

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam masa perkembangan dunia digital, masalah pembajakan dalam dunia digital sudah sering terjadi. Apalagi ditambah perkembangan teknologi digital yang sangat pesat, pembajakan dalam dunia digital menjadi masalah yang semakin serius. Pembajakan dalam dunia digital semakin dinilai umum terjadi, seperti dalam duplikasi dan menjual musik, video, dan perangkat lunak komputer. Hal ini menjadi ancaman yang signifikan dalam pertumbuhan industri media digital.

Dengan masuknya era internet di Indonesia, terjadi peningkatan yang sangat signifikan pada jumlah pengguna internet di Indonesia. Pada tahun 2014, pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta orang, pada tahun 2015 pengguna internet meningkat mencapai 93,4 juta orang, dan pada tahun 2016, pengguna internet di Indonesia meningkat lagi sampai mencapai 100,1 juta pengguna. Kemenkominfo memprediksi bahwa jumlah transaksi *online* pada tahun 2017 mencapai 9,3 juta konsumen (www.herosoftmedia.co.id, 2017). Pada tahun 2017, *eMarketer* memperkirakan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 112 juta orang (www.tekno.kompas.com, 2015). Gaya hidup anak muda generasi milenial cenderung hedonis terutama untuk yang tinggal di kota besar. Generasi ini memiliki cara tersendiri untuk meluapkan ekspresi mereka, dunia hidup mereka tidak bisa lepas dari hiburan dan teknologi terutama internet (Ali dan Purwandi, 2017).



Gambar 1.1 *Commercial Value* dari peredaran produk digital bajakan

Sumber: Hasil Penelitian *Business Software Alliance* 2015

Laporan dari *Business Software Alliance* menunjukkan penggunaan *software* bajakan di Indonesia mencapai 1,1 miliar *dollar* Amerika Serikat atau setara dengan Rp 14,4 triliun. Tingkat peredaran *software* bajakan di Indonesia mencapai 84% dari keseluruhan *software* yang beredar di Indonesia (www.tekno.kompas.com, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar produk digital di Indonesia adalah produk digital bajakan.

Permasalahan pembajakan produk digital juga didalamnya termasuk pembajakan film. Menurut Fauzan Zidni (2017) sebagai Ketua Asosiasi Produser Film Indonesia, permasalahan pembajakan film yang dilakukan melalui konten di situs online merugikan pekerja dari sektor kreatif secara global hingga Rp 3,77 triliun. Hal yang paling memprihatinkan adalah situs pembajak film banyak mendapatkan iklan dari hasil kerja ilegal, dan 75% dari iklan tersebut berisi konten negatif (www.bisnis.tempo.co, 2017).

Di Indonesia sendiri, tingkat pembajakan musik mencapai angka yang tinggi, masyarakat Indonesia umumnya lebih cenderung memilih karya dan lagu bajakan daripada yang asli, dengan alasan perbedaan harga yang sangat jauh. Secara yuridis, permasalahan pembajakan musik ini bertentangan dengan pasal 2 angka (1) *Berne Convention for The Protection of Literary and Artistic Works* yang berisikan bahwa musik adalah suatu ciptaan yang dilindungi dan secara nasional bertentangan dengan Pasal 12 ayat (1) Undang Undang Republik Indonesia nomor 19 tahun 2002 tentang Hak Cipta. Seperti masyarakat di negara lainnya, masyarakat Indonesia tergoda untuk memilih konten bajakan karena kemudahan dan harga yang lebih murah daripada membeli konten asli, tetapi faktor utama pendorong berkembangnya pembajakan digital di Indonesia adalah tidak adanya kesadaran bahwa pembajakan digital adalah tindakan kriminal dan ilegal.

Generasi milenial juga dikenal sebagai generasi Y adalah kelompok demografis setelah generasi Z. Peneliti sosial mengelompokkan generasi ini sebagai generasi yang lahir pada tahun 1980 sampai 2000. Bisa dikatakan generasi milenial adalah generasi muda masa kini yang berusia 15 – 34 tahun. Di Indonesia studi tentang generasi milenial belum banyak dilakukan, padahal jumlah populasi generasi ini adalah 34.45% dari penduduk Indonesia, bahkan di DKI Jakarta penduduk mudanya mencapai 40% dari penduduk secara keseluruhan.

