REVIEW JURNAL

Judul : The Effect of Diffusion of Fintech Information through Social Media on Changes in Payment Transaction Patterns among Young People in Jakarta

Penulis : Radita Gora Tayibnapi, S.sos, M.M.

Mata Kuliah : Teori Komunikasi

Reviewer : Dina Octavia

Nim : 180900047

FAKULTAS ISIP

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

2020

BAB I

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan komunikasi saat ini sangatlah cepat, dan tidak dapat dihindari lagi oleh masyarakat. Kemajuan teknologi ini semakin mempermudah masyarakat mendapatkan apapun yang mereka inginkan. Karena saat ini apapun sudah dapat ditemukan lebih mudah diinternet. Teknologi berbasis digital memberikan perubahan besar bagi masyarakat Indonesia. Hal ini ditandai dengan munculnya sistem transaksi berbasis data digital dan sistem transaksi jarak jauh dengan menggunakan media online melalui teknologi internet yang dapat dengan mudah diakses menggunakan berbagai perangkat digital, seperti smartphone, laptop atau komputer, dan tablet PC. Keberadaan gadget seperti smartphone dan beberapa perangkat lain yang dikelola dalam sistem komputasi berbasis digital mampu merambah segala aspek bidang pekerjaan dan aktivitas sehari-hari, termasuk perangkat pendukung, untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Secara global, penggunaan gadget untuk mengakses internet dan informasi online semakin meningkat. Pada April 2020, menurut data wearesocial.org, pengguna internet meningkat 7,1% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan pengguna internet dunia lebih dari 301 juta. Sementara itu, akses internet melalui perangkat gadget seperti smartphone dan laptop juga mengalami peningkatan. Hingga April 2020, akses internet melalui smartphone meningkat 76%, sedangkan akses internet melalui laptop meningkat 45%. Menurut data wearesocial.org, mayoritas pengguna media sosial adalah kaum muda berusia 16-24 tahun (64% untuk pengguna pada usia 16 dan 54% untuk pengguna pada usia 24).

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pengguna internet didominasi oleh generasi Z atau generasi milenial walaupun saat ini generasi Alpha juga sudah memanfaatkan teknologi tersebut. Meningkatnya jumlah pengguna smartphone, PC, Laptop, Tablet PC dan lain sebagainya serta harga perangkat gadget yang semakin terjangkau semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi melalui media sosial baik berupa teks, video, atau audio. Tentunya media sosial tidak lepas dari kebutuhan masyarakat akan informasi. Masyarakat menilai bahwa penggunaan media sosial sangat mudah, praktis, dan efisien sehingga kebutuhan akan informasi yang sangat luas dapat dijangkau dengan mudah melalui peran teknologi online. Beberapa platform teknologi saat ini sedang berusaha untuk menghadirkan produk-produk terbaru agar mampu bersaing dalam memperebutkan jangkauan pasar yang lebih luas dan segmen pasar yang lebih beragam. Teknologi hadir untuk

memberikan kemudahan, termasuk dalam mendapatkan informasi tentang produk dari produsen.

Iklan berupa produk dan aplikasi sering muncul di media sosial, seperti YouTube dan Facebook. Salah satunya dengan mengiklankan produk financial technology (fintech) yang ditawarkan kepada masyarakat, seperti E-Money atau E-Wallet. Fintech hadir sebagai salah satu wujud implementasi Revolusi Industri 4.0, dimana teknologi tidak hanya sebatas komputerisasi dan multimedia, tetapi juga terkoneksi dengan database dan menghasilkan Big Data bagi pengguna akun aplikasi di media online. Hadirnya E-Wallet di berbagai sektor industri baik swasta maupun pemerintah merupakan terobosan baru dalam inovasi fintech (financial technology) yang memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli barang dan jasa dengan lebih mudah. Teknologi baru ini menyediakan sistem pembayaran elektronik yang lebih transparan. Namun hingga saat ini masih banyak sekali masyarakat yang belum mengadopsi dan menggunakan E-Wallet dikarenakan minimnya pengetahuan mereka tentang teknologi finansial baru ini. Oleh karena itu, segala bentuk transaksi melalui sistem jaringan online dapat diidentifikasi secara utuh, termasuk riwayat transaksi dari kurun waktu yang lama hingga data pengguna terkini. Teknologi keuangan baru ini dikembangkan untuk memudahkan kepentingan masyarakat dalam bertransaksi untuk memenuhi kebutuhan setiap. Industri yang menghasilkan teknologi keuangan sedang mengalami periode perubahan serupa.

