

Faktor yang Memengaruhi Minat Perilaku Penggunaan Teknologi (Studi: Pengguna Aplikasi *Video Conference* selama *Physical Distancing*)

Miftah Ulfania Fajrin¹, Ermina Tiorida²

¹Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012
E-mail : miftah.ulfania.abs416@polban.ac.id

²Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012
E-mail : ermina.tiorida@polban.ac.id

ABSTRAK

Penggunaan aplikasi *video conference* di Indonesia selama masa *physical distancing* atau Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) semakin meningkat. Jenis teknologi layanan *mobile* pada taksonomi *mobile communication services* ini mengalami kenaikan unduhan dan proyeksi laju pertumbuhan majemuk secara global dan regional. Di Indonesia, aplikasi *video conference* direspon positif. Tercatat kenaikan unduhan pada lima *platform* per Maret 2020. Angka adopsi yang tinggi pada aplikasi *video conference* mengindikasikan minat yang tinggi dari masyarakat. Momentum ini lantas dimanfaatkan oleh organisasi atau entitas bisnis di Indonesia sebagai medium yang tepat untuk menyelenggarakan kegiatan produktif seperti diskusi berbagai ilmu dan pengetahuan sekaligus sebagai upaya memperkenalkan organisasi kembali sebagai imbas dari pelemahan ekonomi dalam segala sektor dampak pandemi *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19). Melalui *website seminar* (webinar) sebagai bagian dari strategi bauran komunikasi pemasaran terpadu (IMC). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur faktor yang mempengaruhi minat perilaku penggunaan aplikasi *video conference* pada kegiatan webinar, dengan faktor prediktor antara lain *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition*. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* pada 165 responden dengan analisis regresi linier berganda. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan *performance expectancy* sebagai satu-satunya faktor paling signifikan yang memengaruhi minat perilaku penggunaan teknologi ini.

Kata Kunci

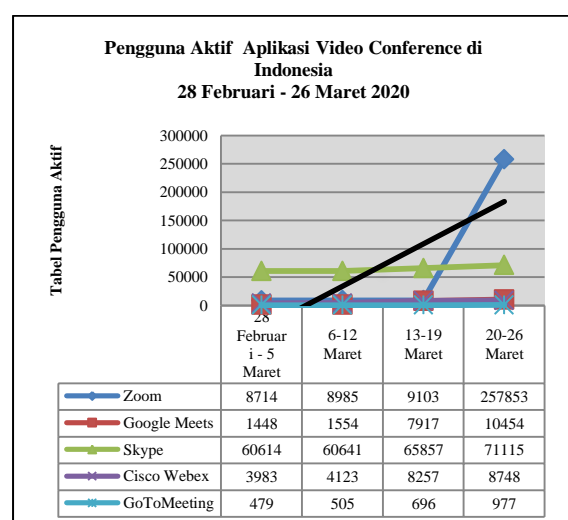
Minat Perilaku, Faktor Penerimaan Teknologi, Aplikasi *Video Conference*, *Physical Distancing*, Webinar

1. PENDAHULUAN

Teknologi yang berkembang begitu pesat pada beberapa dekade terakhir turut mempengaruhi minat masyarakat dalam penggunaan teknologi. Adopsi teknologi baru saat ini didukung oleh kehadiran internet [1] dan alat akses berupa *mobile devices* [3] sebagai medium yang tepat untuk menjangkau konsumen. Penggunaan internet di Indonesia pada Q3 tahun 2019, terdapat peningkatan pengguna internet menjadi 184,94 juta pengguna internet aktif di Indonesia [2] dibandingkan tahun 2018 yakni 171,13 juta [5]. Sedangkan alat akses *mobile devices*, telah mencapai lebih dari tiga ratus persen dengan 60% pengguna *smartphone*, 22% laptop dan komputer, 8% pengguna tablet, serta lainnya 1% [4]. Proyeksi ini pun akan terus meningkat seiring dengan pentingnya peran teknologi menunjang aktivitas manusia. Terlebih di masa PSBB, terdapat peningkatan aktivitas *traffic data* internet ritel sebesar 15-20% [6].

Kenaikan dan proyeksi tersebut, salah satunya berdampak pada adopsi teknologi aplikasi *video conference*, di Indonesia sebanyak lima *platform*

selama Februari hingga Maret 2020 telah menunjukkan kenaikan signifikan [7] seperti tercantum dalam grafik berikut ini:



Gambar 1. Tren Kenaikan Pengguna Aktif Aplikasi *Video Conference*

Adapun di dunia, unduhan aplikasi *video conference* telah dibuktikan melalui angka-angka unduhan pada beberapa penyedia toko aplikasi seperti Google Store, Appstore dan Microsoft Store. Kenaikan tersebut berimplikasi pada proyeksi laju pertumbuhan majemuk atau *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) pada industri ini. CAGR terprediksi ~9%, dengan *market size* mencapai \$6.1 Triliun [8]. Faktanya, di tahun 2019, besaran pangsa pasar telah melewati \$14 Triliun, sehingga proyeksi kenaikan CAGR global akan meningkat hingga 19% sampai tahun 2026 [9]. Selain itu, sejak 2018, *market share* industri *videoconference* mencapai 34,1% [8], sedangkan pada tahun 2019 telah mencapai di atas 40% [9]. Besaran pangsa pasar \$0.91 Triliun, yang diproyeksikan meningkat sejumlah 23% pada tahun 2020-2026 [8]. Di Asia Tenggara, Indonesia merupakan negara dengan pengguna teknologi telekomunikasi dan komputasi terbesar dibandingkan Filipina, Malaysia Vietnam dan Thailand [10] Data-data ini mengindikasikan proyeksi minat dan kesiapan masyarakat untuk mengadopsi teknologi aplikasi *video conference*.

