



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Game

Game adalah sebarang karya seni di mana peserta, yang disebut Pemain, membuat keputusan untuk mengelola sumberdaya yang dimilikinya melalui benda di dalam game demi mencapai tujuan (Costikyan, 2004). Martono (2015) mengklasifikasikan *game* menjadi 3 kelompok berdasarkan jenisnya.

1. *Game as Game*, *game* yang dimaksud adalah *game* untuk kesenangan.
2. *Game as Media*, *game* yang dimaksud untuk menyampaikan pesan tertentu dari pembuat *game* tersebut.
3. *Game beyond Game*, bisa juga disebut dengan sebutan gamifikasi, yaitu konsep atau cara berpikir *game design* ke dalam lingkup *non-game*.

Schell (2008) menjelaskan empat elemen dasar yang membentuk suatu *game* yang disebut sebagai *the Elemental Tetrad*. Elemen-elemen tersebut adalah sebagai berikut.

1. *Aesthetic*, elemen yang menggambarkan keindahan dari sebuah *game*. Baik dari sisi tampilan, suara, efek, maupun desain lain yang mengutamakan keindahan.
2. *Story*, elemen yang menggambarkan cerita dari sebuah *game*. *Game* memiliki *story* untuk membuat *game* lebih menarik untuk dimainkan.
3. *Mechanics*, elemen yang menentukan isi dari *game*, baik tujuan, batasan, maupun *feedback* dari *game* ketika pengguna melakukan sesuatu

4. *Technology*, elemen sentral yang menyatukan antar elemen lainnya. *Technology* menghubungkan estetika dari *game* dengan mekanika *game*, serta menghubungkan mekanika *game* dengan cerita yang dimiliki dari *game* tersebut.

2.2 Gamifikasi

2.2.1 Definisi

Gamifikasi adalah aplikasi yang mengimplementasikan elemen *game* ke dalam aplikasi *non-game* (Jackson, 2016). Elemen *game* yang diimplementasikan ke dalam aplikasi sesuai kebutuhan dan kondisi permasalahan yang terjadi.

2.2.2 Langkah-Langkah Penerapan Gamifikasi

Jusuf (2016) menjabarkan langkah-langkah penerapan gamifikasi dalam pembelajaran. Berikut ini adalah langkah-langkah penerapan gamifikasi dalam pembelajaran (Jusuf, 2016).

1. Kenali tujuan pembelajaran
2. Tentukan ide besar pembelajaran
3. Buat skenario permainan
4. Buat desain aktivitas pembelajaran
5. Bangun kelompok
6. Terapkan dinamika permainan

Selain menjabarkan langkah-langkah penerapan gamifikasi dalam pembelajaran, Jusuf (2016) juga menjabarkan langkah-langkah untuk melakukan gamifikasi dalam pembelajaran sebagai berikut.

