

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Menurut sumber dari PT. Pikiran Rakyat Bandung “Pikiran Rakyat adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bisnis media massa. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 24 Maret 1966 dan berpusat di Kota Bandung. Pada tanggal 9 April 1973, bentuk badan hukum PT. Pikiran Rakyat Bandung diubah dari yayasan menjadi perseroan terbatas dengan nama PT Pikiran Rakyat Bandung. Pada tahun 1986 Pikiran Rakyat dapat merambah keseluruh pelosok Jawa Barat dan memantapkan diri sebagai koran regional masyarakat berbasis provinsi, sekaligus yang terbesar di Jawa Barat dengan slogan *Dari Rakyat, Oleh Rakyat, Untuk Rakyat*. Sejalan dengan perkembangan teknologi, Pikiran Rakyat tidak hanya menyampaikan berita melalui koran yang diterbitkan setiap harinya, namun juga melalui media elektronik yang dapat diakses melalui *website* resmi PT. Pikiran Rakyat Bandung”.

#### **1.1.1 Visi dan Misi PT. Pikiran Rakyat Bandung**

##### **Visi**

Harian Umum Pikiran Rakyat dilahirkan untuk menjadi tuan rumah yang dominan di Jawa Barat yang akan terus maju, tumbuh, dan berkembang baik sebagai institusi sosial maupun bisnis.

##### **Misi**

Sebagai institusi sosial dan bisnis Pikiran Rakyat dilahirkan untuk berkiprah dan berperan serta dalam pembangunan bangsa dan negara, khususnya di Jawa Barat, termasuk pembangunan kualitas manusianya yang mencakup:

1. Kualitas keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta ketaatan melaksanakan segala yang diperintahkan-Nya dan menjauhi segala yang dilarang-Nya.
2. Kualitas pemahaman dan penghayatan atas nilai-nilai luhur Pancasila, serta komitmen untuk mengamalkannya di dalam kehidupan pribadi dan kehidupan bermasyarakat.
3. Kualitas pemahaman dan penghayatan atas kewajiban-kewajiban dan hak-hak sebagai warga negara.
4. Kualitas kehidupan secara materiil, serta memiliki etos kerja untuk berupaya mewujudkannya.
5. Kualitas kesehatan, wawasan, pengetahuan dan keterampilan, serta moral yang amanah (jujur, adil, percaya diri, dan terpecaya)

### **1.1.2 Logo PT. Pikiran Rakyat Bandung**

PT. Pikiran Rakyat merupakan perusahaan media massa terbesar di Jawa Barat dan memiliki logo yang dapat dilihat melalui Gambar 1.1

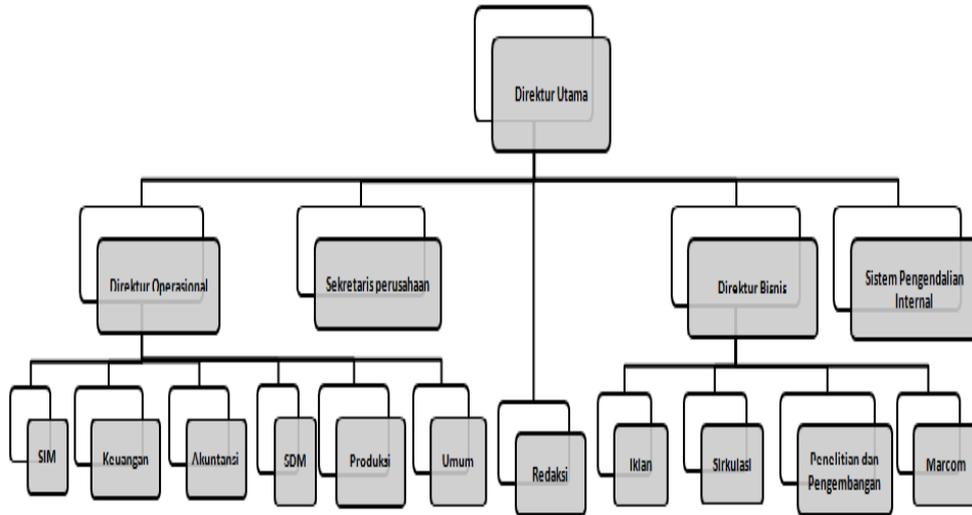


Sumber : PT. Pikiran Rakyat Bandung (tanggal 14 November 2014)