Angka optimisme CAGR tersebut tentunya berhubungan dengan adopsi yang tinggi dari aplikasi *video conference*. Penggunaan aplikasi *video conference* dalam dunia *marketing* digunakan sebagai medium untuk melakukan komunikasi pemasaran. Metode *Integrated Marketing Communication* (IMC) atau mengaplikasikan bauran komunikasi pemasaran terpadu menggunakan teknologi adalah pola pemasaran kreatif nonkonvensional untuk meningkatkan atensi dan ketertarikan pada suatu produk maupun entitasnya [11]. Salah satunya adalah webinar [12]. Webinar merupakan singkatan dari *website seminar* atau simposium atau presentasi yang diselenggarakan melalui kemudahan *platform video conference* berbasis *cloud/awan* [13]. Webinar merupakan bentuk *softselling* dengan menggabungkan *advertisement, relations, interactive marketing* dan *event*. Pandemi yang telah membawa efek domino terhadap keberlangsungan dunia bisnis. Sebab banyak organisasi ‘ditinggalkan’ oleh pelanggannya karena fokus terhadap kesehatan. Sehingga upaya untuk meningkatkan *brand awareness* kembali (*reintroducing*) suatu entitas penting dilakukan dengan edukasi melalui webinar menggunakan aplikasi *video conference*.

Meskipun data peningkatan unduhan aplikasi *video conference* meningkat, faktor yang mempengaruhinya penggunaan pada kegiatan webinar masih belum jelas. Aplikasi *video conference* dalam penggunaan webinar masih belum teridentifikasi berbeda dengan penggunaan *learning management system* atau *formal online learning* maupun *online meeting* untuk *work from home*. Sehingga, pola intensi perilaku akan berbeda dalam

webinar—karena tidak wajib menampilkan wajah seperti kedua kegiatan formal sebelumnya, juga tidak membutuhkan status formal mengikat—dibandingkan dengan kedua kegiatan sebelumnya selama *physical distancing*. Aplikasi *video conference* sebagai penggunaan webinar dinilai potensial bagi perusahaan penyedia, perusahaan penyelenggara dan manfaat bagi individu konsumen akhir. Demi menjaga keberlanjutan manfaat dan keberlangsungan daur hidup perusahaan aplikasi *video conference*, maka penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui faktor penerimaan teknologi aplikasi *video conference* selama masa pandemi untuk cerminan pengukuran di masa *new normal*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Minat Perilaku (*Behavioral Intention*)

Minat atau intensi adalah bentuk perilaku psikologis manusia. Minat didefinisikan sebagai seberapa besar usaha seseorang untuk melakukan tindakan atau usaha untuk berperilaku [14]. Sedangkan perilaku adalah aksi dari kecenderungan sikap [15]. Intensi perilaku adalah ukuran atau tingkatan untuk menampilkan perilaku tertentu [16]. Intensi perilaku menjadi faktor penting dalam adopsi untuk menentukan bentuk perilaku penggunaan selanjutnya [17]. Intensi perilaku yang diukur dengan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang berusaha memprediksi intensi perilaku sebagai variabel dependen terakhir sehingga dapat menguji pola perilaku penggunaan, karena pengaruhnya yang jauh lebih besar daripada perilaku penggunaan (*use behavior*) teknologi itu sendiri [18].

2.2 Penerimaan Teknologi

Teori mengenai penerimaan atau adopsi teknologi yang telah digunakan pada berbagai konteks penelitian teknologi informasi [19]. Adopsi teknologi merupakan turunan dari penemuan teori adopsi teknologi sebagai bidang *sosial-psychology* [20]. Davis memperkenalkan *Technology Acceptance Model*, dan teori TAM tersebut adalah teori yang paling banyak digunakan [21]. Namun teori UTAUT ditemukan sebagai sintesis dari delapan teori sebelumnya, yaitu *Theory of Reason Action* (TRA), *Theory Planned Behavior*, *Technology Acceptance Model* (TAM), *Combined-TAM-TPB* (C-TAM-TPB), *Model Personal Computer Utilization* (MPCU), *Social Cognitive Theory* (SCT), *Innovation Diffusion Theory* atau *Diffusion Of Innovation* (IDT/DOI), dan *Motivational Model* (MM) yang dinilai dapat prediksi mempengaruhi *behavioral intention* sebesar 69%, lebih tinggi daripada model TAM yang hanya 40% menilai intensi [17]. Inti dari teori ini adalah

merefleksikan lebih detail mengenai eksternal variabel yang terdapat pada model final TAM berupa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Hasil sintesa yang melahirkan gagasan baru mengenai pengukuran yang ditemukan dengan konstruk yang lebih jelas terbagi menjadi *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* [17]. Dengan prediksi harapan performa dan harapan usaha sebagai yang paling kuat berpengaruh terhadap intensi atau minat perilaku.

