

ABSTRAK

Generasi millennial menurut Strauss dan Howe yang dikutip oleh Mashuri (2018) merupakan generasi angkatan kerja yang tumbuh pada era digitalisasi dimana mereka memiliki karakteristik sebagai pengguna media sosial yang fanatik. Sebuah laporan baru Gallup baertajuk “*How Millenials Wanto to Work and Live*” menunjukkan generasi milenial cepat merasa bosan dan menginginkan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan (*work/life balance*) dalam menjalani karir dibandingkan generasi lainnya. Dalam laporan Gallup dijelaskan sebesar 16 persen generasi milenial tidak ingin bekerja dalam perkantoran. Hill (2003) menjelaskan *telework* memungkinkan karyawan menyeimbangkan pekerjaan dan kehidupan keluarga. Salah satu metode *telework* adalah dengan konsep SOHO (*Small Office Home Office.*) **Penelitian ini bertujuan** untuk menganalisa keefektifan penerapan dari SOHO sebagai media pengembangan bisnis studio kreatif dari sudut pandang praktisi ditinjau dari teori TAM (*Technology Acceptance Model*). **Metode penelitian** yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan disampaikan secara deskriptif. Proses dari pengumpulan data dengan mewawancarai narasumber: menganalisa secara induktif. **Objek penelitian** yang diwawancarai merupakan anggota dari Studio Urup yang berlokasi di Denpasar. Subjek adalah *owner*, kepala *project*, dan staff mengenai dampak penggunaan teknologi sebagai sarana konsep SOHO dalam mengembangkan studio. **Hasil penelitian** mengungkapkan bahwa teknologi komunikasi *social media* memberikan peranan, kontribusi serta manfaat yang positif bagi pengembangan bisnis Studio Urup. Hal ini dapat dilihat dari respon para narasumber yang menerima dengan baik konsep SOHO ini. **Adapun untuk pengembangan** Studio Urup dengan selalu *update* teknologi untuk mendukung perkembangan bisnis studio terutama teknologi komunikasi dan untuk memaksimalkan konsep *virtual team* dalam studio ini. Pembekalan para anggota, baik melalui *workshop* atau *brainstorming* pemanfaatan teknologi komunikasi akan meningkatkan kualitas dari SDM.

Kata Kunci: Media Sosial, SOHO , *TAM Theory*, Studio Kreatif, Kota Denpasar.

ABSTRACT

Millennial generation according to Strauss and Howe who cited by Mashuri (2018) is a generation of workforce that grew up in the digitalization era where they have characteristics as fanatical social media users. A new Gallup report titled "How Millennials of Work to Work and Live" shows the millennial generation is quickly bored and wants a balance between work and life in carrying out careers compared to other generations. In the Gallup report, it was explained that 16 percent of millennials did not want to work in offices. Hill (2003) explains telework allows employees to balance work and family life. One method of telework is the concept of SOHO (Small Office Home Office.) This study aims to analyze the effectiveness of the application of SOHO as a media for developing creative studio business from a practitioner's point of view in terms of the TAM theory (Technology Acceptance Model). The research method was carried out using a qualitative approach and delivered descriptively. The process of collecting data by interviewing informants: analyzing inductively. The research object interviewed was a member of the Urup Studio located in Denpasar. The subject is the owner, project head, and staff regarding the impact of using technology as a SOHO concept tool in developing the studio. The results of the study reveal that social media communication technology provides a role, contribution and positive benefits for the development of the Urup Studio business. This can be seen from the responses of the speakers who received this SOHO concept well. As for the development of the Urup Studio with always updated technology to support the development of the studio business, especially communication technology and to maximize the concept of the virtual team in this studio. Debriefing members, whether through workshops or brainstorming on the use of communication technology, will improve the quality of HR.

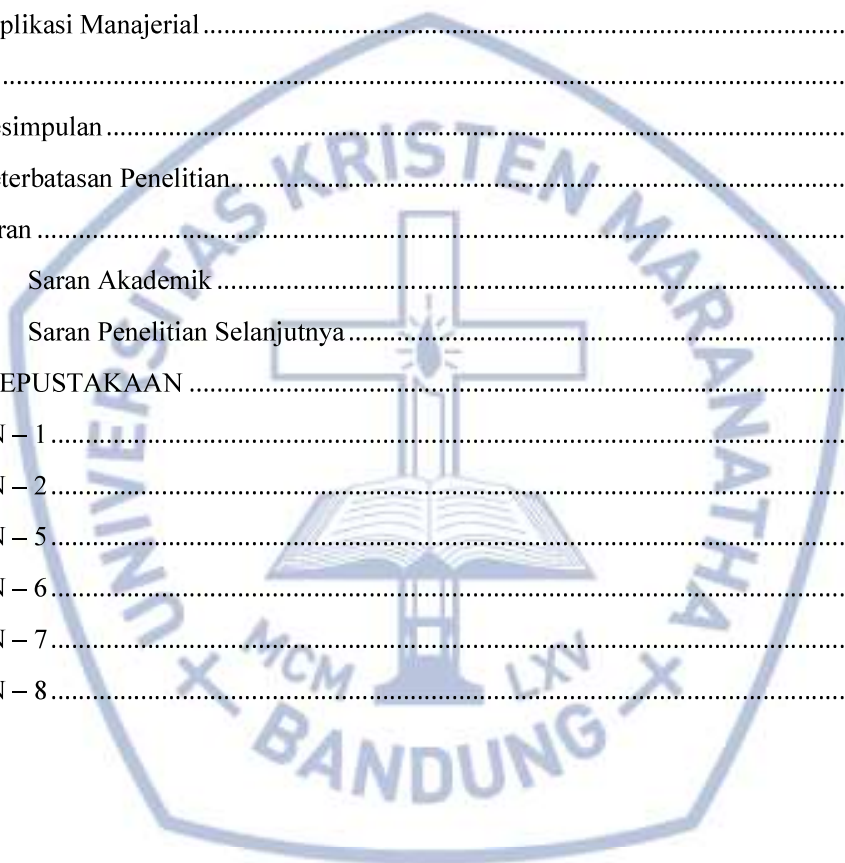
Keyword: *Social Media, SOHO, TAM Theory, Creative Studio, Denpasar City.*

