

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Game Online

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, penggunaan internetpun juga tak kalah. Banyak yang sudah menggunakan internet tidak hanya untuk membantu memudahkan pekerjaan manusia, tetapi juga dapat menghemat waktu dan biaya. Pekerjaan yang dikerjakanpun menjadi cepat selesai. Melihat penggunaan internet tersebut, banyak pengembang yang mulai menciptakan *game* yang dapat terhubung dengan internet. Adanya *game online* ini pun, juga diterima dengan baik oleh orang-orang yang senang bermain *game*. *Game online* ini terhubung dengan internet, sehingga para pemain dapat bermain dengan pemain lain di tempat yang berbeda dalam waktu yang bersamaan. Hal ini disebut dengan *multiplayer*.

Awal kemunculan *game online* di Indonesia adalah pada tahun 2001, ditandai munculnya *game* Nexia, Redmoon, dan Laghaim (ketiga *game* ini merupakan *game online* yang berjenis MMORPG). Indonesia belum memiliki warnet yang khusus digunakan untuk bermain *game online*, tetapi masih didominasi oleh warnet yang hanya digunakan untuk *browsing* atau *chatting* (Giandi, dkk, 2012). Dalam *game* tersebut sudah ada berbagai karakter yang dapat diciptakan yang disebut dengan avatar. Para pemain juga dapat melakukan komunikasi dengan pemain lain secara *real time*. Tidak hanya itu, para pemain juga dapat melakukan berbagai aktifitas dalam bermain *game*. Seperti yang telah dipelajari oleh Ahmad Fajar

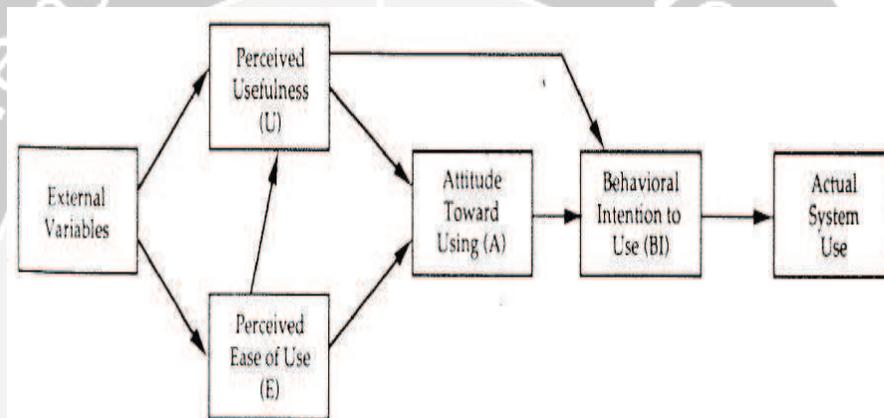
(2012), ada berbagai macam tujuan bermain *game online*, yaitu: senang, ingin mendapat teman, dikenal, bahkan dapat digunakan untuk berjualan. Item-item yang terdapat dalam *game online* ini dapat juga dijual kepada pemain *game online* yang lain, sehingga pemain tersebut dapat mendapatkan uang.

Salah satu efek dari maraknya perkembangan *game online* adalah terciptanya komunitas-komunitas *game* yang memfasilitasi para *gamer* untuk menuangkan segala pengalaman mereka seputar bermain *game* tersebut (Ming-Tien Tsai, 2011). Perkembangan *game online* yang sangat pesat telah menjamur di beberapa kota, baik itu kota besar maupun kecil, hingga beberapa daerah pelosok membuat para pemain tersebut lebih mudah untuk menjangkau *game online*. *Game* pun mampu dianggap sebagai sesuatu yang *addict*. Para pemain mampu duduk berlama-lama demi *game* dan bertahan disana tanpa menginginkan gangguan yang mampu memecah konsentrasinya dalam bermain *game online* tersebut (Giandi, dkk, 2012). Meningkatnya peminat *game online* ini semakin banyak sampai digemari oleh semua kalangan.

