

PENERIMAAN TEKNOLOGI *VIDEO CALL* SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DIGITAL

Alysia Kiongono¹, Eko Fitriandri², Mitchell Ariel³, Yunda Desilia⁴, Rui Antonio De Oliveira⁵

^{1,2,3,4,5}Program Master Universitas Bina Nusantara, Jakarta

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerimaan video call sebagai media komunikasi karyawan dalam kepentingan kerja ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan user dan dampak yang dirasakan user dari perkembangan IT dalam perusahaan. Sejumlah konsep digunakan dalam penelitian ini dengan model Teknologi Acceptance Model atau TAM sebagai bahan pembahasan. Metode penelitian ini menggunakan TAM untuk mengetahui fungsionalitas dan aksesibilitas dari video call ini. Sample dari penelitian ini adalah karyawan Gojek divisi Sales Operation Jawa Timur – Jawa Tengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran media komunikasi berpengaruh pada hasil akhir. Komunikasi menggunakan video call memiliki tingkat penyerapan materi lebih rendah dibandingkan dengan komunikasi secara langsung diakibatkan karena tidak adanya komunikasi non-verbal yang penting seperti ekspresi wajah, gerak tubuh, postur dan tatapan. Secara keseluruhan, video call berguna dalam membantu menyelesaikan pekerjaan. Namun, dalam penggunaannya, sering kali user memiliki hambatan seperti masalah koneksi jaringan internet.

Kata Kunci : Penerimaan, Teknologi, *Meeting*, Online, Teknologi, Karyawan

PENDAHULUAN

Kemajuan jaman yang pesat ini menuntut perusahaan untuk menanggapi segala sesuatu dengan cepat. Dan salah satu alat bantu untuk menunjang hal tersebut yaitu teknologi informasi. Teknologi informasi membantu kita dalam membuat, dan menyebarkan informasi. Teknologi informasi komunikasi berkecepatan tinggi untuk data, suara, dan video. Akan tetapi, tidak jarang kita jumpai banyak sekali perusahaan yang salah dalam menerapkan teknologi informasi tersebut. Secara umum ada 3 hal yang mendasari dalam kegagalan dan kesuksesan dalam pengembangan sistem informasi di dalam perusahaan, yaitu (1) Tenaga, waktu, dan biaya yang sudah dikeluarkan perusahaan untuk membangun sistem IT. (2) Pemahaman SDM terhadap teknologi baru tersebut. (3) Penggunaan sistem IT dalam proses yang terjadi di dalam perusahaan.

Perkembangan sistem informasi telah merubah sebagian dari sistem yang ada di perusahaan berbasis teknologi. Dimana dalam proses tersebut, akan terjadi penerimaan atau penolakan dari usernya. Misalnya, awalnya mereka melakukan meeting dengan tatap muka, sekarang mereka dapat melakukan meeting melalui video conference. Penolakan dari user akan memberikan dampak tersendiri bagi perusahaan. Penolakan tersebut dapat menyebabkan berkurangnya performa kerja karyawan dan menyebabkan ketidaknyamanan dalam melakukan

pekerjaannya. Oleh karena itu, perlu diketahui bagaimana sikap dan perilaku yang dirasakan oleh user terhadap perubahan dalam bidang IT tersebut. .

Responden pada penelitian ini yaitu karyawan GO-JEK Indonesia, divisi Small Medium Business Sales Operation di Regional Jawa Timur dan Jawa Tengah. PT. GO-JEK Indonesia memiliki kantor yang tersebar di beberapa wilayah di Indonesia. Oleh karena itu, PT. GO-JEK Indonesia menggunakan teknologi video call/ video conference untuk kepentingan rapat atau komunikasi karyawan antar wilayah. Dampak yang akan dikaji dari kehadiran TI dalam perusahaan adalah terjadinya perubahan pada cara bekerja. Misalnya, meeting yang pada awalnya harus duduk di satu ruangan sekarang sudah bisa menggunakan video conference sehingga tidak membuang biaya lebih untuk transportasi. TAM mendeskripsikan ada dua faktor yang dominan yang dapat mempengaruhi integrasi teknologi. Yang pertama yaitu persepsi pengguna terhadap kegunaan dari teknologi, dan yang kedua adalah persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam penggunaan teknologi. Kedua faktor diatas mempengaruhi pemikiran karyawan dalam menerima dan memanfaatkan teknologi. Dan penerimaan untuk memanfaatkan teknologi akan mempengaruhi penggunaan teknologi yang sesungguhnya pada saat bekerja.

