Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

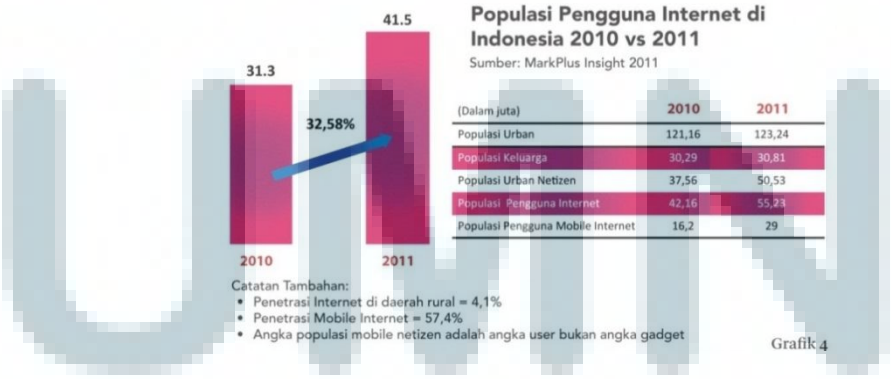
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia informasi dan teknologi berkembang sangat cepat. Perkembangan itu ditandai dengan semakin meluasnya keberadaan internet di Indonesia. Keberadaan teknologi internet yang pada dasarnya sangat berguna dan membantu bagi kehidupan manusia ini penggunanya terus mengalami pertumbuhan.

Penggunaan Internet di Indonesia sudah terus meningkat dari tahun ke tahun. Menurut survey yang dilakukan oleh MarkPlus Insight, pengguna internet semakin bertambah dari tahun ke tahun secara signifikan. Pada tahun 2010, pengguna internet di Indonesia mencapai 42 juta pengguna, peningkatan terjadi pada tahun 2011, pengguna internet sudah menjadi 55 juta orang.



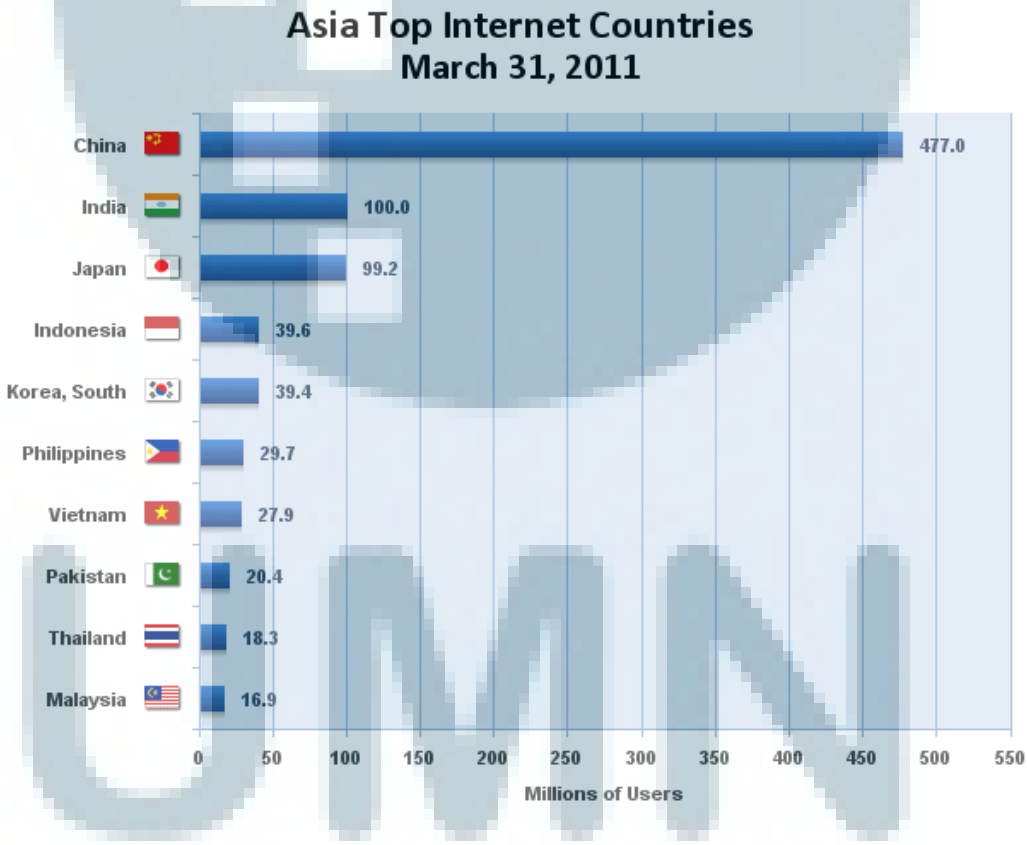
Gambar 1.1 Hasil riset pengguna internet oleh MarkPlus Insight

Sumber : MarkPlus Insight 2011

Penggerak Partisipasi ..., David Calvin, FB UMN, 2011

Gambar di atas menjelaskan bahwa peningkatan penggunaan internet di Indonesia cukup signifikan, terlihat dari penggunaan secara global yang meningkat hingga 32,58%.

