

Sikap dan Niat Perilaku Generasi Milenial dalam Adopsi Platform *Telemedicine* untuk Layanan Konsultasi Kesehatan Mental

Cintya Ananda Putri¹, Eddy Syah Yahya², Rafiati Kania³

¹Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012
E-mail : cintya.ananda.mpem417@polban.ac.id

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

³Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012
E-mail : rafiati.kania@polban.ac.id

ABSTRAK

Meningkatnya peningkatan pengguna pada layanan konsultasi kesehatan mental dewasa ini memperketat persaingan bisnis. Dalam keberhasilan sebuah platform kesehatan, penyedia layanan harus beradaptasi dan dapat mempertahankan pengguna. Penelitian ini memiliki sasaran untuk memahami sikap dan niat perilaku generasi milenial untuk mengadopsi platform *telemedicine* untuk konsultasi kesehatan mental. Selama ini sudah banyak literatur mengeksplorasi platform layanan *telemedicine* secara umum. Namun, penelitian yang mengeksplorasi konsultasi kesehatan mental dalam platform *telemedicine* masih minim khususnya pengetahuan yang menjadi pembeda. Penelitian ini menggunakan variabel *social influence*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *attitude*, dan *behavioral intention*. Sebanyak 322 data dikumpulkan melalui pendistribusian kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sikap (*Attitude*) sangat berpengaruh terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) untuk mengadopsi platform *telemedicine* konsultasi kesehatan mental.

Kata Kunci

Sikap, Niat perilaku, Platform konsultasi kesehatan mental, Konsultasi Online, Telemedicine

1. PENDAHULUAN

Pada tahun 2019, terjadi pandemi Covid-19 yang berdampak buruk pada semua sektor, terutama pada sektor kesehatan [1]. Tidak hanya berdampak pada kesehatan fisik, tetapi kesehatan mental juga terpengaruh [2-4]. Selama lima bulan pandemi Covid-19 di Indonesia, sekitar 60% pengguna Swaperiksa Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia (PDSKJI) tahun 2020 menunjukkan adanya masalah psikologis seperti cemas, depresi, dan trauma. Masalah ini paling banyak ditemukan pada kelompok usia 17-29 tahun dan tren perbulan mengenai ini terus meningkat [5]. Adanya kekhawatiran, kecemasan, dan ketakutan akan terpapar virus Covid-19 ini turut mempengaruhi masyarakat untuk berobat langsung ke pusat pelayanan kesehatan [6]. Berdasarkan riset ADA tahun 2020 adanya kondisi ini dibarengi dengan penerapan *physical distancing* memunculkan perilaku konsumen baru [7]. Melalui surat edaran tentang penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk melaksanakan layanan medis institusi medis HK.02.01/MENKES/303/2020, pemerintah Indonesia juga mendukung pelayanan kesehatan dengan mendorong masyarakat untuk menggunakan jasa *telemedicine* sebelum masuk institusi kesehatan [8]. Dengan adanya teknologi ini, Indonesia dapat mengurangi penularan penyakit. Presiden Joko Widodo mengatakan dalam mencegah penyebaran virus ini masyarakat tidak perlu ke

dokter, tidak perlu ke rumah sakit, tetapi bisa berkonsultasi kesehatan melalui platform *telemedicine* (kecuali untuk keadaan darurat).

Masyarakat menjadi lebih memanfaatkan platform digital untuk berkonsultasi dengan dokter. Platform-platform konsultasi *online* bermunculan dan mengalami kenaikan pengguna. Diantaranya aplikasi konsultasi psikolog Riliv yang mengalami kenaikan pengguna sebesar 300% [9]. Selain itu, layanan konsultasi kesehatan jiwa Halodoc mengalami peningkatan pengakses sebesar 400% dan pengguna naik 80% [10]. Mayoritas dari pengguna yang mengakses platform ini yaitu generasi milenial berusia 20-30 tahun. Maka dari itu penelitian ini menggunakan subjek generasi milenial penelitian yang bertujuan untuk memahami sikap dan niat perilaku mereka dalam mengadopsi platform. Generasi milenial Indonesia memiliki daya beli yang tinggi sehingga dapat menjadi faktor utama pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia [11]. Daya beli generasi milenial yang terus menguat sejalan dengan munculnya peluang bagi pelaku usaha bisnis untuk mengembangkan bisnisnya. Selain itu, pengguna aplikasi kesehatan diprediksikan akan terus meningkat [12, 13]. Menurut Alam [14], *mHealth apps* tumbuh secara drastis dan semakin tersedia untuk dewasa muda dengan penyakit kronis maupun tanpa kronis. Sejalan dengan hal tersebut meningkatnya jumlah masalah kesehatan jiwa tentunya akan meningkatkan kebutuhan akan pelayanan kesehatan jiwa [3].

