D.

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 16 Oktober 2019.

Penulis



HESTI OKTA FILANI

L100150050

PROSES ADOPSI TEKNOLOGI SMARTPHONE PADA GENERASI TUA (Studi Deskriptif Kualitatif Di Desa Repaking, Wonosamodro, Boyolali)

Abstrak

Teknologi *smartphone* merupakan sebuah inovasi dari teknologi *handphone* sebelumnya. Inovasi yang ada dalam *smartphone* adalah *smartphone* sudah terintegrasi dengan internet dan mampu bekerja seperti komputer. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran yang jelas mengenai bagaimana proses adopsi inovasi *smartphone* pada generasi tua dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi dengan fokus pada proses adopsi inovasi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Peneliti menggunakan sampel masyarakat generasi tua di desa Repaking, Wonosamodro, Boyolali. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui *indepth interview* sebagai data primer. Untuk validitas data peneliti menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *smartphone* merupakan teknologi yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan sekaligus seperti kebutuhan untuk tetap terhubung dengan individu lain, mengakses informasi, dan mempermudah pekerjaan. Kategori adopter dalam penelitian ini tergolong dalam jenis pengadopsi akhir. Pengadopsi akhir menggunakan saluran interpersonal untuk mencari informasi mengenai cara penggunaan dan manfaat teknologi ini. Proses adopsi inovasi pada penelitian ini berjalan sesuai tahapan berawal dari tahap pengetahuan (*knowledge*), tahap ajakan (*persuasion stage*), tahap keputusan (*decision stage*), tahap implementasi (*implementation stage*), dan tahap konfirmasi (*confirmation stage*).

Kata Kunci : *smartphone*, adopsi inovasi, generasi tua, informasi, teknologi komunikasi

Abstracts

Smartphone technology is an innovation of mobile phone technology before. The innovations that exist in smartphones are smartphones are already integrated with the internet and able to work like a computer. This research aims to know the clear picture of the process of adoption of smartphone innovations in the old generation with a qualitative descriptive approach. This research uses the diffusion theory of innovation with a focus on innovation adoption process. This research is a type of qualitative research. The sampling techniques used are purposive sampling techniques. Researchers used the sample of the old generation community in the village of Repaking, Wonosamodro, Boyolali. Data collection techniques are done through the interview indepth as primary data. For the validity of researchers data using source triangulation. The results showed that smartphones are a technology that can fulfill various needs at once such as the need to stay connected with other individuals, access information, and facilitate work. The adopter category in this study belongs to the type of late adopters. Late adopters uses interpersonal channels to find information on how to use and benefit this technology. The process of innovation adoption in the research goes according to the stage starting from the knowledge, persuion stage, decision stage, implementation stage, and confirmation stage.

Keywords: smartphone, adoption innovation, old generation, information, communication technology

1. PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi seperti radio, televisi dan *handphone* merupakan media yang digunakan manusia untuk menyebarkan dan menerima informasi. Dalam hal penggunaanya

manusia selalu memakai teknologi komunikasi yang ada pada era/masanya. Sehingga bisa dikatakan setiap generasi manusia selalu menggunakan teknologi komunikasi yang berbeda dan sesuai dengan masanya. Hal ini dapat dilihat pada manusia yang lahir di era teknologi radio akan menggunakan radio sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Begitu pula dengan masyarakat yang lahir pada era teknologi televisi akan menggunakan televisi sebagai teknologi komunikasinya. Sedangkan masa perkembangan teknologi komunikasi saat ini tengah sampai pada teknologi *smartphone*, dimana manusia yang lahir pada era ini akan lebih memilih menggunakan *smartphone* dibandingkan dengan teknologi yang sudah ada sebelumnya.

Perkembangan teknologi komunikasi adalah hal yang terus saja terjadi secara cepat dan tidak bisa dihindari oleh manusia (Lee dan Groves, 2014). Hal ini menimbulkan masalah tersendiri bagi manusia yang menggunakan teknologi sesuai pada masanya dimana mereka dipaksa untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi tersebut. Apabila manusia tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi maka ia akan menerima sebuah konsekuensi. Ketinggalan informasi merupakan salah satu konsekuensi yang akan diterima oleh manusia. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Martono (dalam Ngafifi, 2014) apabila seseorang mampu menguasai teknologi maka ia tidak akan ketinggalan informasi. Upaya yang dapat dilakukan untuk menghindari konsekuensi tersebut adalah melakukan proses adopsi, sehingga manusia mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi komunikasi yang terjadi.

Salah satu hasil dari perkembangan teknologi komunikasi adalah *smartphone*. *Smartphone* merupakan hasil inovasi dari teknologi *handphone* sebelumnya yaitu telepon seluler. Rogers (1983) dalam (Abdulah, 2018) mengartikan inovasi sebagai sebuah ide/gagasan ataupun produk yang dianggap baru oleh seseorang. Pada awalnya *handphone* hanya digunakan untuk menerima dan mengirim pesan atau melakukan panggilan dan menerima panggilan saja. Setelah ada inovasi *handphone* dapat bekerja seperti komputer serta dilengkapi dengan fitur internet dan dinamakan *smartphone* (Timbowono, 2016).

Smartphone memiliki beberapa keunggulan jika dibandingkan dengan teknologi sebelumnya, seperti ukuran *smartphone* yang jauh lebih kecil sehingga mudah untuk dibawa kemana saja. Selain itu *smartphone* juga mampu menunjang interaksi sosial manusia melalui media *networking* atau jejaring sosial seperti *whatsapp*, *facebook* dan *twitter* karena *smartphone* didukung dengan akses internet yang cepat (Ardi dan Subchan, 2015). Adanya fitur internet pada *smartphone* memunculkan arus baru dalam proses penerimaan dan penyebaran informasi. Internet yang notabennya mampu menyebarkan informasi dengan

cepat dan menyajikan informasi yang beragam, dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat kapan dan dimana saja melalui aplikasi yang disediakan dalam *smartphone* seperti *uc browser, google, google play book, google maps, joox, youtube*, dan lainnya (Rahayu, 2017).

Hadirnya arus baru dalam proses pendistribusian informasi mengharuskan generasi tua yang masih menggunakan radio, televisi, dan telepon seluler untuk mampu beradaptasi dengan *smartphone* agar mampu mengakses dan tidak tertinggal informasi. Hal ini didukung oleh pendapat Lee dan Groves (2014) dalam jurnal *Seniors : Technology, Leisure, and Travel* yang mengatakan bahwa orang tua cenderung bersikap kaku dan sulit untuk menerima teknologi baru yang berkembang dan berubah dengan cepat. Sehingga agar orang tua mampu menggunakan teknologi baru dengan benar mereka harus terbuka dan mengadopsi teknologi tersebut.

Dalam jurnal *Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensi Fraktal Box Counting Dari Citra Wajah Dengan Deteksi Tepi Canny* oleh Amin dan Juniati (2017) menyebutkan bahwa masyarakat generasi tua yang disebut dengan kelompok manusia lanjut usia adalah manusia yang berumur 46 tahun sampai dengan 65 tahun. Dalam jurnal *ICT Skills Acquisition by Older People: Motivations for learning and barriers to progression*, Sandhu dan Damodaran (2013) mencatatkan bahwa orang dewasa yang lebih tua dengan usia 50 tahun keatas mempunyai minat untuk belajar tentang teknologi komunikasi baru. Hal ini didasari oleh beberapa alasan diantaranya adalah untuk menjaga kontak dengan keluarga dan teman-teman, membantu mekanisme kehidupan sehari-hari, dan untuk menyalurkan hobi. Akan tetapi dalam upaya untuk belajar dan mengadopsi teknologi komunikasi baru generasi tua juga mengalami beberapa hambatan seperti, mereka merasa kurang percaya diri bahwa mereka akan berhasil. Hambatan lainnya adalah perubahan fisik, sensorik, dan kognitif seperti gangguan penglihatan dan mengurangi mobilitas. Selain itu generasi tua juga merasa takut untuk menggunakan komputer. Mereka merasa sering membuat kesalahan dan takut jika kesalahan tersebut akan menimbulkan kerusakan yang serius.

