**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Perkembangan komunikasi manusia telah memasuki tahapan yang sangat mengejutkan karena dukungan teknologi komunikasi. Melalui perkebangan teknologi ini, berkaitan dengan media yang memungkinkan peningkatan kapasitas pesan, dan penambahan besaran jumlah audiens yang disetujui oleh media. Mengingat semakin meningkatnya permintaan terhadap teknologi *digital*. Sebagian besar pembuat kebijakaan di dunia harus mengambil keputusan, dengan menyesuaikan potensi teknologi demi pemenuhan kebutuhan pembangunan sosial.

Dalam suatu komunikasi terdapat komunikasi secara lisan atau komunikasi non-lisan. Salah satu komunikasi lisan yaitu menggukan media sosial seperti aplikasi. Hal ini disebabkan karena penggunaan media sosial yang terdorong cepat, mudah, kuat dan memiliki fitur yang selalu berkembang dalam mengikuti perkembangan jaman.

Liliweri, (2015:289) menyatakan bahwa :

“Media sosial sebagai media komunikasi yang dikembangkan untuk membantu orang untuk memenuhi kebutuhan itu. Kehadirannya ini membuat manusia dapat berbagi perspektif, wawancara, pengalamann dan opini yang satu dengan lain melalui media sosial”

Pada jaman ini, berbagai kebutuhan manusia dapat terpenuhi dengan satu barang yaitu *Smartphone* sampai saat ini. Dengan adanya perkembangan ini, ada pula aplikasi – aplikasi yang disuguhkan oleh para perusahaan media *digital* yang dilengkapi berbagai inovasi – inovias didalamnya serta memiliki manfaatnya tersendiri.

Liliweri, (2015: 58) menyatakan bahwa :

“Komunikasi bermedia ini menguntungkan karena dua pihak yang berada pada dua titik ruang yang berbeda, antara dua lokasi di dua tempat yang berbeda, dua tempat yang masing – masing pulau dan benua dapat berkomunikasi mengatasi jarak fisik melalui jarak fisik tertentu.”

Pada kutipan diatas terlihat bahwa, setiap individu dapat berkomunikasi dengan suatu media atau dapat dikatakan sebagai komunikasi bermedia. Pada media tersebutlah yang membantu kelancaran komunikasi yang terjalin, untuk mendekatkan yang jauh.

Seiring dengan berkembangnya teknologi dari waktu ke waktu semakin banyak bermunculan berbagai inovasi dalam segala bidang. Dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin canggih akan bermanfaat dalam membentuk sebuah inovasi baru didalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran, setiap perusahaan tentunya berusaha menciptakan berbagai inovasi yang dapat memberikan sebuah pengetahuan baru bagi khalayak luas sehingga dapat menambah wawasan terutama tentang perkembangan teknologi yang ada disekitar.

Rogers (2003:10) menyatakan bahwa:

*“An innovation is an idea, practise, or object that is perceived as new by an individual or other unit of adoption. It matters little, so far as human behavior is concerned, wheteher or not an idea is “objectively” new as measured by the lapse of time since its first use or discovery. The perceived newness of the idea for the individual, it is an innovation.”*

Sebuah inovasi tentunya harus disebarluaskan kepada khalayak luas agar inovasi produk dari suatu perusahaan dapat diketahui khalayak luas. Sehingga perusahaan juga harus bisa merencanakan berbagai program untuk memperkenalkan inovasi yang telah mereka bentuk atau ciptakan. Dengan merencanakan program untuk memperkenalkan inovasi yang telah dibentuk perusahaan dapat mengetahui tanggapan masyarakat mengenai informasi tersebut. Bagi setiap perusahaan, penyebaran inovasi diharapakan mendapat tanggapan positif dari seluruh masyarakat yang mengetahuinya.