Selain menjadi peluang besar untuk mengembangkan bisnis, fenomena ini akan memperketat persaingan. Hal ini karena faktor perkembangan teknologi, tren di masyarakat untuk *go digital*. Analisis minat konsumen untuk menggunakan platform digital dapat menjadi masukan untuk strategi optimalisasi layanan kesehatan. Untuk itu, dalam keberhasilan sistem platform kesehatan, pengguna harus mampu dan mau mengadopsi dan memanfaatkan teknologi secara efektif [15]. Dengan meneliti sikap dan niat perilaku dapat diketahui kecenderungan seseorang untuk terus mengadopsi. Ditambah dengan memahami faktor yang dapat mempengaruhi niat perilaku untuk mengadopsi akan akan mempermudah penyedia untuk menyediakan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Penelitian terdahulu sudah mengkaji niat perilaku dengan berbagai macam teori seperti TPB, TRA, UTAUT, TAM dan mengkonfirmasi variabel pengaruh sosial, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan mempengaruhi niat perilaku terhadap adopsi *mobile health (mHealth)* [13, 14]. Dalam konteks *medical health* dan layanan *telemedicine*, terdapat korelasi signifikan dari variabel sikap terhadap niat menggunakan [15, 16]. Penelitian [12] menyebutkan variabel kualitas sistem berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi *telemedicine* Halodoc.

Selama ini literatur tersebut sudah mengeksplorasi sikap dan niat perilaku dalam konteks platform *telemedicine* secara umum. Namun, penelitian yang mengeksplorasi layanan konsultasi kesehatan mental dalam platform *telemedicine* masih belum banyak dieksplorasi, khususnya, pada generasi milenial di Indonesia yang rentan terkena masalah psikologis. Oleh karena itu, studi sikap dan niat perilaku generasi milenial untuk adopsi platform *telemedicine* untuk konsultasi kesehatan mental akan dilakukan dalam penelitian ini dengan menggabungkan TPB, TAM, dan teori dari modifikasi penelitian terdahulu.

1.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh pengaruh sosial, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kualitas layanan, sikap dan niat perilaku pada platform *telemedicine* untuk konsultasi kesehatan mental.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Platform Telemedicine

Pelayanan *telemedicine* merupakan pelayanan kesehatan yang dilakukan oleh Dokter dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendiagnosis, mengobati, mencegah, dan/atau mengevaluasi kondisi kesehatan pasien sesuai dengan kompetensi dan kewenangannya, yang dibuktikan dengan surat tanda

registrasi (STR) dengan tetap memperhatikan mutu pelayanan dan keselamatan pasien [8].

2.1.1 Telemedicine untuk konsultasi kesehatan mental

Sebelumnya masyarakat Indonesia memiliki kesadaran akan kesehatan mental yang rendah hanya sedikit masyarakat penderita gangguan mental yang tertangani dengan baik [17]. Di era digital ditambah adanya pandemi, semakin banyak masyarakat Indonesia yang mulai sadar akan kesehatan mental. Saat ini tingkat kesadaran mental masyarakat Indonesia semakin meningkat. Dapat dibuktikan dengan sejumlah komunitas, kampanye, dan perbincangan di media sosial terkait kesehatan mental. Berikutnya, banyaknya masyarakat yang mulai mau menjalani pengobatan atau konsultasi dengan profesional. Sebagai contoh, layanan konsultasi jiwa pada aplikasi Halodoc dan Riliv yang mengalami peningkatan pengguna dan banyaknya bermunculan platform kesehatan mental lainnya. Semakin sadar seorang individu akan kondisi kesehatan mentalnya, semakin seorang tersebut mengetahui kapan ia harus mencari bantuan profesional. Saat ini, platform konsultasi kesehatan mental dapat menjadi alternatif untuk tetap meningkatkan kesehatan masyarakat dengan jarak jauh. Selain meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat, teknologi ini menawarkan banyak keuntungan bagi pengguna. Platform layanan konsultasi berbasis *online* ini memungkinkan individu mendapatkan layanan konseling tanpa harus datang langsung ke pusat pelayanan kesehatan secara tatap muka dengan psikolog. Layanan ini bisa menghemat waktu, efisien, layak, bisa diakses kapan saja, sesuai untuk mendukung pasien, anggota keluarga selama pandemi Covid-19 [13, 16, 18, 19]. Meskipun begitu, persaingan bisnis yang ketat di masa depan memungkinkan penyedia layanan kehilangan konsumen. Maka dari itu peluang ini harus diiringi dengan strategi yang tepat. Penelitian ini menggunakan konsultasi kesehatan mental sebagai objek untuk mengetahui bagaimana minat perilaku konsumen terhadap pengadopsian platform *telemedicine* sebagai media komunikasi dan pelayanan kesehatan masyarakat.

