

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Media Sosial**

Media sosial adalah alat bagi konsumen untuk saling berbagi banyak hal. Kemajuan teknologi ini memungkinkan semua penggunanya untuk dapat membagikan informasi baik tulisan maupun gambar, termasuk dalam bentuk audio dan juga video. Kegiatan berbagi atau bertukar informasi ini dilakukan antar konsumen satu dengan lainnya, konsumen kepada perusahaan, dan begitu pula sebaliknya perusahaan kepada konsumen (Kotler & Keller 2012). Sejalan dengan ini Baird dan Parasnis (2011) mengatakan bahwa media sosial sering dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan sebagai media atau sarana promosi penjualan perusahaan.

#### **3.2 *Technology Acceptance Model (TAM)***

Banyaknya penelitian yang telah dilakukan terhadap penggunaan dan penerimaan teknologi mendapatkan hasil bahwa secara konsisten TAM mampu menjelaskan sebuah proporsi yang substansial dari varian dalam niat dan perilaku penggunaan. Dikatakan juga bahwa TAM lebih baik dibanding dengan model alternatif lainnya seperti *Theory of Planned Behavior (TPB)* dan juga *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Teori dari TAM menyatakan bahwa dalam penggunaan sebuah sistem, niat perilaku individu ditentukan dengan dua keyakinan yakni: kegunaan yang dirasakan

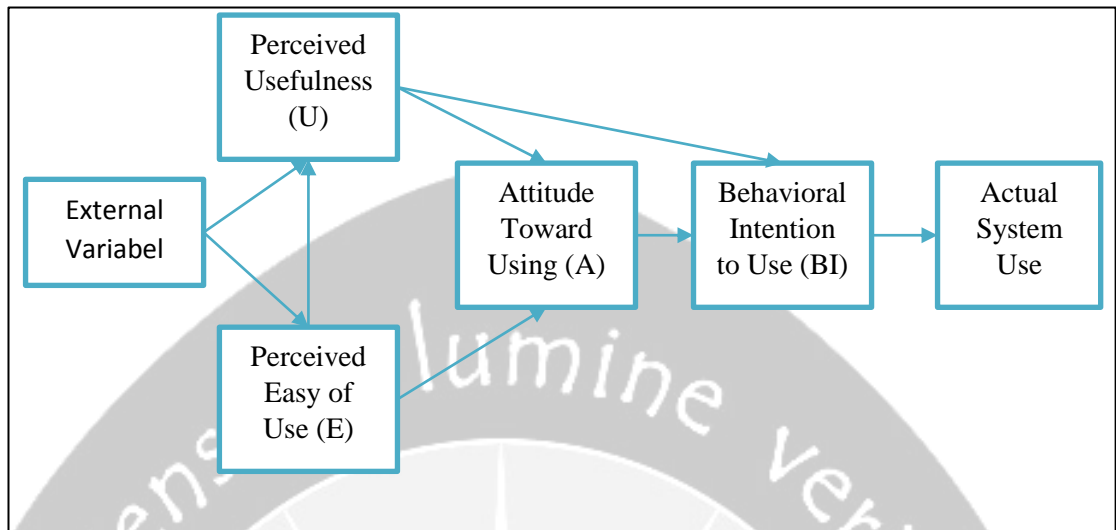
(*perceived usefulness*) yang dimaknai dengan seberapa jauh seseorang percaya dengan sistem yang digunakan dapat membuatnya kinerja terhadap pekerjaannya makin meningkat, dan kemudahan dalam penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) yang dimaknai dengan seberapa jauh seseorang menyakini dengan sistem yang digunakan dapat membuatnya bebas dari usaha yang berlebih (Davis, 1989) (Venkatesh & Davis, 2000).

Tidak hanya variabel internal seperti diatas, namun juga variabel eksternal disediakan pada TAM untuk memberikan keleluasan pada penelitian selanjutnya dengan memberikan saran tentang apa saja variabel-variabel yang bisa memberikan pengaruhnya kepada variabel internal (Venkatesh & Davis, 1996). Seperti dikatakan *sebelumnya* dua variabel kuncinya yang telah diperkenalkan oleh TAM yakni *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, dalam hal prediksi sikap pengguna terhadap penerimaan teknologi komputer memiliki tingkat *relevancy* yang tinggi.

TAM merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang secara khusus disempurnakan untuk mengetahui penerimaan individu kepada teknologi informasi dalam bidang organisasi. TRA pada intinya mengemukakan bahwa niat dalam berperilaku (*behavior intention*) dapat memprediksikan *perilaku* individu (*behavior*). Ada dua faktor yang mempengaruhi niat dalam berperilaku yaitu: sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan norma subyektif (*subjective norm*). Jika sikap dan norma subyektif dari seseorang yang semakin positif terhadap

sebuah perilaku maka akan membuat niat dan perilaku aktual orang tersebut cenderung semakin positif juga.

