

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Sejenis Sebelumnya**

Semakin berkembangnya teknologi informasi mendorong inovasi-inovasi tentang pengemasan informasi atau kemas ulang informasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna yang dapat mereka akses dengan mudah dan cepat. Maka perlu adanya mengetahui efektivitas suatu produk kemas ulang informasi.

Penelitian sejenis sebelumnya yang pertama berupa thesis mahasiswa dari Universitas Sebelas Maret, Program Studi Ilmu Komunikasi pada tahun 2016 oleh Muhammad Chandra Kurniyawan dengan judul “Pengaruh Karakteristik Inovasi dan Terpaan Media terhadap Keputusan Adopsi *Audiobook* (Studi Survey Pada Pengaruh Karakteristik Inovasi dan Terpaan Media Terhadap Keputusan untuk mengadopsi *Audiobook* Listeno di kalangan pengguna di Wilayah Kota Yogyakarta pada Bulan Juli-Agustus 2016)”. Listeno merupakan sebuah usaha dalam bidang teknologi komunikasi yang fokus dalam pembuatan, penyuntingan dan produksi *audiobook* berbahasa Indonesia. *Audiobook* Listeno, untuk saat ini hanya dapat digunakan oleh pengguna smarthphone bersistem operasi Android. Dalam melakukan penyebaran informasi, Listeno juga menggunakan sosial media yang marak digunakan masyarakat saat ini, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan *Website*. Inovasi serta informasi yang diberikan oleh Listeno melalui sosial media tersebut tentunya diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pengguna untuk mengadopsi *audiobook* Listeno. Penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan

metode survey dengan mengambil populasi sebanyak 300 orang, yang didapat dari total kuota responden. Angket yang digunakan peneliti menggunakan fasilitas dari Google Form, sehingga penyebarannya menggunakan link kemudian disebar melalui sosial media dan email pengguna. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh Karakteristik Inovasi terhadap keputusan adopsi *audiobook* listeno sebesar 0,110 dengan signifikansi 0,000 dan  $R^2$  0,110. Pengaruh terpaan media terhadap keputusan adopsi *audiobook* listeno sebesar 0,246, dengan signifikansi 0,000 dan  $R^2$  0,246. Pengaruh Karakteristik Inovasi dan terpaan media terhadap keputusan adopsi *audiobook* sebesar 0,340 dengan signifikansi 0,000 dan  $R^2$  0,340. Karakteristik Inovasi *audiobook* berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna untuk mengadopsi *audiobook* Listen. Terpaan media berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna untuk mengadopsi *audiobook* Listeno. Dari tiga variabel yang disajikan oleh peneliti, tentunya membawa sebuah pengetahuan baru, bahwa Karakteristik Inovasi maupun terpaan media sangat berpengaruh terhadap keputusan mengadopsi seseorang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sejenis sebelumnya yang pertama yaitu menunjukkan inovasi dari sebuah adanya kemajuan teknologi berupa *audiobook* yang merupakan sebuah inovasi sebagai alternatif dalam menikmati sebuah buku dan teori yang digunakan juga sama dengan penelitian ini yaitu adopsi inovasi. Perbedaan dari penelitian ini yaitu objek penelitian dari penelitian ini adalah sebuah *audiobook* yang berupa aplikasi.

Penelitian sejenis sebelumnya yang kedua merupakan artikel jurnal nasional yang dimuat di jurnal *Lentera Pustaka*, 2 (2), hlm. 95-107, 2016 oleh Wahid Nashihuddin dan Tupan. Penelitian ini berjudul “Manajemen Layanan Kemas Ulang Informasi Digital di PDII LIPI”. Tujuan dari kajian ini untuk mendeskripsikan proses pengelolaan produk kemas ulang informasi digital di PDII LIPI, yang dilihat dari aspek karakteristik pengguna jasa informasi, kegiatan kemas ulang informasi, jenis produk kemas ulang informasi dan proses kemas ulang informasi di PDII LIPI. Data dalam kajian ini dijabarkan secara deskriptif, melalui hasil observasi, studi literatur, dan dokumentasi. Kesimpulan kajian ini, yaitu kemas ulang informasi digital disediakan untuk memenuhi kebutuhan pengguna PDII, baik *digital immigrant* maupun *digital natives*, fungsi kegiatan kemas ulang informasi adalah untuk preservasi dan diseminasi informasi ilmiah, kemas informasi digital yang dikelola PDII adalah paket informasi *full text* terseleksi dalam satu topik, dalam bentuk *e-book* dan pohon industri digital dan kegiatan kemas ulang informasi digital dilakukan secara cermat dan sistematis berdasarkan permintaan pengguna.

