



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

KERANGKA TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Sejarah Podcast

Dilansir dari indovoiceover.com, mengutip dari Kamus Merriam Webster telah mencatat *podcast* ke dalam salah satu kata yang telah diterima secara umum. Dalam kamus ini disebutkan bahwa *podcast* berarti “sebuah program (seperti musik atau perbincangan) yang tersedia dalam format digital atau secara otomatis diunggah ke internet. (<http://indovoiceover.com/menyelami-podcaster-definition-secara-teori-dan-prakteknya/>)

Dilansir dari tirto.id, podcast lahir seiring kelahiran iPod milik Apple yang diperkenalkan Steve Jobs pada 2001. Podcast adalah gabungan dari kata ‘iPod’ dan ‘*broadcasting*’ alias siaran dengan menggunakan iPod. Berbeda dengan radio FM/AM konvensional, podcast tidak menyiarkan siarannya secara linear, melainkan menyajikan audio *on demand*. Konten podcast juga dibuat sendiri oleh pembuatnya. Seiring berjalannya waktu, materi podcast semakin berkembang dan beragam. Kemasannya dapat berupa sandiwaradrama, dialog/*talkshow*, monolog, dan dokumenter. Mengutip New York Magazine, podcast hadir dalam beragam jenis. Ada podcast perihal perbincangan politik, olahraga, komedi, hingga serial podcast yang menyajikan materi fiksi secara berkelanjutan. Beberapa contoh podcast sukses ialah “Serial”, podcast yang menyajikan drama fiksi kriminal yang diproduksi Sarah Koenig. Ada juga “99% Invisible”, podcast yang berbincang perihal kampanye Kickstarter (kampanye pengumpulan dana bagi suatu proyek) yang dipandu Roman Mars, dan “StarUp”, podcast yang mengisahkan kesuksesan Alex Blumberg mendirikan siaran podcast-nya sendiri. (<https://tirto.id/hikayat-podcast-cufm>)

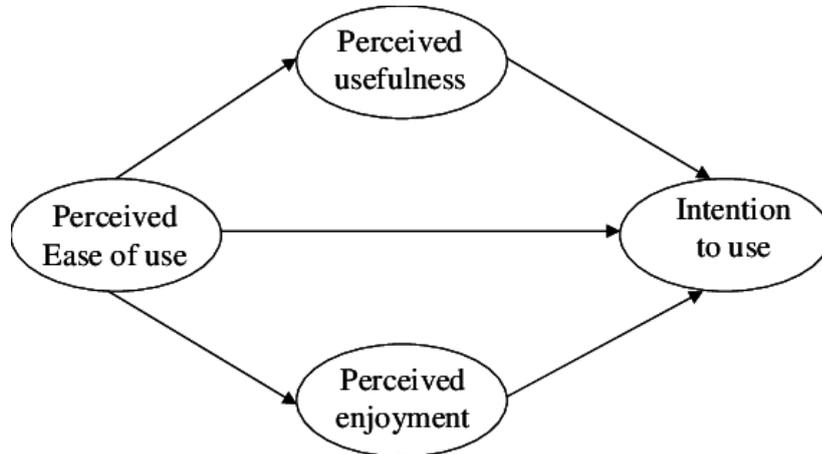
2.1.2 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu teori adaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang sebelumnya telah diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980 dan diusulkan serta diperbaharui oleh Davis pada tahun 1989. TRA merupakan sebuah teori yang menjelaskan sebuah perilaku dilakukan karena individu mempunyai kemauan atau niat untuk melakukan terkait kegiatan yang akan dilakukan atas kemauan sendiri. Sementara itu, TAM menjelaskan suatu hubungan sebab akibat antara suatu keyakinan (manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) serta perilaku, keperluan, dan pengguna suatu sistem informasi. Sehingga, TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi. (Davis, 1989)

Persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan itu sendiri didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu adalah bebas dari upaya penggunaan. Untuk mengukur kedua faktor ini, Davis menciptakan model yang dapat disesuaikan untuk mengukur pengguna penerimaan sistem informasi. Pada 1992, Davis menambahkan faktor ketiga, kenyamanan yang dirasakan atau yang disebut *perceived of enjoyment*. Kenyamanan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana aktivitas menggunakan komputer dianggap menyenangkan terlepas dari konsekuensi kinerja yang mungkin diantisipasi. (Davis et al., 1992)

Podcast dapat dianggap sebagai hedonis (kenyamanan) sistem informasi, karena *streaming online* layanan audio sebagian besar akan digunakan oleh penggunanya untuk kenyamanan mereka sendiri. Sistem informasi hedonis berbeda untuk sistem informasi utilitarian yang ditujukan dengan meningkatkan produktivitas penggunanya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Model Penerimaan Teknologi Davis (1992) yang telah diadaptasi oleh Van der Heijden (2004). Model ini dibuat untuk mengukur penerimaan pengguna terhadap sistem informasi hedonis seperti aplikasi *streaming* podcast. Perbedaan itu penting karena Van der Heijden menyatakan bahwa itu adalah syarat batas yang penting ke Model Penerimaan Teknologi. Ia juga mengatakan bahwa manfaat yang dirasakan menjadi faktor yang kurang penting, sedangkan kenyamanan yang dirasakan dan

kemudahan penggunaan lebih penting daripada faktor prediktif seperti niat untuk digunakan dalam sistem informasi hedonis. Berikut merupakan model TAM yang telah diadaptasikan dari model TAM dari Davis et al. (1992) dan dikembangkan kembali oleh Van der Heijden (2004).



Gambar 2.1 Model TAM Van Der Heijden

Sumber : Heijden, 2004

Gambar 2.1 menunjukkan hubungan antar konstruk dalam model TAM. Kontruk *perceived ease of use* mempengaruhi *perceived usefulness* dan juga *perceived enjoyment*. Lalu, Kontruk *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived enjoyment* akan berpengaruh terhadap konstruk behavioral *intention to use*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Model Penerimaan Teknologi yang dibuat oleh Van der Heijden untuk mengukur penerimaan pengguna model yang diadaptasi. Dari model ini dapat ditemukan hasil dari faktor yang berbeda, yaitu kemudahan penggunaan, kegunaan, kenyamanan, dan niat yang digunakan untuk memprediksi pengguna penerimaan platform *streaming* podcast.

2.1.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use*)

Davis (1989) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan sistem adalah mudah. Definisi lainnya dari persepsi kemudahan yaitu penggunaan sebagai ukuran di mana pengguna di masa yang akan datang menganggap sistem

tersebut bebas hambatan (Davis, 1989; Debajyoti 2017). Persepsi kemudahan penggunaan dapat meyakinkan pengguna bahwa teknologi informasi yang akan diaplikasikan adalah suatu hal yang mudah dan bukan merupakan beban bagi mereka. Teknologi informasi komputer yang mudah akan diaplikasikan oleh perusahaan dan dipakai oleh para pengguna dalam melakukan transaksi. Dalam studi ini, platform podcast dipercaya dapat digunakan dengan mudah, para pendengar podcast dapat beradaptasi dan selanjutnya menggunakan platform podcast dengan baik, karena dipercaya bahwa dalam menggunakan platform podcast tidak perlu adanya pengalaman khusus dan tidak memiliki sistem yang rumit, *Perceived ease of use* bisa menjadi faktor penting dalam intensi penggunaan. (Heijden, 2004)

Pada definisi mengenai *perceived ease of use* dimana pengertian variabel ini adalah dipercaya bahwa dalam menggunakan suatu sistem informasi tidak perlu adanya pengalaman khusus dan tidak memiliki sistem yang rumit (Heijden, 2004) sehingga peneliti menggunakan pengukuran (Heijden, 2004), yaitu:

- a) **Mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*)**
Pendengar podcast dapat mengakses platform dengan mudah sesuai keinginannya setelah satu kali menggunakan.
- b) **Mudah dioperasikan/digunakan (*easy to use*)**
Dalam proses mendengarkan dapat dilakukan dengan mudah dan dinamis, tidak menimbulkan kesulitan dalam proses menikmati konten podcast yang ada.
- c) **Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)**
Fasilitas atau fitur website sesuai dengan kegunaannya, fitur yang disajikan lengkap dan tidak menimbulkan persepsi lain.
- d) **Fleksibilitas (*flexible*)**
Pengguna dapat dengan fleksibel menggunakan platform sesuai keinginannya, dan juga tanpa terbatas oleh tempat dan waktu.

