

BAB II

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

2.1. Internet

Internet atau *interconnected network* adalah sebuah sistem komunikasi global yang menghubungkan komputer-komputer dan jaringan-jaringan komputer diseluruh dunia (Iskandar, 2009).

Kata *internet* berasal dari kata *internetworking*, atau terhubungnya jaringan-jaringan terpisah, yang masing-masing memiliki identitas sendiri menjadi jaringan yang saling terhubung (Kenneth dan Jane, 2007).

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa Internet merupakan sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintah, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi untuk jutaan pemakai yang tersebar diseluruh dunia.

2.2. Facebook

Facebook merupakan situs web jaringan sosial yang diluncurkan pada 4 Februari 2004 dan didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang lulusan Harvard dan mantan murid *Ardsley High School*. Keanggotaan *facebook* pada awalnya dibatasi untuk siswa dari *Harvard College*. Dalam dua

bulan selanjutnya, keanggotaan *facebook* diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (*Boston College*, *Boston University*, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan sekolah-sekolah lain. Banyak perguruan tinggi lain yang selanjutnya ditambahkan berturut-turut dalam kurun waktu satu tahun setelah peluncuran *facebook*. Akhirnya, orang-orang yang memiliki alamat e-mail dari seluruh dunia dapat juga bergabung dengan situs ini.

Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman, mengirim pesan, dan memperbaharui profil pribadi.

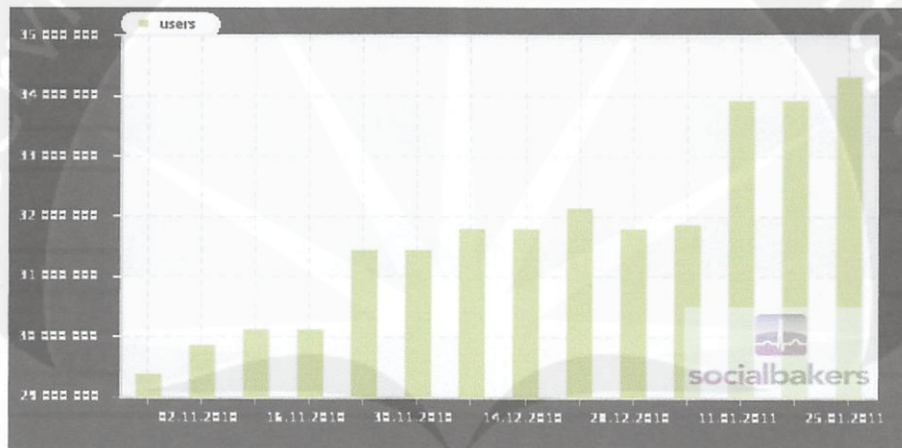
Tabel 2.1 merupakan data mengenai lima Negara dengan pengguna *facebook* terbanyak selama bulan 2 November 2010 sampai dengan 25 Januari 2011 :

Tabel 2.1.

No	Negara	Jumlah pengguna
1	United States	142.216.200
2	Indonesia	34.319.040
3	United Kingdom	27.917.760
4	Turkey	25.127.700
5	Philippines	21.795.280

Sumber : <http://www.facebakers.com>, 27 Januari 2011, pukul 19.00WIB

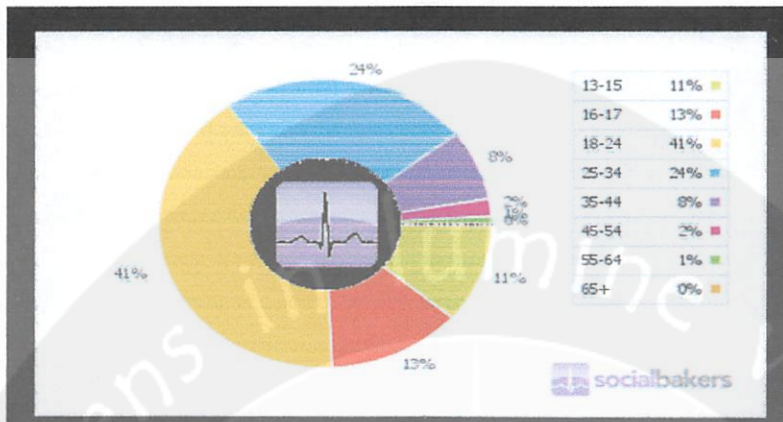
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui United States merupakan Negara dengan jumlah pengguna *facebook* terbanyak yang berjumlah 142.216.200. Indonesia menempati peringkat kedua untuk jumlah pengguna *facebook* yaitu sebesar 34.319.040 pengguna. Hal ini dapat dijadikan sebagai peluang dalam bisnis *online* di Indonesia.