Adapula data penggunaan internet menurut www.internetworldstats.com. Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dari segi pengguna internet. Pada 31 Maret 2011, pengguna internet sudah mencapai 39.6 juta pengguna di seluruh penjuru Indonesia.



Gambar 1.2 ***Asia Top Internet Countries March 31, 2011***

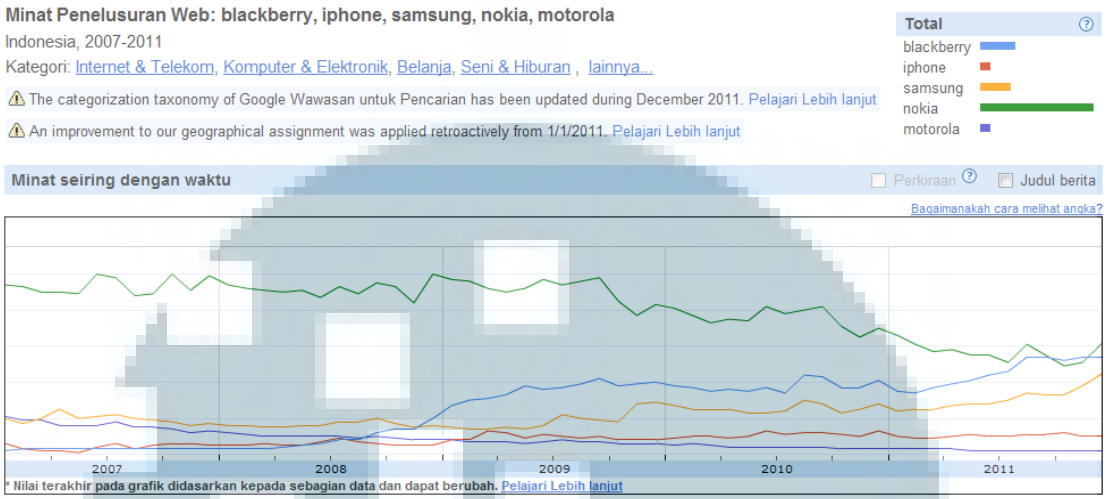
Sumber : http://www.internetworldstats.com/stats3.htm , diolah

Itulah mengapa menurut sumber di atas dapat disimpulkan bahwa kita sedang berada dalam masa dimana semua orang menjadi *Netizen* (*Citizen* dari Internet) atau dapat dikatakan bahwa kita sekarang sudah menjadi masyarakat di dalam dunia maya. Kemajuan fasilitas telekomunikasi yang semakin pesat dan semakin murah memungkinkan siapa saja menjadi teman anda di dunia maya ini. Secara fisik, kita memang hidup di dunia ini, dunia yang terbagi atas negara-negara, seperti penulis yang bertempat tinggal di Indonesia, namun penulis juga dapat melakukan kontak secara global terhadap siapapun di dunia melalui jaringan komputer dunia, yaitu internet.

Internet dapat dikatakan baik, namun dapat juga dikatakan buruk. Sisi baiknya adalah membuat jarak dan segala yang dirasa tidak mungkin menjadi mungkin, namun internet juga memiliki sisi buruk, sisi buruknya adalah, membuat segala sesuatu yang buruk dari tidak mungkin dilakukan menjadi mungkin, hal buruk yang mungkin terjadi dari penggunaan internet adalah penipuan kartu kredit, pembajakan hak cipta, pelanggaran privasi, dan berbagai tindak kejahatan lainnya.

Penggunaan internet tidak hanya pada penggunaan laptop saja, namun juga sudah merambah ke penggunaan ponsel pintar, salah satunya adalah Blackberry. Ponsel pintar ini sudah mulai terkenal sejak awal tahun 2008. Hal tersebut dapat terlihat dari grafik berikut ini,

Penggerak Partisipasi ..., David Calvin, FB UMN, 2011



Gambar 1.3 Google Insight Perbandingan Peminat Merek Handphone

Sumber : http://www.google.com/insights , diolah

Dapat terlihat bahwa pencarian dengan menggunakan kata Blackberry pada Google Insight meningkat cukup tajam mulai dari tahun 2008 hingga sekarang. Dapat terlihat juga, pencarian dari raksasa telepon genggam yang kita kenal sudah lama ini, yaitu Nokia, sudah menurun dengan sangat drastis.