### **1.1.3 Stuktur Organisasi PT. Pikiran Rakyat Bandung**

PT. Pikiran Rakyat Bandung dipimpin oleh seorang Direktur Utama yang membawahi Direktur Operasional, Direktur Bisnis, Sekretaris Perusahaan, Bagian Redaksi, dan Sistem Pengendalian Internal. Direktur Bisnis membawahi beberapa bagian seperti Bagian Iklan, Sirkulasi, Penelitian dan Pengembangan, serta *Marketing Communication*, sedangkan Direktur Operasional memimpin beberapa bagian dibawahnya antara lain Bagian Sistem Informasi Manajemen, Keuangan, Akuntansi, Sumber Daya Manusia, Produksi, dan Umum. Penjelasan tersebut digambarkan melalui Gambar 1.2

**Gambar 1.2**  
**Struktur Organisasi PT. Pikiran Rakyat Bandung**



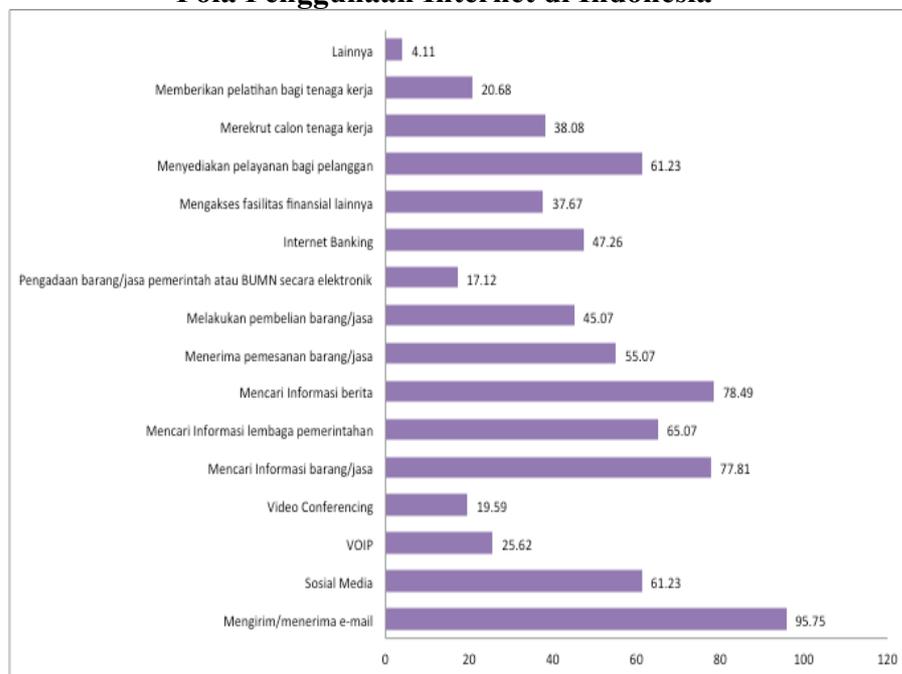
Sumber : SDM PT. Pikiran Rakyat Bandung (tanggal 14 November 2014)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Flavian (2008) menjelaskan bahwa “perubahan zaman dan seiring dengan perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi kebutuhan seseorang dan perilaku seseorang dalam melakukan hal apapun termasuk hal dalam mengakses informasi”. Kebutuhan akan informasi saat ini terus meningkat dimana masyarakat ingin mengetahui perkembangan suatu kejadian secara cepat dan instan. Perkembangan konstan pada internet dan penyebaran pertumbuhan dari penggunaannya dalam tahun terakhir telah meningkatkan pencapaian dan perubahan pada distribusi barang dan jasa. Mengamati perkembangan zaman dari era tahun 1980 sampai saat ini banyak sekali ditemukan perkembangan di bidang teknologi informasi. Pasalnya di era 80an keterbukaan informasi dimulai dan di era 90an sebuah revolusi besar-besaran terjadi. Di era tersebut lah internet mulai dikenal banyak kalangan dan inilah yang sering disebut sebagai revolusi digital. Salah