2.2 Penelitian niat perilaku (*Behavioral Intention*) pada adopsi platform *telemedicine*

Behavioral Intention (BI) merupakan indikasi kesiapan individu untuk melakukan perilaku tertentu [20]. BI adalah sebuah faktor yang menjelaskan tentang intensi seseorang untuk menggunakan atau mengadopsi sebuah perilaku [12]. Jenkins [15] menyebutkan mayoritas pengadopsi memperhatikan kenyamanan dan kegunaan seperti membantu mereka mengelola kesehatan dengan lebih baik dan mereka yakin teknologi dapat digunakan secara efektif untuk berkomunikasi dengan penyedia layanan kesehatan untuk kebutuhan medis. Selain itu,

pemanfaatan teknologi informasi kesehatan diindikasikan oleh sikap yang berpengaruh langsung terhadap niat berperilaku untuk menggunakan dan mendorong konsumen untuk memperhatikan kesehatan mereka [15]. Niat perilaku konsumen dalam dalam mengadopsi platform *telemedicine* untuk konsultasi kesehatan mental akan diteliti untuk mengetahui kecenderungan individu dalam mengadopsi platform konsultasi kesehatan mental di tengah persaingan bisnis yang ketat.

2.3 Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Social Influence (SI) mengacu pada sikap seseorang, kepercayaan, tindakan atau perilaku selanjutnya dipengaruhi oleh orang lain yang dirujuk melalui tiga proses: *compliance*, *identification*, dan *internalization* [21]. Venkatesh et al. [22] mendefinisikan SI adalah sejauh mana pengguna memandangnya orang penting (yaitu teman, keluarga dan kolega) bagi mereka percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi. SI diidentifikasi sebagai prediktor kuat untuk minat adopsi aplikasi *mHealth*. Sejak generasi muda lebih banyak menggunakan teknologi dan media sosial, mereka lebih dipengaruhi oleh pemikiran teman sebaya, opini, dan komunikasi dari mulut ke mulut tentang penggunaan teknologi [14].

2.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Davis mendefinisikan *perceived ease of use* (PEOU) sebagai "sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya" [23]. Jika teknologinya mudah digunakan, maka ada sikap positif terhadap BI. Sebaliknya, jika teknologi sulit digunakan dan Jika tidak mudah digunakan dan memiliki desain antarmuka (*interface*) yang rumit, maka tidak ada sikap positif terhadap BI. Penelitian terdahulu menilai berdasarkan beberapa karakteristik seperti kejelasan dan kemudahan untuk memahami teknologi, mudah dipelajari, fleksibel, dan tidak memerlukan banyak upaya untuk menggunakannya.

2.5. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Perceived usefulness (PU) didefinisikan sebagai "sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja kerjanya [23]. Dengan kata lain, apakah seseorang menganggap teknologi itu berguna atau tidak untuk apa yang ingin mereka lakukan. Variabel ini dapat diukur dari beberapa aspek yaitu penyelesaian tugas lebih cepat, peningkatan kualitas layanan, peningkatan pada efisiensi dan ketepatan pelayanan pasien [24].

2.6 Kualitas Sistem (*System Quality*)

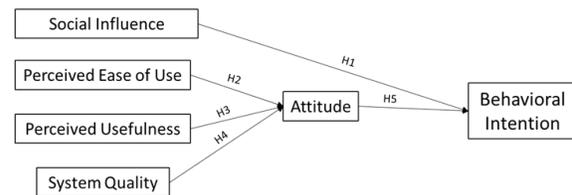
System quality (SQ) merupakan faktor yang menjelaskan karakteristik yang diharapkan dari suatu sistem informasi seperti kemudahan penggunaan, fleksibilitas sistem, keandalan sistem, penggunaan fitur, dan waktu respons [25].

