

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang adopsi teknologi informasi dengan menggunakan teori TAM sudah pernah dan sering dilakukan sebelumnya. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi dengan judul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*.

Hasil penelitiannya membuktikan bahwa faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *internet banking* adalah *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Credibility*. Faktor *Computer Self Efficacy* juga berpengaruh pada minat menggunakan *internet banking* secara tidak langsung melalui *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Credibility*.¹

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Ricky Efrantua dengan judul *Persepsi dan Adopsi Siswa SMK Swasta Terhadap Internet Sebagai New Media*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan kebermanfaatan internet berpengaruh signifikan terhadap variabel pola adopsi menggunakan internet sebesar 25,6%

¹ Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi, 2007, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*. Jurusan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi - Universitas Kristen Petra. <http://puslit.petra.ac.id/journals/accounting> diunduh 30/09/13 (16.00).

sedangkan 74,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Persepsi kemudahan penggunaan internet di kalangan siswa SMK swasta berpengaruh terhadap variabel pola adopsi dalam menggunakan internet sebesar 37,6% sedangkan 62,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Sikap penggunaan internet berpengaruh terhadap pola adopsi menggunakan internet sebesar 43,0% sedangkan 57,0% dipengaruhi oleh faktor lain.²

Penelitian juga dilakukan oleh Iman Murtono Soenhadji, Ida Astuti, Septi Mariani (2008) dengan judul *Prediksi Keyakinan Mahasiswa Akan Manfaat Fasilitas Studentsite Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model*. Hasil penelitian mengidentifikasi variabel *Perceived ease of use (PEOU)* dan variabel *Perceived usefulness* yang memenuhi derajat signifikansi tertentu. Jumlah mahasiswa yang meyakini manfaat *studentsite* bagi keberhasilan studi cukup membesarkan hati mengingat hasil deskriptif mencapai 83 orang (59,7%) yang setuju manfaat *studentsite*. Uji *independent sample test* mengarah pada variabel *Perceived ease of use* sebagai penentu keyakinan responden dalam memanfaatkan *studentsite* berbasis web.³

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Radiansyah dengan judul *Pengaruh Gender Terhadap Pola Adopsi Internet Oleh Siswa SLTA di Bandarlampung*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan internet

² Ricky Efrantua. 2010. *Persepsi dan Adopsi Siswa SMK Swasta Terhadap Internet sebagai New Media*. Skripsi Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

³ Iman Murtono Soenhadji, Ida Astuti, dan Septi Mariani, 2005, *Prediksi Keyakinan Mahasiswa Akan Manfaat Fasilitas Studentsite Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model*, Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2008 (SNATI 2008) Yogyakarta. diunduh 30/09/13 (16.35).

berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat internet sebesar 32,2% sedangkan 67,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Persepsi kemudahan penggunaan internet berpengaruh signifikan terhadap variabel sikap sebesar 41,1% sedangkan 58,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Persepsi manfaat internet berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan internet sebesar 23,5% sedangkan 76,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Persepsi manfaat internet berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan internet sebesar 25,5% sedangkan 74,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Persepsi manfaat internet berpengaruh signifikan terhadap pola adopsi internet sebesar 11% sedangkan 89% dipengaruhi oleh faktor lain.

Selain itu, diketahui bahwa ada perbedaan pola adopsi antara siswa yang sekolahnya terkoneksi ke internet dan siswa yang sekolahnya tidak terkoneksi ke internet. Tidak ada pengaruh gender terhadap pola adopsi internet. Terdapat perbedaan yang signifikan pada penerimaan pengguna terhadap kemudahan penggunaan antara siswa laki-laki dan siswa perempuan. Terdapat perbedaan sikap terhadap penggunaan internet antara siswa laki-laki dan siswa perempuan.⁴

B. Tinjauan tentang Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*).⁵

⁴ Radiansyah. 2010. *Pengaruh Gender Terhadap Pola Adopsi Internet Oleh Siswa SLTA di Bandarlampung. Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.*

⁵ Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hal 51.

Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Persepsi didefinisikan sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal; persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada di luar sana.⁶

Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.

Persepsi seseorang terbentuk tidak begitu saja tetapi ada beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berpersepsi terhadap sesuatu obyek yang dilihat. Seseorang melihat sesuatu sasaran dan berusaha menginterpretasikan apa yang dilihat, interpretasi itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi individu yang melihat. Karakteristik yang mempengaruhi persepsi meliputi sikap, kepribadian, motif, kepentingan, pengalaman masa lalu, dan harapan.