Gambar 2.1. jumlah pengguna *facebook* di Indonesia

Sumber : <http://www.facebakers.com> diakses 27 Januari 2011, pukul 19.00WIB.

Berdasarkan gambar 2.1 dapat diketahui bahwa secara umum perkembangan pengguna *facebook* di Indonesia pada tanggal 2 November 2010 sampai dengan 25 Januari 2011 mengalami peningkatan. Selama tiga bulan pengguna *facebook* di Indonesia meningkat dari 27.000.000 pengguna menjadi 34.319.040 pengguna ini berarti jumlah pengguna *facebook* bertambah 8.000.000 pengguna.



Gambar 2.2. pengguna *facebook* di Indonesia berdasarkan usia.

Sumber : <http://www.facebakers.com> diakses 27 Januari 2011, pukul 19.00WIB.

Gambar 2.2 menunjukkan jumlah pengguna *facebook* di Indonesia berdasarkan usia. Mayoritas pengguna *facebook* di Indonesia berusia 18 tahun sampai 24 tahun yaitu mencapai 41%. Umur 23 tahun sampai 34 tahun sebanyak 24%. Jumlah pengguna *facebook* yang paling rendah yaitu pada tingkat usia 65 tahun ke atas yang berjumlah 0% dan usia 56 tahun sampai 64 tahun sebesar 1%, hal ini mungkin dikarenakan faktor usia dan kesehatan sehingga pengguna dalam tingkat umur tersebut kurang tertarik untuk menggunakan *facebook*.



Gambar 2.3. pengguna *facebook* di Indonesia berdasarkan jenis kelamin.
Sumber : <http://www.facebakers.com> diakses 27 Januari 2011, pukul 19.00WIB.

Gambar 2.3 menunjukkan pengguna *facebook* di Indonesia berdasarkan jenis kelamin. Sebagian besar Pengguna *facebook* di Indonesia berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 59% sedangkan pengguna *facebook* berjenis kelamin perempuan sebanyak 41%.

Facebook memang sangat diminati oleh masyarakat. Pertambahan pengguna *facebook* akan terus meningkat setiap minggunya. Orang-orang menggunakan *facebook* untuk terkoneksi dengan teman-teman, melalui *facebook* jaringan relasi semakin luas karena *facebook* membuka gerbang komunikasi sehingga kontak dapat dilakukan sesering mungkin (Juju dan Sulianta, 2010). *Facebook* merupakan jalinan pertemanan yang berkualitas. Facebooker sudah tidak canggung mengidentifikasikan diri yang paling personal ke publik, mulai dari identitas sosial, hobi, aktivitas dan lain

sebagainya. Facebooker merasa bebas mengekspresikan diri di *facebook*, karena *facebook* memungkinkan facebooker mendapatkan halaman sehingga facebooker dapat mempromosikan diri secara bebas. Pengguna *facebook* umumnya senang menggunakan status sebagai bentuk ekspresi diri. Status mungkin berisi tentang berita, luapan perasaan, ucapan terimakasih, atau berbagai aktifitas dan fikiran yang dimiliki.

2.3. Motivasi

Motivasi berasal dari kata Latin *movere*, yang berarti “bergerak”. Maka motivasi didefinisikan sebagai proses yang dimulai dengan defisiensi fisiologis atau psikologis yang menggerakkan perilaku atau dorongan yang ditujukan untuk tujuan atau insentif (Luthans, 2006).

Sofyandi dan Garniwa (2007) mendefinisikan motivasi sebagai suatu dorongan untuk meningkatkan usaha dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi, dalam batas-batas kemampuan untuk memberi kepuasan atas kebutuhan seseorang.

Motivasi merupakan keadaan dalam diri individu atau organisme yang mendorong perilaku kearah tujuan (Walgito, 2010). Pada umumnya motivasi mempunyai sifat melingkar yaitu motivasi timbul, memicu perilaku yang tertuju kepada tujuan, dan akhirnya setelah tujuan tercapai motivasi itu berhenti. Tetapi siklus tersebut akan kembali ke keadaan semula apabila ada suatu kebutuhan yang baru.

Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan (Ghufron dan Rini Risnawita, 2010). Motivasi yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia pusat bahasa, motivasi adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Dapat ditelusuri bahwa motivasi dapat dibedakan menjadi intrinsik, dan ekstrinsik. Motivasi intrinsik adalah dorongan atau keinginan yang tidak perlu disertai perangsang dari luar. Motivasi ekstrinsik adalah dorongan yang datang dari luar diri seseorang.

Berdasarkan uraian di atas maka secara umum motivasi dapat diartikan sebagai dorongan dalam diri individu yang merangsang individu untuk melakukan tindakan-tindakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Penggolongan motivasi manusia digolongkan menjadi 6 golongan yaitu (Handoko, 1992) :

a. Motif primer dan Motif sekunder

Penggolongan motif menjadi motif primer dan sekunder didasarkan pada latarbelakang perkembangan motif. Suatu motif dikatakan primer bila dilatarbelakangi oleh proses fisio kemis dari dalam tubuh. Contohnya adalah : lapar, haus, seks, bernafas, istirahat,

dan lain-lain. Motif sekunder merupakan motif yang tidak langsung pada keadaan organisme individu contohnya adalah rasa takut.

b. Motif Mendekat dan Motif Menjauh

Penggolongan motif menjadi motif mendekat dan menjauh didasarkan pada reaksi organisme terhadap rangsangan yang datang. Suatu motif disebut motif mendekat bila reaksi terhadap rangsangan yang datang bersifat mendekati rangsangan, sedangkan motif menjauh terjadi bila reaksi terhadap rangsangan sifatnya menghindari rangsangan yang datang.

c. Motif Sadar dan Motif tak Sadar

Pembagian motif sadar dan motif tidak sadar ini didasarkan pada taraf kesadaran manusia akan motif yang sedang melatarbelakangi tingkah laku seseorang. Motif tidak sadar terjadi apabila seseorang bertindak laku tertentu namun tidak mengetahui motif yang menjadi penggerak tingkah laku tersebut. Sebaliknya jika seseorang bertindak laku tertentu dan mengerti alasan-alasan penggerak tingkah laku tersebut maka motif yang melatarbelakangi tingkah laku itu disebut motif sadar.

d. Motif Biogenetis dan Motif Sosiogenetis

Motif biogenetis didasarkan pada asal motif dalam berperilaku. Motif biogenetis merupakan motif-motif yang berasal dari kebutuhan organisme demi kelanjutan kehidupan secara biologis. Motif

sosiogenetis adalah motif yang berasal dari lingkungan kebudayaan tempat orang berada dan berkembang.

e. **Motif Tunggal dan Motif Kompleks**

Penggolongan motif tunggal dan motif kompleks didasarkan pada banyaknya motif yang bekerja di belakang tingkah laku manusia. Motif tunggal adalah tingkah laku yang digerakkan hanya dengan satu motif saja. Sebaliknya bila tingkah laku digerakkan oleh beberapa motif sekaligus, maka motif yang bersama-sama menggerakkan tingkah laku itu disebut motif kompleks atau motif bergabung.

f. **Motif Intrinsik dan Motif Ekstrinsik**

Pembagian motif menjadi motif intrinsik dan ekstrinsik didasarkan pada datangnya penyebab suatu tindakan. Tindakan yang digerakkan oleh suatu sebab yang datang dari luar individu disebut tindakan yang bermotif ekstrinsik. Motif ekstrinsik bersifat nyata dan dapat dilihat orang lain. Sedangkan tindakan yang digerakkan oleh suatu sebab yang datang dari dalam diri individu disebut tindakan yang bermotif intrinsik. Contoh dari motivasi intrinsik ialah : motif ingin tahu, motif memanipulasi, motif bergiat, motif bergerak dan lain-lain. Sedangkan motivasi ekstrinsik contohnya adalah orang yang bekerja giat demi pujian, dan upah yang tinggi. Orang belajar giat untuk mendapatkan predikat pelajar teladan, dan lain-lain.

Garrity *et al.* tahun 2007, membedakan dua kelas motivasi yaitu motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi ekstrinsik mengacu pada kinerja dari suatu kegiatan yang akan menghasilkan imbalan instrumental. Motivasi intrinsik mengacu pada kinerja dari suatu kegiatan yang tidak terpisahkan dari minat dan kenikmatan yang akan didapatkan.