Oleh karena pesatnya perkembangan internet, para produsen di pasar harus melakukan perubahan pada teknik marketing yang mereka gunakan. Menurut survei yang dilakukan oleh Markplus. Inc (2009:11) dalam new wave marketing menyatakan bahwa strategi bisnis dan marketing terus berkembang dan cepat berubah. Pendekatan *marketing* atau pemasaran yang biasa bersifat *vertical, top-down*, dan *one-to-many* yaitu strategi pemasaran yang bersifat terpusat pada perusahaan atau pendekatan secara *mass marketing* yang bersifat massal, berubah

menjadi pemasaran baru yang menekankan praktik *low budget high impact* yaitu pemasaran yang mengorbankan biaya sedikit akan tetapi memiliki dampak yang besar pada perusahaan.

Pemasaran yang murah adalah pemasaran yang melibatkan pelanggan, karena dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi pada orang lain. Informasi yang diperoleh dari seseorang (*word of mouth*) biasanya cenderung lebih jelas, karena penjelasan seperti itu merupakan suatu bentuk komunikasi. Kejelasan ini mengacu kepada komunikasi secara emosional, informasi yang sangat jelas, dan sumber yang sangat dekat (Mangold et al, 2009:61).

Implementasi pemasaran yang murah dapat diterapkan pada industri produk elektronik yang lebih spesifik dapat peneliti katakan handphone, dalam hal ini adalah Blackberry, karena dalam perkembangan pada industri yang berbasis teknologi seperti handphone Blackberry, perkembangan perangkat keras (*hardware*) maupun perangkat lunak (*software*), sangat cepat berubah.

Dikarenakan pemasaran yang baru berbasis *word-of-mouth, low-budget-high-impact*, dan juga informasi dua arah, maka bentuk media yang cocok pada masa sekarang ini adalah komunitas virtual. Pada prinsipnya penjabaran mengenai komunitas virtual sama dengan penjabaran komunitas, yaitu komunitas yang berasal dari bahasa latin yaitu *communitatus* yang berarti umum, publik, dan berbagi. Bila dirinci kembali, *com* berarti bersama, *munis* berarti pertukaran, dan *tatus* berarti kecil,

Penggerak Partisipasi ..., David Calvin, FB UMN, 2011

intim, dan lokal, hanya perbedaannya adalah, Komunitas virtual tidak hanya terbatas pada media-media secara nyata atau *offline*, namun komunitas virtual lebih kepada media secara maya atau *online*, dimana media tersebut tidak berbentuk seperti media nyata pada umumnya, namun hanya berupa jaringan semata.

Menurut Kozinets (1999:253-254) bahwa "Komunitas virtual itu mengonsumsi sesuatu. Konsumsi yang dimaksud Kozinets adalah ketertarikan terhadap topik tertentu. Dengan demikian arti komunitas virtual yang mengonsumsi adalah jaringan hubungan personal di internet yang terbentuk berdasarkan pada ketertarikan serupa terhadap topik tertentu.".

Dalam komunitas virtual tentu saja terdapat faktor partisipasi dari setiap anggota komunitasnya yang mempunyai peran yang cukup penting terhadap perkembangan dan kelangsungan dari komunitas tersebut, terdapat suatu ikatan dimana didalamnya mereka akan saling berbagi informasi satu sama lain. Bentuk partisipasi dalam grup ini pun banyak jenisnya, mulai dari posting ke milis, membalas perbincangan dari suatu thread tertentu, hingga memberikan ulasan mengenai suatu produk.

Penulis mengambil satu komunitas virtual terbesar di Indonesia, yaitu www.kaskus.us. Kaskus mengklaim dirinya sebagai "*The Largest Indonesian Community*".

Penggerak Partisipasi ..., David Calvin, FB UMN, 2011

Kaskus adalah situs forum komunitas maya terbesar Indonesia. Kaskus lahir pada tanggal 6 November 1999 oleh tiga pemuda asal Indonesia yang sedang melanjutkan studi di Seattle, Amerika Serikat. Mulanya Kaskus yang dikembangkan oleh Andrew Darwis, Ronald, dan Budi ini dibuat untuk memenuhi tugas kuliah mereka. Konsep awal Kaskus sebenarnya adalah situs yang mampu mengentaskan dahaga mahasiswa Indonesia di luar negeri akan kampung halaman melalui berita-berita Indonesia. Situs www.kaskus.us pada saat ini dikelola oleh PT. Darta Media Indonesia. Anggotanya, yang pada saat ini berjumlah lebih dari 3,810,480 member, tidak hanya berdomisili dari Indonesia namun tersebar juga hingga negara lainnya. Pengguna Kaskus umumnya berasal dari kalangan remaja hingga orang dewasa.