Persepsi merupakan proses yang *integrated* dalam diri individu terhadap stimulus yang diterimanya. Persepsi merupakan pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diinderaikan sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan respon yang *integrated* dalam individu. Karena itu dalam penginderaan orang akan mengaitkan dengan stimulus, sedangkan dalam persepsi orang akan mengaitkan dengan objek. Dengan persepsi orang akan menyadari tentang keadaan disekitarnya dan juga keadaan diri sendiri.

⁶ Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hal 180.

Persepsi mencakup dua proses yang saling berkaitan *pertama*, melihat kesan melalui penglihatan, sentuhan dan inderawi lainnya, *kedua* menafsirkan atau menetapkan arti atas pesan-pesan inderawi dengan struktur pengertian (keyakinan relevan yang muncul dari pengalaman masa lalu), seorang dengan struktur evaluative (nilai-nilai yang dipegang seseorang).

Davis membedakan persepsi menjadi dua yaitu persepsi pada kebermanfaatan dan persepsi pada kemudahan. Persepsi pada kebermanfaatan didefinisikan sebagai sejauhmana seseorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Kebermanfaatan menggunakan Teknologi Informasi dapat diketahui dari keyakinan pengguna dalam memutuskan penerimaan Teknologi Informasi, dengan satu keyakinan bahwa penggunaan Teknologi Informasi tersebut memberikan kontribusi positif bagi penggunanya. Sedangkan persepsi pada kemudahan didefinisikan sebagai sejauhmana seseorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Pengguna meyakini bahwa Teknologi Informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

C. Tinjauan tentang Sikap

Sikap pada dasarnya adalah tendensi kita terhadap sesuatu. Sikap adalah rasa suka atau tidak suka kita atas sesuatu. Konsep lain yang terkait erat dengan sikap adalah keyakinan, atau pernyataan-pernyataan yang dianggap benar oleh seseorang.⁷

⁷ Severin, J. Werner dan Tankard, W. James. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Edisi Ke-5. Jakarta: Kencana. hal 178.

Teori tentang sikap sebagaimana dikemukakan oleh Allport menjelaskan bahwa sikap terdiri atas tiga komponen, yakni 1) komponen kognisi yang berhubungan dengan belief, ide, pemahaman dan konsep; 2) komponen afeksi yang menyangkut kehidupan emosi dan perasaan seseorang; 3) komponen konasi yang merupakan kecenderungan bertingkah laku.⁸

1. Komponen kognitif, berhubungan dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang, dari pengetahuan yang sedikit hingga mengetahui secara menyeluruh mengenai objek sikap itu. Komponen kognitif berisi keyakinan terhadap objek sikap.
2. Komponen afektif, merupakan suatu keadaan yang bersifat emosional dalam hubungannya dengan objek atau situasi tertentu. komponen ini melibatkan peranan perasaan serta kesan yang diwarnai dengan adanya rasa senang dan tidak senang. Dengan demikian, komponen ini dapat disamakan dengan perasaan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu objek tertentu, ialah terbentuknya perasaan tertentu sebagai respon terhadap objek yang dihadapi.
3. Komponen konatif, menunjukkan kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Terdapat asumsi, bahwa pengetahuan dan perasaan yang telah terbentuk pada diri individu, pada gilirannya akan mempengaruhi kecenderungan perilaku.

⁸ Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu. hal 112.

Komponen konatif berhubungan dengan psikomotorik serta merupakan kecenderungan atau kesiapan untuk bertingkah laku terhadap suatu objek atau situasi yang dihadapi. Komponen konatif ini pada dasarnya akan mendorong terbentuknya sikap individu yang tercermin dalam perilaku. Tingkat konasi seseorang menunjuk kepada sampai sejauh mana orang tersebut berkecenderungan melaksanakan atau tidak melaksanakan suatu objek yang dihadapi.

Sikap memiliki dua jenis struktur, yaitu: antarsikap (*inter-attitudinal*) dan intrasikap (*intra-attitudinal*). Struktur *inter-attitudinal* merujuk pada pengelompokkan sikap ke dalam grup-grup atau rangkaian. Sedangkan struktur *intra-attitudinal* merujuk pada cara komponen-komponen sikap saling berkaitan.