Pada dasarnya motivasi adalah penggerak tingkah laku manusia. Setiap tindakan manusia digerakkan, dilatarbelakangi oleh motif tertentu. tanpa motivasi orang tidak akan berbuat apa-apa. Peranan motivasi pada tingkah laku dapat dibuktikan pada pembahasan berikut ini :

a. Peranan Motivasi pada Pengamatan

Ada banyak eksperimen yang membuktikan bahwa motivasi mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap pengamatan seseorang. Salah satu eksperimen tentang hal ini adalah MC Lelland dan Atkinson yang myelidiki pengaruh motif lapar terhadap pengamatan seseorang pada suatu gambar. Hasil dari penyelidikan ini adalah bahwa makin lapar seseorang maka akan melihat gambar tersebut menjadi gambar yang berhubungan dengan makanan. Sebaliknya, semakin kenyang seseorang semakin kurang mengasosiasikan gambar dengan makanan.

b. Peranan Motivasi pada Perhatian

Bila orang dikuasai motif tertentu, maka perhatian akan tertuju pada hal-hal yang sesuai dengan motif dalam individu tersebut. Contohnya adalah bila seseorang sedang belajar untuk memperoleh nilai yang tinggi atau agar lulus ujian. Seluruh perhatian akan tercurahkan pada buku yang sedang dipelajari. Meskipun banyak suara yang mengganggu pasti ada usaha untuk tetap memusatkan perhatian pada buku pelajaran agar dapat lulus dengan nilai yang tinggi. Contoh tersebut membuktikan bahwa pengaruh motivasi terhadap perhatian manusia sangat besar.

c. Peranan Motivasi pada Ingatan

Motivasi juga sangat mempengaruhi ingatan seseorang. Apa saja yang dianggap penting dan berguna bagi seseorang pasti akan selalu diingat dan sukar untuk dilupakan. Contohnya adalah tempat-tempat yang mempunyai peran penting di dalam sejarah hidup seseorang pasti akan sukar dilupakan. Maka motivasi sangat berperan besar pada ingatan, dalam menentukan hal-hal yang diingat dan dilupakan seseorang.

d. Peranan Motivasi pada Fikiran dan Fantasi

Fungsi berfikir amat dipengaruhi oleh motivasi. Peranan motivasi didalam berfikir terutama pada penggunaan informasi-informasi yang tersedia untuk memecahkan masalah yang sedang

dihadapi. Dari beberapa percobaan dapat disimpulkan bahwa pada umumnya cara berfikir yang teratur dan terorganisasi dilandasi oleh suatu motif tertentu, sedangkan cara berfikir yang tidak jelas dan kurang terorganisasi, biasanya juga kurang dilandasi oleh suatu motif yang jelas. Pengaruh motivasi pada fantasi adalah apa yang menjadi fantasi seseorang merupakan cermin dari apa yang menjadi harapan, atau apa yang sedang menjadi kebutuhan.

2.3.1. Motivasi Intrinsik

Menurut Hirst 1988 (Ghufron dan Rini Risnawita, 2010) motivasi intrinsik adalah tingkat keyakinan individu bahwa suatu aktivitas dapat dilakukan dengan nyaman dan atas dasar keinginan diri sendiri.

Motivasi intrinsik merupakan suatu bentuk motivasi yang berasal dari dalam diri individu. Bagaimana individu mampu menyikapi suatu tugas dan pekerjaan yang diberikan sehingga, tugas tersebut dapat memberikan kepuasan batin bagi individu tersebut (Ghufron dan Rini Risnawita, 2010).

Edward L, Deci (Koeswara, 1995) Motivasi intrinsik menghasilkan tingkah laku yang menyebabkan individu mengalami perasaan kompeten. Deci menemukan bahwa motivasi dipicu oleh representasi-representasi kognitif (gambaran-gambaran atau pengharapan-pengharapan) yang ada pada individu

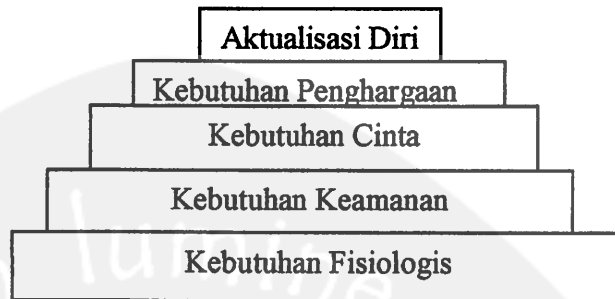
mengenai situasi atau kejadian yang akan muncul pada waktu yang akan datang.