Menggunakan video call atau video conference untuk meeting adalah solusi termurah bagi perusahaan sebagai pengganti perjalanan dinas mengirimkan karyawannya agar dapat saling berdiskusi. Video call untuk perusahaan tidak hanya digunakan untuk meeting tetapi bisa digunakan sebagai solusi melakukan interview dengan kandidat yang lokasinya jauh dari kantor. Selain itu dengan menggunakan video call biaya bisa berhemat, waktu juga bisa dihemat sehingga kegiatan operasional perusahaan bisa makin cepat berjalan.

Pada tahun 2000 an, Skype dan internet menjadi aplikasi web-base video call yang populer dengan menggunakan jaringan internet. Perkembangan video call ini makin berkembang dengan berkembangannya teknologi handphone, dan jaringan internet cepat dari G ke 2G ke 3G hingga kini di Indonesia sudah masuk generasi 4G. Penelitian ini bertujuan untuk menguji tingkat persepsi berdasarkan kegunaan video call (*perceived usefulness*) terhadap kondisi nyata penggunaan video call (*actual system usage*) pada *Small Medium Business Sales Operation* GO-JEK Indonesia Regional Jawa Timur – Jawa Tengah, menguji tingkat persepsi berdasarkan kemudahan penggunaan video call (*perceived ease of use*) terhadap kondisi nyata penggunaan video call (*actual system usage*) pada *Small Medium Business Sales Operation* GO-JEK Indonesia Regional Jawa Timur – Jawa Tengah, menguji tingkat persepsi berdasarkan kegunaan sistem informasi (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan sistem informasi (*perceived ease of use*) secara bersama-sama terhadap kondisi nyata penggunaan video call (*actual system usage*) pada *Small Medium Business Sales Operation* GO-JEK Indonesia Regional Jawa Timur – Jawa Tengah.

KERANGKA TEORETIS

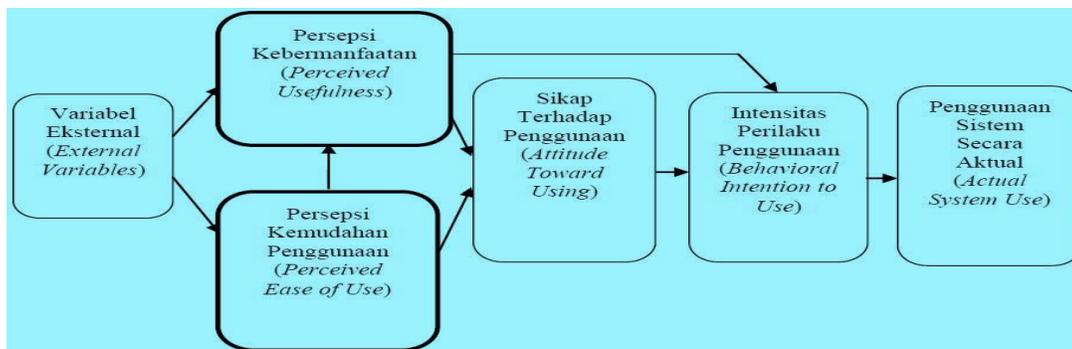
Rosses (dalam Jugiyanto, 2005 : 11) mengemukakan sistem informasi adalah suatu sistem didalam organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengelolah transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan

menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan. Terdapat sebuah jaringan besar yang menghubungkan jutaan komputer di seluruh dunia yaitu internet. Siapa saja dapat menggunakan atau mengakses internet asalkan memiliki IP atau internet protocol. Dengan internet, banyak sekali sumber daya yang dapat digunakan sebagai media komunikasi seperti email, website, video confrence, dan banyak lainnya.

Menurut Rogers (2003 : 121),menjelaskan inovasi atau perubahan adalah sebuah ide, prakter, atau objek yang di anggap baru oleh individu satu unit adopsi lainnya. Sebuah inovasi menuntut terjadinya sebuah perubahan, dan perubahan tidak selalu diterima bahkan beberapa ditolak mentah - mentah. Biasanya faktor yang menjadi kendala yang menghambat terjadinya suatu perubahan yaitu faktor budaya.