Seperti yang dikatakan Rogers (2003:4), bahwa:

*“Diffusion is the process in which an innovation is communicated through certain channels over time among the member of a social system. It is a special type of communication, in that the messages are concerned with new ideas. Communication is a process in which participants create and share information with one another in order to reach a mutual understanding.”*

Salah satu penerapan inovasi komunikasi dilakukan oleh PT. Cari Aja Indonesia yaitu dengan melakukan inovasi Fitur cek saldo E-Money pada aplikasi Cari Aja. E-Money sendiri merupakan uang elektronik (atau uang digital) adalah uang yang digunakan dalam transaksi Internet dengan cara elektronik. Biasanya, transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan komputer (seperti internet dan sistem penyimpanan harga digital). E-Money adalah jenis kartu semi konduktor yang sering digunakan untuk *public transportation, parking, ID Card*, kartu toll, tiket dan masih banyak aplikasi lainnya. Dalam melakukan sistem pembayaran, masyarakat tidak perlu lagi menggunakan sistem konvensional yaitu dengan melakukan pembayaran tunai melainkan kini menggunakan E-Money. Cara penggunaan E-Money ini adalah dengan melakukan isi ulang saldo dalam kartu E-Money melalui sistem komputer yang telah tersedia. Dalam melakukan pembayaran, masyarakat hanya perlu menempelkan kartu ke alat – alat yang men-*support* sistem E-money dan kasir akan mengakumulasikan jumlah yang tertera sesuai yang telah terintegrasi kedalam komputer.

Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti ingin mengangkat sebuah topik skripsi melalui Teori Difusi Inovasi dengan menggunakan metode kualitatif mengenai “Proses Difusi Inovasi Fitur Cek Saldo E-Money pada Aplikasi Cari Aja”

1. **Rumusan Masalah**

Bedasarkan latar belakang diatas yang peneliti bahas sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana Proses Inovasi Fitur Cek Saldo E-Money pada Aplikasi Cari Aja ?”

1. **Identifikasi Masalah**
2. Bagaimana inovasi dalam Proses Inovasi Fitur Cek Saldo E-Money pada Aplikasi Cari Aja ?
3. Bagaimana saluran komunikasi dalam Proses Inovasi Fitur Cek Saldo E-Money pada Aplikasi Cari Aja ?
4. Bagaimana waktu yang dibutuhkan dalam Proses Inovasi Fitur Cek Saldo E-Money pada Aplikasi Cari Aja ?
5. Bagaimana sistem sosial dalam Proses Inovasi Fitur Cek Saldo E-Money pada Aplikasi Cari Aja ?
6. **Tujuan Penelitian**
7. Untuk mengetahui inovasi dalam Proses Inovasi Fitur Cek Saldo E-Money pada Aplikasi Cari Aja ?
8. Untuk mengetahui saluran komunikasi dalam Proses Inovasi Fitur Cek Saldo E-Money pada Aplikasi Cari Aja ?
9. Untuk mengetahui waktu yang dibutuhkan dalam Proses Inovasi Fitur Cek Saldo E-Money pada Aplikasi Cari Aja ?
10. Untuk mengetahui sistem sosial dalam Proses Inovasi Fitur Cek Saldo E-Money pada Aplikasi Cari Aja ?
11. **Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis
   1. Dapat memberikan kontribusi pada kajian ilmu komunikasi terutama pada mata kuliah Perkembangan Teknologi Komunikasi.
   2. Sebagai referensi yang dapat dijadikan suatu bahan untuk penelitian – penelitian berikutnya dengan penelitian yang berkaitan dengan Proses Inovasi Fitur Cek Saldo E-Money pada Aplikasi Cari Aja
2. Manfaat Praktis
   1. Penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi semua pengguna aplikasi, serta memberikan panduan dalam menggunakan aplikasi.
   2. Penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi kreator – kreator aplikasi, agar dapat membuat aplikasi yang kreatif, dan berguna bagi khalayak banyak.
   3. Penelitian ini dapat menjadi masukan kepada pihak developer aplikasi Cari Aja, mengenai kekurang dari Fitur Cek Saldo *E-Money* ini.