

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menyertakan beberapa uraian singkat penelitian terdahulu mengenai *technology acceptance model* dan situs jejaring sosial.

Teori *psychology* menjadi awal mula berkembangnya teori penerimaan teknologi. Pada awal mula masuknya teknologi ke kehidupan manusia muncul perhatian tentang alasan mengapa teknologi bisa diterima ataupun ditolak (Marangunic and Granic, 2015). Sebelum muncul teori *technology acceptance model* oleh Davis (1989), Fishbein and Ajzen (1975) terlebih dahulu mengembangkan *theory of reasoned action* (TRA) yang diharapkan dapat memahami sikap (*attitudes*) dan perilaku individu (*behavioral intentions*) terhadap teknologi. TRA lebih menitikberatkan pada perilaku niat individu (*behavioral intentions*) dalam menggunakan teknologi dibandingkan dengan sikap (*attitudes*) sebagai faktor utama yang menentukan perilaku individu (*behavior*). Menurut teori ini perilaku individu dapat dijelaskan dengan memahami niat individu terhadap penggunaan suatu teknologi.

Dalam perkembangannya teori tersebut memiliki beberapa kelemahan, sehingga Ajzen (1991) menambahkan elemen ketiga kedalam teori TRA, menghasilkan *theory of planned behavior* (TPB). Namun pengembangan teori ini masih mengalami kendala, beberapa penelitian yang dilakukan tidak berhasil

menemukan pengukuran yang reliabel untuk dapat menjelaskan penerimaan ataupun penolakan suatu teknologi. Dalam rangka untuk menghasilkan model yang reliabel, Fred Davis mengadaptasi TRA dan TPB, dan memperkenalkan TAM. Davis (1989) melakukan beberapa penyesuaian dan memperkenalkan dua elemen *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yang dirasa mampu memprediksi perilaku pengguna terhadap teknologi. Hingga saat ini TAM telah banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan maupun penolakan berbagai teknologi.

Willis (2008), dalam penelitiannya melakukan pengujian apakah TAM layak digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi jejaring sosial yang memiliki sifat *relationship-oriented*. Temuan menunjukkan bahwa TAM layak digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi situs jejaring sosial. Hal tersebut senada dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Constantinides et al. (2013) yang mengkonfirmasi bahwa penerapan teknologi baru yang ditetapkan oleh TAM berlaku untuk proses penerapan teknologi jejaring sosial.

Ketertarikan bisnis yang semakin meningkat terhadap penggunaan situs jejaring sosial baik sebagai sumber suara pelanggan dan informasi pasar menjadi dasar oleh Constantinides et al. (2013) untuk fokus pada penerapan situs jejaring sosial sebagai alat bisnis dalam strategi pemasaran. Hasil menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan situs jejaring sosial memiliki efek positif pada persepsi kegunaan, kedua variabel tersebut memiliki efek positif dan pengaruh langsung terhadap niat untuk menggunakan dan efek tidak langsung pada niat untuk menggunakan melalui sikap pengguna. Selain itu, ditunjukkan bahwa niat untuk

menggunakan memiliki efek langsung dan positif pada tingkat adopsi penggunaan teknologi situs jejaring sosial.

Sebelumnya Willis (2008) mencoba untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi situs jejaring sosial dengan menyajikan model baru yang mencakup efek pengalaman sebelumnya (*Prior Experience*). Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengalaman memiliki hubungan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan niat untuk menggunakan. Namun hasil dari penelitian mengungkapkan bahwa pengalaman memiliki hubungan negatif dengan norma subyektif.

Pinho and Soares (2011) mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan penerapan teknologi jejaring sosial di kalangan mahasiswa. Hasil menunjukkan secara positif persepsi kegunaan dan kemudahan mempengaruhi sikap untuk menggunakan situs jejaring sosial. Mereka percaya bahwa jejaring sosial mudah digunakan, mereka dengan cepat menjadi ahli dalam menggunakannya. Selain itu ditemukan bahwa sikap secara positif mempengaruhi niat untuk menggunakan. Mereka setuju bahwa situs jejaring sosial cukup menyenangkan untuk digunakan, dan bersedia untuk menggunakannya. Namun hasil penelitian tidak mendukung persepsi kegunaan mempengaruhi niat perilaku.