Salah satu hambatan yang paling sering muncul di Indonesia yaitu budaya. Adanya *risk aversion* yaitu budaya yang tidak menyukai resiko. Sebuah perubahan erat kaitannya dengan resiko. Dalam sebuah perusahaan, karyawan enggan sekali untuk berhubungan dengan resiko, mereka memilih untuk tetap pada zona nyaman. Di sisi lain, perusahaan juga tidak memiliki akomodasi yang baik untuk mengatasi apabila terjadi kegagalan dalam perubahan tersebut. Teknologi informasi dipandang sebagai sesuatu yang baru. Oleh karena itu, terdapat beberapa kecanggungan pada masa awal implementasi teknologi baru pada sebuah perusahaan, salah satu nya adalah pada perusahaan GO-JEK Penerapan sistem video call yang lumrah dan kerap kali dilakukan untuk meeting, pada awalnya memiliki tingkat efektivitas yang rendah. Hal ini dikarenakan para karyawan GO-JEK di luar Jawa pada khususnya, belum terbiasa menggunakan sistem ini.

William and Sawyer (2003), teknologi yang menggabungkan komputasi dengan jalur komunikasi yang menggunakan data, suara, dan video. Menurut wikipedia Teknologi komunikasi digital adalah teknologi yang berbasis sinyal elektrik komputer, sinyalnya bersifat terputus-putus dan menggunakan sistem bilangan biner. Bilangan biner tersebut akan membentuk kode-kode yang merepresentasikan suatu informasi tertentu. Setelah melalui proses digitalisasi informasi yang masuk akan berubah menjadi serangkaian bilangan biner yang membentuk informasi dalam wujud kode digital. Kode digital tersebut nantinya akan mampu dimanipulasi oleh komputer. Contohnya adalah gambar kamera video yang telah diubah menjadi bentuk digital



Gambar 2.1 Model Analisis TAM

Model TAM digunakan untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap teknologi. Model TAM berakar dari *The Theory of Reactioned Actioned* (TRA) yang dikembangkan Fishbein dan Azjen tahun 1975 (Fichman, 1992; Schillawaert, et. al.,2001). TRA mengatakan bahwa seorang individu akan melakukan suatu perbuatan apabila perbuatan tersebut adalah suatu hal yang ia percaya sebagai hal yang positif dan percaya bahwa orang lain juga berpendapat seperti itu. Semakin positif tanggapan seseorang terhadap sesuatu, semakin besar pula minat yang dimiliki.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada bulan September - Oktober 2017, dilakukan secara online. Karena dapat dilakukan dari mana saja, pembatasan pengambilan data dilakukan kepada responden yang memang berdomisili di wilayah penelitian, yakni Jawa Timur dan Jawa Tengah. Subyek dari penelitian ini adalah karyawan GO-JEK pada divisi Small Medium Business (SMB) Sales Operation, yang berdomisili di berbagai kota di Jawa Timur dan Jawa Tengah. Tim ini tergabung dalam tim regional SMB 3A. Jumlah karyawan *Small Medium Business Sales Operation* GO-JEK Regional Jawa Tengah dan Jawa Timur adalah 42 orang. Pengambilan sampel penelitian dilakukan secara random. Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin. Berikut perhitungan jumlah sampel :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{42}{1 + (42) (0.01)} \\ &= 29.577, \text{ dibulatkan menjadi } 30 \end{aligned}$$

Keterangan :

N = populasi penelitian

n = sampel yang diambil dari populasi

e = signifikansi/prosentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir (10%). Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan signifikansi 10, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 30 karyawan Small Medium Business Sales Operation GO-JEK Regional Jawa Tengah-Jawa Timur.

Pada penelitian ini, terdapat 3 variable yang dimodifikasi dari model penelitian TAM, antara lain:

1. Variabel bebas pertama (X1) : persepsi kegunaan video call (*perceived usefulness*)
2. Variabel bebas kedua (X2) : persepsi kemudahan video call (*perceived ease of use*)
3. Variabel terikat (Y) : kondisi nyata penggunaan video call (*actual system usage*)

Ketiga instrumen ini dinilai dengan skala Likert (Likert Scale) dimana ‘ya’ bernilai 1, dan ‘tidak’ bernilai 0.

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan link Google Form yang berisi daftar pernyataan berupa kuesioner tertutup yang akan diisi oleh karyawan Small Medium Business Sales Operation GO-JEK Regional Jawa Tengah - Jawa Timur yang dapat diisi menggunakan email dengan domain @go-jek.com sehingga 1 responden hanya dapat mengisi kuisisioner 1x. Penelitian ini menggunakan analisis *Technology Acceptance Model* (TAM), dengan mengumpulkan data mengenai manfaat dan aksesibilitas dari video call dalam kepentingan pekerjaan seperti meeting online.