*Technology Acceptance Model (TAM)* adalah sebuah model yang biasa dimanfaatkan dalam penelitian yang mengukur penerimaan pengguna terhadap teknologi yang diperkenalkan oleh Davis (1989). Saat ini TAM sendiri telah mengalami beberapa perubahan seiring dengan perkembangan teori mengenai model penerimaan, yaitu TAM2 (Venkatesh & Davis, 1996) dan TAM3 (Venkatesh & Bala, 2008). Banyak peneliti yang memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian di berbagai bidang dengan menggunakan teori TAM. Salah satu bidang teknologi yang mulai banyak dijadikan bahan penelitian adalah media sosial seperti penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan sosial media dalam pemasaran (Razak & Latip, 2016), faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi media sosial Facebook, Twitter, Pinterest dan Google+ serta frekuensi penggunaannya (Sago, 2013), penelitian mengenai perilaku pengguna situs media sosial dalam pengembangan pemahaman masa depan dan penyebaran teknologi baru ini (Rauniar, et al., 2013). Hasil yang bisa didapat dari pengimplementasian TAM salah satunya adalah dapat mengetahui aspek manakah pada sistem yang paling berpengaruh sehingga dapat memberi saran untuk pemanfaatan, pengembangan serta inovasi.



**Gambar 3.1 Model TAM (Davis 1989)**

### **3.3 Pengembangan Hipotesis**

#### **3.3.1 Hipotesis 1**

Venkatesh dan Davis (2000) melakukan penelitian mengenai pengaruh *subjective norm* terhadap *perceived usefulness*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *subjective norm* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *perceived usefulness*. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh dan Bala (2008) juga mengemukakan bahwa *subjective norm* secara signifikan memiliki pengaruh pada *perceived usefulness*. Dari penelitian-penelitian tersebut maka dibangunlah hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

**H1 : *Subjective norm* secara signifikan mempengaruhi *perceived usefulness*.**

### 3.3.2 Hipotesis 2

Bhatti (2006) melakukan penelitian mengenai pengaruh *subjective norm* terhadap *perceived ease of use*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *subjective norm* mempunyai pengaruh positif terhadap *perceived ease of use*. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Shen et al. (2007) juga mengemukakan bahwa *subjective norm* mempengaruhi *perceived ease of use*. Dari penelitian-penelitian tersebut maka dibangunlah hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

**H2 : *Subjective norm* secara signifikan mempengaruhi *perceived ease of use*.**

### 3.3.3 Hipotesis 3

Balog dan Pribeanu (2010) melakukan penelitian mengenai pengaruh positif *enjoyment* terhadap *perceived usefulness*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *enjoyment* memiliki pengaruh yang positif pada *perceived usefulness*. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H3 : *Enjoyment* secara signifikan mempengaruhi *perceived usefulness*.**

### 3.3.4 Hipotesis 4

Venkatesh dan Bala (2008) melakukan untuk mengetahui apakah *enjoyment* mempunyai pengaruh terhadap *perceived ease of use*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *enjoyment* mempunyai pengaruh

terhadap *perceived ease of use*. Berdasarkan penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H4 : *Enjoyment* secara signifikan mempengaruhi *perceived ease of use*.**

### 3.3.5 Hipotesis 5

Davis (1989) melakukan penelitian untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap *perceived usefulness*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap *perceived usefulness*. Penelitian lebih lanjut oleh Venkatesh dan Davis (2000) yang memperkenalkan TAM2 dan kemudian Venkatesh dan Bala (2008) memperkenalkan TAM3 juga menyatakan bahwa *perceived ease of use* mempengaruhi *perceived usefulness*. Dari penelitian-penelitian tersebut maka dibangunlah hipotesis sebagai berikut:

**H5 : *Perceived ease of use* secara signifikan mempengaruhi *perceived usefulness*.**

### 3.3.6 Hipotesis 6

Davis (1989) juga melakukan penelitian untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap *intention to use*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap *intention to use*. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh dan Davis (2000), Venkatesh dan Bala (2008), serta

Kanthawongs (2013) juga menyatakan bahwa *perceived usefulness* mempengaruhi *intention to use*. Dari penelitian-penelitian tersebut maka dibangunlah hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

**H6 : *Perceived usefulness* secara signifikan mempengaruhi *intention to use*.**

### 3.3.7 Hipotesis 7

Venkatesh dan Davis (2000) melakukan untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap *intention to use*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap *intention to use*. Penelitian lebih lanjut yang dilakukan oleh Venkatesh dan Bala (2008) serta Kanthawongs (2013) juga menyatakan bahwa *perceived ease of use* mempengaruhi *intention to use*. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H7 : *Perceived ease of use* secara signifikan mempengaruhi *intention to use*.**