Sikap pada dasarnya adalah suatu cara pandang terhadap sesuatu. Sikap merupakan kesiapan mental dan sistem syaraf, yang diorganisasikan melalui pengalaman, menimbulkan pengaruh langsung atau dinamis pada respons-respons seseorang terhadap semua objek dan situasi terkait.⁹

D. Tinjauan tentang Adopsi Inovasi

Proses adopsi (*adoption process*) merupakan “proses mental yang harus dilalui individu untuk mempelajari sebuah inovasi untuk proses pertama kalinya sampai adopsi akhir”, dan adopsi adalah keputusan individu tersebut untuk menjadi pengguna tetap suatu produk.¹⁰

⁹ Severin, J. Werner dan Tankard, W. James. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Edisi Ke-5. Jakarta: Kencana. hal 179.

¹⁰ Kotler & Armstrong (2008:184) dalam Nasution, Zulkarimen. 2007. *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Hal:144.

Ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses mengadopsi produk baru, yaitu:

1. Kesadaran: Konsumen menyadari keberadaan produk baru, tetapi memiliki informasi yang kurang tentang produk itu.
2. Minat: Konsumen mencari informasi mengenai produk baru.
3. Evaluasi: Konsumen membuat pertimbangan apakah mencoba produk baru merupakan tindakan yang masuk akal.
4. Mencoba: Konsumen mencoba produk baru dalam skala kecil untuk meningkatkan estimasi mengenai nilai produk.
5. Adopsi: Konsumen memutuskan untuk menggunakan produk baru secara penuh dan juga teratur.

Variabel-variabel yang membentuk adopsi

1. Atribut-atribut inovasi yang dipersepsikan
 - a. Keuntungan relative
 - b. Kompatibilitas/keserasian
 - c. Kerumitan
 - d. Dapat dicoba
 - e. Dapat dilihat
2. Jenis-jenis keputusan inovasi
 - a. Opsional
 - b. Kolektif
 - c. Otoritas
3. Saluran-saluran komunikasi (seperti Media massa atau antarpribadi)

4. Sifat sistem sosial (norma-normanya, tingkat dari kesaling hubungan)
5. Tingkat upaya promosi agen perubahan

Inovasi berkaitan dengan gagasan, tindakan, atau barang yang dianggap baru oleh seseorang atau masyarakatnya. Konsep baru ini terbentang antara konsep pengenalan, persuasi, dan keputusan menggunakannya (*adopsi*). Dengan demikian, maka baru itu memiliki spectrum dimensional yang luas seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Konsep baru dalam inovasi.¹¹

Adopsi inovasi dimulai dari pengenalan terhadap sebuah inovasi, pada tahap ini, individu memiliki kepribadian perilaku komunikasi yang cenderung lebih banyak mengetahui objek-objek inovasi secara transparan. Mengenal objek-objek inovasi menjadi syarat ia memasuki tahap pembentukan sikap suka atau tidak terhadap inovasi.

Tahap pembentukan sikap terbentuk tergantung dari sifat inovasi itu terhadap pribadi seseorang. Apakah inovasi memberi keuntungan bagi pribadi tertentu dan sesuai harapan-harapannya di masa depan, apakah inovasi sudah pernah dicoba sehingga memberi kepercayaan pada dirinya, atau objek inovasi tidak terlalu

¹¹ Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana. hal 153.

kompleks sehingga tidak menimbulkan risiko-risiko rumit di waktu yang akan datang.

Dalam masyarakat yang terbuka terhadap perubahan-perubahan sosial seperti masyarakat postmodern, inovasi adalah pilihan dan gaya hidup mereka. Namun pada masyarakat modern melihat inovasi secara rasional, sedangkan masyarakat transisi memandang inovasi sebagai sesuatu yang harus dicoba dan dibuktikan manfaatnya termasuk dipertimbangkan untung ruginya, sedangkan pada masyarakat tradisional, inovasi cenderung ditolak.

Tabel 2. Sikap masyarakat terhadap informasi.

MASYARAKAT			
Postmodern	Modern	Transisi	Tradisional
Inovasi dipandang sebagai bagian hidup	Inovasi dipandang secara rasional	Mempertimbangkan untung-rugi inovasi	Cenderung menolak inovasi

Keterbukaan masyarakat terhadap sebuah inovasi memungkinkan ia mengadopsi inovasi Teknologi Informasi. Informasi sebelumnya tentang sebuah inovasi menjadi alasan terhadap sikap ia untuk menentukan sikap menolak atau mengadopsi inovasi itu, namun informasi cenderung mendorong keterbukaan, dan keterbukaan mendorong sikap menerima inovasi, serta sikap menerima inovasi mendorong perilaku untuk memanfaatkan atau menggunakan inovasi itu.