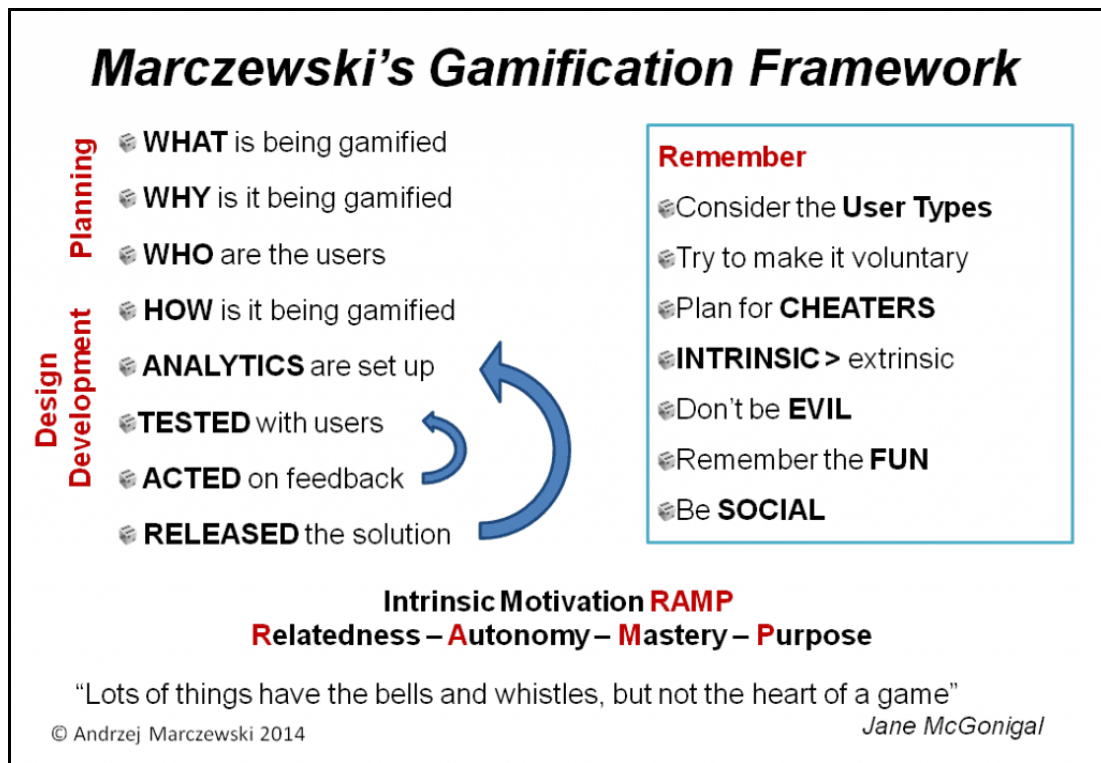
1. Pecah materi pelajaran menjadi bagian-bagian khusus. Berikan kuis di setiap akhir bagian tersebut dan beri *award* atau hadiah kepada peserta jika berhasil menyelesaikan kuis.
2. Pisahkan materi ke dalam level-level yang berbeda, dan berjenjang seiring dengan kemajuan belajarnya.
3. Catat skor yang didapat di setiap bagian. Hal ini dimaksudkan agar peserta fokus pada peningkatan skor mereka secara keseluruhan.
4. Berikan balasan (*reward*) seperti lencana, sertifikat, *achievement* (pencapaian) yang bisa dipampang di *social media* para peserta.
5. Buatlah jenjang/level sensitif terhadap tanggal atau waktu, sehingga mereka harus mengecek setiap hari, setiap minggu, atau setiap bulan untuk mendapatkan tantangan baru.
6. Buat kelompok tugas sehingga peserta dapat berkolaborasi bersama untuk menyelesaikan proyek.
7. Kenalkan konsep *quest* (pencarian) atau *epic meaning* (pemaknaan epik), di mana peserta dapat menyerahkan karyanya yang dapat memperkuat norma belajar atau kultural.
8. Beri peserta insentif untuk men-*share* dan mengomentari pekerjaan temannya. Hal ini mendorong budaya *knowledge sharing*.
9. Beri kejutan dengan hadiah bonus ekstra ketika peserta lulus tantangan baru.
10. Buat tekanan buatan dengan menggunakan *countdown* atau hitung mundur pada berbagai kuis. Cara ini membuat peserta menghadapi tantangan dengan batasan waktu.

11. Ambil lencana atau reward-nya bila peserta tidak lulus tantangan tertentu.
12. Buat role-playing atau skenario pencabangan dalam *eLearning* yang tak terbatas, atau bisa diulangi sehingga jika tantangan tidak terlewati, peserta harus mencari solusinya.
13. Kenalkan karakter yang membantu dan menghalangi peserta dalam perjalanan belajarnya.
14. Berikan peserta fasilitas agar mereka bisa menciptakan atau memilih sebuah karakter untuk ‘bermain’ selama belajar.
15. Tampilkan *leaderboard* (papan klasemen) yang menunjukkan performa seluruh peserta lintas departemen, geografi, dan spesialisasi untuk mendorong semangat kompetisi dan kolaborasi.

