

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital dengan inovasi-inovasi terkenal seperti komputer, laptop, tablet, smartphone, dan internet telah membawa perubahan yang signifikan pada kehidupan kita sehari-hari, beberapa pemanfaatannya adalah untuk keperluan komunikasi, pertukaran informasi, serta mendukung proses pengajaran dan pembelajaran [1]. Komunikasi adalah bagian terpenting dari kehidupan sehari-hari dan merupakan elemen paling penting yang mendasar dalam dunia manusia, komunikasi penting untuk pertumbuhan individu serta pembentukan dan pemeliharaan kelompok serta hubungan antara mereka [2]. Di era digital ini, media sosial telah menjadi bagian penting dalam aktivitas sehari-hari manusia. Individu dari berbagai generasi menggunakan media sosial secara aktif. Media sosial telah mengubah gaya hidup kita secara mendasar dengan membuat dunia lebih terbuka, memungkinkan orang untuk berbagi, berinteraksi, dan tetap terhubung satu sama lain. Media sosial juga dapat menjadi alat yang sangat berguna dan berharga untuk tujuan akademis melalui komunikasi, interaksi dan kolaborasi yang lebih baik, salah satu aplikasi media sosial yang digunakan adalah aplikasi *WhatsApp* [3].

WhatsApp adalah aplikasi pesan terpopuler saat ini. Didirikan tahun 2009 dan diakuisisi Meta pada 2014, *WhatsApp* telah menjadi platform media sosial berpengaruh dengan basis pengguna yang besar. Meski sering dianggap hanya aplikasi perpesanan, *WhatsApp* juga merupakan produk media sosial dengan fitur status dan komunikasi individual maupun grup dengan jumlah pengguna yang mencapai lebih dari miliaran [4]. *WhatsApp* memiliki beberapa keunggulan yang membuatnya unggul dibanding aplikasi serupa yaitu tidak memerlukan kata sandi karena langsung terhubung ke nomor kontak di ponsel. *WhatsApp* juga menawarkan pengiriman pesan yang nyaman dan instan, antarmuka yang mudah dipahami, konsumsi baterai yang efisien, serta penggunaan data internet yang hemat [5].

Metode pembelajaran tradisional di kelas memiliki keterbatasan dalam menyediakan lingkungan belajar yang cepat, evaluasi yang lebih cepat, dan keterlibatan yang lebih besar, sehingga perlu dukungan teknologi digital yang baik agar pembelajaran menjadi lebih efisien yang mana kriteria teknologi yang baik untuk diadopsi adalah dapat meningkatkan keterlibatan dalam proses pembelajaran dan harus dapat diakses dengan mudah dan lancar oleh siswa dan

guru kapanpun dan dimanapun tanpa adanya gangguan apapun [6]. Salah satu teknologi yang digunakan dalam mendukung pembelajaran adalah aplikasi *WhatsApp* [7]. Berdasarkan penelitian yang melibatkan 40 (empat puluh) partisipan untuk diwawancarai, mereka merasa *WhatsApp* lebih mudah diakses, murah, nyaman, dan menawarkan privasi yang tidak ditawarkan oleh platform lain [8]. Dalam hal aksesibilitas, partisipan membahas berbagai format seperti audio, video, teks maupun catatan suara yang tersedia untuk pengguna berkomunikasi dan dapat digunakan di berbagai platform, sehingga informasi dapat dikirim melalui *WhatsApp* asalkan ponsel tersebut memiliki akses internet [8]. Salah satu alasan pengguna memilih untuk menggunakan *WhatsApp* adalah kenyamanan yang dirasakan ketika menggunakan teknologi tersebut. Kenyamanan didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengakses dan menggunakan layanan dengan mudah kapan saja dan dimana saja selama ada koneksi internet [9]. Persepsi Kenyamanan sangat penting dalam lingkungan pendidikan yang bergerak cepat saat ini, di mana fleksibilitas dan aksesibilitas menjadi hal yang utama dan persepsi guru mengenai kenyamanan platform online dapat secara signifikan mempengaruhi kesediaan mereka untuk mengadopsi teknologi [10]. Menurut penelitian sebelumnya mengenai adopsi *smart home*, kesulitan yang dirasakan dan ketidaknyamanan dapat menyebabkan penilaian konsumen yang lebih rendah terhadap kemudahan penggunaan rumah pintar yang mempengaruhi menurunnya keinginan untuk mengadopsi *smart home* [11]. Oleh karena itu, penting untuk memastikan kenyamanan pengguna agar mereka memiliki sikap positif dan berkeinginan untuk menggunakan teknologi tersebut [12].

