REVIEW JURNAL PENELITIAN
UAS TEORI KOMUNIKASI

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

Disusun Oleh:

M.ASKI ARDIANSYAH (180900046)

Dosen Pembimbing :

Radita Gora Tayibnapis,S.Sos,M.M

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK

JL ARTERI PONDOK INDAH NO.11, KEBAYORAN LAMA , RT.4/ RW.2, KOTA
JAKARTA SELATAN, DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA, 12240

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas makalah yang berjudul Review Jurnal The Effect of Diffusion of Fintech Information through Social Media on Changes in Payment Transaction Patterns among Young People in Jakarta ini tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan dari makalah ini adalah untuk memenuhi UAS pada **mata kuliah Teori Komunikasi**. Selain itu, makalah ini juga bertujuan untuk menambah wawasan tentang Jurnal The Effect of Diffusion of Fintech Information through Social Media on Changes in Payment Transaction Patterns among Young People in Jakarta bagi para pembaca dan juga bagi penulis.

Saya menyadari, makalah yang saya tulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan saya nantikan demi kesempurnaan makalah ini.

Senin, 18 Januari 2021

M. Aski Ardiansyah

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	2
Daftar Isi	3

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	4
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penulisan.....	5

BAB II PEMBAHASAN

A. Review Jurnal.....	6
B. Teori Penelitian	8
C. Metodologi Penelitian	8
D. Pengumpulan Data	8
E. Teknik Pengambilan Sampel	9
F. Tradisi Komunikasi.....	9
G. Jenis Data	9
H. Uji Korelasi.....	10
I. Uji Regresi	11
J. Uji Komparatif.....	11
K. Contoh Kasus Lain.....	12

BAB II PENUTUP

A. Kesimpulan	13
B. Saran	13

DAFTAR PUSTAKA	14
----------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

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, maupun audio. Media sosial tentunya tidak lepas dari kebutuhan masyarakat akan informasi. Masyarakat menilai penggunaan media sosial sangat mudah, praktis, dan efisien sehingga kebutuhan informasi yang sangat luas dapat dijangkau dengan mudah melalui peran teknologi online. Beberapa platform teknologi saat ini tengah berupaya untuk menghadirkan produk-produk terbaru agar mampu bersaing memperebutkan jangkauan pasar yang lebih luas dan segmen pasar yang lebih beragam.

Saat ini lebih dari 45% masyarakat Indonesia telah memiliki smartphone. Angka tersebut cukup bersaing dengan negara tetangga, seperti Singapura dan Korea Selatan. Bagi masyarakat Indonesia, smartphone merupakan perangkat utama untuk memasuki dunia maya. Rata-rata, orang Indonesia menghabiskan lebih dari dua jam atau lebih untuk berinteraksi melalui perangkat pintar setiap hari.

Teknologi database bersama dapat mempersingkat berbagai macam aktivitas seperti ruang penyimpanan untuk akun klien, pembayaran dan kliring lintas batas, serta penyelesaian pembelian, termasuk barang dan jasa yang belum dibuat.

Pendekatan pasar jual beli ini semakin mengikis posisi nyaman incumbent dan mendobrak batasan antar industri. Banyak eksekutif senior menduga bahwa konvergensi industri dapat menjadi kekuatan utama yang akan memengaruhi bisnis mereka dalam tiga hingga lima tahun mendatang. Begitu pelanggan memiliki kepercayaan dan kepercayaan pada suatu platform, akan mudah bagi penyedia layanan digital untuk menawarkan produk dan layanan lain kepadanya. Dapat dikatakan bahwa penggunaan fintech yang lebih intens dan inovatif dapat membantu administrasi publik memodernisasi strukturnya dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan.

B. RUMUSAN MASALAH

- a) Review Jurnal!
- b) Jelaskan Teori Penelitian yang digunakan!
- c) Jelaskan Metodologi Penelitian yang digunakan!
- d) Jelaskan Pengumpulan Data yang digunakan!
- e) Jelaskan Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan!
- f) Jelaskan Tradisi Komunikasi yang digunakan!
- g) Jelaskan Jenis Data yang digunakan!
- h) Jelaskan Uji Korelasi yang digunakan!
- i) Jelaskan Uji Regresi yang digunakan!
- j) Jelaskan Uji Komparatif yang digunakan!
- k) Berikan Contoh Kasus Lain!