Motivasi intrinsik didefinisikan sebagai pendorong untuk melakukan kegiatan agar mendapatkan kepuasan bukan karena peraturan tertentu. Motivasi intrinsik lebih menggerakkan seseorang untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang menimbulkan kesenangan, kepuasan, atau tantangan (Ryan dan Decy, 2000).

2.3.2. Teori-teori Motivasi

a. Hierarki Kebutuhan Maslow.

Hierarki kebutuhan mengikuti teori jamak yakni seseorang berperilaku, karena adanya dorongan untuk memenuhi macam-macam kebutuhan (Hasibuan, 2009). Gambar 2.4. menjelaskan mengenai hierarki kebutuhan Maslow. Maslow berpendapat, kebutuhan yang diinginkan seseorang itu berjenjang. Artinya, jika kebutuhan yang pertama telah terpenuhi, kebutuhan yang kedua akan muncul menjadi yang utama. Selanjutnya jika kebutuhan tingkat kedua telah terpenuhi, muncul kebutuhan tingkat ketiga dan seterusnya sampai kebutuhan tingkat kelima.



Gambar 2.4 Hierarki kebutuhan Maslow
(Sumber : Luthans, 2006 dalam Perilaku Organisasi: 281)

Hierarki kebutuhan Maslow

1. Kebutuhan fisiologis.

Yang termasuk dalam kebutuhan ini adalah makan, minum, udara, rumah dan sebagainya. Keinginan untuk memenuhi kebutuhan ini merangsang seseorang berperilaku atau bekerja giat.

2. Kebutuhan keamanan

Kebutuhan keamanan adalah kebutuhan akan kebebasan dari ancaman kecelakaan dan keselamatan dalam melaksanakan kegiatan.

3. Kebutuhan cinta.

Kebutuhan ini berhubungan dengan afiliasi. Kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan sosial, teman, interaksi, dicintai dan mencintai, serta diterima dalam pergaulan kelompok pekerja dan masyarakat lingkungan sekitar.

4. Kebutuhan penghargaan.

Kebutuhan ini adalah kebutuhan akan pengakuan serta penghargaan *prestise* dari lingkungan. Contohnya : kebutuhan akan kekuasaan, prestasi dan status.

5. Kebutuhan aktualisasi diri

Tingkat ini adalah puncak dari semua kebutuhan manusia. Aktualisasi diri adalah kebutuhan aktualisasi dengan menggunakan kemampuan, keterampilan, dan potensi optimal untuk mencapai prestasi yang luar biasa.

b. Teori Kebutuhan Edward

Edward mengemukakan bahwa ada 15 macam kebutuhan yang mempengaruhi motivasi seseorang, yaitu sebagai berikut (Hasibuan, 2009) :

1. *Achievement* adalah kebutuhan untuk dapat melakukan sesuatu lebih baik daripada orang lain. hal tersebut memotivasi seseorang untuk menyelesaikan tugas dengan lebih efektif dan efisien sehingga mencapai prestasi yang lebih tinggi.
2. *Deference* adalah kebutuhan untuk mendengarkan pendapat orang lain, mengikuti petunjuk yang diberikan,

memberikan pujian kepada orang lain, dan penyesuaian diri terhadap adat istiadat.

3. *Order* adalah kebutuhan untuk melakukan sesuatu secara teratur, membuat rencana secara detail, dan melakukan kegiatan secara teratur.
4. *Exhibition* adalah kebutuhan akan perhatian dari orang lain dan menjadi pusat perhatian.
5. *Autonomy* adalah kebutuhan untuk tidak tergantung kepada orang lain, hidup mandiri dan tidak mau diperintah.
6. *Affiliation* adalah kebutuhan untuk berhubungan dengan lingkungan, berteman atau berpartisipasi dalam kelompok.
7. *Intraseption* adalah kebutuhan untuk memahami perasaan orang lain dan mengetahui perilaku lingkungan.
8. *Succorance* adalah kebutuhan untuk mendapatkan bantuan, simpati, dan afeksi dari orang lain.
9. *Dominance* adalah kebutuhan untuk mendominasi kelompok, memimpin, menasehati dan mempertahankan pendapat.
10. *Abasement* adalah kebutuhan rasa bersalah dan diberi hukuman jika merasa bersalah.
11. *Nurturance* adalah kebutuhan bersimpati dan berbuat baik kepada orang lain.

memberikan pujian kepada orang lain, dan penyesuaian diri terhadap adat istiadat.