2.7 Sikap (*attitude*)

Peter & Olson [26] mendefinisikan sikap sebagai evaluasi keseluruhan seseorang atas sebuah konsep. Sikap adalah predisposisi yang dipelajari untuk menanggapi suatu objek atau kelas objek dengan cara yang menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten [27]. Sikap konsumen selalu terhadap beberapa konsep, misalnya mereka dapat memiliki sikap terhadap perilaku atau tindakan, termasuk tindakan mereka di masa lalu dan perilaku di masa depan [26]. Orang-orang mengevaluasi objek, orang, tempat, merek, organisasi, dan lain sebagainya dalam kebaikan, kesukaan, atau keinginan [27]. Jika terdapat sikap yang positif terhadap penggunaan platform *telemedicine*, maka ada kemungkinan konsumen akan mengadopsinya. Berdasarkan Theory of Planned Behaviour (TPB) dan Theory Acceptance, sikap berpengaruh kepada perilaku dan niat perilaku. Pada penelitian ini, variabel sikap memediasi variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *system quality*.

2.8 Model Penelitian

Gambar 1 menunjukkan keterkaitan menunjukkan keterkaitan antara variabel independen yaitu atribut pengaruh sosial (SI), persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan yang dirasakan (PU), kualitas sistem (SQ) dengan variabel dependen pada penelitian ini yaitu sikap (ATT) dan niat perilaku (BI).



Gambar 1. Model Penelitian

2.9 Hipotesis

Berdasarkan ini didapatkan pengajuan hipotesis sebagai berikut.

H₁: Terdapat pengaruh antara SI terhadap BI.

H₂: Terdapat pengaruh antara PEOU terhadap ATT.

H₃: Terdapat pengaruh antara PU terhadap ATT.

H₄: Terdapat pengaruh antara SQ terhadap ATT.

H₅: Terdapat pengaruh antara ATT terhadap BI.

3. METODE

Penelitian ini dibangun dengan menggabungkan variabel penelitian-penelitian terdahulu dari berbagai konteks seperti mobile health, *telemedicine*, aplikasi kesehatan, dan konteks serupa lainnya. Kerangka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Sementara waktu pengumpulan data hanya dilakukan sekali selama beberapa minggu. Data didapatkan dari studi pustaka dan survey kuesioner dari responden yang memenuhi kriteria.

Kuesioner menggunakan Skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju, dan 5 = sangat setuju) dan didistribusikan secara daring. Didapatkan partisipan dari sebanyak 322 responden yang berasal dari kota-kota di Indonesia. Responden merupakan orang yang pernah menggunakan platform layanan konsultasi kesehatan mental baik laki-laki maupun perempuan dengan rentang usia 24-39 tahun (generasi milenial). Informasi dikumpulkan dengan menggunakan teknik *convenience* sampling. Selanjutnya, data yang telah didapatkan dianalisis dengan menguji analisis deskriptif, reliabilitas, dan validitas.

Analisis deskriptif dilakukan dengan melihat hasil rata-rata dan standar deviasi masing-masing variabel untuk melihat penilaian pengguna. Semakin besar mean, semakin baik deskripsi variabel oleh pengguna platform konsultasi kesehatan mental. Sementara *Outer model* digunakan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas model. Validitas digunakan untuk melihat tingkat akurasi data. Dalam validitas terdapat pengujian diskriminan dan *convergent validity*.

Convergent validity bertujuan untuk memeriksa keakuratan instrumen yang digunakan dan diukur dengan *outer loading* dan AVE. Angka standarnya adalah $> 0,5$. Validitas diskriminatif bertujuan untuk melihat hubungan antar item memiliki kriteria nilai $< 0,9$. Selain itu, analisis reliabilitas, yang bertujuan untuk mengukur stabilitas dan keakuratan variabel dari data yang dikumpulkan, menggunakan indeks Cronbach Alpha standar $> 0,7$ untuk analisis [28]. Data yang diperoleh diolah menggunakan perangkat lunak SPSS dan SmartPLS.