UTAUT adalah model yang menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi oleh pengguna yang populer dan telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian. Model ini menggabungkan elemen penting dari delapan teori sebelumnya tentang penerimaan teknologi dan mengidentifikasi empat konstruksi utama yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi dan perilaku penggunaannya [13]. Kemudian pada tahun 2012, dikembangkanlah UTAUT2 untuk mengatasi keterbatasan UTAUT. Kerangka kerja UTAUT2 terdiri dari empat konstruksi UTAUT Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), dan Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) dan penambahan tiga konstruksi baru, yaitu Motivasi Hedonik (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), Kebiasaan (*Habit*) sebagai variabel bebas dari niat perilaku dan perilaku penggunaan [14]. Pentingnya permasalahan tersebut dilakukan agar pengguna dari *WhatsApp* dapat merasakan manfaat penggunaan dari *WhatsApp* dan menimbulkan pengalaman yang baik. Model UTAUT2 dipilih karena memiliki tambahan

faktor yang dapat memperkuat penjelasan mengenai penerimaan teknologi dibandingkan model lainnya [14]. Penggunaan model ini dapat mendukung pengembangan teknologi menjadi semakin baik.

Persepsi Kenyamanan adalah ukuran bagaimana konsumen mempersepsikan waktu dan usaha yang diperlukan untuk menggunakan perangkat seluler. Kenyamanan menjadi semakin penting bagi bisnis online untuk tetap kompetitif [15]. Persepsi kenyamanan dianggap sebagai kemampuan untuk mengurangi biaya nonmoneter seseorang (misalnya, waktu, energi, dan usaha) saat mengonsumsi layanan tertentu [16]. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa nilai kenyamanan adalah salah satu faktor terpenting dalam hal adopsi Augmented Reality (AR) [17]. Menurut Z. Wang et al., konsumen dari generasi z menganggap kenyamanan sebagai tujuan utama dalam adopsi teknologi baru [16]. Tulcanaza-Prieto et al. menyatakan bahwa kenyamanan penggunaan meningkatkan kepercayaan terhadap produk, layanan, merek dan perusahaan [18]. Selain itu, pada penelitian yang dilakukan oleh K. Yum et al., kenyamanan (*convenience*) memiliki pengaruh positif signifikan terbesar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan faktor lainnya [19]. Penelitian lainnya menyebutkan bahwa kelima jenis kenyamanan yaitu kenyamanan akses, pencarian, evaluasi, transaksi dan kepemilikan memiliki dampak signifikan terhadap keterlibatan pengguna yang kemudian berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan sumber daya elektronik [20]. Penelitian yang dilakukan oleh E. A. Abedi et al. juga menyatakan bahwa banyak guru termotivasi untuk menggunakan teknologi karena kenyamanan yang dirasakan, karena mereka percaya bahwa teknologi dapat menyederhanakan praktik kurikulum, dan menghemat waktu pengajaran [21]. Selain itu, penelitian dari [22] menyatakan bahwa salah satu dimensi psikologis yaitu kenyamanan yang berupa ketidakterbatasan waktu dan lokasi dalam menggunakan teknologi mendorong pengguna memiliki perilaku pembelian impulsif *online*, dan penelitian [23] juga menyatakan bahwa selain berpengaruh pada niat, kenyamanan yang dirasakan pengguna akan akses yang mudah Ketika menggunakan teknologi juga berpengaruh positif pada perilaku pembelian obat secara *online*. Oleh karena itu, variabel kenyamanan menjadi faktor penting, karena semakin nyaman dan praktis teknologi tersebut, maka akan meningkatkan keinginan para guru dan siswa untuk menggunakan *WhatsApp* secara berkelanjutan. Hal ini mendorong penulis untuk menguji peran Persepsi Kenyamanan pengguna dalam penerimaan dan penggunaan *WhatsApp*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi apakah variabel persepsi kenyamanan (*Perceived Convenience*) dapat menjadi prediktor yang berpengaruh secara langsung terhadap niat perilaku dan perilaku penggunaan dalam penerimaan dan penggunaan