2.2.3 Marczewski’s Gamification Framework

Marczewski’s *Gamification Framework* adalah hasil penelitian Andrzej Marczewski yang menjelaskan gamifikasi menjadi dua bagian, pada bagian *8 questions to ask yourself* terdapat 8 poin yang dibagi dalam dua bagian, yaitu *planning* dan *design development*. Pada bagian *things to remember* terdapat 7 poin untuk mendukung gamifikasi. *Marczewski’s Gamification Framework* direpresentasikan pada Gambar 2.1 berikut.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.1 Marczewski's Gamification Framework (Marczewski, 2014)

Pada bagian 8 *questions to ask yourself* terbagi menjadi 8 poin yang dijelaskan sebagai berikut.

1. *What is being gamified*

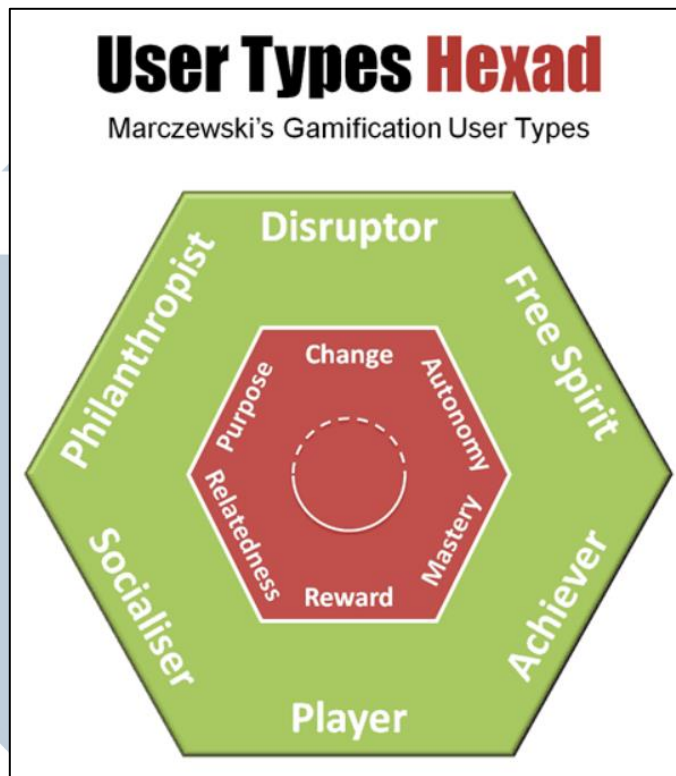
Tahap ini adalah tahap dimana harus diketahui aktivitas apa yang akan digamifikasi.

2. *Why is it being gamified*

Tahap ini harus diketahui mengapa dilakukan gamifikasi dan apa hasil yang diharapkan setelah dilakukan proses gamifikasi.

3. *Who are the users*

Tahap ini harus diketahui siapa pengguna aplikasi dan bagaimana pendekatan yang dilakukan. Tipe pengguna ditampilkan dalam Gambar 2.2 di bawah.



Gambar 2.2 User Type (Marczewski, 2014)

Disruptor dimotivasi oleh perubahan (*change*), *free spirit* dimotivasi oleh otonomi (*autonomy*), *achiever* dimotivasi oleh penguasaan (*mastery*), *player* dimotivasi oleh hadiah (*reward*), *socializer* dimotivasi oleh keterkaitan (*relatedness*), dan *philanthropist* dimotivasi oleh tujuan (*purpose*).

4. *How is it being gamified*

Setelah mengetahui ketiga poin di atas, tahapan selanjutnya adalah menentukan bagaimana aplikasi tersebut digamifikasi. Elemen dan mekanisme apa yang bekerja dengan paling optimal untuk aplikasi tersebut.

5. *Analytics are set up*

Analisa dengan memiliki beberapa bentuk matriks serta analisis untuk mengukur tingkat keberhasilan dari aplikasi.

6. *Tested with users*

Aplikasi yang sudah dibuat harus dites terlebih dahulu oleh pengguna untuk mengetahui apakah sudah cukup atau masih dibutuhkan pengembangan.