2.1.4 Persepsi Kegunaan (*Perceived usefulness*)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai suatu ukuran dalam penggunaan suatu teknologi yang dipercaya akan mendatangkan manfaat

bagi orang yang menggunakannya serta meningkatkan kinerjanya. Davis (1989) menyatakan persepsi terhadap kegunaan adalah seseorang mempercayai bahwa menggunakan sebuah sistem/aplikasi tertentu akan meningkatkan performa pekerjaannya. *Perceived usefulness* merupakan salah satu poin dalam model TAM yang telah diuji dalam penelitian Davis (1989). Hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa faktor ini terbukti secara empiris, dapat menjelaskan alasan pengguna akhir dalam menggunakan sistem informasi serta menjelaskan bahwa sistem baru yang ketika itu sedang dikembangkan diterima oleh para pengguna akhir.

Pada definisi mengenai *perceived usefulness* dimana pengertian variabel ini adalah penggunaan suatu teknologi yang dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya serta meningkatkan kinerjanya. (Davis, 1989) sehingga peneliti menggunakan pengukuran (Davis, 1989), yaitu:

- a) **Meningkatkan produktivitas (*increase Productivity*)**
Artinya bahwa platform ini dapat meningkatkan produktivitas dalam pencarian konten podcast, sehingga konten yang dapat dicari ataupun didengarkan lebih meningkat
- b) **Meningkatkan Job Performance (*Job Performance*)**
Artinya bahwa platform ini dapat meningkatkan performa pekerjaan jauh lebih efisien dalam mencari atau mendengarkan podcast
- c) **Efektivitas (*effectiveness*)**
Artinya bahwa platform ini secara efektif memberikan konten podcast yang diperlukan pengguna dan tidak perlu mencari referensi lain dari platform podcast lainnya dan juga menghemat waktu dalam mengakses konten hiburan dan informasi yang diperlukan.
- d) **Bermanfaat (*useful*)**
Artinya bahwa platform ini bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan para pendengar podcast.

2.1.5 *Perceived enjoyment*

Kenyamanan merupakan kondisi di mana seorang individu menggunakan sebuah teknologi ketika menjalankan aktivitasnya dan merasa nyaman untuk

dirinya sendiri (Heijden, 2004). Penelitian selanjutnya yang dilakukan (Debajyoti et al., 2017) berdasarkan penelitian dari (Heijden, 2004) menyatakan bahwa *perceived enjoyment* adalah faktor yang mengukur tingkat seseorang untuk menikmati sebuah konten dengan keinginannya. Berdasarkan penelitiannya dalam system hedonic seorang pengguna tidak mempermasalahakan tentang utilitas dan juga keuntungannya yang akan didapatkan dari sebuah aplikasi, namun pengguna lebih fokus kepada kenikmatan pengalaman yang disajikan oleh aplikasi tersebut. (Debajyoti et al., 2017)

Pada definisi mengenai *perceived enjoyment* dimana pengertian variabel ini adalah faktor yang mengukur tingkat seseorang untuk menikmati sebuah konten dengan keinginannya. (Debajyoti et al., 2017) sehingga peneliti menggunakan pengukuran (Debajyoti et al., 2017), yaitu:

- a) **Menikmati (*enjoyable*)**, bahwa pendengar podcast akan merasa selalu menikmati segala penggunaan KASKUS Podcast.
- b) **Menyenangkan (*pleasant*)**, bahwa seluruh proses mendengarkan podcast akan berjalan menyenangkan dan sesuai harapan.
- c) **Menyukai (*fun*)**, bahwa pendengar podcast akan menyukai segala hal yang ada di KASKUS podcast, mulai dari fitur, teknis ataupun konten yang disediakan.