Performance Expectancy didefinisikan sebagai, “*the degree to which an individual believes that using the system will help him or her to attain gains in job performance* [20].” Inovasi teknologi dimanfaatkan untuk mendapat tujuan tertentu [21]. Karakteristik kehadiran teknologi praktis dapat meningkatkan produktivitas, kecepatan dan ketepatan untuk mengakselerasi performa seseorang [22][23]. *Performance expectancy* (PE) atau harapan kinerja merupakan faktor turunan dari konstruk TAM, MM, MPCU, IDT dan SCT yang kuat dapat memprediksi adopsi penggunaan teknologi [19]. Harapan kinerja pada teknologi dikaitkan dengan *perceived usefulness* [24], keandalan atau reliabel atau tidaknya dalam mendukung aktivitas manusia [25], serta tambahan konstruk penting dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi yaitu keamanan [26]. Untuk itu, PE dalam penelitian ini memiliki indikator: *perceived usefulness*, *reliability*, dan *safe and security*.

Effort Expectancy merupakan “*the degree of ease associated with the use of the system* [20].” Yang mengacu pada tingkat kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi, atau persepsi bahwa seseorang percaya dirinya tidak perlu membutuhkan usaha yang lebih dalam menggunakan suatu teknologi [27]. Pengaruh harapan usaha memiliki pengaruh positif signifikan terhadap intensi penggunaan teknologi [28]. Faktor ini merupakan turunan dari konstruk *perceived ease of use* dari TAM/TAM2, *complexity* dari MPCU serta *ease of use* dari IDT [19]. Adapun dalam perkembangannya teknologi baru teknologi pun berhubungan dengan desain dan fitur yang terdapat pada teknologi yang disediakan [21]. Tingkat penggunaan teknologi yang fleksibel pun yang dapat perlu diukur mengikuti harapan performa [25]. Selain itu kompleksitas teknologi juga dijadikan pertimbangan dalam menggunakan teknologi. Dengan demikian, penelitian ini memiliki konstruk: *flexibility*, *perceived ease of use* dan *complexity*.

Social Influence merupakan, “*the degree to which an individual perceives that important others (such as relatives, peers and subordinate) believe that he or she should use the new system* [20].” Atau tingkat seseorang menganggap bahwa pengaruh pihak lain

atau lingkungan seperti keluarga, kerabat, rekan maupun kolega bahkan ahli IT perlu bahwa dirinya menggunakan teknologi tersebut [29]. Pengaruh sosial ini merupakan bentuk subjektif dalam menggunakan suatu teknologi [30]. Pengaruh lingkungan pada beberapa kasus berpengaruh signifikan [25][31]. Konstruk SI dalam penelitian ini sesuai dari turunan teori TAM, TAM2 dan TAM3 yaitu: *subjective norms*, *social factors* dan *image* [20][25].

Facilitating Condition didefinisikan sebagai “*the degree to which an individual perceives that organizational and technical infrastructure exist to support use of the system* [20].” Berbeda dengan *social influence*, *facilitating condition* adalah tingkat individu memiliki dukungan objektif dari segi fasilitas berbeda [32]. Konstruk FC adalah turunan dari model C-TAM-TPB, MPCU dan IDT yaitu di antaranya, *perceive behavioral control*, *facilitating condition* dan *compatibility* [19]. Konstruk kondisi memfasilitasi diperluas menjadi infrastruktur dan sumber daya (*infrastructure and resources*) [25] dalam penelitian ini.

2.3 Aplikasi Video Conference

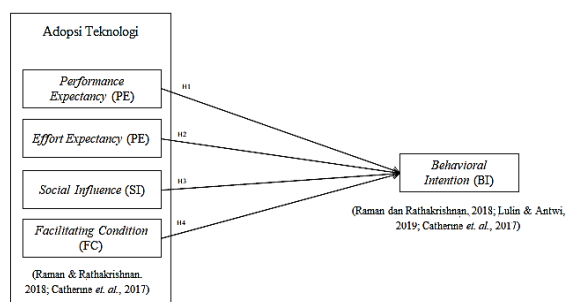
Aplikasi *video conference* berbasis *internet protocol* (IP) atau *voice over IP* (VoIP) telah dikenal sejak dirilisnya PictureTel's dari International Business Machine (IBM) di tahun 1984 [33]. Dan terus memiliki perkembangan yang pesat hingga saat ini. Popularitas aplikasi *video conference* memicu badan International Telecommunication Union (ITU-T) turut membuat standar-standar yang berlaku bagi aliran data yang dihelat pada aplikasi *video conference*. Seperti H.263 untuk mengurangi aliran data dan standar H.323 untuk komunikasi audio dan visual yang versinya terus mengalami pemutakhiran hingga saat ini demi menjaga keamanan lalu lintas komunikasi. Yang menggunakan audio, video, dan *screensharing*. Kombinasi lainnya terdapat pada penggunaan *text* yang diselenggarakan melalui panel untuk mempresentasikan konten secara efisien [34]. Fungsi dari *video conference* adalah untuk *meet*, *communicate*, dan *collaborate* tanpa gap. Lebih jauh lagi, untuk meningkatkan produktivitas, menghemat waktu dan uang, melampaui batas ruang lebih jauh, mengedukasi, serta memungkinkan setiap orang menjadi lebih adaptif dan responsif [35].