E. Tinjauan tentang *E-book*

E-book adalah salah satu teknologi yang memanfaatkan komputer untuk menayangkan informasi multimedia dalam bentuk yang ringkas dan dinamis. *E-book* mampu mengintegrasikan tayangan suara, grafik, gambar, animasi, maupun movie sehingga informasi yang disajikan lebih kaya dibandingkan dengan buku

konvensional. Setidaknya kelebihan inilah yang menjadikan *e-book* mulai digemari.¹²

Secara sederhana *e-book* dapat diartikan sebagai buku elektronik atau buku digital. Buku elektronik adalah versi digital dari buku yang umumnya terdiri dari kumpulan kertas yang berisi teks atau gambar. *E-book* sendiri menjadikan teks dan gambar tersebut dalam informasi digital baik dalam format teks polos, *pdf, *jpeg, *lit dan *html.

Sebenarnya, *e-book* merupakan bentuk mediamorfosis dari buku cetak atau konvensional. Roger Fidler mendefinisikan mediamorfosis sebagai perubahan bentuk media komunikasi, biasanya disebabkan oleh interaksi kompleks dari kebutuhan-kebutuhan penting, tekanan-tekanan kompetitif dan politis, dan inovasi-inovasi sosial serta teknologis.¹³

Esensi mediamorfosis adalah pemikiran bahwa media adalah sistem adaptif, dan kompleks. Media sebagaimana sistem-sistem lain, merespons tekanan eksternal dengan proses reorganisasi-diri yang spontan. Seperti halnya spesies hidup, media berevolusi menuju daya tahan hidup yang lebih tinggi dalam sebuah lingkungan yang selalu berubah.

Fidler berpendapat bahwa media baru tidak muncul secara spontan dan independen, mereka muncul bertahap dari metamorphose media yang lebih lama. Fidler juga berpendapat bahwa kemunculan bentuk-bentuk media komunikasi membiakkan cirri-ciri dominan dari bentuk-bentuk sebelumnya.

¹² <http://www.buku-e.lipi.go.id/>diunduh 02/10/13 (19.00)

¹³ Severin, J. Werner dan Tankard, W. James. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Edisi Ke-5. Jakarta: Kencana. hal 459.

1. Tren *E-book* dan Pasar Dunia

Di awal tahun 2000 ketika raksasa teknologi Amerika, Microsoft mulai mengalihkan seluruh buku di perpustakaan Kongres Amerika ke dalam bentuk digital. Perpustakaan terbesar di dunia ini memiliki 115 juta koleksi buku, majalah dan jurnal dalam 450 bahasa. Hal ini tentu saja menjadi terobosan yang membuat orang tak perlu berlelah-lelah menuju perpustakaan untuk mengkaji dan mencari referensi.

Keputusan Microsoft ini cukup beralasan karena minat "membaca" buku, yang mempertemukan penerbit dan konsumen, kian membesar. Namun, disisi lain mendatangkan buku secara fisik selalu menjadi masalah. Misalnya, buku hilang, atau rusak. Tidak hanya itu penyebaran informasi dan pengetahuan yang berasal dari buku-buku dari belahan Eropa dan Amerika sering mengalami keterlambatan untuk tiba di negara-negara Asia dan Afrika.¹⁴

Pada perkembangan berikutnya, Adobe yang terkenal dengan perangkat Fotosoft untuk mengatur tampilan foto mengeluarkan *Acrobat Reader*. Perangkat baca ini bisa diperoleh di homepage-nya Adobe.com secara gratis. Adobe juga telah mengembangkan fitur tambahan bernama *CoolType*. Dengan fasilitas ini memungkinkan tampilan buku bisa dibaca pada layar LCD (*liquid central display*). Layar inilah yang kini digunakan banyak penyedia komputer genggam.

¹⁴ Prakoso Bhairawa Putera. 2011. Peneliti Muda bidang Kebijakan dan Administrasi (Kebijakan Iptek)–LIPI Biskom, 26 Agustus revisi terakhir 23/02/12 (15:58 WIB) dalam <http://www.buku-e.lipi.go.id> diunduh 02/10/13 (19.17).

