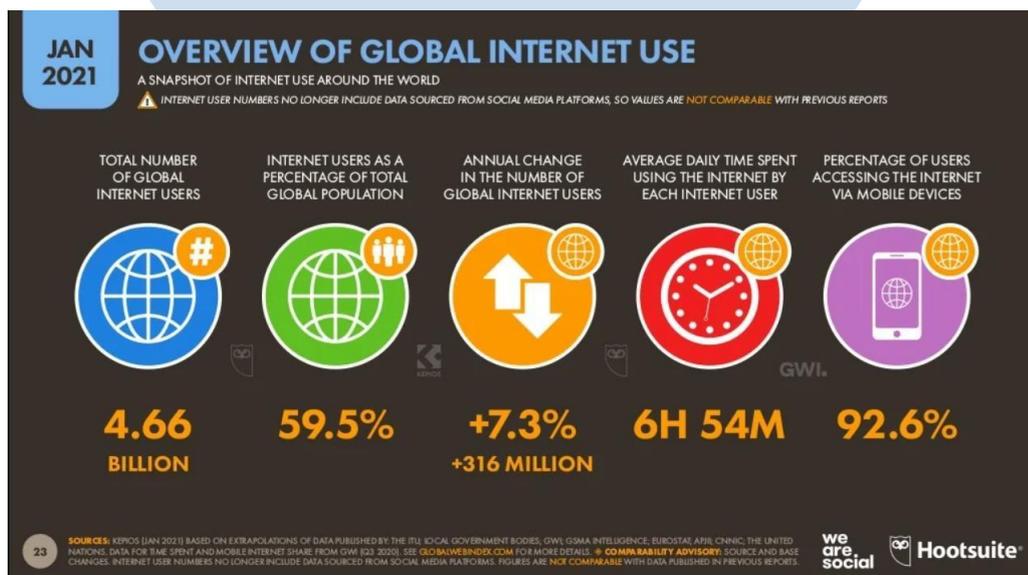


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan penggunaan internet mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Menurut We Are Social Hootsui di Dunia pada bulan Januari 2021. Berdasarkan data penggunaan internet pada tahun 2021 total populasi di indonesia sebanyak 4,66 miliar, persentase pengguna internet sebanyak 50,5% dari total populasi, perubahan jumlah pengguna internet dalam tahunan sebanyak lebih 7, 3 % atau lebih 316 miliar, rata rata waktu yang dihabiskan pengguna internet sebanyak 6 jam 54 menit, persentase pengguna yang mengakses internet menggunakan perangkat seluler sebanyak 92,6 %. Berdasarkan gambar 1.1 mengenai Data Hootsui pada Januari 2021.



Gambar 1.1 Pengguna internet di dunia

Sumber :Hootsui.com, 2021

Menurut We Are Social Hootsuite, perkembangan digital yang terjadi di Indonesia pada Januari 2021 mengalami peningkatan. Dari total populasi sebanyak 274.9 juta, terdapat pengguna telepon seluler sebesar 345.3 juta, dengan pengguna internet sebanyak 202.6 juta dan pengguna aktif sosial media sebesar 170.0 juta. Seperti yang tertera pada gambar 1.2 mengenai Data Hootsui pada Januari 2021.