2.1.6 Minat untuk Menggunakan (*Intention To Use*)

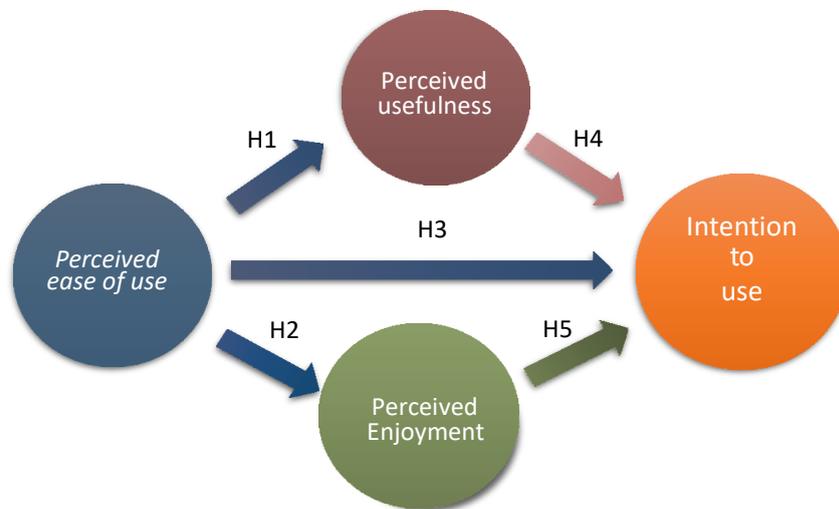
Intention to use dapat diartikan sebagai bentuk sikap atau perilaku yang cenderung untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Berdasarkan penelitian Davis (1989), penelitian (Davis et al., 1992) menambahkan bahwa *intention to use* pada sistem hedonic dipengaruhi oleh 3 variabel yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived enjoyment*. Lalu berdasarkan penelitian (Davis 1989) dan (Davis et al., 1992) kembali dikembangkan oleh Heijden (2014) pada penggunaan sistem informasi hedonic Heijden (2004) menyatakan Penerimaan pengguna ditentukan oleh dua jenis motivasi mendasar : ekstrinsik dan intrinsik. Pengguna yang termotivasi secara ekstrinsik didorong oleh harapan akan adanya hadiah atau manfaat di luar interaksi sistem-pengguna.

Lalu, yang secara intrinsik termotivasi oleh manfaat yang diperoleh dari interaksi dengan sistem tersebut.

Pada definisi mengenai *intention to use* dimana pengertian variabel ini adalah faktor yang dipengaruhi oleh dua jenis motivasi mendasar : ekstrinsik dan intrinsik. Pengguna yang termotivasi secara ekstrinsik didorong oleh harapan akan adanya hadiah atau manfaat di luar interaksi sistem-pengguna. Lalu, yang secara intrinsik termotivasi oleh manfaat yang diperoleh dari interaksi dengan sistem tersebut. (Heijden, 2004) sehingga peneliti menggunakan pengukuran (Heijden, 2004), yaitu:

- a) ***Intent to use (intensi penggunaan)***,
Bahwa pengguna podcast memiliki intensi untuk menggunakannya.
- b) ***Use in the future (Penggunaan dimasa yang akan datang)***
Bahwa pengguna podcast akan sesegera mungkin mengakses dan menggunakan Kaskus Podcast untuk mendengarkan podcast

2.2 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Peneliti

Sumber : Ilustrasi pribadi berdasarkan Heijden (2004)

Dari kerangka pemikiran di atas, didapat kesimpulan bahwa variabel *Perceived ease of use* (PEOU) Mempengaruhi variabel *Perceived usefulness* (PU) dan juga *Perceived enjoyment* (PE) dan selanjutnya variabel PEOU, PU, PE Mempengaruhi Intention to Use (IU).