Adapun penelitian mengenai proses adopsi telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Elogie et al. (2015) dengan judul *Factor Influence The Adoption Of Smartphones*. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa kebutuhan untuk tetap terhubung dengan teman dan keluarga merupakan faktor utama yang mempengaruhi adopsi *smartphone* yang selanjutnya dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti media massa dan komunikasi interpersonal. Sedangkan karakteristik inovasi tidak dapat mempengaruhi adopsi *smartphone* secara

signifikan. Abdulah (2018) dengan judul *Adopsi Teknologi Digital Audio Workstation Dengan Pendekatan Difusi Inovasi*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif mampu memberikan gambaran mengenai adopsi rekaman digital. Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa proses adopsi inovasi meliputi *knowledge* (tahap pengetahuan), *persuasion* (tahap persuasi), *decision* (tahap keputusan), *implementation* (tahap implementasi), dan *confirmation* (tahap pematapan). Proses adopsi berjalan dengan baik dan sesuai dengan tahapan. Individu yang mempunyai kemampuan ekonomi tinggi namun lemah dalam hal penggunaannya mampu mengadopsi inovasi yang baru dengan cara meminta bantuan kepada orang lain untuk operasionalnya.

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, yang menjadi hal menarik dari penelitian ini adalah bagaimana generasi tua dengan keterbatasan usia mampu melakukan proses adopsi teknologi *smartphone* untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka sehingga dapat diketahui bagaimana pemahaman *smartphone* oleh generasi tua. Sehingga peneliti ingin melihat bagaimana proses adopsi teknologi *smartphone* pada generasi tua di desa Repaking, Wonosamodro, Boyolali. Alasan peneliti memilih melakukan penelitian di desa Repaking, Wonosamodro, Boyolali karena menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Boyolali jumlah penduduk terbanyak dengan usia 45-64 tahun dimiliki oleh desa Repaking dengan jumlah 1.182 penduduk. Desa Repaking memiliki total jumlah sebanyak 4.994 penduduk. Dilihat dari segi pendidikan, penduduk desa Repaking memiliki tingkat pendidikan yang rendah dengan jumlah penduduk yang menamatkan pendidikan sampai jenjang perkuliahan hanya sebanyak 72 penduduk. Sedangkan tamatan SLTA berjumlah 613 penduduk, tamatan SLTP sebanyak 1.190 penduduk, tamatan SD berjumlah 2.185 penduduk, dan penduduk yang tidak mengenyam pendidikan berjumlah 666 penduduk. Mata pencaharian masyarakat desa Repaking beranekaragam yaitu Pegawai Negeri Sipil, wirausaha, pekerja bangunan, pekerja kesehatan dan mayoritas bekerja sebagai petani (<http://boyolalikab.bps.go.id>).

1.1 Smartphone Dalam Era Masyarakat Informasi

Perkembangan era komunikasi interaktif saat ini sampai pada teknologi yang disebut *smartphone*. *Smartphone* adalah hasil inovasi dari teknologi komunikasi telepon seluler yang mempunyai kemampuan berbasis komputer. Melalui *smartphone* seseorang bisa dengan mudah mengakses internet, melakukan *browsing* atau mengirim *e-mail*, dan menyebarkan atau mencari informasi yang sebelumnya hanya dapat dilakukan melalui komputer. Hal yang membedakan *smartphone* dengan komputer adalah bentuknya yang jauh lebih kecil. Sedangkan hal yang membedakan *smartphone* dengan telepon biasa adalah adanya koneksi

internet, *web access*, *touchscreen*, *operating system*, *keyboard qwerty mini*, dan fitur pintar lainnya. *Smartphone* yang terkoneksi dengan internet memungkinkan manusia untuk mengakses informasi kapan saja (Dewi, 2017). Sehingga bisa dikatakan bahwa informasi dan teknologi merupakan dua hal yang saling berkaitan dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Informasi disebarluaskan melalui teknologi dan teknologi menjadi sumber untuk memperoleh informasi. Maka untuk bisa memperoleh sebuah informasi manusia harus menguasai teknologi terlebih dahulu (Damanik, 2012).

Menurut KOMINFO berdasarkan riset dari *e-marketer* memperkirakan pada tahun 2018 jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia akan lebih dari 100 juta orang (kominfo.go.id). Banyaknya pengguna *smartphone* sejalan dengan tingginya jumlah penjualan *smartphone* Indonesia. IDC (*International Data Corporation*) mengatakan bahwa pengiriman *smartphone* yang ditujukan ke Indonesia mengalami peningkatan 22 persen pada kuartal kedua sebesar 9,4 juta di tahun 2018. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengiriman *smartphone* tertinggi pada kuartal ini terjadi di Indonesia (jawapos.com).

Sebelum memasuki era masyarakat informasi, masyarakat berada pada era masyarakat industri. Pada era ini sumber daya yang diolah ialah membuat tenaga listrik dan bahan bakar, memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa, menerapkan prinsip perkembangan ekonomi, menggunakan teknologi mesin, serta sangat membutuhkan sumber daya modal. Setelah memasuki era masyarakat informasi terjadi banyak perubahan dalam berbagai hal. Perubahan tersebut dapat dilihat dari segi sumber daya yang diolah serta penggunaan dan penguasaan teknologi (Damanik, 2012)

Ada beberapa ciri-ciri yang menggambarkan sebuah masyarakat informasi diantaranya adalah kebutuhan akan informasi tinggi dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat sadar akan pentingnya informasi dan berusaha mendapatkan informasi secara cukup, menjadikan informasi sebagai komoditas yang bernilai ekonomis, mengakses informasi berkecepatan tinggi, perubahan dalam distribusi informasi dari cetak menjadi elektronik, serta mempunyai kemampuan untuk melakukan pertukaran data digital yang cepat meskipun dalam jarak yang jauh. Berdasarkan ciri-ciri tersebut maka masyarakat informasi dapat diartikan suatu masyarakat dimana pembangunan ekonomi, prospek perubahan sosial, dan kualitas hidup tergantung pada pemanfaatan dan peningkatan informasi. Kegiatan utama yang dilakukan oleh masyarakat informasi ialah melakukan produksi dan distribusi informasi, dimana mereka berusaha membuat kemungkinan terbaik dalam menggunakan informasi dan teknologi komunikasi baru (Damanik, 2012).

Dalam penelitian ini teknologi komunikasi baru yang dimaksud adalah *smartphone*. *Smartphone* menjadi sumber untuk memperoleh informasi setiap saat. Dalam jurnal Hubungan Karakteristik *Smartphone* Pada Perubahan Budaya Komunikasi Remaja di RT 12 Kelurahan Sempaja Selatan Samarinda, (Dewi, 2017) mengatakan bahwa sebelumnya untuk mencari dan menukar informasi dengan seseorang yang terpisah oleh waktu dan jarak hanya bisa dilakukan dengan menggunakan teknologi komunikasi komputer yang terhubung dengan internet. Akan tetapi setelah kemunculan *smartphone* yang dilengkapi dengan fasilitas internet dalam hal mencari dan mendistribusikan informasi juga bisa dilakukan melalui *smartphone*. Informan mengatakan bahwa tuntutan untuk mendapatkan dan menyampaikan informasi dengan cepat serta menyelesaikan sesuatu tanpa batasan ruang dan waktu adalah alasan mereka tidak bisa lepas dari *smartphone* dan terus menggunakannya. Bahkan bisa dikatakan *smartphone* lebih praktis dan efisien jika dibandingkan dengan komputer. Hal ini dikarenakan *smartphone* mempunyai ukuran lebih kecil dibandingkan dengan komputer yang membuat *smartphone* bisa dibawa kemana saja. Sehingga setiap orang bisa memproduksi, mengkonsumsi, dan mendistribusikan informasi setiap saat dengan sangat cepat (Ardi dan Subchan, 2015).

Dalam era masyarakat informasi, informasi menjadi sesuatu yang sangat penting dan muncul istilah pengetahuan adalah kekuasaan. Seseorang akan bisa menguasai dunia jika ia menguasai pengetahuan di tangannya. Pengetahuan disini berupa informasi yang menjadi kekuatan yang luar biasa karena informasi adalah salah sumber yang berharga. Informasi sendiri dikelompokkan menjadi empat jenis yakni, informasi berdasarkan fungsi yaitu informasi yang berfungsi untuk mengajari dan menambah pengetahuan pembaca, informasi berdasarkan format penyajian yaitu jenis informasi yang didasarkan pada bentuk penyajian informasi seperti tulisan teks, foto, lukisan, atau abstrak, selanjutnya adalah informasi berdasarkan lokasi peristiwa yaitu informasi berasal dari tempat peristiwa berlangsung baik itu luar negeri atau dalam negeri, dan terakhir adalah informasi berdasarkan bidang kehidupan seperti olahraga, pendidikan, sastra, musik, dan budaya (Hutasoit, 2014). Saat ini kemampuan untuk mengirim, menyimpan dan menggunakan informasi mempunyai nilai yang sama dengan bahan baku atau energi. Orang akan menjadi pasif jika tidak menguasai informasi dan dengan menguasai informasi seseorang akan mampu melakukan suatu kreativitas tertentu.. Untuk memenuhi kebutuhan informasi dibutuhkan adanya akses yang mudah dan terbuka terhadap informasi serta ketersediaan informasi. Cara yang dapat dilakukan agar mampu mengakses informasi adalah ketersediaan infrastruktur telekomunikasi dan listrik, perangkat *hardware* dan *software*, serta penguasaan terhadap penggunaan

komputer. Sehingga dengan menjadi masyarakat informasi maka masyarakat akan bergantung pada teknologi komunikasi khususnya komputer (Damanik, 2012).

Sehingga dalam penelitian ini sangat penting untuk melakukan adopsi teknologi komunikasi baru yaitu *smartphone* bagi generasi tua. Hal ini dikarenakan informasi didistribusikan melalui saluran komunikasi terbaru yang dalam penelitian ini disebut dengan *smartphone*, sehingga dengan melakukan adopsi teknologi *smartphone* maka generasi tua mampu mengakses dan memenuhi informasi dan tidak tertinggal dengan masyarakat lainnya.

1.2 Proses Adopsi Teknologi Dalam Difusi Inovasi

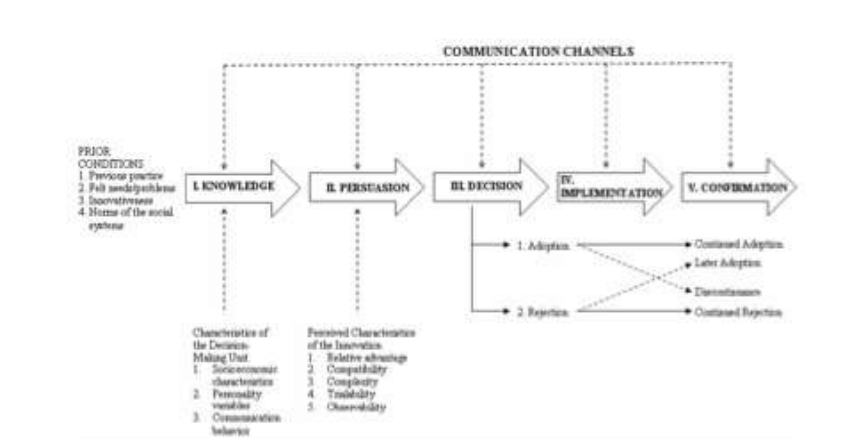
Rogers dan Singhal (dalam Morissan dkk, 2013) mengartikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu pada waktu tertentu diantara para anggota sistem sosial. Inovasi sendiri mempunyai arti sebagai sebuah ide, objek atau praktek yang dianggap sebagai sesuatu yang baru oleh seorang individu atau unit adopsi lain. Sedangkan proses adopsi adalah sebuah proses yang terjadi dalam diri individu mulai dari ia mengetahui dan berkenalan dengan sebuah inovasi sampai pada proses pembuatan keputusan untuk menolak atau menerima inovasi tersebut (Sirait, 2018).

Dalam penelitian ini inovasi yang dimaksudkan adalah *smartphone* sedangkan unit adopsi yang dimaksud adalah manusia generasi tua. Pentingnya orang tua untuk mengadopsi *smartphone* juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mokalu dkk, (2016) menyebutkan bahwa *smartphone* mempunyai dampak positif dan negatif terhadap perilaku orang tua di Desa Toure, Kecamatan Tompaso. Dampak positif yang dihasilkan yaitu dapat mendapatkan informasi dengan cepat, membantu orang tua untuk memperoleh informasi terkait dengan pekerjaan mereka, dan dapat berkomunikasi dengan orang lain. Dampak negatif dari *smartphone* terhadap orang tua disebabkan karena kurangnya pemahaman untuk memanfaatkan kelebihan-kelebihan yang ada pada *smartphone*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sandhu dan Damodaran (2013) yang mengatakan bahwa orang tua memiliki ketakutan untuk menggunakan teknologi baru karena merasa sering membuat kesalahan dan takut jika kesalahan tersebut terulang kembali dan menimbulkan kerusakan yang serius. Selain itu orang tua juga kurang percaya diri untuk menggunakan teknologi baru (inovasi) karena mengalami masalah perubahan fisik, kognitif dan sensorik seperti adanya gangguan penglihatan yang akhirnya mengurangi penguasaan dalam penggunaan teknologi. Sehingga untuk lebih memahami mengenai inovasi maka individu harus memahami lima atribut yang ada pada inovasi.

Sebuah inovasi baru harus mempunyai lima atribut utama agar penyebarannya dapat tercapai dengan maksimal. Kelima atribut tersebut menurut Rogers (1983) dalam (Elogie et

al. 2015) antara lain; 1) *Relative Advantage*, yaitu derajat inovasi baru yang lebih baik untuk menggantikan inovasi sebelumnya; 2) *Compatibility*, yaitu sejauh mana inovasi memiliki konsistensi dan kesesuaian dengan nilai dan pengalaman masa lalu serta kebutuhan pengadopsi; 3) *Complexity*, yakni apakah teknologi baru lebih mudah atau lebih sulit untuk dipahami daripada teknologi yang sudah ada, apabila lebih sulit untuk dipahami maka adopsi akan terhambat. Dalam penelitian ini menguji apakah inovasi baru berupa smartphone dapat memberikan kemudahan bagi pemakai untuk mendapatkan informasi; 4) *Triability*, yaitu sejauh mana adopter dapat mencoba dan bereksperimen dengan ide baru; 5) *Observability*, yaitu semakin mudah hasil inovasi baru untuk dilihat dan diamati maka kemungkinan untuk mengadopsinya akan semakin cepat pula.

Proses adopsi teknologi smartphone dalam penelitian ini menggunakan lima tahap proses adopsi seperti skema dibawah ini.



Gambar 1. Bagan Difusi Inovasi

Prior Condition adalah kondisi awal sebelum individu mengadopsi inovasi. Terdapat empat macam dalam *prior condition* yaitu situasi awal dari masyarakat, kebutuhan dan masalah, keinovativan, serta nilai dan norma. Keadaan awal individu, kebutuhan dan masalah yang dihadapi dengan teknologi yang digunakan sebelumnya, kesadaran tentang adanya inovasi, seras nilai dan norma yang ada disekitarnya akan mempengaruhi keputusan individu tersebut dalam menerima atau menolak sebuah inovasi.

Tahap Pengetahuan (Knowledge), Ittersum dkk (dalam Setyawan, 2017) mencatatkan pada proses *pre-adoption* atau proses pengumpulan pengetahuan dalam tahapan awal proses adopsi, kemudahan dalam penggunaan sebuah teknologi adalah hal mutlak yang harus dimiliki oleh teknologi itu sendiri. Pada tahapan tersebut seorang calon pengguna akan berpikir terkait mudah atau tidaknya teknologi itu, dibanding memikirkan kegunaan sesungguhnya dari teknologi tersebut. Lestari dkk (2016) berpendapat tahap pengetahuan

juga dipengaruhi oleh beberapa karakteristik individu yaitu karakteristik nilai-nilai pribadi, sosial-ekonomi, dan pola komunikasi.

Tahap Ajakan (*Persuasion Stage*), terjadi pada saat individu memiliki sifat negatif atau positif terhadap inovasi. Individu akan membentuk sikap setelah mengetahui inovasi. Sebelum individu membentuk sikap menolak atau mendukung inovasi, mereka akan memposisikan diri untuk mencoba sebuah inovasi. Rogers berpendapat, setelah individu memposisikan diri untuk mencoba inovasi kemudian individu akan membentuk pandangan atau opini terkait inovasi tersebut (Lestari dkk, 2016)

Tahap Keputusan (*Decision Stage*), Lestari dkk (2016) menyatakan pada tahap ini, individu akan menilai dari informasi yang diterima di awal, kemudian mengevaluasi informasi berdasarkan keadaan yang diamati, membentuk sikap atas inovasi, kemudian mengukur kerugian dan keuntungan, melakukan persiapan, dan kemudian membuat keputusan untuk menerima atau menolak sebuah inovasi.

Tahap Implementasi (*Implementation Stage*), Menurut Rogers (dalam Ulfah dan Sumardjo, 2017) pada tahap ini inovasi akan dicoba untuk digunakan dan dipraktikkan oleh calon adopter. Dalam penelitian ini tahap implementasi terjadi ketika adopter mulai memakai inovasi yaitu teknologi *smartphone* untuk memenuhi kebutuhan informasi dan berkomunikasi.

Tahap Konfirmasi (*Confirmation Stage*), Menurut Cangara (dalam Warnaen dkk, 2016) apabila seseorang menerima inovasi maka ia akan terus menggunakannya karena sudah merasakan manfaatnya atau bisa saja individu tidak lagi melanjutkan untuk menggunakan inovasi dan mengganti dengan jenis barang lain yang mempunyai fungsi yang sama, atau sama sekali tidak melanjutkan karena inovasi tidak bisa memenuhi kebutuhan dan harapannya.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif digunakan untuk menjelaskan sebuah fenomena secara mendalam dengan cara mengumpulkan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2010). Metode deskriptif dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan suatu kondisi, situasi atau fenomena realitas sosial tertentu (Bungin, 2011).

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang didapatkan secara langsung melalui wawancara dengan informan. Sedangkan data sekunder yaitu data yang didapatkan dari sumber lain (Kriyantono, 2010). Dalam penelitian

ini data sekunder didapatkan dari jurnal, buku, catatan, dan foto yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara mendalam atau *indepth interview*. Metode wawancara mendalam berbeda dengan wawancara lainnya, wawancara mendalam membutuhkan waktu yang lebih lama dan dilakukan berulang kali (Bungin, 2011).

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih karena ada beberapa kriteria yang harus dimiliki oleh sampel dalam penelitian ini. Kriteria tersebut adalah, masyarakat yang tinggal di desa Repaking baik laki-laki atau perempuan yang berumur 46-64 tahun yang pada awalnya menggunakan telepon seluler dan kemudian beralih menggunakan smartphone. Terdapat 82 penduduk generasi tua yang mewakili kategori tersebut yang kemudian dipilih tujuh pengguna untuk menjadi sampel dalam penelitian. Ketujuh sampel dipilih mewakili jenis pekerjaan yang dimiliki oleh masyarakat desa Repaking yaitu perangkat desa (kepala desa), guru, pekerja bangunan, petani, wirausaha, dan pekerja kesehatan. Sehingga sampel dapat mewakili seluruh generasi tua pengguna smartphone di desa Repaking meskipun masyarakat desa mempunyai jenis pekerjaan yang berbeda-beda.

Teknik analisis data yang digunakan bersifat deduktif, yaitu sebuah penelitian yang berawal dari sebuah teori dan menggunakannya untuk menjawab pertanyaan penelitian (Bungin, 2011). Penelitian ini bermula dari teori difusi inovasi Rogers yang dibuktikan dalam penelitian melalui pencarian data. Analisis data yang digunakan adalah model interaksi dari Miles dan Huberman yang pada setiap tahap penelitian aktivitas data berlangsung terus menerus secara interaktif sehingga akan mendapatkan data sampai tuntas dan jenuh menurut Sugiyono (dalam Abdullah, 2018). Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yakni pertama reduksi data, kedua penyajian data, dan terakhir penarikan kesimpulan. Selanjutnya, untuk menguji validitas data peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan dan mengecek kesamaan informasi/data yang diperoleh dalam waktu dan cara yang berbeda (Bungin, 2011).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Prior Condition*

Prior condition adalah bagaimana kondisi awal individu sebelum menggunakan inovasi. Kondisi ini menjelaskan mengenai *previous practice* atau praktik sebelumnya yaitu teknologi yang dipraktikkan oleh individu sebelum melakukan adopsi inovasi, *felt needs* atau kebutuhan yaitu solusi yang dibutuhkan individu untuk mengatasi masalah dengan teknologi

sebelumnya, dan *innovativeness* atau daya serap inovasi yaitu cepat lambatnya seorang individu dalam menerima inovasi. Setelah melakukan wawancara, diperoleh hasil bahwa *previous practice* yang dialami informan ialah menggunakan telepon seluler sebelum menggunakan inovasi *smartphone*. Namun, informan mengalami beberapa masalah karena telepon seluler tidak mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan.

“sebelumnya menggunakan *handphone Nokia*, hanya bisa untuk sms dan telepon saja jadi saya sering telat mendapatkan informasi misalnya perubahan jadwal posyandu, karena informasinya disampaikan lewat grup *whatsapp*.”

(Sumiyatun, 47 tahun, Pengguna *Smartphone Oppo*)

“sebelum pakai *smartphone* pakai hp biasa, lalu diberitahu anak tentang *smartphone*. Jadi kalau hubungan cuma lewat telepon dan *sms* aja nggak bisa *video call*”

(Sulami, 49 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“hp yang sebelumnya nggak bisa buat *whatsapp*, sekarang teman-teman sama keluarga pakainya *whatsapp*. Hp biasa nggak bisa buat cari informasi kayak misal informasi bencana di Indonesia”

(Darmanto, 58 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa informan membutuhkan teknologi baru yang mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi. Informan membutuhkan *handphone* yang dapat digunakan untuk memperlancar hubungan komunikasi dan mampu memenuhi kebutuhan tentang informasi.

“Saya butuh hp yang bisa buat *whatsapp* supaya saya tidak ketinggalan informasi.”

(Sumiyatun, 47 tahun, Pengguna *Smartphone Oppo*)

“Saya butuh hp kayak yang lain itu, yang bisa untuk *whatsapp* dan cari-cari informasi”

(Darmanto, 58 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“saya butuh hp yang bisa buat *video call* supaya tahu gambarnya anak dan cucu lagi ngapain”

(Sulami, 49 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

Smartphone merupakan teknologi yang dibutuhkan oleh informan. Informan merasa membutuhkan *smartphone* karena *smartphone* telah banyak digunakan oleh orang disekitarnya, selain itu *smartphone* juga dirasa sesuai dengan kebutuhan dan mampu untuk mengatasi masalah yang dialami. Meskipun informan telah sadar bahwa mereka membutuhkan teknologi inovasi *smartphone* akan tetapi, daya serap informan akan inovasi *smartphone* dapat dikatakan tergolong lambat.

“tahu *smartphone* sekitar dua tahun yang lalu karena diwajibkan pakai, kerena semua sudah pakai *whatsapp*, dan hp saya sebelumnya tidak bisa buat *whatsapp* jadi saya sering ketinggalan informasi”

(Jumiren, 51 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“tahun 2018 saya baru tahu *smartphone*, dikasih tahu sama anak, diajari dan disuruh pakai”

(Sutarti, 51 tahun, Pengguna *Smartphone Oppo*)

“tahu *smartphone* baru-baru aja, sekitar dua tahunan yang ngasih tahu anak”

(Sumiyatun, 47 tahun, Pengguna *Smartphone Oppo*)

“mulai tahun 2016 tahunya, karena teman-teman kerja bangunan ngasih tahu tentang hp *smartphone*”

(Darmanto, 58 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

Hasil wawancara juga menyatakan bahwa informan baru mengadopsi *smartphone* setelah *smartphone popular* dan digunakan banyak orang. Informan tidak melakukan adopsi ketika pertama kali *smartphone* muncul.