Video conference di Indonesia digunakan untuk berbagai kepentingan. Saat *physical distancing* kebutuhan setiap orang untuk melaksanakan segalanya dari rumah, termasuk *video conference*. Webinar adalah salah satunya, *website seminar* merupakan wadah edukasi efektif [13], menjangkau audiens lebih luas. Dengan *guerrilla marketing* adalah teknik marketing pada organisasi maupun pelaku bisnis untuk melakukan peningkatan

kesadaran terhadap entitas dengan 100 cara, salah satunya pada nomor 25 adalah memberikan simposium atau webinar gratis menasar target yang spesifik dengan cara spesifik [12]. Aplikasi *video conference* dalam taksonomi *mobile services* digunakan sebagai alat yang tepat menyelenggarakan webinar. Selain itu, generasi Y dan Z yang adalah pemegang internet terbanyak di Indonesia [36]. Dengan menghadirkan peserta spesifik dengan sistem yang tidak dapat berinteraksi antarpeserta terbatas hanya penyelenggara dan peserta.

3. MODEL PENELITIAN

Model penelitian ini menghubungkan variabel dalam model parsial UTAUT yang terdiri dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* terhadap *behavioral intention*, yang tergambar pada model berikut ini :



Gambar 2. Model Penelitian

Berdasarkan pemodelan penelitian pada Gambar 2 dan perumusan pada tinjauan pustaka maka hipotesis penelitian ini menjadi seperti berikut:

Performance expectancy berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* sesuai dengan penelitian [31][25][38] sehingga hipotesis dalam penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1 = *Performance expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* penggunaan aplikasi *video conference*;

Effort expectancy berpengaruh terhadap minat perilaku sesuai dengan penelitian [25][37], sehingga hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2 = *Effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* penggunaan aplikasi *video conference*;

Social influence berpengaruh terhadap minat perilaku sesuai dengan penelitian [25][31], maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H3 = *Social influence* berpengaruh terhadap *behavioral intention* penggunaan aplikasi *video conference*;

Facilitating condition berpengaruh terhadap minat perilaku sesuai dengan penelitian [25][31], maka penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

H4 = *Facilitating condition* berpengaruh terhadap *behavioral intention* penggunaan aplikasi *video conference*.

4. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan survei melalui beberapa pertanyaan dan pernyataan dalam jumlah besar dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna aplikasi *video conference* pada pelajar SMA/SMK/MA/Sederajat, mahasiswa, pekerja, wirausahawan dan yang memiliki pekerjaan namun untuk sementara waktu belum bekerja atau belum memiliki pekerjaan, untuk kebutuhan pelaksanaan webinar yang digunakan selama *physical distancing* sejak imbauan PSBB pada tanggal 15 Maret, lalu ditetapkan payung hukum pada tanggal 30 Maret dan pengesahan pada tanggal 31 Maret 2020 hingga 16 Juli 2020 [47]. Adapun penelitian ini menggunakan *software* IBM SPSS23 untuk mengolah data dan menganalisis hasilnya dengan metode *purposive sampling*.

4.1 Instrumen Penelitian

Jumlah item pernyataan kuesioner terdapat 33 pernyataan yang mewakili tiap variabel dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* yang diambil dari bentuk Venkatesh, Morris, Davis dan Davis [20]. Sementara *behavioral intention* diadopsi dari bentuk penelitian [25][31][39][40][41] yang disesuaikan dengan penggunaan teknologi pada aplikasi *video conference*. Tiap item pernyataan berskala Likert 1-5, yang dapat diinterpretasikan poin 1 adalah sangat tidak setuju dan poin 5 adalah sangat setuju.

4.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha untuk menguji konsistensi masing-masing faktor dari model penelitian agar dapat dianggap reliabel dengan tingkat koefisien reliabilitas > 0.6 [42].

4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji sah atau tidaknya suatu pemodelan dapat dilakukan regresi. Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji asumsi klasik dengan tiga hal yaitu, uji normalitas secara simultan dengan melihat grafik histogram, heteroskedastisitas dengan uji *glejser* yang ditandai dengan signifikansi harus di atas > 0.05 agar tidak terjadi gejala hetero pada data penelitian. Dan

dengan uji multikolinieritas dengan pengujian derajat toleransi dan VIF. Apabila derajat toleransi > 0.10 dan VIF < 10, maka penelitian dapat dianggap berdistribusi normal.

4.4 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda pada empat variabel prediktor yang bebas (*independent*) terhadap satu variabel terikat (*dependent*) melalui uji F ANOVA dengan membandingkan hasil F hitung dan F tabel.

