

ABSTRAK

STUDI MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI (TAM) PADA *INSTANT MESSENGER LINE* OLEH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP UNILA

Oleh
Meutia Ayu Purbasari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model penerimaan teknologi *instant messenger* LINE dengan menguji teori *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) atau persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) sebagai faktor penentu minat penggunaan teknologi LINE. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif di mana penelitian tersebut menyoroti hubungan atau pengaruh antar variabel penelitian. Variable bebas dalam penelitian ini adalah persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan. Variable terikat dalam penelitian ini adalah minat penggunaan LINE. Subyek penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNILA angkatan 2011 & 2012 yang menggunakan LINE. Populasi dari penelitian ini sebanyak 59 orang dengan sampel sebanyak 59 orang yang berasal dari pengambilan teknik total sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa kuesioner dan data skunder berupa data tambahan dari berbagai sumber, baik itu buku, majalah, internet, dll. Teknik pengolahan data dengan teknik editing, koding, tabulasi, interpretasi. Teknik analisis yang digunakan berupa teknik analisis deskriptif, dengan menggunakan perhitungan statistik regresi linear.

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis 1 diperoleh persamaan regresi Y atas X adalah konstanta sebesar 17,015 menyatakan bahwa jika tidak ada persepsi kebermanfaatan penggunaan LINE/PU, maka responden tetap memiliki minat menggunakan LINE sebesar 17,015. Koefisien regresi (bx) sebesar 0,149 menyatakan bahwa jika responden mengalami penambahan persepsi kebermanfaatan penggunaan LINE/ PU, maka minat menggunakan LINE akan mengalami penambahan skor sebanyak 17,164. Dari hasil regresi menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan penggunaan LINE (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap minat menggunakan LINE, diketahui nilai $T_{hitung} (5,139) > T_{tabel} (1,672)$ maka H_0 ditolak. Adapun pengaruhnya sebesar 31,7% dengan kekuatan hubungan (R) sebesar 0,563 termasuk kategori moderat. Berdasarkan hasil penelitian hipotesis 2 diperoleh persamaan regresi Y atas X adalah konstanta sebesar 24,92 menyatakan bahwa jika tidak ada persepsi kemudahan penggunaan LINE/PEOU, maka responden tetap memiliki minat menggunakan LINE sebesar 24,92. Koefisien regresi (bx) sebesar 0,038 menyatakan bahwa jika responden

mengalami penambahan persepsi kemudahan penggunaan LINE/ PEOU, maka minat menggunakan LINE akan mengalami penambahan skor sebanyak 24,95. Dari hasil regresi menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan LINE (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap minat menggunakan LINE, diketahui nilai $T_{hitung} (3,181) > T_{tabel} (1,672)$ maka H_0 ditolak. Adapun pengaruhnya hanya sebesar 15,1% dengan kekuatan hubungan (R) sebesar 0,388 termasuk kategori lemah (rendah). Dari kedua persepsi yang menjadi antecedent minat penggunaan sebuah teknologi, ternyata persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh lebih besar terhadap minat penggunaan LINE pada mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNILA, dilihat dari lebih besarnya angka pengaruh persepsi kebermanfaatan dibanding angka pengaruh persepsi kemudahan. Ketika sebuah teknologi bermanfaat maka minat menggunakannya akan jauh lebih besar. Walaupun kemudahan juga berpengaruh dalam hal ini, namun kedudukannya belum dapat menyaingi minat atas kebermanfaatan.

Kata kunci : Model Penerimaan Teknologi, pesan instan, LINE