4. HASIL

Sebelumnya telah dilakukan pilot test terhadap 30 orang responden terlebih dahulu dan diolah menggunakan *software* SPSS. Profil responden penelitian ini diilustrasikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Profil Responden

Description	Frequency	Percentage
Jenis Kelamin		
Perempuan	252	78,3
Laki-laki	70	21,7
Usia		
24-28	243	75,5
29-34	43	13,4

35-39	36	11,2
Pendidikan Terakhir		
SD	2	0,6
SMP	1	0,3
SMA/SMK	119	37
D1-D3	23	7,1
D4/S1	160	49,7
Pascasarjana	17	5,3
Pekerjaan		
Mahasiswa	162	50,3
Pegawai	83	25,8
Wiraswasta	45	14
Lainnya	32	9,9
Pendapatan Perbulan		
< 1.000.000	135	41,9
1.500.000 - 3.000.000	86	26,7
3.000.000 - 5.000.000	56	17,4
> 5.000.000	45	14
Asal Kota		
Bandung	93	28,9
Jabodetabek	95	29,5
Lainnya	134	41,6

Uji reliabilitas dan validitas konstruk dilakukan untuk mengevaluasi konstruk. Hasil uji reliabilitas dan validitas dilampirkan dalam Tabel 2. Uji reliabilitas dilihat melalui nilai Cronbach Alpha (CA) dan Composite Reliability (CR). Uji validitas dilihat melalui nilai AVE dan Outer Loading.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas

Konstruk/item	Outer Loading	CA	AVE	CR
Social Influence (SI)		0,818	0,573	0,870
Dipengaruhi oleh teman, keluarga, kolega	0,728			
Dipengaruhi oleh opini <i>public figure</i>	0,771			
Dipengaruhi oleh orang-orang terdekat	0,790			
Dipengaruhi oleh komunitas	0,746			
Kebanyakan orang di lingkungan sekitar menggunakan	0,749			
Perceived Ease of Use (PEOU)		0,877	0,673	0,911
Mudah digunakan	0,850			
Mempermudah mendapatkan informasi kesehatan mental	0,872			

Mempermudah mendapatkan layanan kesehatan mental	0,853			
Dapat diakses di semua perangkat digital	0,666			
Mudah dipelajari	0,843			
Perceived Usefulness (PU)		0,867	0,604	0,901
Menjadi alternatif pencarian informasi pengobatan dini	0,755			
Informasi kesehatan dapat dipercaya	0,757			
Psikolog/psikiater memberikan informasi yang berkualitas	0,811			
Psikolog/psikiater memberikan layanan yang berkualitas	0,819			
Membuat perawatan kesehatan lebih mudah	0,849			
Mengurangi biaya pengobatan tatap muka	0,654			
System Quality (SQ)		0,853	0,629	0,894
Platform mudah di navigasi	0,817			
Waktu respons/loading cepat	0,777			
Menyediakan fitur-fitur yang dibutuhkan	0,834			
Sistem tampilan website/aplikasi stabil dan terstruktur dengan baik	0,791			
Sistem pembayaran mudah dan fleksibel	0,743			
Attitude (ATT)		0,873	0,664	0,908
Meningkatkan kesadaran kesehatan mental	0,736			
Penting untuk menjaga kesehatan mental	0,815			
Suka memantau kesehatan mental	0,797			
Suka menggunakan	0,866			
Merasa puas	0,855			
Behavioral Intention (BI)		0,824	0,655	0,884
Akan rutin menggunakan sehari-hari	0,784			
Akan mencari informasi	0,809			
Akan merekomendasikan	0,799			
Berniat terus menggunakan di masa mendatang	0,844			

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha dan Composite Reliability sebesar > 0,7. Hasil nilai AVE dan outer loading menunjukkan angka > 0,5. Demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen

sudah reliabel dan valid [29]. Hasil tes analisis deskriptif yang menunjukkan nilai rata-rata dan standar deviasi digambarkan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Analisis Deskriptif

Konstruk	Mean	SD
<i>Social Influence</i>	3,3289	0,88328
<i>Perceived Ease of Use</i>	4,1699	0,67394
<i>Perceived Usefulness</i>	4,0582	0,67215
<i>System Quality</i>	4,0018	0,66768
<i>Attitude</i>	3,9217	0,74729
<i>Behavioral Intention</i>	3,7515	0,74937