5. ANALISIS DATA DAN HASIL

5.1 Data Demografi Responden

Terdapat 165 kuesioner dengan metode *purposive sampling* dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1. Data Demografi Responden

Demografi Responden		Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	24.85%
	Perempuan	75.15%
Generasi	Z (16-25 Tahun)	73.33%
	Y (26-40 Tahun)	26.67%
Intensitas Penggunaan Aplikasi Selama Physical Distancing di Indonesia	Pernah (1 kali)	6.67%
	Jarang (2 – 5 kali)	40.00%
	Sering (6 – 10 kali)	26.06%
	Sangat Sering (>10 kali)	27.27%
Pengeluaran Paket Internet (Kuota) Perbulan	< Rp100.000,-	41,82%
	Rp100.000 – Rp200.000	45,45%
	Rp200.001 - Rp300.000	9,09%
	>Rp 300.000,-	3,64%
Pekerjaan/Aktivitas Utama	Pelajar	4,24%
	SMA/SMK/MA/Sederajat	
	Mahasiswa	72,12%
	Bekerja	13,94%
	Wirasaha / Enterpreneur	2,43%
	Memiliki pekerjaan, namun untuk sementara waktu belum bekerja atau tidak memiliki pekerjaan	7,27%

5.2 Analisis Reliabilitas

Tabel 2. Analisis Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item
Performance Expectancy (PE)	0.879	12
Effort Expectancy (EE)	0.807	8
Social Influence (SI)	0.717	5
Facilitating Condition (FC)	0.699	5
Behavioral Intention (BI)	0.680	3
Total	0.781	33

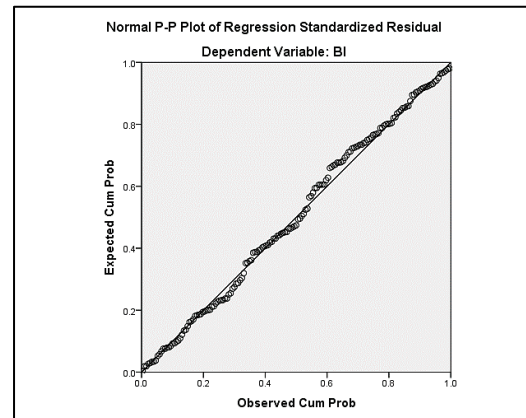
Uji Reliabilitas dari N = 30 sampel didapatkan nilai reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha yang telah memenuhi standar koefisien reliabilitas > 0.6 dengan signifikansi $p < 0.05$.

5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebagai prasyarat untuk melakukan analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini uji normalitas dengan melihat distribusi data, selanjutnya dilakukan uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.

5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat histogram persebaran data yang mendekati diagonal pada grafik, apabila titik mendekati grafik maka data terdistribusi normal. Adapun untuk menghindari subjektivitas yang dapat dilakukan peneliti dalam melihat grafik histogram.



Gambar 3. Uji Normalitas Data Secara Simultan

5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients ^a	
Variabel	Sig.
Performance Expectancy (PE)	0.466
Effort Expectancy (EE)	0.197
Social Influencing (SI)	0.494
Facilitating Condition (FC)	0.174

a. Dependent Variable: Abs_RES_BI

Berdasarkan Tabel 3, pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menunjukkan tidak terjadi gejala hetero data karena derajat signifikansi lebih dari > 0.05. Untuk itu asumsi klasik berlaku pada model regresi penelitian ini.

5.3.3 Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Variabel	Tolerance	VIF
Performance Expectancy (PE)	0.529	1.889
Effort Expectancy (EE)	0.442	2.262
Social Influencing (SI)	0.719	1.391
Facilitating Condition (FC)	0.620	1.613

a. Dependent Variable: Behavioral Intention (Y)

Uji multikolinieritas yang tercantum pada Tabel 4 menunjukkan bahwa derajat toleransi > 0.10 dan VIF < 10, maka sampel data tidak terjadi gejala multikolinier dalam penelitian ini. Data yang tidak terjadi gejala multikolinier maka layak uji regresi.

5.4 Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Regresi Linier Berganda ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	145.870	4	36.467	17.147	0.000 ^b
Residual	340.276	160	2.127		
Total	486.145	164			

a. Dependent Variable: BI

b. Predictors: (Constant), FC, SI, PE, EE

Tabel 5 mengindikasikan signifikansi output 0.000, atau $p < 0.05$ dengan nilai F sebesar 17.147 menunjukkan variabel independen dapat memprediksi variabel dependen minat perilaku [42]. Uji F ANOVA dapat dibandingkan dengan dengan F tabel yang dinyatakan dengan rumus statistik seperti berikut ini $F(f; N-f) = F(f; 165-4) = F(4; 161)$. F tabel dengan dengan $F(4;161) = 2,43$. F hitung $17,1147 > F$ tabel 2,43 sehingga uji F secara simultan berlaku pada uji regresi ini.

5.5 Uji Hipotesis

Selanjutnya untuk menguji hipotesis menggunakan signifikansi standar 0.05. Apabila $p < 0.05$ maka hipotesis diterima dan apabila $p > 0.05$ maka hipotesis ditolak. Berikut ini tersaji dalam tabel.

Tabel 6. Uji Hipotesis

Hipotesis	β	t	Sig.	Hasil
H1 : PE → BI	0.190	2.086	0.039	Diterima
H2 : EE → BI	0.192	1.932	0.550	Ditolak
H3 : SI → BI	0.151	1.934	0.550	Ditolak
H4 : FC → BI	0.153	1.822	0.070	Ditolak

Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel PE diterima terhadap BI dalam penggunaan aplikasi *video conference*. Karena nilai signifikansi berada pada taraf nyata $\alpha < 0.05$ dengan yang dinyatakan dengan pengujian hipotesis dengan membandingkan t tabel dengan t hitung seperti tertera pada tabel 7 secara statistik seperti berikut ini $t(\alpha/2; N-f-1) = t(0,05/2; 165-4-1) = t(0,025;160) = 1,97490$. Untuk itu tertera pada hasil bahwa hanya pengaruh harapan performa (*performance expectancy*) yang diterima dalam penelitian ini.