C. TUJUAN PENULISAN

- a) Dapat Review Jurnal.
- b) Mengetahui Teori Penelitian yang digunakan.
- c) Mengetahui Metodologi Penelitian yang digunakan.
- d) Mengetahui Pengumpulan Data yang digunakan.
- e) Mengetahui Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan.
- f) Mengetahui Tradisi Komunikasi yang digunakan.
- g) Mengetahui Jenis Data yang digunakan.
- h) Mengetahui Uji Korelasi yang digunakan.
- i) Mengetahui Uji Regresi yang digunakan.
- j) Mengetahui Uji Komparatif yang digunakan.
- k) Dapat memberikan Contoh Kasus Lain.

BAB II

PEMBAHASAN

A. REVIEW JURNAL

Meningkatnya jumlah fintech yang dikeluarkan oleh perusahaan perbankan juga didukung penuh oleh Pemerintah Indonesia baik pemerintah pusat maupun daerah yang mulai menggalakkan gerakan pembayaran nontunai untuk pembelian barang, pembayaran tol, pembayaran parkir, tempat hiburan, biaya, dan sebagainya. Produk Fintech seperti E-Wallet dan E-Money menawarkan transparansi data keuangan sehingga Pemerintah juga mendukung guna meminimalisir penyalahgunaan anggaran dan dana untuk hal-hal yang tidak bertanggung jawab serta mengidentifikasi data akun pengguna dalam bentuk Big Data. Pemain lokal di industri fintech Indonesia menjadikan aplikasi e-wallet lokal masih menjadi andalan solusi cashless di Indonesia. Berdasarkan data Q2 2019 yang didapat dari App Annie, 5 aplikasi e-wallet teratas dengan pengguna bulanan paling aktif masih ditempati oleh pemain lokal, seperti Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja, dan Jenius. Sedangkan pengguna E-Money masih didominasi oleh E-Money dari Bank Mandiri, disusul Flazz BCA dan Brizzi BRI. Setiap jenis fintech memiliki karakteristik, kekuatan, dan kelemahannya masing-masing. Hal ini tentunya memberikan banyak pilihan bagi masyarakat dalam menggunakan fintech.

Terkait dengan persaingan antara produk fintech sejenis dan berbeda, para startup berupaya 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 daripada media cetak, mengingat media online justru semakin gencar diciptakan. Bahkan saat ini, 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, kerap muncul di layar YouTube saat pengguna ingin memutar video yang dipilih. Hal ini tentunya bertujuan untuk mengajak masyarakat agar beradaptasi dengan fintech dan memanfaatkan produk fintech yang dikeluarkan baik oleh startup independen maupun perusahaan besar, termasuk perbankan.

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. Selain itu, fintech juga terlibat dalam fasilitas infrastruktur, seperti fasilitas parkir di pusat perbelanjaan dan gerbang tol. Saat ini beberapa startup juga melibatkan produk fintech, seperti E-Wallet yang banyak digunakan dalam transaksi pembayaran.

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. Dengan demikian, segala bentuk transaksi melalui sistem jaringan online dapat diidentifikasi secara utuh, termasuk riwayat transaksi dari kurun waktu yang lama hingga data pengguna terkini. Tentu, inovasi semacam itu bukan tanpa alasan. Teknologi keuangan baru ini dikembangkan untuk memudahkan kepentingan masyarakat dalam bertransaksi untuk memenuhi kebutuhan setiap individu.

Difusi diharapkan menjadi suatu proses dimana inovasi tekfin dikomunikasikan melalui berbagai saluran media komunikasi massa dan dalam kurun waktu tertentu dalam suatu sistem sosial. Inovasi teknologi semacam ini perlu diperkenalkan kepada publik, kemudian diadopsi, dan digunakan mengubah pola transaksi pembayaran dalam jual beli barang dan jasa. Selain itu, diharapkan mampu merambah seluruh lapisan masyarakat dalam pola transaksi sehari-hari.

Perubahan pola transaksi menggunakan fintech sangat diharapkan, terutama oleh produsen produk fintech, agar produk tersebut dapat diadopsi dan diadaptasi oleh masyarakat. Dalam rangka terjadinya perubahan pola transaksi, produsen produk fintech kerap mempromosikan produknya melalui media komunikasi massa, seperti televisi, berita online, dan media sosial.