Tabel diatas memperlihatkan bahwa setiap instrumen memiliki nilai rata-rata yang sudah cukup baik. Hasil nilai rata-rata semua variabel cukup baik dengan angka > 3 dan > 4. Artinya sebagian besar responden memiliki sikap dan niat perilaku yang positif terhadap platform layanan konsultasi kesehatan mental. Selanjutnya tingkat kesesuaian model pada penelitian di uji dan diilustrasikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Goodness of Fit Index

Variable	AVE	R ²
<i>Social Influence</i>	0,573	
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,673	
<i>Perceived Usefulness</i>	0,604	
<i>System Quality</i>	0,629	
<i>Attitude</i>	0,873	0,594
<i>Behavioral Intention</i>	0,824	0,492
<i>Average Score</i>	0,696	0,542
AVE x R ²		0,377
GoF = $\sqrt{(AVE \times R^2)}$		0,580

Goodness of Fit Index menjelaskan seberapa baik model cocok dengan serangkaian data [30, 31]. Hasil pengujian menghasilkan nilai diatas 0,36 yang berarti model penelitian berada di kategori tinggi yakni berkualitas baik [32].

Tabel 5. Uji Hipotesis

Jalur	Langsung		Tidak Langsung	
	β	T-value	β	T-value
SI -> BI	0,116	1,927	-	-
PEOU -> ATT	0,042	0,65	-	-
PEOU -> ATT -> BI	-	-	0,027	0,641

PU -> ATT	0,475	7,391	-	-
PU-> ATT -> BI	-	-	0,302	5,869
SQ -> ATT	0,317	5,357	-	-
SQ -> ATT - > BI	-	-	0,202	5,228
ATT -> BI	0,636	10,988	-	-

Tabel 5 menunjukkan hasil uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan untuk mendapatkan nilai *path coefficient* (jalur koefisien). Jalur koefisien nilai T-value dikatakan signifikan jika diatas 1,96 pada tingkat kesalahan 0,05 atau memiliki tingkat kepercayaan 95% [29]. Dalam tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat tiga jalur; pengaruh sosial (SI) terhadap niat perilaku (BI), kemudahan penggunaan (PEOU) terhadap sikap (ATT), dan PEOU terhadap BI yang memiliki nilai T-value dibawah 1,96. Sementara itu variabel sikap (ATT) terhadap niat perilaku (BI) memiliki nilai T-value sebesar 10,988. Artinya sikap sangat berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan konsumen dalam mengadopsi platform *telemedicine* untuk konsultasi kesehatan mental.

5. DISKUSI

Kelima hipotesis telah diuji menggunakan PLS-SEM. Ditemukan bahwa semua hubungan memiliki pengaruh yang signifikan kecuali pengaruh sosial dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Hubungan antara pengaruh sosial (*Social Influence*) dan niat perilaku tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini berbeda dengan penelitian sebelumnya [14, 16]. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan yang mempengaruhi adopsi platform di bidang kesehatan fisik (umum) dan platform kesehatan mental. Pada platform kesehatan mental bisa disebabkan oleh faktor kurangnya edukasi kesehatan mental di lingkungan sekitar dan stigma buruk di masyarakat. Meski belakangan ini kesadaran akan pentingnya kesehatan jiwa di masyarakat Indonesia semakin meningkat, namun masih banyak stigma negatif di masyarakat tentang orang dengan gangguan jiwa. Stigma negatif di masyarakat dapat membatasi perilaku atau tindakan seseorang. Dalam konteks penelitian ini adalah untuk mencari pengobatan menggunakan platform. Jika tidak ada pihak yang mendorong dan mendukung seseorang di lingkungan sekitar untuk berobat, maka tidak ada adopsi platform konsultasi kesehatan jiwa. Sehingga pengaruh sosial dari keluarga, rekan kerja, teman, dan masyarakat kurang mampu mempengaruhi seseorang untuk mengadopsi platform *telemedicine* untuk konsultasi kesehatan mental karena adanya stigma buruk di masyarakat Indonesia tentang kesehatan mental. Persepsi kemudahan kegunaan (*Perceived Ease of Use*) tidak berpengaruh signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap Attitude dan Behavioral Intention. Temuan ini bertolak belakang dengan hasil penelitian [13]. Responden merasa masih