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Batasan Masalah	12
1.5. Manfaat.....	12
1.5.1. Praktisi.....	12
1.5.2. Akademis.....	12
BAB II.....	13
2.1. <i>Entrepreneurship</i>	13
2.1.1. <i>Industry 4.0</i>	14
2.2. <i>Entrepreneurship Orientation</i>	16
2.2.1. <i>Innovativeness</i>	17
2.2.2. <i>Proactiveness</i>	18
2.2.3. <i>Risk-Taking</i>	18
2.3. <i>Entrepreneur Strategy</i>	20
2.3.1. <i>External Networks</i>	20
2.3.2. <i>Resources And Organizational Learning</i>	21
2.3.3. <i>Innovation</i>	22
2.3.4. <i>Internationalization</i>	23

2.4.	<i>Organization</i> (Organisasi)	25
2.4.1.	Definisi Perusahaan	25
2.4.2.	Definisi Perusahaan Studio Desain	27
2.4.3.	Definisi perusahaan/kantor virtual	28
2.5.	Komunikasi Organisasi.....	29
2.5.1.	Unsur-unsur Komunikasi	30
2.5.2.	Media Komunikasi	31
2.6.	<i>Communication Strategy</i> (Strategi Komunikasi).....	31
2.7.	Teknologi.....	34
2.7.1.	Teknologi Digital	35
2.7.2.	Teknologi Komunikasi.....	36
2.8.	<i>Social Media</i>	37
2.9.	Teori Prilaku	39
2.10.	TRA (<i>Theory of Reasoned Action</i>)	40
2.10.1.	Sikap (<i>Attitude</i>)	42
2.10.2.	Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>)	43
2.11.	TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	44
2.11.1.	<i>Perceive Ease to Use</i>	45
2.11.2.	<i>Usefulness</i>	45
2.12.	SOHO (<i>Small Office Home Office</i>).....	47
2.10.1.	<i>Virtual Team</i> (Tim Virtual).....	48
2.10.2.	<i>Virtual Meeting</i> (Pertemuan Virtual)	54
2.13.	Penelitian Sebelumnya.....	55
BAB III.....		58
3.1.	Kerangka Pemikiran	58
BAB IV		63
4.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	63
4.2.	Responden.....	64
4.3.	Metode Penelitian	64
4.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	65
4.5.	Jenis Data.....	66
4.6.	<i>Blueprint</i> Penelitian	66
4.7.	Panduan Pertanyaan Wawancara.....	71

4.8.	Analisis Data.....	77
4.9.	Keabsahan Data	79
BAB V.....		80
5.1.	Profil Studio.....	80
5.1.1.	Filosofi Studio.....	81
5.1.2.	Produk/Jasa Studio	81
5.2.	Hasil Penelitian.....	84
5.3.	Pembahasan	112
5.4.	Implikasi Manajerial.....	118
BAB VI.....		121
6.1.	Kesimpulan.....	121
6.2.	Keterbatasan Penelitian.....	122
6.3.	Saran	122
6.3.1.	Saran Akademik.....	122
6.3.2.	Saran Penelitian Selanjutnya.....	123
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....		124
LAMPIRAN – 1.....		128
LAMPIRAN – 2.....		129
LAMPIRAN – 5.....		139
LAMPIRAN – 6.....		145
LAMPIRAN – 7.....		150
LAMPIRAN – 8.....		154



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan sub sektor BEKRAF 2016.....	1
Tabel 1.2 Indeks Kewirausahaan	3
Tabel 1.3 Daftar Tingkat Kemacetan Di Kota-Kota Besar Indonesia.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	55
Tabel 4.1 <i>Blueprint</i> Penelitian	68
Tabel 4.2 Panduan Pertanyaan.....	71
Tabel 5.1 Pembahasan.....	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Pertumbuhan Tenaga Kerja EKRAF	1
Gambar 1.2 Jumlah pengguna internet pada tahun 2017	6
Gambar 1.3 Survey layanan internet yang diakses di Indonesia	7
Gambar 2.1 Skema Indutri 4.0	15
Gambar 2.2 Diagram dari TRA (<i>Theory of Reasoned Action</i>)	40
Gambar 2.3 Diagram TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	47
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	58
Gambar 4.1 Hubungan Antar Variabel dan Tema Penelitian	67
Gambar 5.1 Logo Studio Urup	80
Gambar 5.2 <i>Project</i> Desain Interior Studio Urup	82
Gambar 5.3 <i>Project</i> Desain Komunikasi Visual Studio Urup	83
Gambar 5.4 <i>Project</i> Desain Komunikasi Visual Studio Urup	84