3.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model adalah metode yang digunakan untuk mengetahui penerimaan suatu teknologi. Model ini diperkenalkan pertama kali oleh Davis (1986). TAM merupakan pengembangan dari teori psikologi mengenai sikap dan perilaku seseorang. Teori tersebut disebut dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Fishbein & Ajzen, 1977). TRA ini merupakan teori tindakan yang beralasan dengan suatu premis yakni

reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut (Davis, 1989). Tujuan dari TAM ini adalah menyediakan penjelasan mengenai faktor-faktor yang dapat dijelaskan dalam penerimaan suatu teknologi. Model TAM yang menjadi dasar penelitian yang digunakan sesuai dengan Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Model TAM (Davis, dkk, 1989)

TAM memiliki dua basis dalam mempelajari penerimaan teknologi yaitu variabel internal dan variabel eksternal. Variabel internal terdiri dari *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU). Sedangkan faktor eksternal terdiri dari variabel-variabel tambahan yang mendukung dan memiliki pengaruh terhadap *internal beliefs*, *attitude*, dan *intentions* dalam penggunaan. Menurut model TAM ini, *actual use* dari sistem teknologi mempengaruhi secara langsung dan tidak langsung dalam *behavioral intentions*, *attitude*, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use*. TAM juga menilai bahwa faktor eksternal pada *intention* dan

actual use dipengaruhi dari persepsi kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*) (Park, 2009). Akhirnya, menurut Davis (1989) *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* merupakan mayor dari kepercayaan yang mempengaruhi sikap dari penggunaan sistem dan akhirnya mengarah pada penggunaan *actual system*.

3.3 Enjoyment

Studi yang dilakukan oleh peneliti menggunakan variabel *enjoyment* yang dianggap sebagai variabel yang berpengaruh terhadap penggunaan *game online*. *Enjoyment* merupakan variabel terkuat yang mempengaruhi niat penggunaan *game online*. *Enjoyment* juga merupakan efek terbesar yang mempengaruhi sikap pemain dalam menggunakan *game online* (Wu & Liu, 2007). *Enjoyment* dianggap sebagai tujuan yang paling penting dalam penggunaan *game online* (Giannakos, 2013). Variabel ini menjadi bagian dari motivasi intrinsik atau dapat dikatakan sebagai motivasi dari dalam diri secara pribadi. *Enjoyment* dianggap sebagai ukuran yang paling tepat karena *enjoyment* mengukur bagaimana permainan membantu dalam pencapaian tujuan (Giannakos, 2013).

3.4 Personality

Peneliti menggunakan *personality* sebagai variabel yang dianggap berpengaruh terhadap penggunaan *game online*. *Personality* ini mengarah pada kepercayaan diri ataupun kesadaran diri dari pemain dalam penggunaan *game online*. Kepercayaan diri dianggap sebagai penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri atau

kemampuannya dalam melakukan sesuatu untuk mencapai tujuannya. Variabel ini telah banyak digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian dan menurut dari literature psikologi, *personality* dapat digunakan untuk memprediksi hasil dari suatu kegiatan (Paul, 2009). Menurut Paul (2009), mengetahui *personality* dari seseorang dapat memberikan keuntungan tersendiri untuk mendapatkan seseorang yang sesuai dengan kebutuhan yang telah ditentukan. *Personality* dapat memberi pengaruh terhadap kepuasan pemain dalam bermain *game online* (Lin, 2009). Selain itu, variabel ini juga dapat memberi pengaruh terhadap *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Sehingga, peneliti menggunakan variabel *personality* untuk meneliti penerimaan *game online*.

3.5 Social Influence

Faktor sosial merupakan variabel yang dapat digunakan memberi pengaruh terhadap perilaku. Beberapa teori mengatakan bahwa *social influence* membentuk perilaku para pemain (Hsu & Lu, 2004). Penerimaan suatu teknologi biasanya juga dipengaruhi oleh faktor sosial. Misalnya, seseorang memainkan suatu permainan karena dipengaruhi oleh temannya. Sehingga, dapat dikatakan bahwa faktor sosial mempengaruhi penerimaan suatu teknologi. Melalui penelitian sebelumnya telah didapatkan dari hasil penelitian disuatu universitas tertentu bahwa anak perempuan lebih mudah dipengaruhi dan anak laki-laki lebih banyak yang memainkan *game online* (Yang, dkk, 2011). Peneliti menggunakan variabel *social influence* untuk meneliti penerimaan *game online*.