Fintech hadir sebagai wujud implementasi Revolusi Industri 4.0, dimana teknologi tidak hanya sebatas komputerisasi dan multimedia, tetapi juga terkoneksi dengan database dan menghasilkan Big data bagi pengguna akun aplikasi di media online. Selain itu, inovasi yang ditawarkan oleh fintech juga memberikan transparansi data keuangan pada setiap transaksi yang dilakukan oleh pengguna, sehingga memudahkan perusahaan dalam memantau arus transaksi keuangan dan mendeteksi jaringan transaksi keuangan. Fintech saat ini banyak terlibat dalam sistem perdagangan multiuser, termasuk transaksi perdagangan konvensional, seperti di mini market, supermarket, dan Department Store, untuk produk pakaian dan lain sebagainya. Saat ini beberapa startup juga melibatkan produk fintech, seperti E-Wallet yang banyak digunakan dalam transaksi pembayaran.

Hal ini tentunya memberikan banyak pilihan bagi masyarakat dalam menggunakan fintech. Terkait dengan persaingan antara produk fintech sejenis dan produk fintech yang berbeda, para startup berupaya untuk menawarkan layanan dan fasilitas terbaik yang dimulai dengan promosi melalui media massa, baik media cetak maupun elektronik. Saat ini media elektronik memiliki kedudukan yang lebih tinggi dari pada media cetak, mengingat media online semakin gencar diciptakan. Bahkan saat ini para startup dan perusahaan besar yang memproduksi produk fintech seperti perbankan, memanfaatkan media sosial seperti Facebook, YouTube, dan Instagram untuk memasarkan produknya. Hampir setiap menit bahkan setiap detik, iklan terus bermunculan di media sosial, seperti Youtube. Iklan fintech, seperti E-Wallet, sering muncul di layar YouTube ketika pengguna ingin memutar video yang dipilih. Hal ini tentunya bertujuan untuk mengajak masyarakat agar beradaptasi dengan fintech dan memanfaatkan produk fintech baik yang dikeluarkan oleh startup independen maupun perusahaan besar, termasuk perbankan.

BAB II

PEMBAHASAN

1. Teori Penelitian

Penelitian ini berfokus pada kajian media dengan mengacu pada teori-teori yang berkaitan dengan penggunaan, penerimaan, dan pengaruh, serta inovasi yang diadaptasi oleh masyarakat. Teori yang digunakan adalah Teori Difusi Inovasi. Teori ini menjelaskan bagaimana inovasi diperkenalkan dan diadopsi oleh berbagai komunitas. Pengguna awal teori difusi inovasi adalah mereka yang pertama kali mengadopsi inovasi, bahkan sebelum menerima sejumlah besar informasi, (Baran & Davis, 2012). Teori difusi inovasi merupakan perkembangan penting dari teori efek terbatas. Seperti penelitian klasik lain di awal 1960-an, teori ini diambil dari kesimpulan empiris yang ada dan kemudian digabungkan menjadi perspektif yang dalam dan rasional. Selain itu, untuk memandu perkembangan negara-negara dunia ketiga, teori ini memberikan dasar bagi sejumlah besar teori dan kampanye komunikasi promosi dan pemasaran yang mereka lakukan, bahkan hingga hari ini, (Baran & Davis, 2010).

Dalam model difusi inovasi, peneliti mengkaji bagaimana inovasi atau informasi baru diterapkan oleh penerima inovasi berupa pesan-pesan di media sosial terkait fintech dan sejauh mana media sosial atau saluran interpersonal mempengaruhi difusi yang ditentukan oleh variabel perantara, yang mana dalam model ini disebut anteseden. Variabel penerima termasuk data demografis dan variabel sosio-psikologis. Variabel efek difusi dapat berupa temporal, spasial, dan struktural. Istilah temporal menunjukkan pola adopsi ide-ide baru selama periode waktu tertentu. Ini biasanya diwakili oleh kurva S: mulai dari sejumlah kecil pengadopsi, sejumlah besar pengadopsi di tengah, dan sejumlah kecil pengadopsi di belakang. Istilah spasial menunjukkan keteraturan tertentu dalam pola distribusi inovasi spasial. Sedangkan istilah struktural menunjukkan difusi informasi melalui struktur komunikasi yang dapat bersifat dua langkah atau multistep, (Rakhmat & Ibrahim, 2018).