7. *Acted on feedback*

Feedback yang didapatkan setelah melakukan tes dikumpulkan dan dilihat apakah ada komentar negatif maupun positif. *Feedback* yang didapatkan akan berguna untuk pengembangan maupun revisi dari aplikasi.

8. *Released the solution*

Setelah mendapatkan solusi, umumkan kepada publik bahwa aplikasi telah selesai. Rilis aplikasi ke publik untuk digunakan oleh *target audience*.

Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik, tahapan keenam dan ketujuh dapat dilakukan berulang kali. Marczewski (2014) mengatakan bagian *things to remember* terdapat 7 poin yang mendukung gamifikasi dijelaskan sebagai berikut.

1. *Consider the User Types*

Pertimbangkan berbagai tipe-tipe pengguna yang akan menggunakan aplikasi ini. Implementasikan *game element* dan *game mechanics* yang dapat mencakup seluruh kriteria *user type*. Gambar 2.3 berikut menjelaskan contoh *game mechanics* yang men-support tipe pengguna (Marczewski, 2014).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.3 User Type Classification (Marczewski, 2014)

2. *Try to Make It Voluntary.*

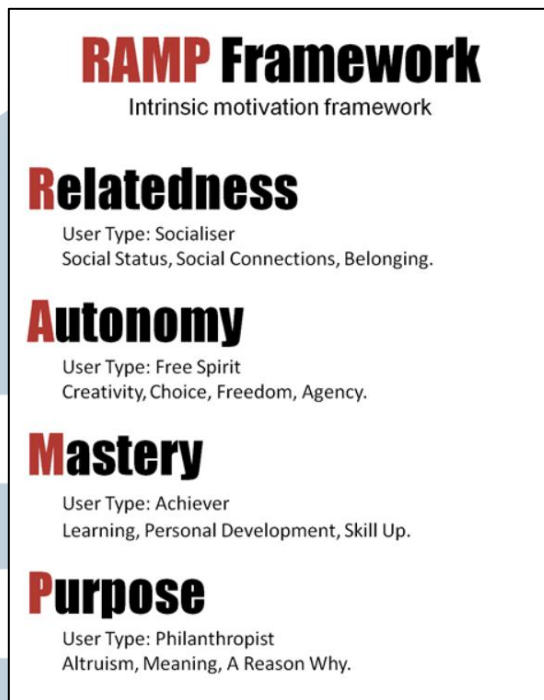
Penggunaan aplikasi yang dilakukan secara sukarela jauh lebih baik daripada mencari pengguna dan memaksanya untuk menggunakan aplikasi.

3. Plan for Cheaters.

Buat *plan* untuk menghadapi kemungkinan adanya *cheater*. Karena *cheating* adalah salah satu sifat yang mungkin dimiliki oleh pengguna.

4. Intrinsic > Extrinsic

Berikan motivasi secara intrinsik karena motivasi secara intrinsik lebih kuat daripada motivasi secara ekstrinsik karena motivasi intrinsik berasal dari diri sendiri (Marczewski, 2014). Marczewski (2014) menjelaskan RAMP Framework untuk membagi motivasi secara intrinsik berdasarkan *user type* yang dimiliki oleh pengguna. RAMP Framework digambarkan pada Gambar 2.4 di bawah.



Gambar 2.4 RAMP Framework (Marczewski, 2014)

5. Don't be Evil

Jangan jadi orang jahat karena ini bukan kesempatan untuk menggunakan orang-orang demi aplikasi yang dibuat. Jika melakukan hal yang kurang menyenangkan, maka orang-orang tidak akan menggunakan aplikasi lagi.

6. Remember the Fun

Cobalah untuk mengingat kesenangan di dalam aplikasi itu. Karena rasa senang akan membuat orang bertahan lebih lama.

7. Be Social

Bermain sendiri memang menyenangkan, tetapi bermain bersama orang lain lebih menyenangkan. Bersosialisasi merupakan salah satu aspek penting untuk membuat pengguna terlibat dalam jangka waktu yang lama.