Penelitian sebelumnya yang kedua menunjukkan persamaan yaitu menjelaskan bahwa produk informasi sudah merambah ke ranah digital. Salah satunya yang dilakukan di PDII LIPI adalah pohon industri digital yang berupa *e-book* yang dapat diakses secara online melalui *website*. Perbedaan dari penelitian ini adalah metode pengambilan data yang menggunakan hasil observasi, studi literatur, dan dokumentasi dan teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori kemas ulang informasi.

Penelitian sejenis sebelumnya yang ketiga berupa thesis mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta, Program Studi Manajemen tahun 2017 oleh Sholahudin. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Karakteristik Inovasi terhadap Niat Mengadopsi Solopos *Epaper*”. Paper ini untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi karakteristik inovasi terhadap niat mengadopsi Solopos *epaper*. Saat ini, banyak perusahaan surat kabar di Indonesia yang menawarkan layanan koran elektronik (*epaper*). Tapi saat ini tidak banyak penelitian yang menganalisis faktor-faktor yang bisa membantu industri *epaper* untuk merancang layanan *epaper* yang baik. Penelitian ini akan mengisi minimnya penelitian tentang fenomena *epaper*. Penelitian menggunakan *Diffusion of Innovation (DOI)* serta *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai basis teori. Penelitian melibatkan 103 responden para pembaca Solopos. Penelitian menunjukkan bahwa *relative advantage* dan *observability* berpengaruh positif terhadap niat mengadopsi Solopos *epaper*. Kemudian *compatibility*, *complexity*, dan *trialability* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat mengadopsi Solopos *epaper*. Hasil penelitian ini berguna untuk mengembangkan industri surat kabar elektronik di Indonesia.

Persamaan dengan penelitian yang ketiga adalah teori yang digunakan untuk mengetahui adopsi inovasi dari *epaper* Solopos. Persamaan yang kedua adalah metode pengambilan data yang digunakan menggunakan kuesioner. Perbedaan dari penelitian ini adalah objek penelitian dalam penelitian yang ketiga adalah *epaper* dari sebuah surat kabar yang biasanya merupakan koran tercetak kini informasi dapat dibuat dalam bentuk *epaper*.

Persamaan yang paling menonjol dari ketiga penelitian tersebut adalah adanya kesamaan sebuah inovasi dari bentuk yang tercetak kemudian menjadi bentuk elektronik seperti *audiobook*, *e-book* dan *epaper*.. Dari penelitian tersebut juga dapat dilihat perkembangan produk informasi yang awalnya berupa tercetak kemudian merambah ke ranah digital dengan adanya kemajuan teknologi dan internet sehingga saat ini *website* menjadi salah satu produk kemas ulang informasi yang digemari terlebih bagi *digital immigrant* maupun *digital natives*. Selain itu terdapat persamaan dalam teknik pengambilan data dari penelitian pertama dan ketiga yaitu menggunakan kuesioner. Perbedaan dengan ketiga penelitian tersebut adalah belum ada penelitian yang menjadikan *website* sebagai objek penelitian atau fokus kajian sebagai salah satu inovasi dari sarana pencarian informasi. Selain itu, terdapat perbedaan dalam teknik pengambilan data dan teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini dengan ketiga penelitian sebelumnya.