6. DISKUSI

Penelitian ini menghasilkan dari empat hipotesis yang diajukan antara pengaruh *performance*

expectancy, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition*. Dengan faktor *performance expectancy* sebagai yang paling berpengaruh. Hal ini sesuai dengan analisis faktor prediktor bahwa harapan performa memiliki pengaruh paling signifikan [28]. Faktor prediktor terkuat ini dikaitkan dengan kondisi saat pandemi selama *physical distancing* yang disebutkan oleh Philip Kotler dalam Kartajaya [45] *The Consumer in Age of Coronavirus*, di mana konsumen hanya berfokus pada penggunaan teknologi dengan hal-hal yang menunjang kegiatan, utamanya untuk meningkatkan produktivitas. Perusahaan penyedia dituntut untuk menyediakan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen selama *physical distancing*.

Adapun harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi memfasilitasi (*facilitating condition*) tidak memiliki pengaruh signifikan. Kondisi memfasilitasi sebagai faktor objektif dari adopsi teknologi yang ditandai dengan adanya akses internet dan perangkat yang telah dimiliki oleh mayoritas responden tidak mempengaruhi terhadap intensi perilaku karena signifikansi 0.070. Angka tipis ini sesuai dengan penelitian teknologi yang sama dengan penelitian [38]. Pada item *facilitating condition* didapati adanya tutorial yang memiliki rata-rata paling kecil dari item dimensi tersebut. Hal ini sejalan dengan karakteristik mayoritas berusia 16-25 tahun yang yang ingin mencoba langsung suatu teknologi tanpa bantuan adanya tutorial.

Selanjutnya *effort expectancy* sebagai yang paling kuat diprediksi ternyata tidak memiliki pengaruh signifikan. Hal ini sesuai dengan penelitian [38][43]. Hal ini teridentifikasi karena fitur-fitur yang digunakan masih tergolong baru dan tidak memiliki kontribusi berarti dalam menunjang kebutuhan mereka. Fitur yang tersedia dalam aplikasi *video conference* maupun kompleksitas dinilai memiliki rata-rata paling rendah sehingga dinilai terdapat kesulitan atau dimungkinkan derajat atau tingkat kesukarannya tidak begitu berarti bagi penggunaan karena tidak menunjang performa, sehingga terabaikan ketika digunakan.

Terakhir adalah *social influence* atau pengaruh sosial yang tidak memiliki pengaruh berarti dalam penggunaan suatu teknologi. Dalam berbagai penelitian, *social influence* dinilai memiliki pengaruh yang selalu positif signifikan, namun dalam penelitian ini *social influence* tidak memiliki pengaruh. Sejalan dengan penelitian [38][44]. Hal ini sesuai dengan analisis Kartajaya bahwa terdapat tujuan yang lebih dipentingkan untuk menunjang kegiatan dibandingkan dengan anggapan atau pengakuan sosial di masyarakat. Sehingga penggunaan teknologi murni digunakan untuk menunjang aktivitas semata, bukan untuk

mendapatkan pengakuan atau citra diri sebagai item yang memiliki rata-rata paling kecil.

Dari penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, fungsionalitas teknologi diutamakan oleh generasi Y dan Z saat masa pandemi. Untuk itu perusahaan penyedia maupun penyelenggara webinar dituntut untuk menyediakan layanan yang sesuai mendukung peningkatan produktivitas para penggunanya. Masukan ini berlaku bagi perusahaan penyedia asing dan mendorong perusahaan dalam negeri untuk masuk ke pasar telekomunikasi di negeri sendiri. Dapat dibayangkan, apabila pembayaran *bandwidth* yang dibayarkan ke server internasional dibayarkan ke dalam negeri, maka akan meningkatkan pemasukan negara melalui pajak. Selain itu pula, Indonesia memiliki kemandirian dari berbagai taksonomi *mobile services* di antaranya *information, transaction, entertainment* dan terakhir *communication services* [46]. Dengan demikian, peluang Indonesia menjadi pasar digital hub terbesar di regional Asia Tenggara dapat terealisasi.

7. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh adopsi teknologi terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi *video conference* pada kegiatan webinar selama *physical distancing* di Indonesia paling tinggi dipengaruhi oleh harapan performa atau *performance expectancy* dengan pengalaman saja. Adapun studi di masa depan, penting untuk menganalisis pada intensi perilaku dari berbagai generasi khusus seperti X saja, atau Y saja dan Z saja.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Steinberg, "The platform economy: How Japan transformed the consumer Internet," MN: U of Minnesota Press, 2019.
- [2] J. Muller (Statista), "Internet usage in Indonesia – statistics & facts 2020," 2020 [Online] <https://www.statista.com/topics/2431/internet-usage-in-indonesia/>
- [3] A. Ispriandina and M. Sutisna, *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet di Kota Bandung*. In Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar, vol. 10, no. 1, pp 1046 – 1055, 2019
- [4] We Are Social. Digital 2019 - Indonesia. [Online] 2019 <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>
- [5] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), "Survei APJII yang Ditunggu-tunggu, Penetrasi Internet Indonesia 2019.," Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2019. [Online] <https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI40Mei2019.pdf>.
- [6] Izza, J (*Associate Head of APJII*). (2020). APJII Pastikan Kesiapan Infrastruktur Jaringan Internet di Masa WFH. [Video]. Youtube Channel: CNBC Indonesia <https://youtu.be/kfDb15WVUQ>
- [7] Statqo Analytics, "Press Release (Per 30 Maret 2020 – Edisi ke 2) Analisis Digital Terkait Dampak Pandemi COVID-19," [online] June 12, 2020. <https://id.statqoanalytics.com/post/press-release-per-30-maret-2020-edisi-ke-2-analisis-digital-terkait-dampak-pandemi-covid-19>.
- [8] Fortune Business Insight, (December, 2019), "Market Research Report: Video Conferencing Market Size, Share & Industry Analysis, By Type (Telepresence, Integratd, Desktop and Service-based, Middle Rooms, and Large Rooms), By Enterprise Size (Smmall and Medium Enterprises and Large Enterprises), and Regional Forecast, 2019-2026," [Online] June 15, 2020. <https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/video-conferencing-market-100293>
- [9] Global Market Insight, (May, 2020), "Market Research Report: Video Conferencing Market Size By Componen (Hardware [Multi Control Unit (MCU), Codecs, Peripheral Devices], Software [On-premise, cloud], Service [Professional, Managed], By Type (Room Based, Telepresence, Dekstop], By Application (Corporate Enterprise, Education, Government, Healthcare), Industry Analysis Report, Regional Outlook, Growth Potential, Competitive Market Share & Forecast, 2020-2026," [Online] June 15, 2020. <https://www.gminsight.com/industry-analysis/video-conferencing-market>
- [10] Medcom.id. (July 29, 2016). Besarnya Potensi Bisnis Aplikasi Di Indonesia. [Online] June 16 2020. <https://medcom.id/teknologi/news-teknologi/8N0q60db-besarnya-potensi-bisnis-aplikasi-di-indonesia>.
- [11] R. Blakeman, "Integrated Marketing Communication Third Edition: Creative Idea to Implementation," ML: Rowman & Littlefield, 2018.
- [12] J. C. Levinson, "Guerrilla Social Media Marketing: 100+ Weapons to Grow Your Online Influence, Attract Customers, and Drive Profits," CC: Entrepreneur Pres, 2010
- [13] S. Hall, "Innovative B2B Marketing New Model, Process and Theory," NY: Kogan Page Ltd, 2017.
- [14] K. W. Prasastyo, "Aplikasi theory of planned behavior (TPB) dalam intensi pembelian apartemen di wilayah Jakarta dengan domisili sebagai variabel moderating," *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, vol. 17, no. 2, pp. 134-142, 2015.
- [15] M. R. Leary, "Self-presentation: Impression management and interpersonal behavior. Routledge, 2019. [online] https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ZsuqDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=Self-presentation:+Impression+management+and+interpersonal+behavior&ots=IKtUZwnGSI&sig=yRXsoyTruJ4ChVsayasgvixYH5o&redir_esc=y.
- [16] S. A. Nikou, and A. A. Economides, "Mobile-based assessment: Investigating the factors that influence behavioral intention to use,," *Computers & Education*, vol. 109, pp 56-73, 2017.
- [17] M. D. Williams, N. P. Rana, and Y. K. Dwivedi, "The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): a literature review", *Journal of Enterprise Information Management*, vol. 28, no. 3, pp. 443-488, 2015.
- [18] A. Gunasinghe, J. A. Hamid, A. Khatibi, and S. M. F. Azam, "The adequacy of UTAUT-3 in interpreting academicians' adoption to e-Learning in higher education environments," *Interactive Technology and Smart Education*, vol 17, no. 1, pp. 86–106, 2019.
- [19] V. Venkatesh, J. Y. Thong, and X. Xu, "Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the association for Information Systems*, vol 17, no. 5, pp. 328-376, 2016.
- [20] Q. A. Nguyen, L. Hens, C. MacAlister, L. Johnson, B. Lebel, S. Bach Tan, and L. Lebel, "Theory of reasoned action as a framework for communicating climate risk: A case study of schoolchildren in the Mekong Delta in Vietnam," *Sustainability*, vol. 10, no. 6, 2019.
- [21] P. Lai, "The Literature Review Of Technology Adoption Models And Theories For The Novelty Technology," *Management: Journal of Information Systems and Technology Management*, vol. 14, no. 1, 2017.
- [22] N. M. Suki, N. M. Suki, "Determining students' behavioral intention to use animation and storytelling applying the