Meski promosi sudah sering dilakukan, namun banyak masyarakat di Indonesia, khususnya di Jakarta, termasuk remaja, masih mengandalkan pembayaran tunai. Beberapa transaksi seperti pembelian sandang, pangan, asesoris dan keperluan lainnya masih mengandalkan pembayaran tunai sebagai alat tukar. Kebiasaan lama inilah yang membuat produsen produk fintech harus berpikir keras dan berusaha melakukan perubahan pola transaksi. Berbagai

penawaran pun dilakukan agar masyarakat tertarik. Generasi milenial khususnya bagi kaum muda yang belum bekerja tentunya masih belum sepenuhnya beradaptasi dengan teknologi pembayaran baru ini.

B. TEORI PENELITIAN

Teori yang digunakan adalah Teori Difusi Inovasi. Teori ini menjelaskan bagaimana inovasi diperkenalkan dan diadopsi oleh berbagai komunitas. Teori difusi inovasi memberikan peran yang sangat terbatas pada media massa, dimana pada umumnya media massa hanya menciptakan kesadaran akan inovasi baru. Namun, teori ini memberikan peran besar pada berbagai tipe orang yang mengkritisi proses difusi. 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.

C. METODELOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif.

Metode kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka (Metode Penelitian Kuantitatif-Ir. Syofian Siregar- halaman 8)

Penelitian ini menggunakan metode survei.

Menurut Kerlinger(1973) karakteristik penelitian survei sebagai berikut:

1. Objek penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil,tetapi data yang dipelajari adalah data dari sample yang diambil dari populasi tersebut
2. Penelitian survei pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dan pengamatan yang tidak mendalam.
3. Metode survei ini tidak memerlukan kelompok kontrol seperti halnya pada metode eksperimen

(Metode Penelitian Kuantitatif-Ir. Syofian Siregar- halaman 4)

D. PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara

elektronik. Responden termasuk pekerja muda dan mahasiswa.

E. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

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.

Non probability sampling, setiap unsur yang terdapat dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, bahkan probabilitas anggota tertentu untuk terpilih tidak diketahui. Pemilihan unit sampling didasarkan pada pertimbangan atau penilaian subjektif dan tidak pada penggunaan teori probabilitas.

Purposive sampling merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu. (Metode Penelitian Kuantitatif-Ir. Syofian Siregar-halaman 33)

F. TRADISI KOMUNIKASI

Gagasan utama dari tradisi kritik :

1. Tradisi kritik mencoba memahami sistem yang sudah dianggap benar dengan pandangan tertentu dimana minat-minat disajikan oleh struktur kekuatan tertentu.
2. Para ahli teori kritik pada umumnya tertarik dengan membuka kondisi sosial yang menindas dan rangkaian kekuatan untuk mempromosikan emansipasi atau masyarakat yang lebih bebas dan lebih berkecukupan.
3. Menciptakan kesadaran untuk menggabungkan teori dan tindakan. Teori ini bersifat normatif dan bertibdak untuk mendapatkan atau mencapai perubahan dalam kondisi-kondisi yang memengaruhi masyarakat. (Teori Komunikasi-Stephen W.Little John-Hal-68)

G. JENIS DATA

Jenis data yang digunakan adalah data ordinal dengan menggunakan skala likert. Tingkat adaptasi diukur dengan menggunakan skala Guttman dan skala interval. Segmentasi dan identitas responden diukur dengan menggunakan data nominal.

Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala likert memiliki dua bentuk pernyataan yaitu positif dan negatif. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator, dan dari indikator dijabarkan menjadi sub-indikator yang dapat diukur. Akhirnya subindikator dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pertanyaan/pernyataan yang perlu di jawab oleh responden.

(Metodologi Penelitian Kuantitatif-Ir.Syofian Siregar-Hal-25)

H. UJI KORELASI

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) tersebut terhadap variabel terikat (Y). Dimensi dan indikator variabel mengacu pada variabel bebas, variabel antara, dan variabel terikat.

Jenis analisis korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Korelasi Ganda, yaitu untuk mengetahui tingkat atau kekuatan hubungan antara tiga variabel atau lebih dan untuk mengetahui kontribusi yang dilakukan secara simultan antar variabel. Untuk melihat kapasitas hubungan dilakukan dengan melihat Nilai Korelasi ($r = (-2 \leq 0 \leq 1)$). Untuk melihat tingkat korelasi dan kekuatan hubungan dilakukan dengan melihat hasil nilai korelasi dan tingkat hubungan kedua variabel tersebut.

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.

I. UJI REGRESI

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.