Dengan melihat penelitian sebelumnya mengenai perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini dapat memperlihatkan *novelty* (keterbaruan) dari penelitian yang akan dilaksanakan adalah untuk mengetahui efektivitas dari sarana pencarian informasi yang berupa *website* yang saat ini banyak ditawarkan oleh lembaga maupun organisasi dalam era digital ini.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Konsep Efektivitas *Website***

Kebutuhan informasi pada era digital pengguna menuntut semua hal yang serba cepat dan mudah, dengan adanya internet yang merupakan jaringan terbesar yang menghubungkan jutaan komputer yang tersebar di seluruh dunia. Hal tersebut membuat pertukaran informasi dapat terjadi secara efisien dan efektif. Salah satu sumber daya internet yang paling banyak digunakan adalah surat elektronik (*e-mail*) dan *world wide web* atau *website* (Kadir, 2003).

Dalam KBBI, efektivitas berasal dari kata dasar efektif yang memiliki arti ada efeknya atau akibatnya, pengaruhnya, kesannya, manjur atau mujarab, dapat membawa hasil, berhasil guna tentang usaha atau tindakan, mangkus, mulai berlaku (tentang undang-undang, peraturan) (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008). Kemudian pendapat ahli lain mengemukakan bahwa efektivitas merupakan kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Handoko, 2001).

Sejalan dengan yang diungkapkan oleh Susilo Martoyo, efektivitas didefinisikan sebagai suatu kondisi atau keadaan dimana memilih tujuan yang hendak dicapai dan saran atau peralatan yang digunakan, disertai dengan kemampuan yang tepat hingga mendapatkan hasil yang memuaskan (Martoyo, 2002). Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian dari efektivitas adalah tindakan yang dilakukan disertai dengan kemampuan yang tepat untuk dapat memberi hasil yang memuaskan atau keberhasilan mencapai tujuan tertentu dari suatu tindakan.

*Website* (web) dapat diartikan sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa teks, gambar, video, audio, dan animasi yang disediakan melalui jalur internet yang ditampilkan oleh *browser* seperti Mozilla Firefox, Google Chrome atau yang lainnya (Abdullah, 2016). Pengertian *website* yang lain yaitu merupakan sistem yang memungkinkan pengaksesan informasi dalam internet melalui pendekatan *hypertext* atau dikenal juga dengan sebutan *World Wide Web*. Web menggunakan protokol HTTP (*HyperText Transfer Protocol*) dan untuk dokumen dalam format HTML (*HyperText Markup Language*) yang disimpan dalam *web server* dan dapat diakses oleh pengguna menggunakan *browser* seperti Google Chrome, Mozilla Firefox, atau *browser* lainnya (Kadir, 2003).

Dari beberapa pengertian di atas *website* adalah sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa teks, gambar, video, audio, dan animasi yang memungkinkan pengaksesan informasi dalam internet melalui pendekatan *hypertext* atau dikenal juga dengan sebutan *World Wide Web*. Dapat diakses oleh pengguna menggunakan *browser* seperti Google Chrome, Mozilla Firefox, atau *browser* lainnya. Berdasarkan kesimpulan dari pengertian efektivitas dan *website* maka dapat didefinisikan bahwa efektivitas *website* adalah tindakan yang dilakukan untuk mengetahui hasil atau keberhasilan mencapai tujuan tertentu dari sebuah *website* yang berupa berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa teks, gambar, video, audio, dan animasi yang memungkinkan pengaksesan informasi dalam internet.

Hadirnya internet dan banyaknya *website* yang ditawarkan menjadikan masyarakat mulai menggunakan berbagai alat elektronik atau gawai (*gadget*) dalam memenuhi kebutuhan informasi setiap hari. Pada era digital saat ini memungkinkan semua orang untuk dapat memproduksi informasi dan disebarakan melalui *website*. Hal ini dapat menyebabkan banyaknya informasi sehingga masyarakat dapat menikmati informasi dengan memenuhi kebutuhan informasi yang mereka butuhkan dan terjadi sebuah ledakan informasi.

Ledakan informasi adalah produksi informasi yang semakin berlipat ganda tetapi mengabaikan pembuat informasi, kesahihan, objektivitas, kemuthakhiran dan ruang lingkup dari sebuah informasi (Widyawan, 2014). Selain itu informasi di era digital dikemas dalam bentuk yang tidak disesuaikan berdasarkan kemampuan pengguna dan menjadikan informasi tidak dimanfaatkan dengan maksimal. Maka salah satu cara untuk dapat mengatasi masalah tersebut dengan mengemas informasi melalui kegiatan kemas ulang informasi.