3. *Order* adalah kebutuhan untuk melakukan sesuatu secara teratur, membuat rencana secara detail, dan melakukan kegiatan secara teratur.
4. *Exhibition* adalah kebutuhan akan perhatian dari orang lain dan menjadi pusat perhatian.
5. *Autonomy* adalah kebutuhan untuk tidak tergantung kepada orang lain, hidup mandiri dan tidak mau diperintah.
6. *Affiliation* adalah kebutuhan untuk berhubungan dengan lingkungan, berteman atau berpartisipasi dalam kelompok.
7. *Intraseption* adalah kebutuhan untuk memahami perasaan orang lain dan mengetahui perilaku lingkungan.
8. *Succorance* adalah kebutuhan untuk mendapatkan bantuan, simpati, dan afeksi dari orang lain.
9. *Dominance* adalah kebutuhan untuk mendominasi kelompok, memimpin, menasehati dan mempertahankan pendapat.
10. *Abasement* adalah kebutuhan rasa bersalah dan diberi hukuman jika merasa bersalah.
11. *Nurturance* adalah kebutuhan bersimpati dan berbuat baik kepada orang lain.

12. *Change* kebutuhan untuk melakukan pembauran serta melawan adat istiadat.

13. *Endurance* kebutuhan untuk bertahan pada suatu kegiatan hingga selesai tanpa gangguan.

Dengan uraian-uraian di atas menjadi jelas bahwa motivasi merupakan faktor penentu tingkah laku manusia. Motivasi sangat mempengaruhi, bahkan menentukan tingkah laku seseorang. Pada umumnya tingkah laku manusia tidak hanya digerakkan oleh satu motif saja melainkan oleh beberapa motif sekaligus. Atas dasar uraian tersebut maka dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga faktor-faktor motivasi intrinsik yaitu, antusiasme bekerja, kebutuhan keunikan, dan semangat pelopor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor motivasi intrinsik terhadap perilaku facebooker, yaitu terhadap *information sharing* dan frekuensi posting status pada *facebook*, serta bagaimana pengaruh *information sharing* terhadap frekuensi posting status pada *facebook*.

2.4. Penelitian Terdahulu

Minwo Han, Yeibeech Jang, dan Hyunsik Park (2008), *Bloggers' Intrinsic Motivation and Elektronik Word-of-Mouth Marketing*.

Penelitian ini dilakukan di Korea yang meneliti mengenai bagaimana pengaruh motivasi intrinsik terhadap perilaku posting *blogger*.

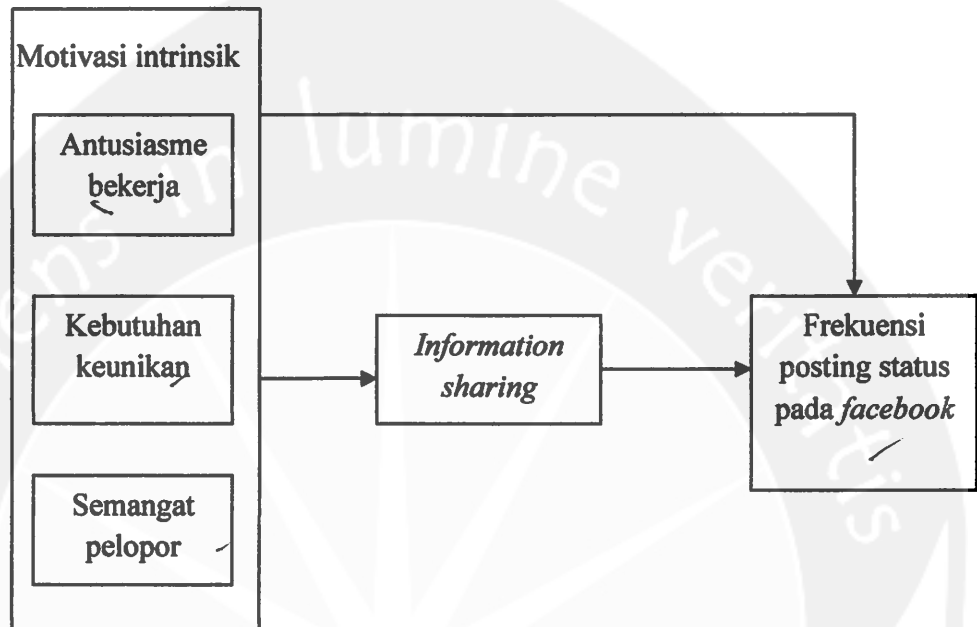
Diharapkan hasil dari penelitian ini akan bermanfaat bagi perusahaan dalam menentukan strategi eWOM marketing. Dalam penelitian ini motivasi intrinsik dibagi kedalam tiga subfaktor yaitu antusiasme dalam bekerja, kebutuhan keunikan, dan semangat pelopor. Sedangkan yang termasuk dalam perilaku posting blogger adalah *information sharing* dan frekuensi posting *blogger*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor motivasi intrinsik tidak memiliki efek langsung pada frekuensi *blog posting*. Namun, secara tidak langsung ditemukan bahwa kebutuhan keunikan memotivasi perilaku *blogger* untuk melakukan *information sharing*.