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Hubungan antara *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness*

Venkantesh (2000) berpendapat bahwa pada model TAM (Technology Acceptance Model) manfaat yang dirasakan akan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan karena, hal-hal lain akan dianggap sama, semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin bermanfaat pula sebuah sistem informasi tersebut. Selanjutnya penelitian tersebut menguji validitas hipotesis ini bahwa dalam jurnalnya yang berjudul *Determinants of Perceived ease of use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model* menyatakan bahwa *perceived ease of use* secara positif mempengaruhi *perceived usefulness* dan selanjutnya bersamaan mempengaruhi *intention to use*. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Judy Chuan & Hsipeng Lu (2000) menyatakan adanya keterkaitan positif antara *perceived ease of use* dengan *perceived usefulness* dimana 2 faktor tersebut selanjutnya bersamaan mempengaruhi Intensi penggunaan sebuah sistem informasi.

Oleh karena itu, berdasarkan penelitian tersebut hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

H1: Terdapat pengaruh positif dari *Perceived ease of use* terhadap *Perceived usefulness*

2.3.2 Hubungan antara *perceived ease of use* terhadap *perceived enjoyment*

Penelitian yang dilakukan oleh Van Der Heijden (2004) tentang user acceptance of hedonic information systems menyatakan bahwa *perceived ease of use* secara signifikan mempengaruhi *perceived enjoyment* dibandingkan *perceived usefulness*. Lalu, menurut Chesney (2006) dalam penelitiannya yang berjudul “An Acceptance Model For Useful And Fun Information Systems” yang kembali menguji teori Heijden (2004) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *perceived ease of use* secara positif mempengaruhi *perceived enjoyment*.

Oleh karena itu, berdasarkan penelitian tersebut hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

H2: Terdapat pengaruh positif dari *Perceived ease of use* terhadap *Perceived enjoyment*

2.3.3 Hubungan antara *perceived ease of use* terhadap *intention to use*

Hubungan dekat antara persepsi kemudahan penggunaan dan nilai hedonis telah ditemukan dalam penelitian TAM (Venkatesh, 2000). Kemudahan penggunaan yang dirasakan secara signifikan lebih tinggi setelah pelatihan berbasis permainan dibandingkan dengan pelatihan tradisional (Venkatesh 1999). Studi empiris menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memainkan peran penting dalam penerimaan pengguna sistem informasi hedonis. Peran *perceived ease of use* adalah sebuah variabel pengembangan sistem kritis di semua jenis sistem informasi, dan terkhusus pada sistem informasi hedonic (Heijden, 2004)

Oleh karena itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan tersebut hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

H3: Terdapat pengaruh positif dari *Perceived ease of use* terhadap *Intention to use*

2.3.4 Hubungan antara *perceived usefulness* terhadap *intention to use*

Peran *perceived usefulness* adalah faktor yang paling mendominasi pada teori TAM (Technology Acceptance Model), seseorang memiliki intention untuk menggunakan sebuah sistem informasi dipengaruhi sangat dominan oleh sebuah persepsi bagaimana sebuah sistem informasi sangat berguna dalam meningkatkan sebuah performa pekerjaan (Davis et al., 1992) Hubungan antara *perceived usefulness* dan *intention to use* juga dikemukakan di penelitian Keppels (2016) bahwa adanya teori yang bertentangan dengan

Heijden (2004) menurut Heijden (2004) *perceived enjoyment* dan *perceived ease of use* berperan penting dalam mempengaruhi seseorang melakukan intensi penggunaan, tetapi dalam Keppels (2016) ditemukan bahwa satu-satunya faktor yang mempengaruhi *intention to use* adalah *perceived usefulness* sedangkan *perceived enjoyment* dan *perceived ease of use* tidak sama sekali mempengaruhi *intention to use*. Lalu, hipotesis yang sama dari hasil penelitian Maharidho et al (2018) menyatakan bahwa *perceived usefulness* secara positif mempengaruhi *intention to use* dalam penggunaan platform musik.