### **2.2.2 Konsep Sarana Pencarian Informasi**

Dalam kehidupan sehari-hari, kata “pengetahuan” banyak digunakan oleh masyarakat. Namun, disamping itu juga ada yang disebut “data” dan “informasi”. Banyak orang yang beranggapan bahwa ketiga kata tersebut memiliki pengertian yang sama. Oleh karena itu, maka perlu mengetahui definisi dari data (*data*), informasi (*information*) dan pengetahuan (*knowledge*) sebagai berikut :

Abdul Kadir dalam bukunya menjelaskan mengenai data, informasi, dan pengetahuan. Data adalah deskripsi benda, kejadian, aktivitas, dan transaksi, yang tidak mempunyai makna atau tidak memiliki pengaruh secara langsung kepada pemakai. Kemudian informasi adalah data yang sudah diolah sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut. Sedangkan pengetahuan adalah kombinasi dari gagasan yang kemudian mengarahkan pengguna untuk mengambil tindakan atau keputusan (Kadir, 2003).

Menurut Rosa Widyan (2014), data merupakan fakta dan gambar mentah yang tidak mempunyai konteks atau makna, sementara informasi adalah data yang mempunyai makna dan disajikan dalam suatu konteks. Untuk menjadi sebuah pengetahuan, informasi melalui proses penambahan dan proses pemahaman. Orang yang mempunyai pemahaman dapat mengambil tindakan bermanfaat karena mereka mampu mensintesis pengetahuan atau informasi yang baru dan informasi yang mereka miliki sebelumnya. Dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa data adalah suatu bahan mentah baik berupa gambar maupun fakta yang belum memiliki makna atau manfaat. Kemudian data tersebut diolah dan menjadikannya sebuah informasi. Informasi tersebut kemudian memberikan manfaat bagi pengguna dengan adanya tindakan sebagai hasil dari pemahaman informasi baru dan informasi yang sudah dimilikinya sehingga menjadikannya sebagai sebuah pengetahuan.

Pengetahuan (*knowledge*) terbagi menjadi dua kategori yaitu *Tacit Knowledge* dan *Explicit Knowledge*. *Tacit knowledge* tidak mudah untuk diartikan dan juga tidak mudah untuk dituliskan dalam tulisan, kata atau gambar. Sebaliknya,

*explicit knowledge* mewakili isi yang sudah ditangkap dalam bentuk yang bentuk yang berwujud seperti tulisan, rekaman suara, dan gambar (Dalkir, 2005). Tabel 2.1 menunjukkan ringkasan beberapa karakteristik dari *Tacit Knowledge* dan *Explicit Knowledge* yang dijelaskan oleh Dalkir :

Tabel 2.1 Karakteristik *Tacit Knowledge* dan *Explicit Knowledge*

<b><i>Tacit Knowledge</i></b>	<b><i>Explicit Knowledge</i></b>
1. Kemampuan untuk beradaptasi dengan situasi yang baru dan tak terduga.	a. Kemampuan untuk menyebarkan, untuk menghasilkan kembali, akses dan untuk menerapkan kembali dalam organisasi.
2. Ahli dalam <i>know-how</i> , <i>know-why</i> , dan <i>care-why</i>	b. Kemampuan untuk mengajar dan melatih
3. Kemampuan untuk berkolaborasi, untuk berbagi visi, dan meneruskan sebuah budaya.	c. Kemampuan untuk mengorganisasi, untuk mensistemasi, untuk menerjemahkan sebuah visi ke dalam pernyataan, kedalam <i>operational guidelines</i>

Sumber : (Dalkir, 2005)

Dari tabel 2.1, *Tacit Knowledge* berupa ide atau gagasan dalam diri seseorang sedangkan *Explicit Knowledge* sudah dikomunikasikan dengan bentuk yang mudah dipahami untuk digunakan kembali oleh orang lain atau diterapkan dalam organisasi.