satu aspek yang paling menakjubkan beberapa tahun terakhir ini adalah dimana pasar internet mampu mengadopsi perkembangan sehingga munculnya perubahan dan juga membuka peluang bagi setiap pemasar. Pengguna internet saat ini jauh meningkat secara signifikan. Setelah generasi web 1.0, peningkatan ini didukung dengan hadirnya generasi internet yang berbasis *user generated content* dan *social network* yang diistilahkan dengan web 2.0. Dengan semakin berkembang pesatnya teknologi saat ini disadari bahwa perkembangan ini akan membawa dampak perubahan yang signifikan (Flavian,2008).

**Gambar 1.3**  
**Pola Penggunaan Internet di Indonesia**



Sumber : [www.harianti.com](http://www.harianti.com) (diakses pada 20 September 2014 )

Fenomena lainnya yang muncul adalah masyarakat rata-rata mengakses internet via aplikasi smartphone mereka dengan dukungan platform masing-masing. Minat dari penduduk di Indonesia untuk menggunakan smartphone pun terus meningkat karena kelengkapan fitur yang ditawarkan oleh masing masing developer. APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia ) pernah melaporkan data bahwa pada tahun 2010 saja pengguna internet hampir mencapai 42 juta orang , sedangkan pada tahun 2014 dari sumber data Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia mencatat pengguna internet saat

ini mendekati 82 juta orang (Harian TI, 2014). Secara tidak langsung ini merupakan jumlah peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Survey Markplus mencatat bahwa pada tahun 2012 hampir 95% pengguna mengakses internet melalui perangkat bergerak seperti *Notebook*, *Tablet*, *Smartphone* (Teknojurnal, 2013). Fenomena ini mengatakan bahwa dimana teknologi yang berkembang seperti pesatnya penggunaan Smartphone dengan fitur super canggih dan tersedianya aplikasi yang terkoneksi dengan internet maka peralihan penggunaan ke perangkat digital akan terus berkembang dan masyarakat akan mulai masuk untuk mengadopsi era digital saat ini. Surat kabar digital merupakan media online saat ini yang banyak digunakan dimana konteksnya adalah untuk menyebarluaskan informasi di era konvergensi saat ini. Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan surat kabar digital ini datang dari pembaca sendiri, organisasi dan perkembangan internet seperti akses terhadap media sosial.(Praditya,2012). Menurut Supendi (2010) salah satu inovasi yang kini marak digunakan adalah penggunaan format koran cetak yang ditransformasi ke dalam bentuk digital atau yang biasa kita kenal sebagai koran digital Format e-paper muncul dengan inovasi yang semakin memudahkan pembaca dalam menikmati arus informasi secara online tanpa harus membeli koran dalam bentuk cetak.

Surat kabar digital tersedia dalam beberapa format, saat ini perusahaan media cetak di Indonesia seperti Kompas, Pikiran Rakyat, Republika telah memiliki edisi online baik melalui website ataupun berbentuk sebuah aplikasi mobile. Di era saat ini juga banyak ditemukan media online yang khusus berbentuk ke dalam website seperti portal berita online Detik.com. Adopsi teknologi dari tradisional ke digital kian terasa dengan perkembangan zaman saat ini dan pergerakan *digitalisasi* akan terus bergerak seiring dengan akan tren penggunaan bagi masyarakat yang cenderung menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan akan akses informasi.(Supendi,2010)