Untuk mengukur hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, dimana variabel bebasnya ada 2 variabel, maka pengujian data dilakukan dengan menggunakan analisis Komputer Statistik SPSS agar memproses data dari responden yang memberikan penilaian dari kuesioner yang dinyatakan dalam angka-angka dalam Skala Likert.

DISKUSI

Hasil pengumpulan data penelitian ini menunjukkan informasi sebagai berikut. Mayoritas responden menyatakan setuju dengan penggunaan teknologi video call untuk penetingan pekerjaan, merasakan video call sebagai sesuatu yang efektif dalam meeting dan membantu responden meningkatkan kinerja. Selain itu, diketahui pula bahwa dari 30 orang responden merasa bahwa teknologi video call mudah digunakan, dan kendala yang dirasakan terkait dengan video call berkaitan dengan jaringan internet. Sebagai informasi tambahan, data penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner ke 30 orang responden.

Selanjutnya untuk bagian utama pengambilan data, adalah penyebaran kuesioner ke 30 orang menggunakan kuesioner *Technology Acceptance Model* (TAM). Pada kuesioner model ini ada dua variabel independent. Kuesioner ini terdiri dari 8 pernyataan yang mewakili 3 variabel yang diteliti. Ada tiga instrumen penelitian yang ada di dalam 8 pertanyaan tersebut.

No	Instrumen	Banyaknya pertanyaan	Jumlah ya dan tidak
1	Persepsi kegunaan (x1)	4	ya= 101, tidak = 19
2	Persepsi kemudahan (x2)	2	ya = 39, tidak=
3	Kondisi nyata penggunaan (y)	2	ya= 9, tidak= 51

Selanjutnya berikut ini adalah nilai standard deviation dari setiap variabel yang diujikan dalam penelitian ini, dari ketiga variabel, nilai standard deviation kondisi nyata kegunaan video call adalah 0,379, yang artinya mendekati rata-rata jawaban. Sebagaimana dijelaskan sebagai berikut “Simpangan baku atau standar deviation rendah berarti data mengelompok di sekitar rata-rata, dan simpangan baku tinggi menunjukkan data lebih tersebar. Sebuah standar deviasi mendekati nol menunjukkan bahwa titik data dekat dengan mean, sedangkan standar deviasi tinggi atau rendah menunjukkan titik data masing-masing di atas atau di bawah mean”

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Persepsi Kegunaan Video Call	30	1,20	,407	,074
Persepsi Kemudahan Video Call	30	1,50	,509	,093
Kondisi Nyata Kegunaan Video Call	30	1,83	,379	,069

Selanjutnya pada tabel one-sample test, diketahui bahwa t-statistic memiliki nilai 16,155 untuk persepsi kegunaan video call, 16,155 untuk persepsi kemudahan video call dan 26,492 untuk kondisi nyata kegunaan video call. Di lihat dari sisi konsep, one sample test hanya dapat membandingkan rata-rata sampel tunggal dengan konstanta tertentu.

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Persepsi Kegunaan Video Call	16,155	29	,000	1,200	1,05	1,35
Persepsi Kemudahan Video Call	16,155	29	,000	1,500	1,31	1,69
Kondisi Nyata Kegunaan Video Call	26,492	29	,000	1,833	1,69	1,97

Kemudian dalam tabel di bawah ini, diperlihatkan hasil pengujian korelasi yang ingin melihat keterkaitan antara variabel, dan nilai yang ditunjukkan adalah hubungan antara variabel persepsi kegunaan video call dan kondisi nyata kegunaan video call adalah 0,224 dan untuk hubungan antara persepsi kemudahan video call dan kondisi nyata kegunaan video call adalah 0,447.

		Persepsi Kegunaan Video Call	Persepsi Kemudahan Video Call	Kondisi Nyata Kegunaan Video Call
Persepsi Kegunaan Video Call	Pearson Correlation	1	,333	,224
	Sig. (2-tailed)		,072	,235
	N	30	30	30
Persepsi Kemudahan Video Call	Pearson Correlation	,333	1	,447*
	Sig. (2-tailed)	,072		,013
	N	30	30	30
Kondisi Nyata Kegunaan Video Call	Pearson Correlation	,224	,447*	1
	Sig. (2-tailed)	,235	,013	
	N	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kemudian, pada tabel ANOVA berikut ditunjukkan tentang perbandingan antara kelompok dan berdasarkan nilai signifikansi yang $> 0,05$ berarti tidak ada perbedaan antara kelompok