Informasi juga tersedia dalam berbagai bentuk. Informasi tidak hanya memiliki bentuk cetak seperti pada buku, jurnal tercetak, majalah atau pun koran. Bentuk informasi saat ini terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Hal tersebut memunculkan bentuk informasi yang berupa bahan elektronik (*digital*). Contohnya adalah informasi dikemas dalam bentuk e-book, e-journals, situs web dan pangkalan data yang membutuhkan komputer atau peralatan khusus

lainnya untuk dapat mengaksesnya. Keunggulan dari informasi elektronik adalah mudah digandakan dan ditransfer, tetapi informasi tersebut mudah dimanipulasi (Widyawan, 2014).

Menurut Yahaya Ogbe Agbaji dan Wesley Odumu, dengan adanya internet informasi juga dapat dikemas sedemikian rupa dan disebarakan melalui konektivitas internet sehingga dapat meningkatkan pelayanan dalam kemas ulang informasi. munculnya *World Wide Web* (WWW), memungkinkan semua jenis dokumen yang berisi teks, suara video, dan grafik atau gambar dinamis untuk di-*hyperlink* satu sama lain. Seluruh koleksi dokumen-dokumen ini disimpan dalam sistem komputer (disebut *website*) di seluruh dunia. Informasi tentang berbagai bidang studi mulai dari layanan perpustakaan dan pusat informasi, informasi tentang populasi, ekonomi dunia, atau lainnya tersedia di sini. Informasi ini juga dapat disebarakan dan dinikmati oleh pengguna dari seluruh dunia.

Informasi semakin berlipat ganda tetapi mengabaikan pembuat informasi, kesahihan, objektivitas, kemuthakhiran dan ruang lingkup dari sebuah informasi dan dapat menjadi informasi yang menyesatkan (*misleading information*). Hal tersebut dapat dikaitkan dengan fenomena yang dinamakan ledakan informasi. Laju perkembangan informasi begitu pesat sehingga informasi yang relevan dapat terlewatkan dan merugikan pengguna.

Dalam hal ini, ketrampilan menemukan kembali informasi merupakan ketrampilan yang penting bagi pengguna. Mengevaluasi informasi khususnya dari sumber berbasis web dapat menghindarkan pengguna dari informasi yang menyesatkan. secara kritis, sehingga memberikan kontribusi cukup penting untuk pemahaman

sifat evaluasi (Fitzgerald dalam Widyawan, 2014). Terdapat parameter untuk mengukur apakah sebuah dokumen laik dijadikan sebagai sitiran atau tidak, dengan tolok ukur (Widyawan, 2014) sebagai berikut :

1. Kepengarangan

Informasi yang beredar di internet seringkali muncul dengan penulis yang anonim. Sehingga membuat situs tersebut diragukan isi dari konten tersebut. Pengguna perlu melihat dan mengetahui latar belakang dari penulis tersebut seperti pendidikan atau kualifikasi dalam bidang tertentu atau mungkin penulis tersebut bekerja sama dengan pihak lain atau lembaga yang dapat dipercaya. Mengevaluasi informasi adalah menilai kualitas atau gagasan dari sebuah literatur

2. Kesahihan/keakuratan

Menilai isi informasi lebih sulit disbanding dengan menilai kepengarangan dari suatu informasi. Kesahihan dapat dilihat dari informasi tersebut disajikan oleh penulis dengan mencantumkan sitiran dan sumber dari tulisan yang diterbitkan tersebut.

3. Objektivitas

Objektivitas berarti semua unsur persoalan digambarkan secara adil, tanpa adanya propaganda atau kelalaian yang menyesatkan. Untuk menilai objektivitas dari informasi tersebut, pengguna diharapkan dapat menguasai topic dari informasi yang didapatkan tersebut. Objektivitas sebuah informasi dapat dilihat dari tujuan penulisan, atau keinginan penulis tentang tujuan yang subyektif atau memawarkan sebuah produk atau layanan tertentu. Informasi

yang berasal dari sebuah organisasi berpotensi adanya bias dalam informasi tersebut. Hal ini dikarenakan organisasi bisa saja mempunyai sebuah kepentingan komersial, ideologis, atau politik maka pengguna harus cermat dalam melihat objektivitas informasi tersebut.