Saat ini pengguna Android juga ikut dimanjakan dengan aplikasi untuk membaca buku yang bernama *Aldiko Book Reader*. Bahkan kini Aldiko telah mencapai versi ke 2. Pada Aldiko Book Reader 2.0 diperubahan dilakukan terutama di bagian user *interface*, dimana pengguna dapat dengan mudah melakukan akses ke buku-buku terbaru dan best-sellers, pilihan font yang lebih baik, rendering teks dan tipografi yang lebih baik, dan masih banyak kenyamanan yang diperoleh bagi pengguna Android.¹⁵

2. Perkembangan *E-book* di Dunia

Sejarah penemuan *e-book*, merupakan sebuah ketidak sengajaan Michael S. Hart ketika ingin memuat deklarasi pendirian Amerika Serikat yang dimuat lewat mesin *teletype* dan ingin memuatnya via email, ternyata tidak bisa. Karena ingin menghindari tabrakan sistem akhirnya dia mendownload secara individual. Dari sinilah cikal bakal proyek Gutenberg, yang kemudian berdiri sendiri. Hingga tahun 1987, dia telah memuat 313 buku dalam penemuannya ini. Kemudian, dengan bantuan teman-temannya terbentuklah *e-book*.¹⁶

Proyek perkembangan *e-book* yang berhasil seperti proyek *Guttenberg*, *arXiv*, dan *The Million Book Project*. Proyek *Guttenberg* merupakan layanan buku digital terbesar dan tertua yang mendukung *freee-book*. Ada lebih dari 25.000 buku digital dalam katalog onlinenya. Sedangkan *arXiv* merupakan layanan buku digital yang ada di Universitas Cornell yang memberi akses terbuka terhadap 368.128 referensi elektronik dalam bidang fisika, matematika, sains komputer,

¹⁵ <http://www.buku-e.lipi.go.id/>diunduh 02/10/13 (19.30).

¹⁶ <http://jurnalasri.blogspot.com/2012/05/tentang-perkembangan-ebookindonesia.html/>diunduh 02/10/13 (19.40).

dan biologi kuantitatif. Sedangkan *The Million Book Project* dikembangkan oleh *Universal Library*, sebuah perpustakaan digital dengan dipelopori oleh Universitas Crnegie Mellon di AS, Universitas Zheziang di China, Institute Sains di India, dan perpustakaan Alexandria.¹⁷

3. Kondisi Indonesia Saat Ini

Masuknya *e-book* di Indonesia seiring dengan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Global. Transformasi dari buku cetak menuju bentuk digital yang ditampilkan melalui media internet memudahkan pembaca dalam mencari informasi yang tersedia. Kehadiran *e-book* pun mulai digemari karena konten dan tampilan yang dimiliki buku digital cukup interaktif sehingga oleh banyak kalangan baik dari yang tua hingga remaja lebih tertarik menggunakan buku digital. Disisi lain harga yang relatif lebih murah, praktis, dan menyenangkan untuk dibaca juga menjadi pertimbangan dalam memilih buku digital sebagai bahan bacaannya.

Saat ini sumber buku elektronik yang legal di Indonesia belumlah banyak, antara lain dirilis oleh Departemen Pendidikan Nasional (kini menjadi Kementerian Pendidikan Nasional) dengan dibukanya Buku Sekolah Elektronik (BSE). BSE adalah buku elektronik legal dengan lisensi terbuka yang meliputi buku teks mulai dari tingkatan dasar sampai lanjut. Buku-buku di BSE telah dibeli hak ciptanya oleh pemerintah Indonesia melalui Depdiknas, sehingga bebas diunduh, direproduksi, direvisi serta diperjualbelikan tetapi dengan batas atas harga yang

¹⁷ <http://www.ristek.go.id/index.php/module/News+News/id/9421/> Jumat 26 Agustus 2011 diunduh 25/08/13 (14.15).

telah ditentukan. Lebih dari itu, seluruh buku ini telah dinilai dan lolos saringan dari penilai di Badan Nasional Standardisasi Pendidikan (BNSP).¹⁸

Kebijakan Depdiknas waktu itu membeli hakcipta 95 judul buku teks pelajaran SD/Madrasah Ibtidaiyah, 72 judul buku teks SMP/Madrasah Tsanawiyah, 24 judul buku teks SMA/ Madrasah Aliyah dan 216 judul buku teks SMK. Buku-buku itu meliputi pelajaran matematika, Bahasa Indonesia, IPA, Pendidikan Kewarganegaraan dan Ilmu Pengetahuan Sosial. Juga Bahasa Inggris, mata pelajaran adaptif, mata pelajaran produktif dan mata pelajaran normatif untuk jenjang SMK. Secara keseluruhan terdapat 407 judul buku.