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan penelitian eksplanatori, Penelitian Eksplanatori adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya. Pada metode ini penelitian eksplanatori ini untuk mengukur korelasi dan pengaruh difusi inovasi tekfin melalui media sosial dan adaptasi generasi muda terhadap penggunaan tekfin terhadap perubahan pola transaksi jual beli. Jakarta Selatan dipilih karena daerah tersebut merupakan pusat diseminasi promosi financial technology.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode survei. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara elektronik. Responden termasuk pekerja muda dan mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non Probability Sampling dengan metode purposive sampling yaitu metode penentuan responden yang akan diambil sampelnya berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut meliputi usia, profesi, dan status pekerjaan responden yang berada di wilayah Jakarta Selatan (Siregar, 2017). Jenis data yang digunakan adalah data ordinal dengan menggunakan skala likert.

Penyajian instrumen data hasil survei tidak hanya menggunakan frekuensi distribusi tetapi juga tabulasi silang untuk mengetahui detail segmentasi umur, jenis kelamin, dan pekerjaan atau pendidikan responden pengguna fintech seperti E-Money atau E -Wallet melalui pemetaan masing-masing segmen ini. Korelasi diuji dengan menggunakan rumus Korelasi Product Moment Pearson untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), serta data interval. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pesan promosi tekfin melalui media massa dan media sosial (X1) dan adaptasi penggunaan fintech e-wallet (X2). Variabel terikat yang digunakan adalah perubahan pola transaksi jual beli remaja di Jakarta (Y). Sedangkan pengetahuan tentang fintech e-wallet berfungsi sebagai variabel anteseden atau intervening. Penelitian ini mencoba untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen (X1) dan (X2) terhadap variabel dependen (Y). Dimensi dan indikator variabel mengacu pada variabel bebas, variabel antara, dan variabel terikat.

Pengukuran korelasi juga dilakukan untuk mengetahui apakah pesan promosi fintech melalui media sosial memiliki pengaruh terhadap adaptasi penggunaan fintech. Korelasi juga terlihat dari variabel intervening bahwa difusi inovasi tekfin tidak berhubungan langsung dengan adaptasi penggunaan tekfin dan juga tidak secara langsung mempengaruhi perubahan pola transaksi jual beli, melainkan merupakan variabel intervening sebagai anteseden, yaitu pengetahuan fintech E-Wallet. Setelah dilakukan uji korelasi, langkah selanjutnya adalah melakukan uji regresi linier berganda. Regresi ganda adalah pengembangan masa depan berdasarkan data masa lalu. Pengujian dilakukan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih dari 2 variabel.

Hasil analisis secara keseluruhan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pesan promosi fintech melalui media massa dengan variabel adaptasi penggunaan fintech e-wallet. Selain itu, kedua variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap perubahan pola transaksi jual beli menggunakan fintech E-Wallet. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa produk fintech berupa teknologi E-Wallet dapat diterima dan diadopsi oleh masyarakat Indonesia, khususnya anak muda dari usia 16 hingga 35 tahun. Selain untuk mengetahui pengaruh variabel pesan promosi tekfin melalui media massa dan variabel adaptasi penggunaan teknologi E-Wallet terhadap variabel perubahan pola transaksi jual beli menggunakan E-Wallet, peneliti juga mengeksplorasi faktor-faktor apa yang paling mempengaruhi perubahan pada kaum muda. Analisis Faktor digunakan untuk mengetahui faktor apa saja yang paling berpengaruh terhadap perubahan pada kaum muda dan perubahan pola transaksi jual beli menggunakan fintech E-Wallet.

Dalam penelitian ini peran responden diubah menjadi informan melalui kriteria cluster guna memperoleh data yang lebih mendalam. Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat informan menurut pembagian klaster, mayoritas responden berusia 20-35 tahun merupakan pengguna media sosial aktif yang sering menggunakan media e-commerce dan aplikasi media sosial untuk bertransaksi barang secara online. Produk E-Wallet lebih banyak digunakan untuk bertransaksi produk secara online melalui e-commerce. Operasi e-commerce dan media sosial dilakukan dengan menggunakan smartphone. Mayoritas responden menggunakan smartphone untuk media sosial dan browsing produk e-commerce.