#### 4. Kemutakhiran

Sebuah artikel dapat dianggap mutakhir jika informasi tersebut merupakan informasi terkini dan masih sahih. Waktu penerbitan informasi juga dapat menjadi acuan dalam menilai sebuah informasi. Informasi yang diterbitkan hendaknya adalah edisi terakhir atau yang terbaru dari sebuah topik. Hal ini dikarenakan informasi terus berkembang dan senantiasa diperbarui

#### 5. Ruang lingkup

Ruang lingkup berarti kelengkapan informasi yang disajikan harus relevan dengan topik yang dibutuhkan oleh pengguna. Ruang lingkup termasuk kedalaman (tingkat rincian) dan keluasan (kelengkapan) informasi yang disajikan. Selain itu, aspek yang perlu diperhatikan adalah kelengkapan dan keunikan informasi yang disajikan.

Oleh karena itu ketrampilan untuk menemukan informasi dan mengevaluasi informasi sangat dibutuhkan oleh pengguna untuk menemukan informasi yang relevan. Sarana akses memudahkan pengguna menelusur sumber informasi yang dibutuhkan pengguna seiring dengan era digital yang membutuhkan sumber informasi berupa sumber elektronik maupun tercetak. Sarana akses yang umum digunakan yakni katalog perpustakaan, indeks dan mesin pencari. Munculnya dokumen elektronik, menjadikan sumber informasi terutama koleksi referensi

berubah cepat sekali. Pengguna menginginkan rujukan secara cepat misalnya dalam sebuah almanak. Selain itu, pengguna membutuhkan berbagai sumber informasi, termasuk sarana *on-line* dan internet. Proses penelusuran juga akan lebih efektif jika melibatkan dan menggunakan dokumen elektronik.

Perkembangan teknologi memunculkan berbagai inovasi dari sarana pencarian informasi pengguna. Inovasi menurut Rogers (1983) adalah sebuah ide, praktik, atau objek yang dipersepsikan sebagai sesuatu yang baru oleh individu. Inovasi memungkinkan perbedaan pandangan antara satu individu, komunitas masyarakat atau sistem sosial dengan lainnya dalam memandang sebuah inovasi. Mungkin saja inovasi itu telah lama ditemukan, namun apabila ada individu-individu yang masih mempersepsikan inovasi itu sebagai sesuatu yang baru, maka “sesuatu” itu masih bisa disebut sebagai inovasi bagi mereka. Inovasi perlu disebarkan agar pengguna mengetahui inovasi tersebut dan dimanfaatkan oleh pengguna itu sendiri

Menurut Rogers, penyebaran atau *diffusion* adalah proses suatu inovasi disampaikan atau dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara anggota sistem sosial. Model Difusi Inovasi Rogers mengemukakan tentang difusi inovasi yang dapat digunakan untuk menganalisis penggunaan sebuah inovasi, misalnya teknologi baru (Widyawan, 2014). Proses adopsi inovasi menurut model difusi inovasi Rogers terdiri dari lima variabel antara lain sebagai berikut :

1. Kesadaran, ketika pengguna mencoba suatu inovasi dan mempelajarinya.
2. Timbul minat dan pengetahuan, ketika pengguna produk kemas ulang informasi mencari informasi lebih lanjut tentang inovasi produk tersebut. Dalam tahap ini

terdapat lima karakteristik inovasi menurut Rogers (1995) antara lain sebagai berikut :

a. *Relative Advantage* (Kegunaan Relatif)

*Relative Advantage* (Kegunaan Relatif) adalah tingkat kelebihan suatu inovasi dibandingkan inovasi sebelumnya atau dari suatu hal-hal yang dilakukan sebelumnya. Keuntungan relatif biasanya diukur dari segi ekonomi, prestasi sosial, kenyamanan, dan kepuasan. Semakin besar keuntungan relatif didapatkan oleh pengguna, maka semakin cepat pengguna akan menggunakan inovasi tersebut.

b. *Compatibility* (Kecocokan)