Selain itu Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia juga menyediakan sarana bagi penulis dan publik untuk membuka akses atas aneka buku elektronik dengan lisensi terbuka. Sarana ini telah dibuka dengan nama BUKU-e. Selain untuk buku-buku ilmiah, BUKU-e LIPI juga ditujukan untuk buku 'pembelajaran ilmiah', seperti diktat, buku teks, dan lain-lain. Termasuk buku-buku BSE juga di-mirror di BUKU-e LIPI.

Dunia industri pun mulai melirik *e-book*, Penerbit Mizan misalnya di tahun 2001 memelopori keberadaan buku digital dengan memberikan *e-book* berjudul "Wasiat Sufi Imam Khomeini kepada Putranya Ahmad Khomeini" secara gratis di situs mereka. Untuk memperkenalkan *e-book* lebih memasyarakat, beberapa pengusaha mencoba menggabungkan buku elektronik dengan bisnis toko buku di

¹⁸ <http://www.buku-e.lipi.go.id/> diunduh 02/10/13 (19.30)

Internet, meniru Amazon. Misalnya, E-Book Centro (ebook-centro.com) dan Gramedia.

F. Tinjauan tentang Sumber Informasi

Sumber informasi adalah segala hal yang dapat digunakan oleh seseorang sehingga mengetahui tentang hal yang baru dan mempunyai ciri-ciri yaitu, (1) dapat dilihat, dibaca dan dipelajari, (2) diteliti, dikaji dan dianalisis (3) dimanfaatkan dan dikembangkan didalam kegiatan-kegiatan pendidikan, penelitian, laboratorium, (4) ditransformasikan kepada orang lain.

Secara umum, semua sumber informasi adalah suatu sumber belajar, karena dalam sumber informasi selalu terkandung hal-hal yang dapat digunakan sebagai sumber belajar, hanya saja semua itu tergantung pada kebutuhan belajar masing-masing individu dalam memanfaatkan sumber informasi sebagai sarana untuk belajar.

Sumber informasi mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap sumber belajar. Sumber informasi menyediakan segala hal yang berguna sebagai sarana untuk mempelajari segala sesuatu yang mungkin menjadi hal yang baru. Kelengkapan dan kebenaran suatu informasi sangat mempengaruhi hasil belajar, karena informasi merupakan sumber pokok pembelajaran, selain itu kelengkapan informasi dapat mempermudah terlaksananya proses belajar sehingga akan didapat sejumlah informasi, pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan yang diharapkan.¹⁹

¹⁹ Wijaya. 2008. http://wijayalabs.wordpress.com/2008/09/19/belajar_pembelajaran_-_dan_sumber-belajar-2/

G. Tinjauan tentang Technology Acceptance Model (TAM)

Teori TAM berasal dari Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Respon*) yang mendasarkan pada asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Teori S-O-R merupakan suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi. Hal itu dikarenakan, objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.²⁰

Menurut David, penggunaan sebuah teknologi merupakan respon yang dapat dijelaskan atau diprediksi oleh motivasi pengguna yang secara langsung dipengaruhi oleh stimulus eksternal berupa kemudahan dan kemampuan yang dimiliki teknologi tersebut. Model TAM ini tidak hanya bisa untuk memprediksi, namun juga bisa menjelaskan sehingga peneliti dan para praktisi bisa mengidentifikasi mengapa suatu faktor tidak diterima dan memberikan kemungkinan langkah yang tepat.²¹

1. Konsep Model Penerimaan Teknologi

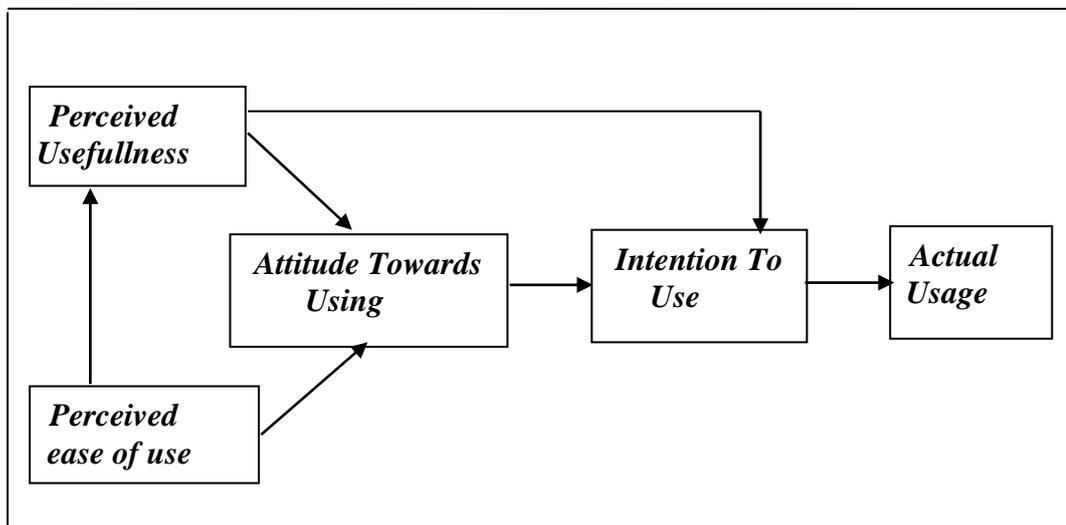
Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) berargumentasi bahwa penerimaan kemanfaatan (*perceived usefulness/ PU*) dan penerimaan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use / PEOU*) keduanya mempunyai