Industri surat kabar merupakan salah satu industri yang terpengaruh oleh perkembangan teknologi elektronik. Ketersediaan informasi di internet semakin mengalami perubahan dan kemajuan di sektor bisnis tersebut. Munculnya internet

dan *smartphone* yang dijadikan sebagai alat pendukung dalam penciptaan sesuatu yang baru dan lebih berkembang secara teknologi, perusahaan-perusahaan media berlomba-lomba untuk menghadirkan inovasi ke dalam produk masing-masing agar menarik minat pembaca, merubah perilaku pengguna dengan adanya inovasi ini dan meraup keuntungan dalam bisnis media. Fenomena yang saat ini muncul adalah format koran cetak yang di transformasi ke bentuk digital atau biasa di sebut koran elektronik (*E-paper*). Koran digital ini mengadopsi Portable Document Format (PDF) yang dikembangkan Adobe System<sup>1</sup>, sehingga tampilannya sama persis dengan versi cetak (Hakim, 2011)

Berdasarkan sumber dari [www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com), “Pikiran Rakyat online muncul berdasarkan karena perkembangan dunia informasi melalui internet. Karena Pikiran Rakyat online merupakan hal baru bagi perusahaan media ini mereka mulai mengembangkan pikiran rakyat online secara sederhana terlebih dahulu dengan mentransformasikan koran cetak ke dalam bentuk digital”.

Harian Pikiran Rakyat ini terus mengembangkan produk inovasi PR online dengan sub product *E-paper*, salah satu tujuannya adalah untuk lebih menjangkau pembaca di luar Jawa Barat bahkan sampai menembus pembaca internasional (Hakim, 2011). Berdasarkan hasil wawancara dengan *Human Resources* Pikiran Rakyat Ibu Dra. Yustia, Konteks penjelasan *E-paper* pikiran rakyat adalah dimana *E-paper* merupakan bentuk variasi secara digital namun secara visual hampir sama dengan koran cetak yang terbit setiap hari. Para pembaca dapat mengakses e-paper ini dengan log in ke website [www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com) dan masuk ke sub domain *E-paper* lalu melakukan registrasi terlebih dahulu sebelum dapat menggunakannya. Saat ini sistem yang digunakan pada *E-paper* Pikiran Rakyat tidak berbayar, namun hanya dapat diakses pada pukul 11.00 siang ke atas, sedangkan bagi pembaca yang sudah bayar berlangganan dapat mengakses *E-paper* ini kapanpun.

Di Kota Bandung evolusi pengguna internet telah berubah, yang sebelumnya hanya digunakan untuk fungsi sederhana atau sebagai media komunikasi saja, saat ini justru berubah menjadi suatu fungsi yang lebih spesifik. Revolusi digital ini yang merubah cara pandang seseorang ataupun perilaku orang

tersebut dalam mengkonsumsi segala urusan yang saat ini serba canggih. Revolusi digital ini pun sangat berimbas terhadap pola hidup seseorang terutama dalam hal mengakses informasi (Asiqin,2009).

**Gambar 1.4**  
**E-Paper Pikiran Rakyat**



Sumber : [www.ePaper.pikiran-rakyat.com](http://www.ePaper.pikiran-rakyat.com) (diakses pada 27 Maret,2015)

Kemajuan teknologi yang diperkirakan akan terus berkembang pesat akan terus memacu para produsen untuk berfikir lebih keras menghadirkan inovasi – inovasi yang sekiranya dapat terus bermanfaat. Dengan adanya *E-Paper* yang memanfaatkan internet saat ini serta *E-Paper* yang merupakan bentuk adopsi elektronik yang dapat mudah diakses di *Smartphone* akan dapat mampu menarik minat pembaca karena hal yang ditawarkan teknologi ini yang dibutuhkan oleh pengguna di era digital sekarang. Seperti yang dikatakan Theodore Levitt dalam Mowen, J. C., & Minor, M. (2002), industri merupakan sebuah proses yang memuaskan konsumen, bukan proses memproduksi barang. Pada zaman sekarang ini untuk menciptakan hal yang serba instan dirasa sangat cukup mudah konsumen pun sangat mengetahui hal tersebut. Sama halnya dengan ketersediaan informasi. Media sebagai pihak yang menyediakan informasi sangatlah berperan penting dalam hal ini. Untuk mengakses sebuah informasi pun saat ini dituntut dengan kecepatan dalam meng-*update* sebuah peristiwa. Informasi yang akurat, perkembangan *update* yang serba cepat serta fleksibilitas dalam mengakses adalah