*Compatibility* (Kecocokan) adalah tingkat kecocokan dari suatu inovasi. Sebuah inovasi yang muncul dilihat apakah sesuai dengan nilai-nilai, pengalaman, dan kebutuhan yang ada. Jika berlawanan dengan atau tidak sesuai dengan pengguna maka akan menyulitkan suatu inovasi untuk digunakan.

c. *Complexity* (Kompleksitas / Kerumitan)

*Complexity* (Kompleksitas / Kerumitan) adalah tingkat kerumitan dari penggunaan suatu inovasi saat digunakan oleh pengguna dan pemahaman pengguna tentang inovasi tersebut. Semakin mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna, maka semakin cepat pengguna menggunakan inovasi tersebut.

d. *Trialability* (Percobaan)

*Trialability* (Percobaan) adalah tingkat suatu inovasi untuk dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Inovasi diujicobakan pada keadaan yang sesungguhnya dan dapat menunjukkan keunggulannya agar pengguna menggunakan inovasi tersebut.

e. *Observability* (Observatif)

*Observability* (Observatif) adalah tingkat untuk mengukur keberhasilan penggunaan suatu inovasi saat dilihat oleh orang lain. Dari hasil penglihatan ini, orang lain kemungkinan besar akan ikut menggunakan inovasi tersebut karena mereka melihat kemudahan dan keunggulan dari suatu inovasi.

3. Pembentukan perilaku, pengguna mengevaluasi inovasi dan menentukan menyukai inovasi yang ditawarkan atau tidak menyukai.
4. Keputusan mencoba, pengguna mulai menggunakan produk kemas ulang informasi tersebut dalam skala kecil.
5. Penerimaan atau penolakan, setelah pengguna menggunakan dan mendapatkan pengalaman dari kegiatan tersebut. Pengguna dapat memutuskan untuk menolak atau menerima inovasi tersebut sepenuhnya.

Tujuan akhir dari adanya inovasi dalam sarana pencarian informasi adalah kebutuhan informasi pengguna dipenuhi secara memuaskan. Informasi dilakukan secara menyeluruh dan selalu ditingkatkan agar dapat tercapai interaksi antara pengguna dan lembaga atau instansi yang mengeluarkan informasi tersebut (Widyawan, 2014).

### **2.2.3 Relevansi Efektivitas *Website* sebagai Sarana Pencarian**

#### **Informasi**

Warisan budaya tak benda meliputi segala praktik, presentasi, ekspresi, pengetahuan, keterampilan serta alat-alat, benda (alamiah), artefak dan ruang-ruang budaya yang diakui sebagai bagian warisan budaya suatu masyarakat. Warisan budaya takbenda ini, yang diwariskan dari generasi ke generasi, senantiasa diciptakan kembali oleh berbagai kelompok dan memberikan rasa jati diri dan keberlanjutan, untuk memajukan penghormatan keanekaragaman budaya dan daya cipta insani (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2009). Warisan budaya tak benda masuk dalam pengetahuan ini dinamakan *Tacit Knowledge*. *Tacit Knowledge* perlu perhatian khusus karena pengetahuan tersebut tersembunyi dan tidak dapat dilihat oleh manusia maka perlu dilakukan konversi dari *Tacit Knowledge* ke *Explicit Knowledge*.

Pengetahuan tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah referensi dalam bentuk ensiklopedia. Ensiklopedia adalah cara rujukan cepat yang menyajikan informasi mengenai setiap cabang ilmu pengetahuan atau salah satu cabang ilmu pengetahuan. Ensiklopedia lebih tepat untuk digunakan mencari informasi umum dari suatu ilmu pengetahuan dan ensiklopedia memuat banyak informasi dan berarti (Sulistyo-Basuki, 1991). Munculnya dokumen elektronik, menjadikan sumber informasi terutama koleksi referensi berubah cepat sekali. Kemasan dari sebuah informasi membawa peran penting dalam hal layanan dan inovasi dalam pengemasan bentuk informasi. Penyajian menjadi kunci kepuasan dari pengguna

dan kepuasan pengguna menjadi tantangan yang harus dipenuhi. *Website* dapat menjadi salah satu inovasi yang dijadikan sebagai sarana akses sumber rujukan. *Website* yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa teks, gambar, video, audio, dan animasi yang memungkinkan pengaksesan informasi dan penyajian yang lengkap dalam sebagai sarana pencarian informasi.