2.2.4 Game Elements

Berikut ini adalah beberapa *game elements* yang dapat digunakan dalam metode gamifikasi untuk pembelajaran (Jackson, 2016).

1. *Progression or Achievements*, *Progression* atau *Achievements* adalah elemen yang memberikan *user* kepuasan lebih setelah mencapai target tertentu. *Progression* memiliki berbagai bagian didalamnya, seperti *points*, *badges*, *leveling*, *leaderboards*, *progress bar*, dan *certificates*.
2. *Rewards*, *Rewards* adalah hadiah yang diberikan kepada *user* ketika telah memenuhi target yang telah disiapkan didalam aplikasi. *Rewards* memberikan motivasi tambahan untuk menyelesaikan target yang telah disediakan. Contoh dari *rewards* adalah *bonuses*, *power-ups*, dan hadiah lainnya yang dapat dikumpulkan.
3. *Story*, *Story* adalah elemen dimana progres dari *user* dibentuk menjadi sebuah cerita. Menambahkan *story* ke dalam aplikasi dapat membuat minat pengguna bertambah dan juga menambah motivasi.
4. *Time*, Penggunaan elemen *time* dapat memfokuskan sebuah kegiatan sehingga *user* terpacu untuk menyelesaikan *task* sebelum waktu berakhir.
5. *Personalization*, *Personalization* adalah elemen dimana pengguna dapat memodifikasi profil pengguna seperti merubah *avatar*, mengganti *username*, mengganti *status message*, dan lain-lain.
6. *Microinteractions*, Elemen *microinteractions* merupakan elemen yang memperhatikan detail-detail terkecil dalam aplikasi, seperti *sound effect*, *toggles*, *animated rollovers*, dan *easter eggs*. Penambahan *easter eggs* dapat membuat pengguna termotivasi dalam menemukan *hidden information* di dalam aplikasi.

2.2.5 Game Mechanics

Cunningham dan Zichermann (2011) mengatakan bahwa *game mechanics* adalah unsur *game* yang dimasukkan ke dalam aplikasi bukan permainan. Terdapat 7 unsur utama untuk merancang *gamified system* (Cunningham dan Zichermann, 2011).

1. *Quests*

Tantangan yang telah disiapkan oleh sistem untuk diselesaikan oleh pengguna. Ketika *quest* selesai dikerjakan maka pengguna akan mendapatkan *points*.

2. *Points*

Points adalah hadiah kepada pengguna atas penyelesaian suatu tahapan yang ditentukan. Tujuan dari *points* adalah untuk memberi motivasi kepada pengguna bahwa apa yang telah dilakukan mendapatkan imbalan dan tidak sia-sia.

3. *Levels*

Levels ditujukan untuk menunjukkan perkembangan dari pengguna aplikasi dan digunakan untuk memotivasi pengguna agar semakin terpacu untuk mengumpulkan *points* lebih banyak agar dapat meraih level yang lebih tinggi.

4. *Badges*

Badges merupakan simbol untuk menandakan bahwa pengguna telah mencapai suatu capaian tertentu. *Badges* juga berguna untuk menunjukkan dimana level pengguna tersebut berada.

5. *Leaderboards*

Leaderboards digunakan sebagai media untuk membandingkan prestasi antar pengguna dengan pengguna lainnya. *Leaderboards* dapat memotivasi pengguna untuk bersaing satu sama lain demi merebutkan posisi puncak dalam *leaderboard*.