Kaskus, yang merupakan singkatan dari Kasak Kusuk, bermula dari sekedar hobi dari komunitas kecil yang kemudian berkembang hingga saat ini. Kaskus dikunjungi sedikitnya oleh 600.000 orang, dengan jumlah pageviews melebihi 15.000.000 setiap harinya. Hingga saat ini Kaskus sudah mempunyai lebih dari 485,261,552 post.

Menurut Alexa.com, pada bulan September 2010 Kaskus berada di peringkat 257 dunia dan menduduki peringkat 6 situs yang paling banyak dikunjungi di Indonesia.

Penggerak Partisipasi ..., David Calvin, FB UMN, 2011

Oleh karena beberapa alasan di atas, penulis memilih subjek penelitian di Kaskus.us dengan subforum Blackberry Corner sebagai objek penelitian yang menarik minat penulis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan di atas, maka rumusan masalah yang diangkat oleh penulis adalah

1. Apakah ada pengaruh secara positif antara *flow experience orientation* dengan *behavioral intention to use* dari Blackberry Corner Kaskus.us
2. Apakah ada pengaruh secara positif antara *perceived enjoyment* terhadap *behavioral intention to use* di Blackberry Corner Kaskus.us?
3. Apakah ada pengaruh secara positif antara *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* di Blackberry Corner Kaskus.us?
4. Apakah ada pengaruh secara positif antara *behavioral intention to use* terhadap *actual participation* dari setiap anggota di Blackberry Corner Kaskus.us?
5. a. Apakah ada pengaruh secara positif antara *perceived behavioral control* dengan *behavioral intention to use* di Blackberry Corner Kaskus.us?

   b. Apakah ada pengaruh secara positif antara *perceived behavioral control* dengan *member's actual participation* di Blackberry Corner Kaskus.us?

Penggerak Partisipasi ..., David Calvin, FB UMN, 2011

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara positif antara *flow experience orientation* dengan *behavioral intention to use* dari Blackberry Corner Kaskus.us
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara positif antara *perceived enjoyment* terhadap *behavioral intention to use* di Blackberry Corner Kaskus.us?
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara positif antara *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* di Blackberry Corner Kaskus.us?
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara positif antara *behavioral intention to use* terhadap *actual participation* dari setiap anggota di Blackberry Corner Kaskus.us?
5. a. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara positif antara *perceived behavioral control* dengan *behavioral intention to visit* di Blackberry Corner Kaskus.us?

   b. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara positif antara *perceived behavioral control* dengan *member's actual participation* di Blackberry Corner Kaskus.us?

Penggerak Partisipasi ..., David Calvin, FB UMN, 2011

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah

1. Manfaat akademis

   Memberikan kontribusi pada bidang pendidikan yang berbasis e-commerce mengenai hubungan antara komunitas virtual dengan merekomendasikan produk *handphone* terutama Blackberry.

2. Sebagai referensi untuk bentuk marketing yang baru

   Memberikan informasi tentang referensi bentuk marketing yang baru pada Komunitas virtual Kaskus.us, pentingnya untuk menjangkau konsumen dari berbagai arah, tidak hanya melalui media konvensional, namun juga media online.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skrpsi ini terbagi atas lima bab, dimana antara bab satu dengan bab yang lainnya terdapat ikatan yang sangat erat. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini berisi latar belakang yang memuat hal-hal yang mengantarkan pada pokok permasalahan, rumusan masalah yang dijadikan dasar dalam melakukan penelitian ini, tujuan dari dibuatnya skripsi ini yang

Penggerak Partisipasi ..., David Calvin, FB UMN, 2011

akan dicapai, dan manfaat uang diharapkan serta terdapat sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Dalam bab II ini berisi tentang konsep-konsep yang berhubungan dengan permasalahan yang dirumuskan, yaitu tentang komunitas virtual, dan konsep merekomendasikan produk. Uraian tentang konsep-konsep di atas diperoleh melalui studi kepustakaan dari literatur yang berkaitan, buku, dan jurnal.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bagian ini peneliti akan menguraikan tentang gambaran umum dari objek penelitian yang akan diteliti, metode-metode yang akan digunakan, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur pengambilan data, serta teknik analisis yang akan digunakan untuk menjawab semua rumusan masalah.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi tentang gambaran secara umum mengenai objek dan *setting* dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, kemudian paparan mengenai hasil kuisioner komunitas virtual tersebut. Hasil dari kuisioner

Penggerak Partisipasi ..., David Calvin, FB UMN, 2011

tersebut akan dihubungkan dengen teori dan proporsi yang terkait dalam bab II.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini memuat kesimpulan dari peneliti yang dikemukakan berdasarkan hasil penelitian yang menjawab proposisi penelitian serta membuat saran-saran yang terkait dengan objek penelitian.

Penggerak Partisipasi ..., David Calvin, FB UMN, 2011