- UTAUT model: the moderating roles of gender and experience level, *Int. J. Manag. Educ.*, Vol. 15, pp. 528–538, 2017.
- [23] G. Baptista, and T. Oliveira, “Understanding mobile banking: the unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators,” *Comput. Hum. Behav.*, vol. 50, pp. 418–430, 2015.
- [24] D. Dajani, and A. S. Abu Hegleh, “Behavior intention of animation usage among university students. *Heliyon*, vol. 5, no. 10, 2019.
- [25] N. Catherine, K. M. Geofrey, M. B. Moya, and G. Aballo, G. Effort Expectancy, Performance Expectancy, Social Influence and Facilitating Conditions as Predictors of Behavioural Intentions to use ATMS with Fingerprint Authentication in Ugandan Banks,” *Global Journal of Computer Science and Technology*, vol. 17, no. 5, 2017.
- [26] J. Höchtl, P. Parycek, and R. Schöllhammer, “Big data in the policy cycle: Policy decision making in the digital era. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, vol. 26, no. 1-2, pp. 147-169, 2016.
- [27] K. L. Gwebu, and J. Wang, “Adoption of open source software: the role of social identification,” *Decision Support Systems*, vol. 51, no. 1, pp. 220–229, 2011.
- [28] S. Rahi, M. Ghani, F. Alnaser, and A. Ngah, “Investigating the role of unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) in internet banking adoption context,” *Management Science Letters*, vol. 8, no. 3, pp. 173-186, 2018.
- [29] S. E. Chang, A. Y. Liu, and W. C. Shen, “User trust in social networking services: A comparison of Facebook and LinkedIn,” *Computers in Human Behavior*, vol. 69, pp. 207-217, 2016.
- [30] M. Albashrawi and L. Motiwalla, “When IS success model meets UTAUT in a mobile banking context: a study of subjective and objective system usage,” *SAIS 2017 Proceedings, St. Simons Island*, pp. 1-7, 2017.
- [31] A. Raman, and M. Rathakrishnan, “FROG VLE: Teachers’ technology acceptance using utaut model,” *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, vol. 9, no. 3, pp. 529-538, 2018.
- [32] R. Wu, and J. H. Lee, “Use intention of mobile fingerprint payment between UTAUT and DOI in China. *The Journal of Distribution Science*, vol. 15, no. 10, pp. 15-28, 2017.
- [33] Videoconference.id. (2019). *Sejarah Konferensi Video – Bergerak ke Depan dengan kecepatan video*. <https://videoconferenceid.com/sejarah-konferensi-video-bergerak-ke-depan-dengan-kecepatan-video/>
- [34] C. D. Du, H. Yin, C. Lin, and Y. Hu, “VCNF: A Secure Video Conferencing System Based on P2P Technology,” *Tsinghua National Laboratory for Information Science and Technology Computer Science and Technology Department, Tsinghua University, Beijing, China*, 2018.
- [35] S. E. C. Hamers, “Preconditions and characteristics of videoconferencing: Work is something you do, not something you travel to, (Master’s thesis, University of Twente), 2010.
- [36] Frost & Sullivan, “Digital Market Overview : Indonesia,” https://ww3.frost.com/files/3115/2878/4354/Digital_Market_Overview_FCO_Indonesia_25May18.pdf.
- [37] Tristiyanto, Y. Fiska, and Ardiansyah, “Perceptions of Online Taxi Utilization In Bandar Lampung Using UTAUT Model (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology),” *Journal of Physics: Conference Series*, vol. 1338, 012059. 2019.
- [38] H. Kechine, and S. Lakhali, “Technology as A Double-Edged Sword: From Behavior Prediction With UTAUT to Student’s Outcomes Considering Personal Characteristics,” *Journal of Information Technology Education*, Vol. 17, 2018.
- [39] Y. S. Foon, and B. C. Y. Fah, “Internet banking adoption in Kuala Lumpur: an application of UTAUT model,” *International Journal of Business and Management*, vol. 6, no. 4, pp. 161, 2011.
- [40] A. Zuiderwijk, M. Janssen, and Y. K. Dwivedi, “Acceptance and use predictors of open data technologies: Drawing upon the unified theory of acceptance and use of technology,” *Government information quarterly*, vol. 32, no. 4 , pp. 429-440, 2015.
- [41] Z. Lulin, J. Owusu-Marfo, H. A. Antwi, and X. Xu, “The contributing factors to nurses’ behavioral intention to use hospital information technologies in Ghana,” *SAGE Open Nursing*, vol. 6, 2020.
- [42] S. Santoso. “Menguasai Statistik dengan SPSS24. JKTA: PT Elex Media Computindo, 2017.
- [43] S. Lakhali, S. Pascot and Kechine. (2013), “Influence of business students’ psychological factors on behavioural intentions to use webinar in distance education: integration of autonomy to the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model,” *Journal of Computing in Higher Education*, No. 2, pp. 93-134, 2013.
- [44] D. J. Israel, dan R. Velu, “The partial test of UTAUT model to explain the influence of variables on the intention to adopt the mobile learning in higher education,” *IJITEE*, vol. 8, no. 8, pp. 1076-1082, 2019.
- [45] Kartajaya, “Surviving the Corona, Preparing the post “It will never be the same again,” White Paper by MarkPlus Inc., 2020.
- [46] G. Meiselwitz, “*Social Computing and Social Media: Proceedings presented 6th International conference, SCSM held as Part of HCI International*,” Heraklion, Crete, Grece, 2014.
- [47] Litbang Kompas, “Historis Penerapan PSBB di Beberapa Wilayah,” <https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/pe-ta-tematik/historis-penerapan-psbb-di-berbagai-wilayah>, 2020.