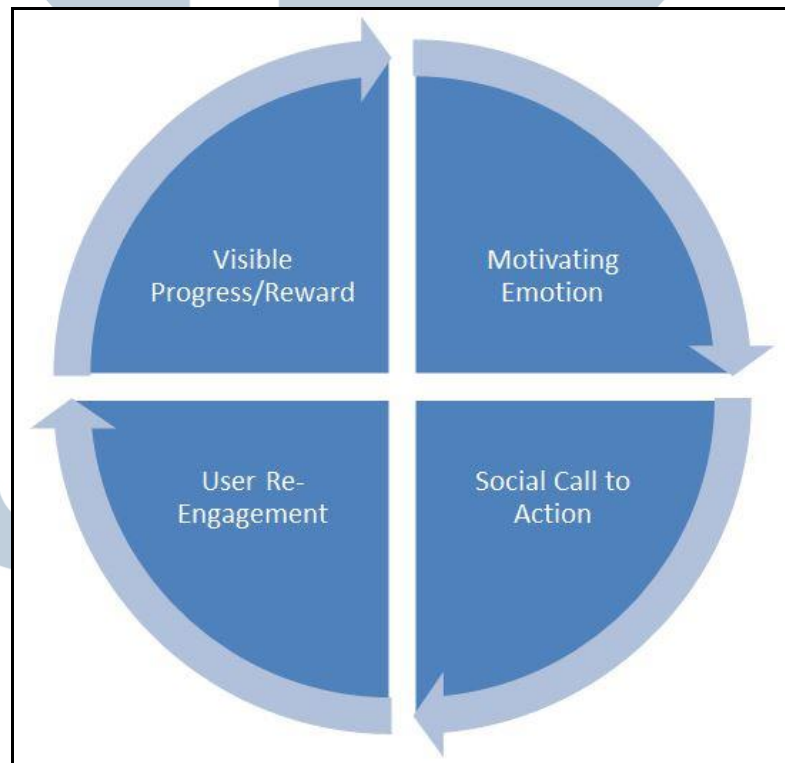
6. *Onboarding*

Onboarding adalah upaya untuk membawa pengguna pemula untuk memahami cara penggunaan aplikasi. *Onboarding* dapat dilakukan ketika pengguna masih berada pada level awal.

7. *Social Engagement Loop*

Designer game tidak boleh hanya melihat bagaimana caranya pengguna ikut serta dalam menggunakan aplikasi, tetapi juga perlu memikirkan apa yang akan membuat pengguna meninggalkan aplikasi, dan yang lebih penting harus memikirkan apa yang akan membuat pengguna kembali menggunakan aplikasi itu.

Social engagement loop digambarkan seperti Gambar 2.2 di bawah.



Gambar 2.5 Social Engagement Loop (Cunningham dan Zickhermann, 2011)

Motivating Emotion berarti motivasi kepada pengguna untuk menggunakan aplikasi. *Social Call to Action* berarti memberikan *message* kepada orang lain untuk menggunakan aplikasi yang sama sehingga dapat menggunakan aplikasi secara bersamaan. *User Re-Engagement* berarti memberikan petunjuk kepada pengguna agar pengguna dapat maju ke tahapan selanjutnya. *Visible Progress / Rewards* berarti perkembangan dari pengguna dapat dilihat oleh diri sendiri maupun pengguna lainnya.

2.2.6 Game Dynamics

Pengalaman menarik dan motivasi yang baik dapat diraih apabila implementasi *Game dynamics* telah dilakukan dengan baik dan benar. Bunchball (2010) membagi *game dynamics* menjadi 6 elemen sebagai berikut.

1. *Reward*

Manusia termotivasi dengan adanya hadiah. Jika hadiah yang mungkin didapat menarik, maka kemungkinan untuk menggunakan aplikasi secara berulang menjadi bertambah besar.

2. *Status*

Manusia pada umumnya memiliki kebutuhan akan harga diri dan rasa hormat dari orang lain. Status yang lebih tinggi akan membuat pengguna mendapat rasa hormat dari orang lain yang memiliki status lebih rendah.

3. *Achievement*

Beberapa orang termotivasi untuk mencapai target dan mendapatkan penghargaan. Jika penghargaan yang didapat menarik, maka pengguna akan berusaha untuk menyelesaikan tugas-tugas secara terus menerus.

4. *Self-expression*

Pengguna mengekspresikan emosi ketika menyelesaikan suatu tugas atau gagal dalam suatu tugas. Ekspresi emosi yang ditunjukkan dapat menarik minat orang lain untuk menggunakan aplikasi itu.