Hasil penelitian *Pew Research Center* menunjukkan bahwa keunikan adalah generasi milenial dibanding yang lain adalah tingginya tingkat penggunaan teknologi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh *Alvara Research Center* juga menunjukkan bahwa waktu yang digunakan oleh generasi Y atau milenial untuk

mengakses internet jauh lebih tinggi daripada generasi yang lain (Ali dan Purwandi, 2017). Maka untuk meneliti permasalahan penggunaan produk digital bajakan, peneliti memutuskan untuk menjadikan generasi milenial atau generasi Y sebagai objek penelitian karena generasi milenial adalah generasi yang paling relevan dengan permasalahan ini.

Untuk meneliti dan memahami alasan masyarakat melakukan dan lebih memilih produk bajakan dalam dunia digital, penelitian ini memakai *theory of planned behavior* (TPB) dan teori etika. Penelitian ini juga meneliti keterkaitan antara variabel *subjective norm*, *attitude*, *justice*, *perceived behavioral control*, *moral obligation*, *justice*, *perceived benefits*, *perceived risk*, dan *habit* terhadap *intention* dalam penggunaan produk digital bajakan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dijabarkan perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Apakah *subjective norm* mempengaruhi secara positif *intention* individu dalam menggunakan produk digital bajakan?
- 2) Apakah *attitude* mempengaruhi secara positif *intention* individu dalam menggunakan produk digital bajakan?
- 3) Apakah *perceived behavioral control* mempengaruhi secara positif *intention* individu dalam menggunakan produk digital bajakan?
- 4) Apakah *moral obligation* mempengaruhi secara negatif *intention* individu dalam menggunakan produk digital bajakan?
- 5) Apakah *moral obligation* mempengaruhi secara negatif *subjective norm* individu dalam menggunakan produk digital bajakan?

- 6) Apakah *justice* mempengaruhi secara negatif *subjective norm* individu dalam menggunakan produk digital bajakan?
- 7) Apakah *perceived benefit* mempengaruhi secara positif *attitude* individu dalam menggunakan produk digital bajakan?
- 8) Apakah *perceived benefit* mempengaruhi secara positif *intention* individu dalam menggunakan produk digital bajakan?
- 9) Apakah *perceived risk* mempengaruhi secara negatif *attitude* individu dalam menggunakan produk digital bajakan?
- 10) Apakah *habit* mempengaruhi secara positif *attitude* individu dalam menggunakan produk digital bajakan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat dijabarkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk meneliti pengaruh *subjective norm* terhadap *intention* individu dalam menggunakan produk digital bajakan
- 2) Untuk meneliti pengaruh *attitude* terhadap *intention* individu dalam menggunakan produk digital bajakan
- 3) Untuk meneliti pengaruh *perceived behavioral control* terhadap *intention* individu dalam menggunakan produk digital bajakan
- 4) Untuk meneliti pengaruh *moral obligation* terhadap *intention* individu dalam menggunakan produk digital bajakan
- 5) Untuk meneliti pengaruh *moral obligation* terhadap *subjective norm* individu dalam menggunakan produk digital bajakan

- 6) Untuk meneliti pengaruh *justice* terhadap *subjective norm* individu dalam menggunakan produk digital bajakan
- 7) Untuk meneliti pengaruh *perceived benefit* terhadap *attitude* individu dalam menggunakan produk digital bajakan
- 8) Untuk meneliti pengaruh *perceived benefit* terhadap *intention* individu dalam menggunakan produk digital bajakan
- 9) Untuk meneliti pengaruh *perceived risk* terhadap *attitude* individu dalam menggunakan produk digital bajakan
- 10) Untuk meneliti pengaruh *habit* terhadap *attitude* individu dalam menggunakan produk digital bajakan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademisi dan praktisi. Secara akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya, juga menambah wawasan baru dan memahami mengenai faktor apa saja yang mendukung keinginan untuk melakukan pembajakan digital.

Secara praktisi, hasil penelitian ini menjadi informasi tambahan bagi para pengembang teknologi digital untuk mengurangi penggunaan produk digital bajakan.

1.5 Pembatasan Penelitian

Pada penelitian ini perlu adanya pembatasan penelitian untuk memberikan hasil yang maksimal dan efektif. Berikut adalah pembatasan penelitian, dirangkum sebagai berikut:

- 1) Penelitian yang dilakukan merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yoon (2011) dengan judul “*Theory of Planned Behavior and Ethics Theory in Digital Piracy: An Integrated Model*”, variabel yang diteliti pada penelitian ini disamakan dengan penelitian sebelumnya, yaitu *subjective norm, attitude, perceived behavioral control, intention, moral obligation, justice, perceived benefit, perceived risk, dan habit*.
- 2) Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yoon (2011) dengan objek penelitian mahasiswa/i di universitas di China dengan hasil penelitian sekarang yang dilakukan dengan objek penelitian generasi milenial di Jakarta.