faktor kunci dalam rangka memuaskan konsumen sebagai pengguna internet. Pemahaman akan produk dan jasa serta aspek pengaruh lingkungan sosial yang terus berubah bahkan menjadi gaya hidup yang menjadi fenomena dari munculnya tren dan inovasi baru seiring dengan perkembangan teknologi.

Maka dari itu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana perilaku pengguna internet sebagai konsumen utama terkait dengan hadirnya inovasi baru koran digital (*E-paper*) dalam mengakses informasi dengan judul penelitian yang digunakan oleh penulis adalah

**Pengaruh Teknologi Adopsi Koran Digital (*E-paper*) terhadap Perilaku Konsumen Berdasarkan Pendekatan UTAUT (Studi Pada Harian Umum Pikiran Rakyat).**

**1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Use Behaviour of E-Paper* ?
2. Bagaimana pengaruh *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Use Behaviour of E-Paper* ?
3. Bagaimana pengaruh *Social Influence* berpengaruh terhadap *Use Behaviour of E-Paper* ?
4. Bagaimana pengaruh *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *Use Behaviour of E-Paper* ?
5. Bagaimana pengaruh *Website Quality* berpengaruh terhadap *Use Behaviour of E-Paper* ?

**1.4. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui perubahan yang terjadi seiring dengan berkembangnya teknologi era digital terutama perkembangan koran digital terhadap perilaku konsumen
2. Mengetahui peran teknologi pada perubahan industri surat kabar cetak ke surat kabar digital

3. Mengetahui pengaruh dari perilaku penggunaan, minat penggunaan, ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, ekspektasi usaha, dan kualitas website terhadap situs web surat kabar dengan perilaku konsumen dalam memilih surat kabar digital.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui dan memberikan analisis terhadap suatu inovasi produk yaitu koran digital untuk kemudian dikembangkan. Dan juga untuk menentukan strategi dan memahami minat konsumen dalam mengkonsumsi informasi dalam era teknologi maju saat ini

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

#### **a. Bagi PT. Pikiran Rakyat Bandung**

Penelitian ini dapat dijadikan parameter bagi PT. Pikiran Rakyat Bandung dalam menerapkan strategi pemasaran dan menganalisis konsumen untuk tetap bertahan di dalam bisnis industri surat kabar seiring dengan kemajuan teknologi dan zaman.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Penulisan penelitian terdiri dari lima bab yang memiliki keterkaitan hubungan antara sistematika penelitian ini disajikan pada halaman berikut.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada pendahuluan terdapat kajian terhadap objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

### **BAB II TINJAUAN PUSAKA**

Kajian pustaka dan uraian umum tentang teori-teori yang digunakan serta literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis, serta yang mendukung permasalahan

### BAB III METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan, operasional variabel dan skala pengukuran, data dan teknik pengumpulan, teknik sampling, analisis data, dan pengujian hipotesis

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Merujuk pada hal-hal yang telah dipaparkan di BAB I, kemudian melakukan pendekatan dengan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, maka pada bab ini penulis menjelaskan hasil yang telah dicapai melalui metode penelitian yang telah dipilih.

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis memaparkan kesimpulan yang didapat setelah melakukan penelitian dan juga saran yang dapat berguna bagi berbagai pihak, terutama PT. Pikiran Rakyat Bandung sebagai objek penelitian.