5. *Competition*

Sifat kompetitif yang dimiliki manusia dapat menjadi motivator secara intrinsik untuk menyelesaikan sebuah kompetisi.

6. *Altruism*

Hadiah atau penghargaan yang diberikan oleh pengguna lain memberikan rasa kepuasan tersendiri. Ketika pengguna berhasil menyelesaikan tugas maka pengguna mendapat penghargaan dari pengguna lain atas pencapaiannya.

2.3 Taekwondo

Taekwondo adalah seni bela diri modern yang berakar pada bela diri tradisional Korea. Taekwondo terdiri dari tiga kata dasar, yaitu: *tae* yang berarti menendang atau menghancurkan dengan kaki, *kwon* berarti tangan untuk mempertahankan diri dan menyerang dengan teknik tangan, dan *do* yang berarti seni. Maka, jika diartikan secara sederhana Taekwondo berarti seni bela diri dengan menggunakan kaki dan tangan kosong (Onelisadunc, 2012).

Taekwondo memiliki filosofi yang diterapkan dalam tiap tingkatan sabuk yang dimiliki oleh atlet Taekwondo, mulai dari sabuk putih sampai sabuk hitam (Brown, 2012). Brown (2012) mengatakan tingkatan sabuk dapat memiliki arti tersendiri.

1. Sabuk putih melambangkan kesucian, pada tahap ini atlet taekwondo mempelajari dasar-dasar Taekwondo.

2. Sabuk kuning melambangkan bumi, pada tahap ini atlet taekwondo mulai ditanamkan dasar-dasar taekwondo untuk diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.
3. Sabuk hijau melambangkan hijaunya pepohonan, pada tahap ini atlet taekwondo mulai mengembangkan dasar-dasar Taekwondo yang telah didapat.
4. Sabuk biru melambangkan biru langit yang menyelimuti bumi dan sisinya, pada tahap ini atlet taekwondo mulai harus mengetahui apa yang telah dipelajari selama ini.
5. Sabuk merah melambangkan matahari yang artinya atlet taekwondo mulai menjadi pedoman bagi orang lain dan mengingatkan harus dapat mengontrol sikap dan tindakan.
6. Sabuk hitam melambangkan akhir, kedalaman, kematangan dalam berlatih, dan penguasaan diri dari takut akan kegelapan. Hitam memiliki tahapan dari tahap Dan 1 sampai Dan 9 yang melambangkan alam semesta.

2.4 Unit Kegiatan Mahasiswa Taekwondo Universitas Multimedia Nusantara

Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) adalah fasilitas yang disediakan oleh Universitas Multimedia Nusantara untuk menampung minat dan bakat dari mahasiswa UMN (Laura, 2019). Unit Kegiatan Mahasiswa berada dibawah pengawasan Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Universitas Multimedia Nusantara dan terbagi menjadi tiga kategori, yaitu seni budaya, olahraga, dan sains dan sosial (Laura, 2019). Della Laura (2019) sebagai mantan *supervisor* UKM BEM 2017-2018 mengatakan Setiap

UKM memiliki ciri khas masing-masing dan menampung mahasiswa aktif Universitas Multimedia Nusantara.

UKM Taekwondo UMN adalah UKM yang mempelajari bela diri asal Korea Selatan dan berdiri sejak 3 Maret 2010 (Afifah, 2019). UKM Taekwondo UMN memiliki anggota aktif lebih dari 30 mahasiswa yang terdiri atas mahasiswa angkatan 2015 sampai dengan angkatan 2018 dari berbagai jurusan di Universitas Multimedia Nusantara (Afifah, 2019). Taekwondo UMN telah mengikuti berbagai kompetisi dari berbagai tingkatan mulai dari antar mahasiswa, Pekan Olahraga Mahasiswa Daerah (POMDA), antar kabupaten, antar provinsi, nasional, hingga internasional. Kompetisi yang diikuti bersifat pemula maupun prestasi. Anggota UKM Taekwondo UMN yang baru ikut serta dimasukkan kedalam kategori pemula dan ikut serta dalam kompetisi untuk menambah pengalaman dan memperkuat mental anggota. Sementara anggota yang sudah berpengalaman diikuti sertakan dalam kategori prestasi untuk menambah jam terbang dan menjadi contoh bagi anggota yang masih baru.