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,859	2	,430	3,508	,044 ^b
	Residual	3,307	27	,122		
	Total	4,167	29			

a. Dependent Variable: Kondisi Nyata Kegunaan Video Call
b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan Video Call, Persepsi Kegunaan Video Call

Berikut ini adalah tabel uji koefisien yang dijelaskan sebagai berikut.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,271	,243		5,223	,000
	Persepsi Kegunaan Video Call	,078	,169	,084	,461	,648
	Persepsi Kemudahan Video Call	,313	,136	,419	2,305	,029

a. Dependent Variable: Kondisi Nyata Kegunaan Video Call

Uji t pertama akan digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel persepsi kegunaan video call (perceived usefulness).

Hipotesis : H₀= koefisien regresi tidak signifikan. , H₁= koefisien regresi signifikan.

Keputusan : Jika t hitung < t table maka H₀ diterima, Jika t hitung > t table maka H₀ ditolak.

t hitung = 0,461. Untuk menghitung t tabel kita menggunakan ketentuan sebagai berikut: $\alpha = 0,05$. DF = (jumlah data - 2) atau $30-2 = 28$. Karena t hitung (0,461) < t tabel , maka H₀ diterima, Artinya koefisien regresi tidak signifikan.

Uji t kedua akan digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel persepsi kemudahan penggunaan video call.

Hipotesis : H₀= koefisien regresi tidak signifikan, H₁= koefisien regresi signifikan.

Keputusan : Jika t hitung < t table maka H₀ diterima. Jika t hitung > t table maka H₀ ditolak.

t hitung = 2,305. Untuk menghitung t tabel kita menggunakan ketentuan sebagai berikut: $\alpha = 0,05$. $DF = (\text{jumlah data} - 2)$ atau $30-2 = 28$. Karena t hitung (2,305) > t tabel, maka H_0 ditolak, Artinya koefisien regresi signifikan.

Karena t hitung jatuh di daerah penerimaan, maka H_0 diterima. Artinya koefisien regresi tidak signifikan. Kesimpulan, persepsi kemudahan penggunaan video call (perceived ease of use) tidak mempengaruhi kondisi nyata penggunaan video call (actual system usage).

Kemajuan teknologi memungkinkan organisasi untuk menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi pekerjaan. Salah satu kemajuan tersebut adalah e-Learning yang membutuhkan teknologi Penggunaan sistem yang sebenarnya adalah situasi dunia nyata (Davis, 1989). Seorang pengguna akan senang menggunakan sistem jika mereka pikir itu mudah digunakan dan meningkatkan produktivitas. Penggunaan aktual (penggunaan sistem) diukur dengan seberapa sering dan berapa lama TIK digunakan. Jumlah waktu yang dihabiskan untuk terlibat dengan teknologi dan seberapa sering diukur.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang menganalisis mengenai penerimaan teknologi video call sebagai media komunikasi digital karyawan divisi small medium business sales operation GO-JEK Indonesia regional Jawa Timur – Jawa Tengah dengan menggunakan *technology acceptance model* (TAM) antara lain:

1. Persepsi kegunaan video call mempengaruhi kondisi nyata penggunaan sistem video call pada divisi small medium business sales operation Go-JEK Indonesia regional Jawa Timur – Jawa Tengah.
2. Persepsi kemudahan penggunaan video call tidak mempengaruhi kondisi nyata penggunaan sistem video call pada divisi small medium business sales operation Go-JEK Indonesia regional Jawa Timur – Jawa Tengah.
3. Persepsi kegunaan dan kemudahan secara bersama-sama tidak mempengaruhi kondisi nyata pada penggunaan sistem video call pada divisi small medium business sales operation Go-JEK Indonesia regional Jawa Timur – Jawa Tengah.
4. Adapun hambatan yang dihadapi pada saat menggunakan video call adalah harus mempunyai koneksi jaringan internet yang tinggi.
5. Secara keseluruhan, video call mudah digunakan dan tidak membutuhkan pengetahuan teknologi khusus untuk menggunakannya

DAFTAR PUSTAKA

- Jogianto2 HM. (2005). *Sistem Teknologi Informasi*. Andi. Yogyakarta
- Malhotra, K.M. and Briks.F.D. (2003). *Marketing Research, AN Applied Approach* (second edition), England, Pearson Education Ltd.
- McLeod, Jr., Raymond and George Schell. (2001), *Management Information System*. Eighth Edition, New Jersey: Prentice Hall, Inc.