²⁰ Winarko, Bambang dan Mahadewi, Lufina. Tinjauan *Beberapa Model Teori Dasar Adopsi Teknologi Baru*. Sampoerna School of Business.

²¹ Davis, F.D., 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MS Quarterly (online)*, Vol. 13Iss.3, pg. 318. [http://www.cba.hawaii.edu/chismar/ITM704/DavisTAM 1989.pdf](http://www.cba.hawaii.edu/chismar/ITM704/DavisTAM%201989.pdf). diunduh 02/09/13 (10.30).

pengaruh pada sikap menggunakan teknologi (*attitude toward behavior*) jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan.

Penerimaan kemanfaatan juga mempengaruhi penerimaan kemudahan penggunaan tetapi tidak sebaliknya. Pemakai sistem akan menggunakan sistem jika sistem bermanfaat baik sistem itu mudah digunakan atau tidak mudah digunakan. Sistem yang sulit digunakan akan tetap digunakan jika pemakai merasa bahwa sistem masih berguna.



Gambar 3. Konstruksi *Technology Acceptance Model* (TAM) (Davis 1986).

Dalam TAM dikenal ada 5 konstruk seperti terlihat pada gambar 3, yaitu:

- a. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*)
- b. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)
- c. Sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using*)
- d. Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention*)
- e. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology usage*)

a) Penerimaan terhadap kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*)

Penerimaan terhadap kebermanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dengan demikian, jika seseorang merasa bahwa *e-book* berguna maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa *e-book* kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

b) Penerimaan pada kemudahan menggunakan (*Perceived Ease of Use*)

Penerimaan pada kemudahan menggunakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas usaha. Dari definisinya, diketahui bahwa jika seseorang merasa bahwa *e-book* mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa *e-book* tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

c) Sikap terhadap perilaku (*Attitude toward behavior*)

Sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sikap terhadap perilaku didefinisikan juga sebagai evaluasi pemakai tentang ketertarikannya menggunakan sistem.

d) Minat perilaku (*behavioral intention*)

Minat perilaku adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan sesuatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat. Hasil-hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem.

e) Perilaku atau adopsi

Perilaku adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang. Dalam konteks penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, perilaku adalah penggunaan sesungguhnya yang diukur dengan jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan frekuensi penggunaannya.

H. Kerangka Pikir

E-book adalah salah satu teknologi yang memanfaatkan komputer untuk menayangkan informasi multimedia dalam bentuk yang ringkas dan dinamis. *E-book* mampu mengintegrasikan tayangan suara, grafik, gambar, animasi, maupun movie sehingga informasi yang disajikan lebih kaya dibandingkan dengan buku konvensional. Setidaknya kelebihan inilah yang menjadikan *e-book* mulai digemari. Sebenarnya, *e-book* merupakan bentuk mediamorfosis dari buku cetak atau konvensional. Esensi mediamorfosis adalah pemikiran bahwa media adalah sistem adaptif, dan kompleks.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi pada kebermanfaatan dan pada kemudahan penggunaan serta sikap mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung terhadap tingkat adopsi *e-book* sebagai sumber informasi. Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti menggunakan model TAM (*Technology Acceptance Model*).