Ramayah, Muhamad Jantan, dan Noraini Ismail (2006), *Impact of Intrinsic and Ekstrinsic Motivation on Iternet Usage in Malaysia*. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi intrinsik dan ekstrinsik terhadap frekuensi penggunaan internet, serta mengetahui pengaruh motivasi intrinsik dan ekstrinsik terhadap penggunaan internet sehari-hari di Malaysia. Motivasi intrinsik yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan internet, dan persepsi kenikmatan penggunaan internet. Sedangkan motivasi ekstrinsik dalam penelitian ini adalah persepsi kegunaan internet. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa variabel-variabel dalam motivasi intrinsik dan ekstrinsik berpengaruh positif terhadap terhadap frekuensi

penggunaan internet dan terhadap penggunaan internet sehari-hari di Malaysia.

Raafat George Sadee, Weiwei Tan, dan Fassil Nebebe (2008), *Impact of Motivation in Online Learning Canada vs China*. Penelitian tersebut dilakukan di Canada dan China. Tujuan utama dalam penelitian tersebut adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh motivasi intrinsik dan ekstrinsik terhadap niat perilaku penggunaan WLS (*Web-Based Learning System*). Motivasi intrinsik yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel kenikmatan. Motivasi ekstrinsik dalam penelitian ini adalah manfaat yang dirasakan. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik terhadap niat perilaku penggunaan WLS. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa manfaat yang dirasakan dan kenikmatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku siswa untuk menggunakan WLS.

2.5. Model Penelitian



Gambar 2.5 Model penelitian
(Sumber : Minwo Han, Yeibeech Jang, Hyunsin Park, 2008).

Gambar 2.5 menunjukkan model penelitian dari penelitian ini. Model penelitian di atas menggambarkan pengaruh faktor-faktor motivasi intrinsik (antusiasme bekerja, kebutuhan keunikan, dan semangat pelopor) terhadap *information sharing*. Pengaruh faktor-faktor motivasi intrinsik (antusiasme bekerja, kebutuhan keunikan, dan semangat pelopor) terhadap frekuensi posting status pada *facebook* serta pengaruh *information sharing* terhadap frekuensi posting status pada *facebook*. Dengan demikian maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₁: Antusiasme bekerja, kebutuhan keunikan dan semangat pelopor secara simultan berpengaruh positif terhadap *information sharing*.
- H₂: Antusiasme bekerja secara parsial berpengaruh positif terhadap *information sharing*.
- H₃: Kebutuhan keunikan secara parsial berpengaruh positif terhadap *information sharing*.
- H₄: Semangat pelopor secara parsial berpengaruh positif terhadap *information sharing*.
- H₅: Antusiasme bekerja, kebutuhan keunikan, dan semangat pelopor secara simultan berpengaruh positif terhadap frekuensi posting status pada *facebook*.
- H₆: Antusiasme bekerja secara parsial berpengaruh positif terhadap frekuensi posting status pada *facebook*.
- H₇: Kebutuhan keunikan secara parsial berpengaruh positif terhadap frekuensi posting status pada *facebook*.
- H₈: Semangat pelopor secara parsial berpengaruh positif terhadap frekuensi posting status pada *facebook*.
- H₉: *information sharing* berpengaruh positif terhadap frekuensi posting status pada *facebook*.