Prosedur analisis faktor dilakukan sesuai dengan prinsip utama analisis faktor yaitu korelasi. Oleh karena itu akan digunakan asumsi-asumsi yang berkaitan dengan korelasi.

Korelasi parsial adalah korelasi antara dua variabel dengan mengasumsikan bahwa variabel lainnya konstan, atau bahkan lebih kecil. Langkah selanjutnya adalah menguji semua matriks korelasi (korelasi antar variabel), yang diukur menggunakan Bartlet Test of Sphericity atau Measure Sampling Adequacy (MSA).

J. UJI KOMPARATIF

Uji komparatif deskriptif menggunakan ANOVA untuk melihat apakah terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel yang diuji dan berdasarkan pemetaan segmen responden yang diuji menggunakan Two Way Anova (Klasifikasi Dua Faktor), yaitu pengujian hipotesis komparatif (perbandingan) untuk k sampel (lebih dari dua sampel) dengan mengukur dan mengelompokkan data berdasarkan dua faktor berpengaruh yang disusun dalam baris dan kolom.

K. CONTOH KASUS LAIN

Contoh kasus yang menerapkan Teori Difusi Inovasi, yaitu Penggunaan totebag berbahan kain sebagai pengganti kantong plastik.

Karena bumi ditemukan banyak penggunaan kantong plastik yang menyebabkan pencemaran lingkungan. Dampak plastik terhadap lingkungan merupakan akibat negatif yang harus ditanggung alam karena keberadaan sampah plastik. Dampak ini ternyata sangat signifikan. Sebagaimana yang diketahui, plastik yang mulai digunakan sekitar 50 tahun yang silam, kini telah menjadi barang yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Diperkirakan ada 500 juta sampai 1 milyar kantong plastik digunakan penduduk dunia dalam satu tahun. Ini berarti ada sekitar 1 juta kantong plastik per menit. Untuk membuatnya, diperlukan 12 juta barel minyak per tahun, dan 14 juta pohon ditebang.

Konsumsi berlebih terhadap plastik, pun mengakibatkan jumlah sampah plastik yang besar. Karena bukan berasal dari senyawa biologis, plastik memiliki sifat sulit terdegradasi (*non-biodegradable*). Plastik diperkirakan membutuhkan waktu 100 hingga 500 tahun hingga dapat terdekomposisi (terurai) dengan sempurna. Sampah kantong plastik dapat mencemari tanah, air, laut, bahkan udara.

Kantong plastik terbuat dari penyulingan gas dan minyak yang disebut *ethylene*. Minyak, gas dan batu bara mentah adalah sumber daya alam yang tak dapat diperbarui. Semakin banyak penggunaan plastik berarti semakin cepat menghabiskan sumber daya alam tersebut.

Dengan adanya Teori Difusi Inovasi ini, penggunaan plastik di ganti dengan totebag atau tas berbahan kain. Toko-toko swalayan dan toko-toko lainnya sudah banyak yang menerapkan tidak menyediakan kantong plastik belanja.

BAB III

PENUTUP

A. KESIMPULAN

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. Teori yang digunakan adalah Teori Difusi Inovasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non Probability Sampling dengan metode purposive sampling. Menggunakan tradisi komunikasi kritik. Jenis data yang digunakan adalah data ordinal dengan menggunakan skala likert. Korelasi diuji dengan menggunakan rumus Korelasi Product Moment Pearson. Jenis analisis korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Korelasi Ganda.

Uji regresi linier berganda yang digunakan. Uji komparatif deskriptif menggunakan ANOVA untuk melihat apakah terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel yang diuji dan berdasarkan pemetaan segmen responden yang diuji menggunakan Two Way Anova (Klasifikasi Dua Faktor).

B. SARAN

Meskipun penulis menginginkan kesempurnaan dalam penyusunan makalah ini akan tetapi pada kenyataannya masih banyak kekurangan yang perlu penulis perbaiki. Hal ini dikarenakan masih minimnya pengetahuan penulis. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sangat penulis harapkan sebagai bahan evaluasi untuk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss. *Teori Komunikasi*. Edited by Oktafiani R., 9th ed., 2014.

M.M Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 4th ed., 2017.

Radita, Tayibnapis Gora. *The Effect of Communication of Vintage Information Through Social Media On Changes in Payment Transaction Patterns among Young People In Jakarta*. 2020, doi:<http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v7i9.1924>.

(Radita)

(M.M Siregar)

(Littlejohn and Foss)