teknologi *WhatsApp* dengan model UTAUT2. Penelitian ini penting karena belum ada yang meneliti peran Persepsi Kenyamanan dalam model UTAUT2 untuk penggunaan *WhatsApp* sebagai alat komunikasi antara guru dan siswa di pendidikan menengah di Kota Medan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur dan memberikan kontribusi kepada pengembang *WhatsApp* atau aplikasi sosial media lainnya untuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penerimaan dan penggunaan teknologi mereka.

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti bermaksud untuk menguji bagaimana variabel persepsi kenyamanan memengaruhi niat penerimaan dan penggunaan *WhatsApp*, melalui sebuah penelitian yang berjudul **“Peran Persepsi Kenyamanan Terhadap Penggunaan *WhatsApp* Menggunakan Model UTAUT2”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh variabel Persepsi Kenyamanan (*Perceived Convenience*) pada Niat Perilaku dan Perilaku Penggunaan pada penggunaan *WhatsApp* di kalangan pengguna di Pendidikan Menengah di Kota Medan ?
2. Bagaimana pengaruh Ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Motivasi Hedonik (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), Kebiasaan (*Habit*) yang mempengaruhi niat perilaku dan perilaku penggunaan *WhatsApp* pada pengguna di Pendidikan Menengah di Kota Medan?
3. Bagaimana pengaruh variabel moderasi yaitu usia, jenis kelamin, dan pengalaman pada penggunaan *WhatsApp* di kalangan pengguna pada Pendidikan Menengah di Kota Medan ?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji pengaruh variabel Persepsi Kenyamanan (*Perceived Convenience*) pada Niat Perilaku dan Perilaku Penggunaan pada penggunaan *WhatsApp* di kalangan Pendidikan Menengah di Kota Medan.
2. Menganalisis pengaruh Ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Motivasi Hedonik (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), Kebiasaan (*Habit*) yang mempengaruhi niat perilaku dan perilaku penggunaan *WhatsApp* pada pengguna di Pendidikan Menengah di Kota Medan.
3. Menguji pengaruh variabel moderasi yaitu usia, jenis kelamin, dan pengalaman pada penggunaan *WhatsApp* di kalangan pengguna pada Pendidikan Menengah di Kota Medan.

1.4 Manfaat

Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penambahan kontribusi pada model UTAUT2 dengan menguji peran Persepsi Kenyamanan (*Perceived Convenience*) pada niat dan perilaku penggunaan *WhatsApp*.
2. Hasil dari penelitian ini akan menambahkan kekayaan literatur dan menjadi pertimbangan bagi pengembang teknologi khususnya aplikasi media sosial dan *messenger apps* untuk memperhatikan faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi tersebut serta dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

1.5 Ruang lingkup

Berikut adalah ruang lingkup dari penelitian ini :

1. Variabel Dependen : Niat Perilaku (Behavioral Intention), Perilaku Penggunaan (Use Behavior).
2. Variabel Independen : Ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi Memfasilitasi

(*Facilitating Conditions*), Motivasi Hedonik (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), Kebiasaan (*Habit*) dan Persepsi Kenyamanan (*Perceived Convenience*).

3. Variabel Moderator : Jenis Kelamin (*Gender*), Usia (*Age*), Pengalaman (*Experience*).
4. Objek Penelitian : Aplikasi *WhatsApp*.
5. Responden: pengguna *WhatsApp* pada Pendidikan Menengah di Kota Medan.