Chiu and Huang (2013) mencoba untuk menemukan petunjuk yang relevan dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi jejaring sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku, dan motivasi intrinsik seperti persepsi bermain (*Perceived Playfulness*) memiliki pengaruh positif pada

niat perilaku. Namun persepsi kegunaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap motivasi perilaku. Sebaliknya, persepsi bermain, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan pengembangan hubungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku dan sikap.

Yeh et al (2015) melakukan penelitian untuk menguji penerapan TAM dalam konteks *Human Resource* (HR) dalam penggunaan teknologi situs jejaring sosial, dengan fokus khusus pada kegiatan kepegawaian di dalam organisasi. Norma subjektif ditambahkan kedalam konstruk penelitian dengan keyakinan bahwa teknologi jejaring sosial memiliki aspek sosial yang mempengaruhi penerimaan teknologi. Temuan menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan norma subyektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku praktisi HR untuk menggunakan situs jejaring sosial dalam kegiatan kepegawaian organisasi.

Yoon et al (2015) menambahkan aspek sosial melalui persepsi populasi (*Perceived Critical Mass*) dan identifikasi (*Identification*) pada model penelitian untuk penerimaan teknologi komunikasi online yang memiliki karakteristik sama dengan situs jejaring sosial. Temuan menunjukkan bahwa aspek sosial memainkan peranan penting dalam penggunaan teknologi, persepsi populasi memiliki pengaruh langsung terhadap niat untuk menggunakan, dan identifikasi secara signifikan mempengaruhi persepsi kegunaan dan persepsi kesenangan. Namun persepsi populasi tidak signifikan mempengaruhi persepsi kegunaan dan persepsi kesenangan.

Berbicara tentang ketersediaan saluran pengaduan keluhan, Mattila & Wirtz (2004) menganalisis kemungkinan pilihan saluran komunikasi bagi pelanggan untuk menyuarkan keluhan. Peneliti menyediakan saluran komunikasi tradisional seperti tatap muka (*face to face*), surat, *e-mail*, dan *telephone* sebagai saluran pengaduan keluhan. Temuan menunjukkan bahwa pilihan saluran keluhan bergantung pada motivasi pelanggan dalam menyuarkan keluhan. Pelanggan yang ingin menyampaikan rasa frustasinya memilih surat dan email untuk menyuarkan keluhan.

Lebih lanjut, Garding and Bruns (2015a) melanjutkan penelitian yang dilakukan oleh Mattila & Wirtz (2004), mengevaluasi kecukupan saluran pengaduan tradisional dan kelayakan situs jejaring sosial sebagai saluran pengaduan keluhan. Temuan menunjukkan bahwa saluran pengaduan keluhan tradisional dinilai cocok digunakan untuk menyuarkan keluhan. Selain itu, Garding and Bruns, (2015a) mengungkapkan bahwa situs jejaring sosial memiliki potensi untuk dijadikan saluran pengaduan baru untuk memotivasi generasi muda, sebagai target organisasi untuk menyuarkan keluhan.

Berawal dari penelitian yang dilakukan oleh Mattila & Wirtz (2004) dan Garding and Bruns (2015a), penelitian ini melakukan pengujian tentang potensi teknologi jejaring sosial sebagai saluran pengaduan baru. Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses penerimaan teknologi jejaring sosial sebagai saluran pengaduan keluhan, mengidentifikasi faktor-faktor penentu kesuksesan menggunakan model yang diusulkan. Selanjutnya, uraian singkat perbandingan penelitian ditunjukkan pada Table 2.1.

Tabel 2. 1. Perbandingan Penelitian

	Judul	Penelitian	Hasil
(Willis, 2008)	An evaluation of the Technology Acceptance Model as a means of understanding online social networking behavior	Menguji kelayakan TAM untuk menjelaskan penerimaan teknologi jejaring sosial. Mengembangkan model baru menambahkan prior experience ke dalam model.	TAM mampu menjelaskan penerimaan teknologi jejaring sosial. Experience → PEOU Experience → IU Experience → PU
(Pinho and Soares, 2011)	Examining The Technology Acceptance Model in The Adoption of Social Networks	Memahami penerapan teknologi jejaring sosial untuk kalangan mahasiswa	Teknologi situs jejaring sosial meningkatkan kinerja kehidupan sosial individu PEOU → PU PU → AT PEOU → AT AT → IU
Constantinides et al. (2013)	Social Networking Sites as Business Tool: A Study of User Behavior	Menguji penerapan situs jejaring sosial sebagai alat bisnis dalam strategi pemasaran	Mengkonfirmasi penggunaan TAM untuk teknologi jejaring sosial PEOU → PU PEOU, PU → AT AT → IU PEOU, PU → IU IU → USE
(Chiu and Huang, 2013)	Using Behavior of Social Network Sites Based on Acceptance Model	Mengidentifikasi partisipasi pengguna pada situs jejaring sosial	Secara keseluruhan PEOU, dan PU, mempengaruhi perilaku penggunaan PEOU → USE PU → USE Convencience → USE