Sebuah inovasi perlu disebarkan kepada pengguna agar pengguna dapat memanfaatkan produk tersebut. Dengan adanya media, penyebaran informasi dapat dilakukan secara efektif apabila melihat dari kebutuhan informasi pengguna karena kemas ulang informasi menitikberatkan kepada pengguna. Model difusi Inovasi Rogers mengemukakan tentang difusi inovasi yang dapat digunakan untuk menganalisis penggunaan sebuah inovasi, misalnya teknologi baru (Widyawan, 2014). Tingkat adopsi inovasi menurut model difusi inovasi Rogers terdiri dari lima variabel antara lain sebagai berikut :

1. Kesadaran, ketika pengguna mencoba suatu inovasi dan mempelajarinya.
2. Timbul minat dan pengetahuan, ketika pengguna produk kemas ulang informasi mencari informasi lebih lanjut tentang inovasi produk tersebut.

Dalam tahap ini terdapat lima karakteristik inovasi menurut Rogers (1995) antara lain sebagai berikut :

a. *Relative Advantage* (Kegunaan Relatif)

*Relative Advantage* (Kegunaan Relatif) adalah tingkat kelebihan suatu inovasi dibandingkan inovasi sebelumnya atau dari suatu hal-hal yang dilakukan sebelumnya. Keuntungan relatif biasanya diukur dari segi ekonomi, prestasi sosial, kenyamanan, dan kepuasan. Semakin besar

keuntungan relatif didapatkan oleh pengguna, maka semakin cepat pengguna akan menggunakan inovasi tersebut.

b. *Compatibility* (Kecocokan)

*Compatibility* (Kecocokan) adalah tingkat kecocokan dari suatu inovasi. Sebuah inovasi yang muncul dilihat apakah sesuai dengan nilai-nilai, pengalaman, dan kebutuhan yang ada. Jika berlawanan dengan atau tidak sesuai dengan pengguna maka akan menyulitkan suatu inovasi untuk digunakan.

c. *Complexity* (Kompleksitas / Kerumitan)

*Complexity* (Kompleksitas / Kerumitan) adalah tingkat kerumitan dari penggunaan suatu inovasi saat digunakan oleh pengguna dan pemahaman pengguna tentang inovasi tersebut. Semakin mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna, maka semakin cepat pengguna menggunakan inovasi tersebut.

d. *Trialability* (Percobaan)

*Trialability* (Percobaan) adalah tingkat suatu inovasi untuk dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Inovasi diujicobakan pada keadaan yang sesungguhnya dan dapat menunjukkan keunggulannya agar pengguna menggunakan inovasi tersebut.

e. *Observability* (Observatif)

*Observability* (Observatif) adalah tingkat untuk mengukur keberhasilan penggunaan suatu inovasi saat dilihat oleh orang lain. Dari hasil penglihatan

ini, orang lain kemungkinan besar akan ikut menggunakan inovasi tersebut karena mereka melihat kemudahan dan keunggulan dari suatu inovasi.

3. Pembentukan perilaku, pengguna mengevaluasi inovasi dan menentukan menyukai inovasi yang ditawarkan atau tidak menyukai.
4. Keputusan mencoba, pengguna mulai menggunakan produk kemas ulang informasi tersebut dalam skala kecil.
5. Penerimaan atau penolakan, setelah pengguna menggunakan dan mendapatkan pengalaman dari kegiatan tersebut. Pengguna dapat memutuskan untuk menolak atau menerima inovasi tersebut sepenuhnya.

Adanya sebuah inovasi dalam sarana pencarian informasi dapat menjawab tantangan mengenai sulitnya dalam penyebaran informasi saat ini. Sehingga penyampaian informasi lebih efektif atau mengubah informasi dengan bentuk lain, dan disampaikan pada kelompok tertentu dan lain sebagainya. (V.Ejigou dalam Widyawan, 2014).