Informan yang didominasi oleh perempuan menggunakan aplikasi e-commerce untuk melakukan transaksi online, seperti pemesanan produk fashion dan kosmetik, produk elektronik, dan peralatan rumah tangga. E-Wallet digunakan tidak hanya dalam jual beli secara online melalui media e-commerce saja, tetapi juga untuk jual beli barang langsung di pusat perbelanjaan, seperti mall dan pusat grosir. Berdasarkan teori difusi informasi, salah satu saluran komunikasi yang penting adalah media massa. Oleh karena itu, model difusi mengasumsikan bahwa media massa memiliki pengaruh yang berbeda pada titik waktu yang berbeda. Media massa dapat menghasilkan ilmu dan mempengaruhi seseorang untuk menerima atau menolak sesuatu. Pengaruh media massa mencakup pesan yang dibangun melalui teks dan konteks produk EWallet dan daya tarik dengan pesan iklan. Jika suatu produk memiliki reputasi yang baik, nilai praktis, efisiensi waktu dalam bertransaksi, tidak ada unsur kerusakan, dan tidak ada unsur penipuan dalam pembayaran, maka responden akan merasa yakin menggunakan produk E-Wallet dalam transaksi pembayaran. Media massa dan media sosial sangat efektif dalam mengubah sikap responden.

4. Contoh Kasus Difusi Inovasi dalam keberhasilan dan kegagalan di Indonesia:

Difusi inovasi adalah proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara para anggota suatu sistem sosial. Artinya difusi inovasi bisa berbeda prosesnya serta berbeda juga hasilnya pada berbagai bentuk ide atau teknologi baru. Beberapa faktor yang mempengaruhi difusi inovasi diantaranya karakteristik inovasi, karakteristik individu, dan karakteristik jaringan sosial. Faktor-faktor ini ikut mempengaruhi proses difusi inovasi ke masyarakat.

Kasus dalam pengenalan biogas dari kotoran sapi untuk bahan bakar rumah tangga, kemungkinan kegagalan adalah pada sifat inovasi yang kurang cocok dengan budaya lokal kita yang didukung oleh sistem sosial yang ada. Masyarakat kita menganggap bahwa kotoran sapi adalah suatu hal yang “menjijikkan” dan bukan pada tempatnya dipakai dan dibawa ke proses pengolahan makanan. Akan sangat sulit bagi bangsa Indonesia untuk merubah paradigma tersebut. Artinya elemen pertama dan keempat yaitu produk inovasinya sendiri serta sistem sosial sudah mengandung kelemahan. Karenanya proses difusi inovasi yang terjadi mandek dan tidak berhasil.

BAB III

PENUTUP

I. Kesimpulan

Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian, Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebaran pesan promosi fintech melalui media sosial dan adaptasi penggunaan E-Wallet berpengaruh terhadap perubahan pola transaksi jual beli di kalangan anak muda di Jakarta. Salah satunya dengan mengiklankan produk financial technology (fintech) yang ditawarkan ke masyarakat, seperti E-Money atau E-Wallet. Hal ini muncul seiring dengan berkembangnya teknologi digital berbasis konektivitas jaringan. Penelitian yang menggunakan model difusi informasi umumnya merupakan penelitian korelasional karena datanya diambil dari masyarakat. Terlihat terdapat hubungan antara variabel pesan promosi fintech melalui media massa dengan variabel adaptasi penggunaan fintech e-wallet. Korelasi antara pesan promosi fintech melalui media massa dan adaptasi penggunaan fintech E-Wallet memiliki hubungan yang kuat dengan pengetahuan fintech E-Wallet. Pesan promosi fintech melalui media massa memiliki pengaruh yang kuat terhadap perubahan pola transaksi jual beli menggunakan fintech E-Wallet. Selain itu, adaptasi penggunaan fintech E-Wallet juga memiliki pengaruh yang kuat terhadap perubahan pola transaksi jual beli menggunakan fintech E-Wallet. Kesimpulannya adalah inovasi fintech berupa produk E-Wallet dapat diterima oleh masyarakat dan masyarakat atau responden juga memiliki tingkat pengetahuan yang baik tentang fintech E-Wallet.

DAFTAR PUSTAKA

(Tayibnapis, 2020)Tayibnapis, R. G. (2020). The Effect of Diffusion of Fintech Information through Social Media on Changes in Payment Transaction Patterns among Young People in Jakarta. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(9), 81. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v7i9.1924>