Oleh karena itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan tersebut hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

H4: Terdapat pengaruh positif dari *Perceived usefulness* terhadap *Intention to use*

2.3.5 Hubungan antara *perceived enjoyment* terhadap *intention to use*

Penelitian Van Der Heijden (2004) menemukan bahwa *perceived enjoyment* menjadi faktor paling dominan dalam mempengaruhi *intention to use* dalam sebuah sistem informasi hedonik. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Debajyoti (2017) menyatakan bahwa peran *perceived enjoyment* adalah faktor paling penting dalam mendorong pengguna melakukan intensi penggunaan, karena semakin tinggi pemikiran/pandangan seseorang menikmati sebuah sistem informasi dikarenakan banyak aspek yang akan membuat pengalaman mereka menjadi lebih menyenangkan, seorang pengguna akan cenderung lebih cepat dalam menggunakan sebuah sistem informasi.

Oleh karena itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan tersebut hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

H5: Terdapat pengaruh positif dari *Perceived enjoyment* terhadap *Intention to use*

2.4 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Temuan
1	Hans van der Heijden (2014)	“User Acceptance of Hedonic Information Systems”	<i>Perceived ease of use</i> dan <i>Perceived enjoyment</i> menjadi faktor paling dominan untuk membentuk intensi penggunaan
2	Jelle Keppels (2016)	“The Online Streaming Music Market and the Chance of Adoption of a New Online Streaming Music Service”	Variabel <i>perceived usefulness</i> berperan paling penting untuk mendorong intensi menggunakan disamping <i>Perceived enjoyment</i> dan <i>Perceived ease of use</i>
3	Viswanath Venkates (2000)	“Determinants of <i>Perceived ease of use</i> : Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model”	Peran <i>perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan berperan penting dalam mendorong intensi penggunaan
4	Tito Wahyu Maharidho et al., dkk (2019)	“Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) terhadap corporate credibility dan behavioral intention pada aplikasi streaming musik Spotify”	<i>Perceived usefulness</i> , <i>Perceived ease of use</i> , berpengaruh positif pada <i>intention to use</i> .
5	Debajyoti Pal, Tuul Triyason (2017)	“User Intention towards a Music Streaming Service: A Thailand Case Study”	Menyatakan <i>perceived enjoyment</i> dan <i>perceived of satisfaction</i> menjadi faktor penting untuk mendorong intensi penggunaan
6	Judy Chuan-Chuan Lin, Hsipeng L (2000)	“Towards an understanding of the behavioural intention to use a web site”	<i>Perceived ease of use</i> menjadi faktor yang lebih kuat dalam mempengaruhi intention use dibandingkan <i>perceived usefulness</i> walaupun <i>perceived usefulness</i> juga mempengaruhi <i>Intention to use</i> secara positif
7	Ja-Chul Gu, Ph.D. et al (2010)	“Comparing Utilitarian and Hedonic Usefulness to User Intention in Multipurpose Information Systems”	Bahwa dalam penerimaan sebuah sistem informasi <i>Perceived ease of use</i> , <i>Perceived usefulness</i> , dan <i>Perceived enjoyment</i> berpengaruh positif mempengaruhi <i>Intention to use</i>

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Temuan
8	Thomas Chensey (2006)	“An Acceptance Model For Useful and Fun”	Bahwa <i>Perceived usefulness</i> dan <i>Perceived enjoyment</i> berpengaruh langsung terhadap <i>intention to use</i> , tetapi tidak dengan <i>Perceived ease of use</i> yang tidak secara langsung mempengaruhi IU namun harus melalui perantara PU dan PE
9	Davis et al., (1992)	“Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace”	<i>Perceived usefulness</i> masih menjadi faktor dominan untuk mempengaruhi <i>intention to use</i> , selanjutnya <i>perceived enjoyment</i> . Tetapi <i>perceived ease of use</i> tidak secara langsung mempengaruhi <i>intention to use</i> melainkan secara tidak langsung melalui <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived enjoyment</i>
10	Davis (1989)	“Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”	<i>Perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> menjadi faktor penting dalam penerimaan teknologi baru. Dengan variabel yang mendominasi <i>behavioral intention</i> adalah <i>perceived usefulness</i>

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu