

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi saat ini sedang menunjukkan kekuatannya. Salah satu bidang yang terkena dampak dari perkembangan teknologi adalah media penyiaran, seperti radio dan televisi. Perubahan ke arah digital menjadi salah satu opsi radio dan televisi untuk memperluas jangkauan siaran. Radio mulai melakukan inovasi untuk mengikuti tren saat ini dengan mengembangkan *streaming*, yang dapat diakses dengan cara melalui aplikasi radio *streaming* maupun melalui *website* radio tersebut. Begitupun dengan televisi, untuk memenuhi kebutuhan zaman, televisi dapat diakses dengan memanfaatkan koneksi internet. Dengan adanya internet, menonton televisi dapat dilakukan dimana dan kapan saja melalui *laptop* maupun *handphone*.

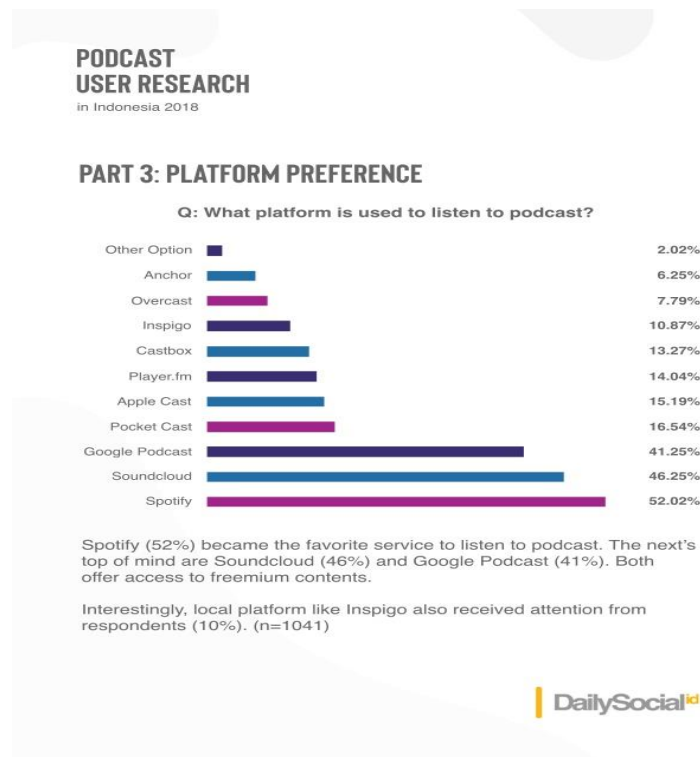
Televisi masih menjadi media massa utama di masyarakat dan memiliki kelebihan dibandingkan radio yaitu adanya karakteristik *visual*, namun hal tersebut tidak membuat radio ditinggalkan oleh pendengarnya. Hasil penelitian oleh (Nielsen Radio Audience Measurement , 2016) menunjukkan bahwa 57% dari total pendengar radio berasal dari generasi Z dan millennial, juga 4 dari 10 orang pendengar radio mendengarkan radio melalui *handphone*. Hal ini menunjukkan bahwa dengan perkembangan teknologi dapat membantu radio untuk tetap eksis dalam bidang penyiaran dan menunjukkan bahwa siaran berbasis *audio* masih menjadi pilihan beberapa orang.

Perkembangan teknologi juga mempengaruhi perilaku manusia dalam mendengarkan radio. Pendengar radio saat ini cenderung lebih mudah untuk memilih siaran radio yang sesuai dengan kebutuhannya. Jika melihat dari kebutuhan pendengar yang bervariasi, maka bisa dipastikan radio tidak dapat memenuhi semua kebutuhan pendengarnya. Tentu hal ini dapat dijawab jika ada layanan distribusi konten audio berbentuk *streaming*.

Salah satu layanan *streaming* berbentuk *audio* yang sedang berkembang pesat saat ini adalah *podcast*. *Podcast* adalah kombinasi dari kata “iPod” (merek pemutar media portable dari perusahaan Apple) dan “broadcast”, yang memiliki arti sebagai serangkaian file media digital online yang berupa audio maupun video. *Podcast* merupakan layanan distribusi konten audio yang menyiarkan siarannya secara *on demand* (Berry, 2006). Berbeda dengan radio AM atau FM konvensional yang melakukan siaran pada saat-saat tertentu, *podcast* dapat diunduh dan didengarkan kapan saja. Karena sifatnya yang *on demand* itu pula, suatu siaran *podcast*, bisa didengarkan berulang-ulang (Zaenudin, 2017). Menurut survei yang dilakukan oleh DailySocial dan JakPat Mobile Survey Platform, bahwa 65,00% masyarakat tertarik terhadap konten *podcast* dan 62,69% karena adanya fleksibilitas akses (Eka, 2018).

*Podcast* pertama telah muncul sekitar tahun 2004 dengan beberapa penyiar independen, dan distribusinya ditingkatkan dengan peluncuran aplikasi Apple iTunes pada tahun 2005, yang berfungsi sebagai platform penyiaran. Selain Apple iTunes, salah satu platform penyiaran dan streaming music yang terkenal adalah Spotify. Melihat data yang ada pada situs resmi Spotify yaitu Spotify.com, platform ini dirilis

di Swedia pada tahun 2008 dan telah memiliki lebih dari 50 juta lagu termasuk lebih dari 1 juta jenis podcast. Saat ini, Spotify adalah layanan streaming audio paling populer di dunia dengan 286 juta pengguna, termasuk 130 juta pelanggan berbayar. Berdasarkan similarweb di *Google PlayStore*, spotify mendapatkan peringkat pertama di Indonesia untuk kategori *music and audio*. Berdasarkan survey yang telah dilakukan oleh Dailysocial.id (2018) ditemukan bahwa spotify menjadi platform paling populer yang digunakan untuk mendengarkan podcast dengan hasil 52% dengan responden sebanyak 2023 pengguna *smartphone* di Indonesia.



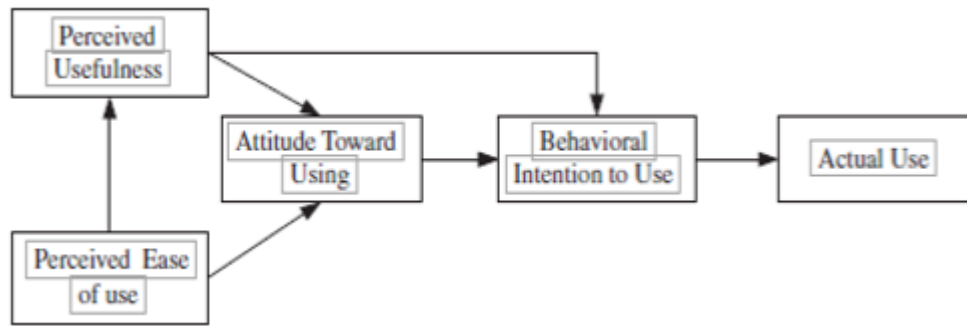
**Gambar 1.1. Hasil Survey Platform Reference Oleh DailySocial.id**

Berdasarkan hal tersebut, perlu penelitian terkait faktor-faktor penerimaan pengguna yang menyebabkan layanan podcast pada spotify banyak diminati khususnya

para mahasiswa. Hal ini dilakukan karena penerimaan pengguna merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan suatu aplikasi. Penerimaan sistem informasi dapat diukur berdasarkan beberapa model yang telah dikembangkan seperti *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Decomposed Theory of Planned Behavior (DTPB)*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)*, *Model of PC Utilization (MPCU)*, dan *Social Cognitive Theory (SCT)*.

TAM dikembangkan oleh Davis et al. (1989) berdasarkan model TRA dan dikhususkan untuk digunakan untuk memprediksi penerimaan sistem informasi. TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat. TAM merupakan model yang parsimony (*parsimonious*) yaitu model sederhana tapi valid (Jogiyanto, 2007). Terdapat lima variabel penentu dalam model TAM, yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, dan *actual use*.

Menurut (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989), TAM yaitu sebuah model untuk menjelaskan dan memprediksi sikap pengguna terhadap suatu teknologi berdasarkan pengaruh dua faktor, yaitu persepsi pemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).



**Gambar 1.2. TAM ( (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989)**

Model TAM (Gambar 2) terdiri dari 4 faktor yang menentukan penerimaan teknologi informasi, yaitu *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEU), *Attitude Toward Using* (ATU) dan *Behavioral Intention to Use* (BI).

Dalam penelitian ini, penulis memilih model TAM yang telah dimodifikasi oleh (Leong, Ooi, Chong, & Lin, 2013) agar relevan dengan model penelitian untuk *Online Audio Streaming*. Terdapat penambahan tiga variabel dari model original TAM yaitu *Social Influence* (SI), *Perceived Self-Efficacy* (PSE) dan *Perceived Enjoyment* (PE). Model TAM dipilih sebagai suatu dasar teoritis yang memiliki kemampuan kuat untuk menjelaskan pemakaian teknologi oleh pengguna (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989). TAM merupakan model yang komprehensif atau lengkap (Momani & Jamous, 2017). TAM berfokus pada dua faktor penting yaitu kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Faktor kegunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang memercayai bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan memaksimalkan kinerja mereka, sedangkan faktor kemudahan penggunaan merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu sistem tanpa diperlukan usaha yang keras (Davis, 1985).

Dari penjelasan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian “ANALISIS PENERIMAAN MAHASISWA INDONESIA TERHADAP TEKNOLOGI DIGITAL LAYANAN DISTRIBUSI KONTEN AUDIO STUDI KASUS PODCAST SPOTIFY”

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah faktor apa yang dapat mempengaruhi penerimaan mahasiswa terhadap teknologi digital layanan distribusi konten audio spotify?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah dari “Analisis Penerimaan Mahasiswa Indonesia Terhadap Teknologi Digital Layanan Distribusi Konten Audio Studi Kasus Podcast Spotify” adalah:

- a. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif
- b. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Perceived Usefulness (PU)*, *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Social Influence (SI)*, *Perceived Self-Efficacy (PSE)*, *Perceived Enjoyment (PE)*, *Intention to Use (IU)*.
- c. Responden yang diambil adalah pengguna podcast spotify khususnya mahasiswa.
- d. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model (SEM)*.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dan diperoleh dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor penerimaan pengguna terhadap teknologi digital layanan distribusi konten audio berupa *podcast* pada *platform* Spotify di Indonesia.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat menjadi tambahan bahan acuan bagi penulis yang akan datang dan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan secara umum.
2. Mendapatkan gambaran menyeluruh tentang keterkaitan variabel *Perceived Usefulness (PU)*, *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Social Influence (SI)*, *Perceived Self-Efficacy (PSE)*, *Perceived Enjoyment (PE)*, *Intention to Use (IU)*.
3. Penelitian ini berguna sebagai sarana bagi penulis untuk mempraktikkan apa yang telah dipelajari selama perkuliahan di program studi sistem informasi di fakultas ilmu komputer UPN “VETERAN” JAWA TIMUR.
4. Diharapkan dapat membantu industri streaming audio dalam melakukan evaluasi agar layanan dapat ditingkatkan menjadi lebih baik lagi.