membutuhkan banyak upaya untuk menggunakan platform *telemedicine online* untuk konsultasi kesehatan mental. Beberapa platform *online* belum dapat diakses di semua perangkat digital, tidak mudah digunakan, belum sesuai dengan yang diharapkan pengguna, belum dapat memudahkan pengguna mendapatkan informasi kesehatan jiwa, dan waktu respon lama. Ketidakpuasan ini dapat menimbulkan kecenderungan untuk tidak terus mengadopsi.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengkaji niat perilaku generasi milenial untuk mengadopsi platform *telemedicine* untuk konsultasi kesehatan mental. Dapat diketahui dari penelitian ini bahwa pengaruh sosial dan persepsi kemudahan kegunaan tidak berpengaruh terhadap niat perilaku. Di sisi lain, persepsi kegunaan yang dirasakan dan kualitas sistem mempengaruhi niat perilaku secara signifikan. Sementara itu, terdapat sikap positif yang sangat berpengaruh terhadap niat perilaku untuk adopsi platform layanan konsultasi kesehatan mental. Maka dari itu kecenderungan konsumen untuk mengadopsi platform *telemedicine* untuk konsultasi kesehatan mental di masa depan tinggi. Meskipun begitu, ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan pengguna berhenti mengadopsi.

Perusahaan penyedia platform *telemedicine* kesehatan mental dapat melakukan promosi platform/kampanye yang meningkatkan kesadaran kesehatan mental terutama pada kelompok keluarga dan masyarakat umum. Hal ini dapat menambah pengadopsi baru. Selain itu, meningkatkan kualitas platform sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, kualitas sistem, kualitas layanan, memberikan lebih banyak keuntungan, terus berinovasi dapat mempertahankan pengguna. Dengan memenuhi faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dapat menimbulkan niat perilaku.

Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi sikap dan niat pengguna untuk menggunakan platform kesehatan mental. Pengumpulan data dari objek dan karakteristik lainnya (tidak hanya generasi milenial) perlu dilakukan lebih lanjut untuk meningkatkan hasil penelitian ini. Pendekatan kualitatif dapat dipertimbangkan untuk menemukan alasan mendalam untuk adopsi platform *telemedicine* kesehatan mental.

DAFTAR PUSTAKA

1. Nasution, D.A.D., E. Erlina, and I. Muda, *Dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia*. Jurnal Benefits, 2020. 5(2): p. 212-224.
2. Ilpaj, S.M. and N. Nurwati, *Analisis pengaruh tingkat kematian akibat COVID-19 terhadap kesehatan mental masyarakat di Indonesia*.

- Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial, 2020. **3**(1): p. 16-28.
3. Saptandari, E.W., *Covid-19 and Mental Health: The Growing Need of Telecounseling in Indonesia*. Buletin Psikologi, 2020. **28**(2): p. 99-112.
 4. De Luca, R. and R.S. Calabrò, *How the COVID-19 pandemic is changing mental health disease management: the growing need of telecounseling in Italy*. Innovations in Clinical Neuroscience, 2020. **17**(4-6): p. 16.
 5. PSDKJI. *5 Bulan Pandemi COVID-19 di Indonesia*. 2020 [cited 2021 Maret]; Available from: <http://pdskji.org/home>.
 6. Fadliansyah, M.E. *Pasien Takut Datang karena Corona, Bisnis RS di Semester I Terpuruk*. 2020 [cited 2020 8 Desember]; Available from: <https://katadata.co.id/happyfajrian/finansial/5f436b3ca73a0/pasien-takut-datang-karena-corona-bisnis-rs-di-semester-i-terpuruk>.
 7. Lubis, M.S.W. *Begini Perubahan Perilaku Konsumen Gara-gara Corona*. 2020 [cited 2020 Desember]; Available from: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200414/12/1227101/begini-perubahan-perilaku-konsumen-gara-gara-corona>.
 8. *Surat Edaran Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Hk.02.01/Menkes/303/2020 Tahun 2020 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Kesehatan Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Rangka Pencegahan Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*. 2020.
 9. Suminar, A. *Tiga Startup Indonesia Tumbuh di Tengah Pandemi*. Ekonomi Bisnis 2020 [cited 2021 Maret]; Available from: <https://www.suarasurabaya.net/ekonomibisnis/2020/tiga-startup-indonesia-tumbuh-di-tengah-pandemi/>.
 10. Annur, C.M. *Konsultasi Kesehatan Jiwa Halodoc Naik 80%, Mayoritas dari Milenial Digital 2020* [cited 2021 April]; Available from: <https://katadata.co.id/ekarina/digital/5f199fe7004c4/konsultasi-kesehatan-jiwa-halodoc-naik-80-mayoritas-dari-milenial>.
 11. UOB, I.P.B., *UOB Indonesia: Generasi millennial akan menjadi faktor utama pendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang di Indonesia*. 2019, PT Bank UOB Indonesia.
 12. Mangkunegara, C.N., F. Azzahro, and P.W. Handayani. *Analysis of Factors Affecting User's Intention in Using Mobile Health Application: A Case Study of Halodoc*. in *2018 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems (ICACSIS)*. 2018. IEEE.
 13. Zhao, Y., Q. Ni, and R. Zhou, *What factors influence the mobile health service adoption? A meta-analysis and the moderating role of age*. International Journal of Information Management, 2018. **43**: p. 342-350.
 14. Alam, M.Z., et al., *Understanding the determinants of mHealth apps adoption in Bangladesh: A SEM-Neural network approach*. Technology in Society, 2020. **61**: p. 101255.
 15. Hussein, Z., S.W. Oon, and A. Fikry, *Consumer Attitude: Does It Influencing the Intention to Use mHealth?* Procedia Computer Science, 2017. **105**: p. 340-344.
 16. Rahi, S., M.M. Khan, and M. Alghizzawi, *Factors influencing the adoption of telemedicine health services during COVID-19 pandemic crisis: an integrative research model*. Enterprise Information Systems, 2020: p. 1-25.
 17. Rachmawati, A.A. *Darurat Kesehatan Mental bagi Remaja*. 2020.
 18. Di Carlo, F., et al., *Telepsychiatry and other cutting-edge technologies in COVID-19 pandemic: Bridging the distance in mental health assistance*. International Journal of Clinical Practice, 2021. **75**(1).
 19. Lipschitz, J., et al., *Adoption of mobile apps for depression and anxiety: cross-sectional survey study on patient interest and barriers to engagement*. JMIR mental health, 2019. **6**(1): p. e11334.
 20. Ajzen, I., *Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior I*. Journal of applied social psychology, 2002. **32**(4): p. 665-683.
 21. Kelman, H.C., *Compliance, identification, and internalization three processes of attitude change*. Journal of conflict resolution, 1958. **2**(1): p. 51-60.
 22. Venkatesh, V. and M.G. Morris, *Why don't men ever stop to ask for directions? Gender, social influence, and their role in technology acceptance and usage behavior*. MIS quarterly, 2000: p. 115-139.
 23. Davis, F.D., *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS quarterly, 1989: p. 319-340.
 24. Holden, R.J. and B.-T. Karsh, *The technology acceptance model: its past and its future in health care*. Journal of biomedical informatics, 2010. **43**(1): p. 159-172.
 25. Mohamadali, N.A. and N.F. Ab Aziz, *the technology factors as barriers for sustainable health information systems (his)—a review*. Procedia Computer Science, 2017. **124**: p. 370-378.
 26. Peter, J.P., J.C. Olson, and K.G. Grunert, *Consumer behavior and marketing strategy Ninth Edition*. 9 ed. 2009: McGraw-Hill/Irwin, a

- business unit of The McGraw-Hill Companies, Inc., 1221 Avenue of the Americas, New York, NY, 10020.
27. Jagdish Sheth, B.M., *Customer Behavior: A Managerial Perspective*. 2003: South-Western College Pub; 2 edition (Feb. 18 2003).
 28. Suhartanto, D., *Metode Riset Pemasaran*. 2014: Alfabeta.
 29. Hair Jr, J.F., et al., *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling*. 2017: saGe publications.
 30. Maydeu-Olivares, A. and C. Garcia-Forero, *Goodness-of-fit testing*. International encyclopedia of education, 2010. 7(1): p. 190-196.
 31. Mulaik, S.A., et al., *Evaluation of goodness-of-fit indices for structural equation models*. Psychological bulletin, 1989. 105(3): p. 430.
 32. Mariana, T., D. Suhartanto, and A.I. Gunawan. *Prediksi Minat Beli Makanan Cepat Saji Halal: Aplikasi Theory of Planned Behavior*. in *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*. 2020.