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi terbentuk dari faktor struktural dan fungsional. Indikator yang dipakai untuk

mengukur persepsi mahasiswa terhadap *e-book* sebagai teknologi informasi dan komunikasi meliputi:

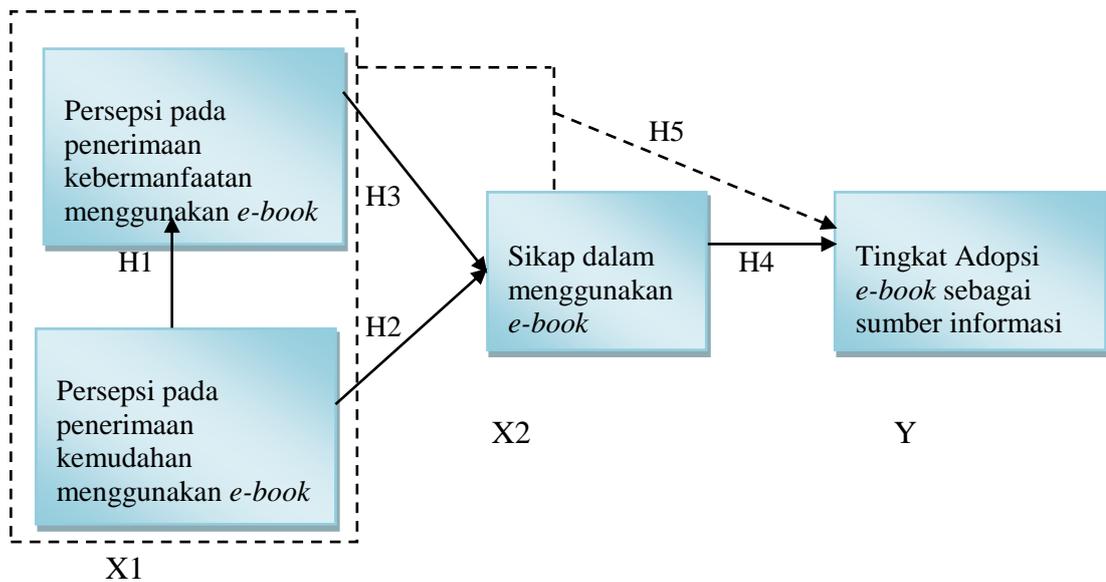
1. Penerimaan akan kemudahan menggunakan *e-book*
2. penerimaan akan kemanfaatan pemakaian *e-book*

Allport menjelaskan bahwa sikap terdiri atas tiga komponen, yakni 1) komponen kognisi yang berhubungan dengan belief, ide, pemahaman dan konsep; 2) komponen afeksi yang menyangkut kehidupan emosi dan perasaan seseorang; 3) komponen konasi yang merupakan kecenderungan bertingkah laku.

Indikator yang dipakai untuk mengukur sikap mahasiswa terhadap adopsi *e-book* sebagai teknologi informasi dan komunikasi meliputi:

1. Sikap afektif yang berhubungan dengan perasaan suka atau tidak sukaterhadap *e-book*.
2. Sikap kognitif yang berhubungan dengan kepercayaan dalam menggunakan *e-book*.
3. Sikap konatif yang merupakan minat mahasiswa dalam menggunakan *e-book*.

Persepsi dan sikap yang terbentuk tersebut yang akan mempengaruhi tingkat adopsi *e-book*. Dalam menentukan perbedaan tingkat adopsi di kalangan objek penelitian, peneliti menggunakan indikator frekuensi, intensitas, tujuan, dan lokasi dalam mengakses *e-book*.



Gambar 4. Bagan kerangka pikir.

I. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir di atas maka perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ho : Persepsi pada penerimaan kemudahan menggunakan *e-book* tidak berpengaruh terhadap persepsi pada penerimaan kebermanfaatan menggunakan *e-book*.
Ha : Persepsi pada penerimaan kemudahan menggunakan *e-book* berpengaruh terhadap Persepsi pada penerimaan kebermanfaatan menggunakan *e-book*.
2. Ho : Persepsi pada penerimaan kemudahan menggunakan *e-book* tidak berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan *e-book*.
Ha : Persepsi pada penerimaan kemudahan menggunakan *e-book* berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan *e-book*.

3. Ho : Persepsi pada penerimaan kebermanfaatan menggunakan *e-book* tidak berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan *e-book*.
Ha : Persepsi pada penerimaan kebermanfaatan menggunakan *e-book* berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan *e-book*.
4. Ho : Sikap dalam menggunakan *e-book* tidak berpengaruh terhadap tingkat adopsi *e-book* sebagai sumber informasi.
Ha : Sikap dalam menggunakan *e-book* berpengaruh terhadap tingkat adopsi *e-book* sebagai sumber informasi.
5. Ho : Persepsi dan sikap tidak berpengaruh terhadap tingkat adopsi *e-book* sebagai sumber informasi.
Ha : Persepsi dan sikap berpengaruh terhadap tingkat adopsi *e-book* sebagai sumber informasi.