2.5 Skala Likert

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2014). Penghitungan hasil berdasarkan skala Likert berasal dari poin yang dimiliki oleh setiap titik dari pertanyaan yang dibuat. Contoh perthitungan skala Likert sebagai berikut (Sugiyono, 2014).

Tabel 2.1 Perhitungan Skor Skala Likert

Skor	Kategori Jawaban
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Pertanyaan yang dibuat disebarkan kepada responden yang berjumlah 100 orang dan mendapatkan jawaban misalnya sebagai berikut.

Tabel 2.2 Contoh Daftar Hasil Responden

Responden	Kategori Jawaban
64	Sangat Setuju
12	Setuju
8	Netral
6	Tidak Setuju
10	Sangat Tidak Setuju

Hasil rekapitulasi jawaban responden dihitung untuk mencari nilai rata-rata untuk mendapat presentase skor. Presentase skor dihitung dengan menggunakan rumus 2.1 berikut.

$$P = \frac{(SS*5)+(S*4)+(N*3)+(TS*2)+(STS*1)}{5*TR} * 100\% \quad \dots(2.1)$$

P adalah nilai presentase dari setiap pertanyaan, TR adalah total responden kuesioner, sementara SS, S, N, TS, dan STS adalah pilihan jawaban yang telah dipilih oleh responden.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 2.3 Contoh Analisis Data

Keterangan	Poin	Perhitungan	Skor Akhir
64 responden menjawab sangat setuju	5	64 * 5	320
12 responden menjawab setuju	4	12 * 4	48
8 responden menjawab netral	3	8 * 3	24
6 responden menjawab tidak setuju	2	6 * 2	12
10 responden menjawab sangat tidak setuju	1	10 * 1	10
TOTAL			414

Nilai maksimal yang mungkin didapatkan adalah $5 * 100 = 500$. Nilai yang didapatkan dari perhitungan adalah 414. Berdasarkan hasil perhitungan, maka tingkat kepuasan responden sebesar $(414/500) * 100\% = 82.8\%$ dari nilai maksimal 100% yang mungkin didapatkan. Presentase skor yang telah didapatkan dicocokkan dengan kategori interpretasi skor skala likert pada Tabel 2.2 di bawah.

Tabel 2.4 Interpretasi Skor Skala Likert

Interval Nilai	Kategori Jawaban
80% – 100%	Sangat Setuju (SS)
60% – 79.99%	Setuju (S)
40% – 59.99%	Netral (N)
20% – 39.99%	Tidak Setuju (TS)
0% – 19.99%	Sangat Tidak Setuju (STS)

Dengan hasil 82.8% yang telah didapatkan, maka kategori yang sesuai dengan hasil kuesioner adalah sangat setuju (SS).

2.6 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi (Fatmawati, 2015). Fatmawati (2015) mengatakan TAM merupakan suatu model analisis untuk mengetahui perilaku pengguna akan penerimaan teknologi baru.

Davis (1989) membagi dua faktor persepsi yang mempengaruhi pengguna saat menggunakan sistem informasi yang baru, berikut adalah faktor-faktor tersebut.

1. *Perceived Ease of Use*, maksudnya adalah pengguna meyakini bahwa sistem informasi yang digunakan mudah dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan.
2. *Perceived Usefulness*, maksudnya adalah pengguna meyakini bahwa dengan menggunakan sistem informasi yang dibuat akan meningkatkan kinerjanya dengan asumsi pengguna percaya bahwa sistem informasi tersebut berguna.

TAM telah banyak digunakan sebagai model untuk membantu memahami dan menjelaskan perilaku pengguna dalam suatu sistem informasi dan ada sejumlah penelitian yang telah digunakan untuk menguji TAM dan hasilnya dapat diandalkan (Surendran, 2012).