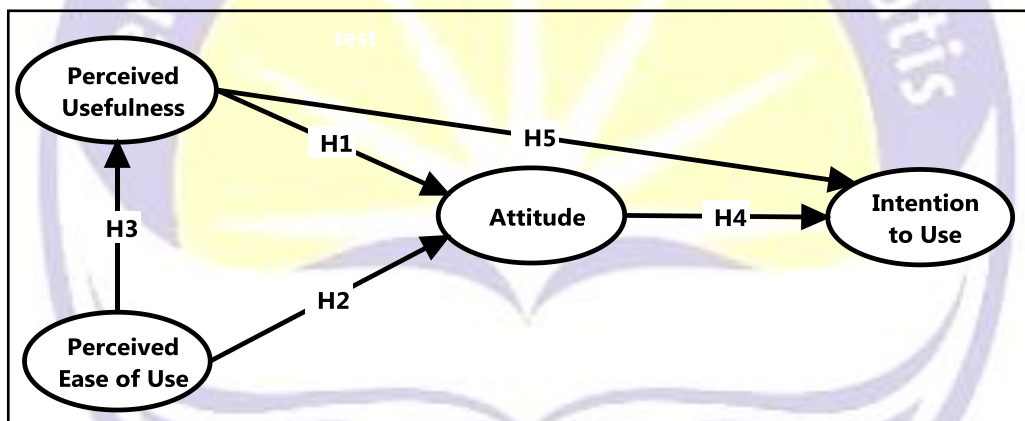
(Yeh, Gossmann and Tao, 2015)	Acceptance of Online Social Networks as an HR Staffing Tool: Result from a Multi-country Sample	Menguji penerapan teknologi jejaring sosial dalam konteks <i>Human Resource</i> (HR)	PU,PEOU,SN efektif menjelaskan niat praktisi HR menggunakan situs jejaring sosial dalam aktivitas kepegawaian PU,PEOU,SN → IU
(Mattila & Wirtz 2004)	Consumer complaining to firms: the determinants of channel choice	Menganalisis kemungkinan pilihan saluran komunikasi tradisional sebagai saluran pengaduan keluhan	Pilihan saluran keluhan bergantung pada motivasi pelanggan dalam menyuarkan keluhan.
(Garding and Bruns, 2015a)	Analysis of Customers' Complaint Channel Choice and Complaint Behaviour	Menganalisis kecukupan saluran pengaduan keluhan bagi pelanggan untuk menyuarkan keluhan	Saluran tradisional dinilai cocok digunakan untuk menyampaikan keluhan. Selain itu, situs jejaring sosial memiliki potensi sebagai saluran pengaduan baru untuk kelompok tertentu

2.2. Kerangka Penelitian

Berdasarkan konsistensi kekuatan pengukuran model TAM untuk menjelaskan penerimaan teknologi, termasuk teknologi jejaring sosial yang telah dibuktikan oleh beberapa penelitian sebelumnya ((Willis, 2008);Constantinides et al. (2013);(Yeh, Gossmann and Tao, 2015);(Chiu and Huang, 2013)), menjadikan dasar penelitian ini menggunakan konstruksi dasar TAM (Davis, Bagozzi and Warshaw, 1989) dengan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi

kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap (*attitude*), dan niat untuk menggunakan (*intention to use*) sebagai konstruksi utama model penelitian.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berperan sebagai variabel bebas (*independent*) yang mempengaruhi variabel terikat (*dependen*) baik secara positif maupun negatif, sedangkan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), sikap (*attitude*), dan niat untuk menggunakan (*intention to use*) merupakan variabel terikat, dimana variabel tersebut dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Selanjutnya, kerangka penelitian dapat dijelaskan pada Gambar 2.1 berikut ini:



Gambar 2. 1 Model Penelitian yang diusulkan