3.2 Proses Adopsi Inovasi

Adopsi inovasi adalah proses yang dilewati individu mulai dari pertama kali mengetahui inovasi sampai pada keputusan untuk menolak atau menerima inovasi (Sirait, 2018). Proses adopsi inovasi *smartphone* yang dilakukan informan dalam penelitian ini memiliki lima tahapan sebagai berikut :

3.2.1 Tahap Pengetahuan (*Knowledge*)

Tahap pengetahuan adalah langkah pertama dimulainya proses adopsi inovasi yaitu dimana calon adopter mulai mengetahui informasi tentang adanya inovasi. Agar informasi tersebut dapat diketahui maka diperlukan saluran komunikasi yang berfungsi untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Terdapat dua jenis saluran komunikasi yang yaitu media massa dan saluran interpersonal. Media massa adalah saluran yang dapat mengirimkan pesan pada beberapa *audiens* sekaligus melalui media elektronik seperti radio dan televisi atau media cetak seperti koran, buku dan majalah. Sedangkan saluran interpersonal adalah penyampaian pesan yang dilakukan dari satu individu kepada individu lainnya melalui pendekatan pribadi dengan calon adopter, dimana komunikator memegang peranan yang sangat penting dalam keberhasilan tindakan adopsi (Abdulah, 2018). Temuan dari hasil wawancara menunjukkan bahwa informan memperoleh informasi tentang *smartphone* melalui saluran interpersonal yang dimulai dari kesadaran bahwa *smartphone* telah banyak digunakan oleh orang-orang disekitarnya yang kemudian orang-orang tersebut memberikan penjelasan bagaimana cara menggunakan *smartphone*. Sehingga pada akhirnya informan bisa memahami apa kegunaan dari *smartphone* dan bagaimana cara untuk mengoperasikannya.

“pertama dikasih tahu keluarga kemudian disarankan pakai *smartphone* biar gampang kalau mau hubungan. Lalu beli *smartphone* ini”

(Daryati, 48 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“tahu itu dari teman-teman kerja kan sudah hampir semua hp-nya *smartphone* dan informasi apa saja disampaikan melalui grup *whatsapp*, anak-anak saya juga sudah pakai. Jadi saya lihat punya teman-teman dan anak saya dulu baru setelah itu beli”

(Jumiren, 51 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“tahu *smartphone* dari anak saya, pertama dikasih tau itu *smartphone* bisa untuk *video call*. Selain anak suami juga pakai dan mereka mendukung saya untuk memakai *smartphone* juga agar lebih mudah kalau mau berhubungan. Kalau kangen tinggal *video call* saja”

(Sulami, 49 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

Saluran interpersonal dalam bahasan ini digunakan untuk memberikan dorongan dan informasi tentang *smartphone* kepada calon adopter yang tergolong dalam jenis *late majority*.

Sehingga calon adopter memperoleh informasi dan termotivasi untuk mengadopsi *smartphone* setelah mendapatkan dorongan dari orang terdekat melalui saluran interpersonal.

Hasil wawancara sejalan dengan temuan Gao, et al (2015) dalam jurnalnya yang menyebutkan bahwa pendapat dari teman-teman dan keluarga memiliki dampak positif pada niat orang dewasa yang lebih tua untuk menggunakan *smartphone*. Sehingga pengaruh saluran interpersonal adalah faktor yang dianggap penting bagi orang dewasa yang lebih tua dalam proses mengadopsi *smartphone*. Hal ini sesuai dengan pendapat Roger (dalam Setyawan, 2015) yang mengatakan adopter tingkat akhir menganggap saluran komunikasi interpersonal relatif lebih penting karena mampu memberikan efektivitas pengaruh yang lebih kuat.

Temuan dalam penelitian ini juga menyatakan bahwa meskipun pada awalnya informan menggunakan *smartphone* karena dorongan dari orang lain dan dengan alasan agar tidak tertinggal informasi serta bisa tetap terhubung dengan orang terdekat, namun kini informan yang tergolong kelompok orang dewasa mempunyai pengetahuan tentang manfaat dan cara penggunaan *smartphone* yang bisa dikatakan cukup baik. Hal ini dikarenakan informan sudah mulai memanfaatkan *smartphone* untuk menunjang aktivitas kesehariannya seperti, mencari tahu informasi melalui *google*, mencari tahu lokasi suatu tempat melalui *google map*, memesan transportasi *online*, dan menggunakan *smartphone* sebagai alat hiburan.

“*smartphone* fungsinya banyak, bisa buat ngirim gambar lewat *whatsapp*, nyari informasi tentang pengobatan, atau cari resep masak di *google*”

(Sumiyatun, 47 tahun, Pengguna *Smartphone Oppo*)

“*smartphone* itu hp yang bisa buat hubungan sama buat nambah informasi. Kayak informasi tentang bencana-bencana yang ada di Indonesia. Buat cari lokasi juga bisa. Misalnya pas saya kerja bangunan di luar Jawa kayak di Palembang, Papua atau Kalimantan saya bisa tahu wilayah-wilayahnya lewat *google map* itu”

(Darmanto, 58 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“selain bisa mempermudah hubungan *smartphone* juga bisa buat pesan *grab*, kan istri saya sakit sering ke rumah sakit dan nggak bisa naik motor jadi bisa pesan mobil lewat hp. *Smartphone* juga bisa buat hiburan kalau lagi suntuk misalnya nonton wayang, nonton film *Dono*, atau lihat berita di *google*”

(Paimin, 48 tahun, Pengguna *Smartphone Xiaomi*)

Hasil wawancara berbeda dengan temuan Akanferi et al (2014) dalam jurnalnya yang menyebutkan bahwa informan menghabiskan waktu paling banyak saat menggunakan *smartphone* untuk melakukan *chatting* di *instant messenger* yaitu *whatsapp*. Informan belum menggunakannya untuk mencari tahu suatu lokasi ataupun memesan transportasi *online*.

3.2.2 Tahap Ajakan (*Persuasion Stage*)

Tahap ajakan menunjukkan tentang bagaimana respon individu atau kelompok setelah mengetahui inovasi. Informan akan mulai menindaklanjuti apa yang mereka dapatkan pada tahap sebelumnya. Selanjutnya informan akan memiliki pandangan positif atau negatif terkait inovasi. Individu akan berusaha mencari informasi tentang inovasi dan melakukan pertimbangan yang dilihat dari karakteristik inovasi untuk menyakinkan dirinya sebelum memutuskan untuk menerima atau menolak suatu inovasi. Rogers, menjelaskan terdapat lima karakteristik inovasi yaitu *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, *observability* (Lestari dkk, 2016).

“awalnya bisa tertarik dengan *smartphone* karena dikasih tahu anak pas *video call*. Jadi pengen mbak biar nanti kalau telepon sama anak ada gambarnya”

(Sutarti, 51 tahun, Pengguna *Smartphone Oppo*)

“dari cerita teman-teman *smartphone* banyak fungsinya kayak buat *whatsapp*, *youtube*, *google* dan yang lainnya saya kok jadi senang jadi kepengen memakai juga”

(Paimin, 48 tahun, Pengguna *Smartphone Xiaomi*)

Lima karakteristik inovasi yang menjadi pertimbangan bagi calon pengguna inovasi yaitu :

a) *Relative Advantage*

Relative advantage atau keuntungan relatif berarti sebuah inovasi dianggap lebih baik dari teknologi sebelumnya, sehingga mampu menggantikan teknologi sebelumnya. Inovasi dapat diartikan sebagai suatu barang, tindakan, ataupun gagasan yang dianggap baru (Nurudin, 2017). Dalam bahasan ini inovasi yang dimaksudkan ialah *smartphone* yang dapat dikatakan sebagai pembaruan dari teknologi *handphone* sebelumnya yaitu telepon seluler. Terdapat perbedaan mendasar antara telepon seluler dengan *smartphone* yakni adanya fitur internet yang dimiliki oleh *smartphone* serta kemampuannya yang dapat beroperasi layaknya seperti komputer. Telepon seluler biasa hanya bisa digunakan untuk mengirim pesan singkat dan melakukan panggilan suara. Hal ini berbeda dengan *smartphone* yang dapat dipakai untuk melakukan panggilan video, mengirim gambar, serta mencari informasi yang diinginkan. *Smartphone* juga mempunyai keunggulan dalam segi ukuran. Meskipun dapat beroperasi seperti komputer, akan tetapi ukuran *smartphone* lebih kecil dari komputer. Sehingga hal ini memberikan efek praktis bagi penggunanya karena bisa digunakan setiap saat.

“dulu kalau mau rapat ke kelurahan harus pakai surat undangan, sekarang bisa lebih cepat tinggal lewat grup. Waktu musim hujan mau hubungan sama teman dagang nggak perlu naik motor sekarang tinggal *video call*”

(Jumirin, 51 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“*smartphone* itu ada *google map* yang bisa untuk mengetahui lokasi suatu tempat, ada *grab* yang tinggal pesan lewat hp kalau mau kemana-mana. Saya juga bisa baca berita curian motor lewat *google*”

(Paimin, 48 tahun, Pengguna *Smartphone Xiaomi*)

“hp yang dulu cuma bisa untuk sms dan telepon, beda sama yang ini bisa buat *video call*. Pulsanya juga lebih hemat karena bisa buat satu bulan nggak berkali-kali beli”
(Sulami, 49 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)”

Keuntungan relatif yang dirasakan oleh seseorang dapat diukur dari segi ekonomi, manfaat, ataupun kemudahan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada informan, mendapatkan hasil bahwa keuntungan relatif diukur dari kemudahan yang diberikan inovasi, biaya ekonomi yang lebih rendah, mempersingkat waktu, dan banyaknya fungsi dari inovasi tersebut.

b) *Compatibility*

Compatibility atau kesesuaian adalah sejauh mana suatu inovasi selaras dengan apa yang individu butuhkan. Hasil wawancara menyatakan bahwa *smartphone* sesuai dengan apa yang narasumber butuhkan, dimana apa yang disediakan oleh *smartphone* tidak disediakan pada teknologi sebelumnya.

“*smartphone* sesuai dengan yang saya butuhkan yaitu hp yang bisa buat grup supaya tidak tertinggal informasi. Misal ada perubahan jadwal Posyandu tinggal saya umumkan lewat grup nggak perlu mengabari satu-satu. *Smartphone* juga bisa untuk cari informasi tentang pengobatan kanker tradisional yang di televisi nggak selalu ada”

(Sumiyatun, 47 tahun, Pengguna *Smartphone Oppo*)

“saya butuh hp yang bisa buat *transfer*, bayar listrik, buat hubungan sama keluarga. Kalau nggak pakai *smartphone* susah kebanyakan orang sudah pakai ini sekarang”

(Daryati, 48 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

Untuk memenuhi kebutuhan komunikasi dan informasi *smartphone* merupakan inovasi yang sesuai dengan apa yang narasumber butuhkan dan sesuai dengan perkembangan zaman. Hal ini dikarenakan pada zaman sekarang ini kebanyakan orang sudah memakai *smartphone* dan agar tetap terhubung dengan orang lain serta mendapatkan informasi maka *smartphone* sangat sesuai dengan kebutuhan narasumber.

c) *Complexity*

Complexity adalah seberapa rumit sebuah inovasi untuk dipahami. Semakin rumit inovasi maka peluang untuk diadopsi semakin sedikit. Begitu pula sebaliknya peluang inovasi untuk diadopsi akan semakin besar jika inovasi tidak mempunyai kerumitan yang berarti. Setelah melakukan penelitian diperoleh hasil bahwa informan mengalami hambatan pada saat awal mengoperasikan *smartphone* terkait dengan perbedaan bentuk fisik *smartphone* dan adanya banyak langkah pada saat akan membuka aplikasi.

“awalnya nggak tahu cara-caranya dan agak bingung sama layarnya. Soalnya dulu nggak layar sentuh jadi agak kagok pas geser-geser”

(Sumiyatun, 47 tahun, Pengguna *Smartphone Oppo*)

“pertamanya tidak tahu caranya bagaimana, takut rusak, takut salah pencet. *Smartphone* ini kalau apa-apa nggak langsung harus mengikuti langkah-langkahnya”

(Darmanto, 58 Tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“saya kan orang tua jadi agak susah ya beda sama anak muda. Kalau hp biasa kan tinggal pencet kalau ini susah langkah-langkahnya mau *video call* harus buka layarnya dulu terus cari *whatsapp* baru setelah itu *video call*”

(Sulami, 49 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa informan mengalami beberapa hambatan dalam proses penggunaan *smartphone*. Namun, hambatan tersebut tidak lantas membuat informan berhenti untuk mengadopsi *smartphone*. Hal ini dikarenakan informan merasa membutuhkan *smartphone* agar lebih mudah dalam melakukan komunikasi, tetap terhubung dengan orang terdekat, dan menjalankan pekerjaannya dengan lancar. Hasil wawancara dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Goel, et al (2013) yang menyebutkan bahwa informan dalam penelitiannya mengalami kendala dalam menggunakan *smartphone* salah satunya terkait dengan desain yang kompleks seperti tampilan dan penggunaan layar sentuh.

d) *Triability*

Triability adalah sebuah inovasi mempunyai kemungkinan untuk dicoba atau tidak sebelum inovasi tersebut diadopsi oleh adopter. Hasil dari wawancara menunjukkan bahwa rata-rata informan mencoba inovasi *smartphone* milik orang terdekat terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk menggunakannya.

“awalnya nyoba punya teman-teman dulu kok tertarik jadi saya beli”

(Darmanto, 58 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“kalau saya sebelum beli *Xiaomi* nyoba dulu punya temen pas diajari itu dikasih tahu disuruh coba”

(Paimin, 48 tahun, Pengguna *Smartphone Xiaomi*)

“kan anak saya punya dua, yang satu nggak dipakai terus ditawari dan diajari. Jadi sebelum pakai nyoba dulu punya anak saya diajari dulu”

(Sumiyatun, 48 tahun, Pengguna *Smartphone Oppo*)

Setelah mempunyai pengalaman mencoba sebuah inovasi informan memutuskan untuk melakukan adopsi karena merasa cocok dan sesuai dengan yang dibutuhkan.

e) *Observability*

Observability adalah kemampuan sebuah inovasi untuk bisa diamati oleh calon adopter. Pengamatan yang dilakukan ditujukan agar calon adopter merasa lebih yakin untuk melakukan adopsi terhadap inovasi.

“menurut saya pulsanya lebih irit. Kalau pakai hp *Oppo* cuma paketan sebulan sekali Rp 25.000, kalau hp biasa bisa lebih dari Rp 30.000, fungsinya juga lebih banyak”

(Sumiyatun, 47 tahun, Pengguna *Smartphone Oppo*)

“yang saya amati *Xiaomi* lebih banyak fungsinya dan lebih canggih dari hp saya sebelumnya”

(Paimin, 48 tahun, Pengguna *Smartphone Xiaomi*)

“menurut pengamatan saya ya intinya fungsi *Samsung* ini lebih banyak. Bisa buat komunikasi, cari informasi, dan hiburan”
(Darmanto, 58 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

Pengamatan yang dilakukan oleh informan dalam penelitian ini bisa dikatakan berfokus pada perbedaan fungsi yang ada pada teknologi sebelum inovasi dan inovasi itu sendiri.

3.2.3 Tahap Keputusan (*Decision Stage*)

Tahap keputusan adalah tahap dimana individu akan memilih untuk *rejection* atau adopsi inovasi. *Rejection* terjadi ketika adopter memutuskan menolak inovasi sedangkan adopsi terjadi ketika adopter memilih untuk menerima dan menggunakan inovasi. Keputusan yang diambil oleh informan yaitu keputusan untuk mengadopsi inovasi.

“karena semua informasi pekerjaan disampaikan lewat grup dan diwajibkan pakai, jadi saya butuh hp ini biar nggak ketinggalan informasi. Maka dari itu saya beli hp *Samsung* ini”

(Jumirin, 51 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“pakai *smartphone* karena dikasih tahu teman kerja dan saya merasa *smartphone* bisa membantu pekerjaan saya. Kalau atasan minta dikirim foto proyek kan langsung saya kirim, terus kalau lagi suntuk bisa buat hiburan”

(Paimin, 48 tahun, Pengguna *Smartphone Xiaomi*)

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa keputusan informan melakukan untuk melakukan adopsi *smartphone* awalnya bukan berdasarkan keinginannya sendiri tetapi karena motivasi dari orang lain dan tuntutan pekerjaan serta banyaknya fungsi yang ditawarkan oleh *smartphone*. Hasil ini sejalan dengan temuan dalam penelitian yang dilakukan oleh Gao, et al (2015) bahwa orang dewasa yang lebih tua menggunakan *smartphone* karena mereka menemukan manfaat *smartphone* yang berfungsi untuk pekerjaan dan kehidupan mereka.

3.2.4 Tahap Implementasi (*Implementation Stage*)

Tahap implementasi terjadi ketika adopter mulai mempraktekan sebuah inovasi. Pada tahap ini adopter mulai menggunakan inovasi *smartphone* dalam kesehariannya. Hasil wawancara menunjukkan bahwa informan mengalami beberapa hambatan pada waktu awal mereka menggunakan *smartphone*. Hambatan tersebut terjadi karena *smartphone* mempunyai bentuk dan cara pengoperasian yang berbeda dengan teknologi sebelumnya. Meskipun dalam implementasinya informan mengalami hambatan, namun informan merasa hambatan tersebut tidak begitu berarti karena manfaat dan kemudahan yang diberikan oleh inovasi jauh lebih banyak.

“nggak lama setelah diajari dan dikasih anak saya langsung pakai. Awal pakai agak kagok tapi kan *smartphone* banyak manfaatnya bisa buat nyimpan foto, *whatsapp*,

cari informasi, terus lebih irit. Hp biasa pulsa Rp 10.000 untuk sekali telepon udah habis, kalau paketan cukup sebulan sekali belinya”

(Sumiyatun, 47 tahun, Pengguna *Smartphone Oppo*)

“pertama pakai nggak langsung bisa. Langkah-langkahnya banyak. Tapi lama-lama jadi bisa. Kalau mau tau apa-apa tinggal tanya anak, misalnya cara *transfer* dan cara bayar listrik”

(Daryati, 48 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

Berdasarkan hasil wawancara dalam bahasan ini setelah informan melakukan adopsi *smartphone* dan telah sampai pada tahap implementasi akan berusaha belajar lebih dalam untuk memahami *smartphone*. Sehingga informan mengetahui berbagai kelebihan dan kegunaan dari inovasi *smartphone* hingga akhirnya mampu memanfaatkan *smartphone* dengan maksimal. Salah satu kelebihan *smartphone* yang dirasakan oleh informan adalah terkait dengan faktor keuangan, dimana informan merasa menggunakan *smartphone* lebih irit jika dibandingkan dengan teknologi sebelumnya. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gao, et al (2015) yang menyatakan bahwa faktor keuangan tidak menjadi salah satu pertimbangan informan dalam memutuskan untuk menggunakan *smartphone*.

3.2.5 Tahap Konfirmasi (*Confirmation Stage*)

Tahap konfirmasi terjadi setelah adopter menerima dan mengimplementasikan inovasi. Pada tahap ini adopter akan melakukan evaluasi terhadap inovasi yang telah ia terima dan selanjutnya akan membuat keputusan untuk terus menggunakan inovasi atau berhenti menggunakannya. Tidak menutup kemungkinan pada tahap konfirmasi adopter yang awalnya menerima akan memutuskan untuk berhenti menggunakan inovasi. Begitu pula sebaliknya adopter yang awalnya menolak bisa berubah untuk menerima setelah adopter melakukan evaluasi terkait inovasi tersebut (Nurudin, 2017).

“karena saya merasa perlu pakai hp ini, jadi saya akan terus pakai hp ini”

(Sutarti, 51 tahun, Pengguna *Smartphone Oppo*)

“sekarang semua sudah pakai *smartphone*, jadi saya juga akan terus menggunakan *smartphone* agar tidak ketinggalan zaman”

(Daryati, 48 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“saya akan terus pakai karena penting dan saya merasa urusan saya jadi lebih mudah kalau pakai hp ini”

(Jumiren, 51 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“saya akan gunakan terus, manfaatnya banyak”

(Darmanto, 58 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pada tahap konfirmasi informan tidak merubah keputusannya dan tetap menggunakan inovasi *smartphone*. Informan merasa mantap untuk terus menggunakan inovasi karena *smartphone* dirasa sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.

3.3 Kategori Adopter

Setiap individu memiliki pemaknaan tersendiri dalam menilai kebaruan sebuah teknologi. Kebaruan inovasi diukur secara subjektif berdasarkan pandangan individu yang menerimanya, bukan berdasarkan pada saat pertama kali inovasi tersebut muncul. Sehingga jangka waktu yang dibutuhkan setiap individu dalam proses pengambilan keputusan inovasi berbeda-beda. Rogers mengelompokan tipe adopter menjadi lima bagian, antara lain (a) *innovator* atau penemu, (b) *early adopters* atau adopter awal, (c) *early majority* atau pengikut dini, (d) *late majority* atau pengikut akhir, (e) *laggard* atau kelompok tertinggal/ kelompok tradisional (Nurudin, 2017).

Inovator adalah orang yang menggagas ide atau hal-hal baru yang menyukai sesuatu yang berbeda, berani mengambil resiko, dan berpikiran terbuka. *Early adopter* merupakan para perintis awal dalam penerimaan inovasi yang seringkali mencari tahu tentang inovasi. Pada umumnya *early adopters* mempunyai pendapat yang lebih banyak, lebih dihormati oleh kelompoknya karena lebih terdidik dan mempunyai keinginan yang kuat untuk mencoba inovasi baru. *Early majority* adalah golongan adopter yang selangkah lebih cepat dari adopter lainnya dalam menerima inovasi. Namun, cenderung lebih berhati-hati dan memikirkan apakah inovasi memiliki manfaat sehingga dapat memutuskan harus diterima atau tidak. *Late majority* yaitu kelompok penerima akhir dari inovasi yang mempunyai ciri sikap hati-hati bahkan terkadang ragu-ragu. Keputusan untuk mengadopsi inovasi biasanya menunggu sampai orang disekitarnya mengadopsi inovasi terlebih dahulu. Bahkan, terkadang *late majority* harus menunggu dorongan dari orang lain agar mereka mau untuk melakukan adopsi. *Laggard* merupakan kelompok paling akhir yang melakukan proses adopsi dengan ciri pemikiran lebih tradisional dan sulit untuk menerima hal-hal baru. Mereka beranggapan bahwa hal yang selama ini digunakan sudah cukup. Sebelum melakukan adopsi mereka akan memastikan apakah inovasi bermanfaat bagi pengadopsi sebelumnya, setelah itu mereka baru akan mengadopsinya. Akan tetapi ketika kelompok *laggard* melakukan adopsi, kelompok lain telah melakukan adopsi pada inovasi yang lebih baru lagi (Abdulah, 2018).

Setelah melakukan wawancara, informan dalam penelitian termasuk dalam kategori *late majority*. Hal ini dikarenakan dalam melakukan proses adopsi inovasi *smartphone* informan tergolong pengadopsi yang lambat dan harus menerima dorongan dari orang lain terlebih dahulu sebelum ia melakukan proses adopsi.

“pertama tahu *smartphone* itu diberitahu anak, lalu dibeli dan disuruh pakai, karena semua anggota keluarga sudah pakai *smartphone*”
(Sulami, 49 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“keluarga dan teman-teman pakai *smartphone*. Lalu disuruh pakai juga biar nggak susah kalau mau hubungan. Setelah itu saya diajari cara menggunakan *smartphone*. Akhirnya saya memakai *smartphone*”

(Darmanto, 58 tahun, Pengguna *Smartphone Samsung*)

“setelah dikasih tahu teman saya jadi tertarik, teman-teman juga menyarankan agar pakai. Tetapi saya tidak langsung beli, ngumpulin uang dulu baru beli”

(Paimin, 48 tahun, Pengguna *Smartphone Xiaomi*)

Informan dalam penelitian yang tergolong dalam kelompok *late majority* mengadopsi inovasi setelah inovasi tersebut menyebar dan telah banyak digunakan oleh individu lain. Mereka harus mendapat tindakan persuasi dari pihak lain agar mau melakukan proses adopsi. Sehingga komunikasi interpersonal sangat penting dalam kelompok *late majority*.

4. PENUTUP

Prior condition atau kondisi generasi tua sebelum menggunakan inovasi *smartphone* adalah menggunakan telepon seluler. Ada beberapa masalah yang dihadapi oleh generasi tua pada saat mereka masih menggunakan telepon seluler yaitu hubungan komunikasi yang tidak lancar yang disebabkan karena perbedaan teknologi yang digunakan, keterlambatan informasi, dan kurangnya akses untuk mendapatkan informasi. Sehingga informan membutuhkan teknologi baru yang bisa digunakan untuk mendapatkan informasi dan memperlancar komunikasi. Adanya inovasi *smartphone* yang terintegrasi dengan internet dan berkemampuan seperti komputer mampu membantu generasi tua untuk mengatasi berbagai masalah tersebut. Meskipun demikian, daya serap informan terhadap *smartphone* tergolong lambat. Informan melakukan adopsi *smartphone* setelah *smartphone* digunakan oleh banyak orang bukan pada saat pertama kali *smartphone* muncul.

Proses adopsi inovasi pada penelitian ini meliputi tahap pengetahuan (*knowledge*), tahap ajakan (*persuasion stage*), tahap keputusan (*decision stage*), tahap implementasi (*implementation stage*), dan tahap konfirmasi (*confirmation stage*). Pada awal waktu adopsi informan mengalami hambatan terkait penggunaan *smartphone*. Namun, informan dapat mengatasi hambatan tersebut dan proses adopsi tetap berlanjut. Informan selaku adopter *smartphone* menggunakan *smartphone* untuk mendukung aktivitas kesehariannya, seperti digunakan untuk mempermudah pekerjaan, melakukan hubungan komunikasi, mengakses informasi, memesan transportasi, serta sebagai sarana hiburan. Informan menyatakan bahwa dirinya akan terus menggunakan *smartphone* dengan alasan *smartphone* sesuai dan mampu memenuhi kebutuhannya.

Kategori adopter dalam bahasan ini masuk dalam jenis kategori *late majority* atau pengadopsi tingkat akhir. Adopter dalam penelitian ini menggunakan saluran interpersonal

keluarga dan teman untuk mencari informasi tentang cara penggunaan dan manfaat dari teknologi *smartphone*. Selain itu adopter juga harus menerima dorongan dari orang terdekat agar mereka termotivasi untuk menggunakan *smartphone*.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu penelitian hanya terbatas pada bagaimana proses individu mengadopsi inovasi baru, sedangkan bagaimana cara individu menyebarkan informasi inovasi dan bagaimana pemahaman penggunaan *smartphone* serta dampak dari adopsi *smartphone* tidak masuk dalam bahasan penelitian. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan bahasan mengenai bagaimana pemahaman penggunaan *smartphone* dan dampak dari adopsi *smartphone* serta bagaimana individu menyebarkan inovasi baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, Arif Tio Buqi. (2018). Adopsi Teknologi Digital Audio Workstation Dengan Pendekatan Difusi Inovasi (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Adopsi Teknologi Rekaman Digital Pada Studio Rekaman Di Kota Solo). Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Akanferi, Albert Akanlisikum, Lawrence Kwami Aziale and Isaac Asampana. (2014). An Empirical Study on Mobile Phone Usage Among Young Adults in Ghana : From The Viewpoint Of University Students. *International Journal Of Computer Applications* Vol. 98 No.5.
- Amin, Muchamand Al dan Dwi Juniati. (2017). Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensi Fraktal Box Counting Dari Citra Wajah Dengan Deteksi Tepi Canny. *Jurnal Ilmiah Matematika* Vol. 2 No. 6, ISSN: 2301-9115.
- Ardi, Bagus Kusuma dan Subchan. (2015). Peranan Perkembangan Aplikasi Smartphone Terhadap Pelayanan Perbankan Indonesia. *STIE Dharmaputra*.
- Badan Pusat Statistik Boyolali. (2018). Kecamatan Wonosegoro Dalam Angka 2018. Dilihat 21 Desember 2018.
<http://boyolalikab.bps.go.id/publication/2018/09/26/f9772d0926488f828574c42c/kecamatan-wonosegoro-dalam-angka-2018.html>
- Birra, Fadhil Al (2018). Ini Dia 5 Merek Smartphone Terlaris di Indonesia Kuartal II-2018. Dilihat 20 September 2018.
<http://www.google.co.id/amp/s/www.jawapos.com/teknologi/gadget/07/09/2018/ini-dia-5-merek-smartphone-terlaris-di-indonesia-kuartal-ii-2018%3famp=1>
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Damanik, Florida Nirma Sanny. (2012). *Menjadi Masyarakat Informasi*. Vol. 13 No. 1, ISSN: 1412-0100.

- Dewi, Dina Puspita. (2017). Hubungan Karakteristik Smartphone Pada Perubahan Budaya Komunikasi Remaja Di RT 12 Kelurahan Sempaja Selatan Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi* Vol. 5 No. 1, ISSN: 2502-597X.
- Elogie, Idubor and Ikenwe. (2015). Factor Influence The Adoption of Smartphone. *Journal of Undergraduate Student Ambrose Alli University Ekpoma Nigeria*
- Gao, Shang, Yuhao Yang, and John Krostie (2015). The Adoption Of Smartphones Among Older Adults in China. *Journal Of International Federation For Information Processing*
- Goel, Shiv Kumar, Nikita Haryani, and Pramod Tiwari. (2013). Smartphone For Elderly Populace. *International Journal Of Research In Engineering and Technology*. eISSN : 2319-116. pISSN : 2321-7308
- Hutasoit, Hidayati Raudah. (2014). Perpustakaan Dan Penyebaran Informasi. *Jurnal Iqra'* Volume. 08 Nomor. 02
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lee, Bob and David Groves. (2014). Seniors: Technology, Leisure, and Travel. *International Journal of Humanities and Social Science* Vol. 4 No. 14.
- Lestari, Cindi Widia, Sutopo Patria Jati dan Antono Suryo Putro. (2016). Analisis Pengambilan Keputusan Adopsi Stakeholder Dalam Pembuatan Provincial Health Account (PHA) di Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Kesehatan Masyarakat* Volume. 4 Nomor. 4, Oktober 2016 ISSN : 2356-3346.
- Mokalu, Juniver V, Norma N. Mewengkang dan Joane P.M Tangkudung. (2016). Dampak Teknologi Smartphone Terhadap Perilaku Orang Tua Di Desa Toure Kecamatan Tompaso. Vol. V No. 1.
- Morissan, Andy Corry Wardhani dan Farid Hamid. (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Ngafifi, Muhamad. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan* Volume. 2 Nomor. 1.
- Nurudin. (2017). *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Rahayu, Susiyanti. (2017). Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa Prodi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Angkatan 2015. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Rahmadani, Indah. (2015) *Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia*. Dilihat 20 September 2018. http://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media
- Sandhu, Jatinder and Leela Damodaran. (2013). ICT Skills Acquisition by Older People: Motivations for Learning and Barriers to Progression. *International Journal of Education and Ageing*. Vol. 3 No. 1
- Sari, Anita Nurmala. (2018). *Adopsi Inovasi Schoology Dosen Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Naskah Publikasi. Fakultas Komunikasi dan Informatika. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Setyawan, Sidiq. (2017). Pola Proses Penyebaran Informasi Teknologi Kamera DSLR. Vol. 9 No. 2, p-ISSN: 2087-085X e-ISSN: 2549-5623.

- Sirait, Benny Jefri. (2018). Difusi Inovasi Program Generasi Berencana (Genre) Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Pada Kehidupan Berkeluarga Berencana Melalui PIK M Sehati Universitas Riau. Vol. 5
- Timbowono, Deify. (2016). Manfaat Penggunaan Smartphone Sebagai Media Komunikasi (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi). Vol. V No. 2.
- Ulfah, Maria dan Sumardjo. (2017). Pengambilan Keputusan Inovasi Pada Adopter Pertanian Organik Sayuran di Desa Ciputri, Pacet, Kabupaten Cianjur. Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Vol. 1 No. 2, E-ISSN: 2338-8269.
- Warnaen, Andi, Nurlaili dan Ugik Romadi. (2016). Proses Adopsi Inovasi Pada Petani Di Kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar. Vol. 10 No. 2.