Gambar 1.2 Perkembangan Era digital di Indonesia

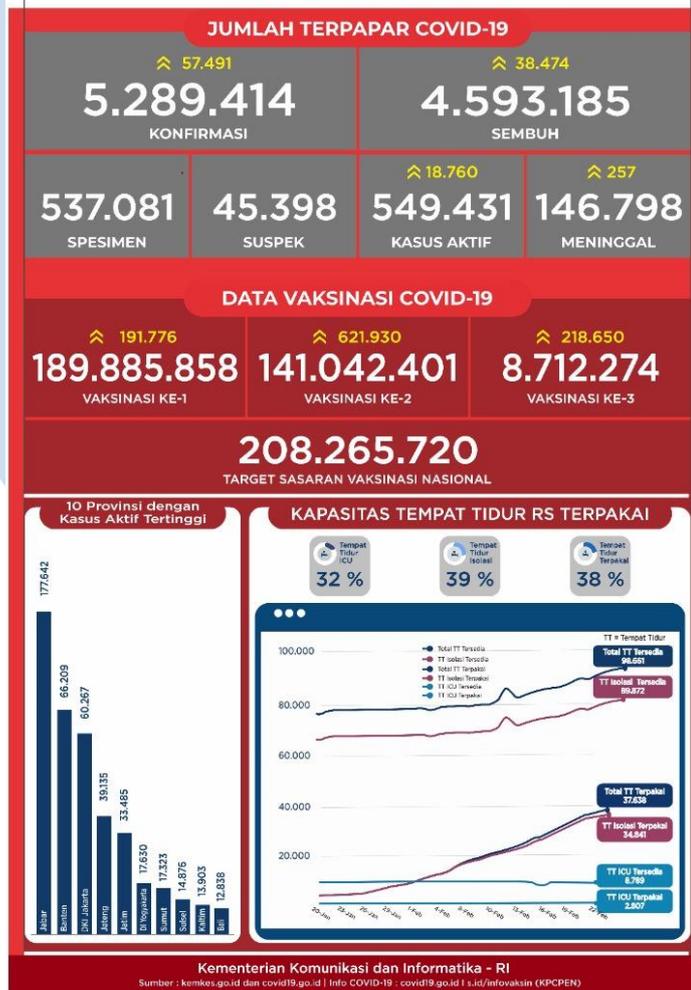
Sumber :Hootsuit.com, 2021

COVID - 19 yang sedang terjadi di Indonesia sejak bulan Maret 2020 yang telah merubah semua kegiatan yang dilakukan semua orang. Kegiatan tadinya berjalan normal sekarang telah berubah dikarenakan COVID - 19. Peraturan yang dibuat oleh pemerintah merupakan “*social distancing*” mengharuskan pemerintah menutup area yang rawan membuat keramaian seperti sekolah, kantor, tempat ibadah, pariwisata. *Social distancing* untuk mencegah penyebaran virus corona yang sedang marak berkembang. Sebelumnya *Google Meet* mengalami penurunan dikarenakan jika ingin berlangganan harus membayar. (katadata.co.id, 2021).

Perkembangan COVID - 19 pada tanggal 22 Februari 2022 kasus COVID - 19 bertambah 57.491. Dari awal masa pandemi telah tercatat jumlah penderita COVID - 19 mencapai 5.289.414 kasus. Berikut merupakan rincian dari 5.289.414 yaitu:86,84 % dinyatakan sembuh,146.798 orang meninggal dunia (2,78 %), sementara itu sisanya masih menjalani perawatan. (Kominfo, 2022). Berdasarkan gambar 1.3 perkembangan covid pada 22 Februari 2022

SITUASI COVID-19 DI INDONESIA

Update 22 Februari 2022



Gambar 1.3 Perkembangan kasus COVID

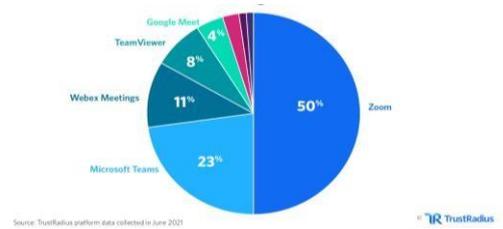
Sumber : Kominfo, 2022

Di era pandemi ini maka Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nadiem Makarim, proses belajar mengajar maupun bekerja dilaksanakan dari rumah melalui daring. Proses belajar mengajar maupun bekerja dilakukan online menggunakan aplikasi bagi pelajar maupun mahasiswa menggunakan *zoom*, *google meet*, dan sebagainya. *Google Meet* merupakan aplikasi yang sering digunakan pelajar dan mahasiswa dalam proses daring. *Work from home* sudah menjadi

rutinitas yang baru disebut dengan *new normal* dimana semua aplikasi meeting online mengalami peningkatan pada pengguna. Berdasarkan data yang didapat dari Kompas.com, peningkatan terjadi dikarenakan aplikasi *meeting online* menjadi *sasaran utama yang di dalam berbagai kegiatan*. Kegiatan yang dimaksud mengenai belajar mengajar, *meeting conference*, kegiatan ibadah, maupun kegiatan yang dilakukan untuk berkomunikasi. Yang dimaksud dengan aplikasi *online meeting* seperti *Google Meet, Zoom, Skype*. Google Meet memiliki antarmuka yang unik dan fungsional, atau ringan, ukuran cepat, pengelolaan yang efisien, dan antarmuka yang mudah digunakan untuk semua orang. (*Dandy Bayu Bramasta* dari artikel Kompas.com).

Google Meet sudah terintegrasi G. Suite dimana memungkinkan pengguna dapat bergabung dari kalender maupun undangan dari e- mail. Ada berbagai macam alasan menggunakan *Google Meet* dimulai dari keamanan, penggunaannya lebih efisien dan efektif, lebih mudah di dalam penggunaannya. Ada beberapa kekurangan yang dimiliki oleh Google Meet yaitu menghindari membelakangi jendela supaya cahaya tidak muncul dari belakang jika menggunakan laptop maka harus diletakkan ditempat yang stabil agar tidak terganggu fokus, suara tidak jelas maka bisa mengaktifkan teks dengan menggunakan *Google Hangout Meet*.

Dalam situasi ini semua kegiatan dilakukan secara online dengan berbagai aplikasi seperti *skype, zoom, google meet*. Aplikasi *google meet* merupakan aplikasi online yang termasuk ke dalam yang banyak digunakan saat pandemi selain *aplikasi zoom*. Berikut merupakan gambar 1.4 mengenai *market share* google meet sebesar 4%, *market share* aplikasi Zoom sebesar 50%, *market share* microsoft Teams sebesar 23%, *market share* Webex Meeting sebesar 11%, *market share* Team Viewer sebesar 8%. Yang berarti Google Meet mempunyai persentase yang paling kecil. (trustradius.com).



Gambar 1.4 Market Share Video Conferencing

Sumber : trustradius.com

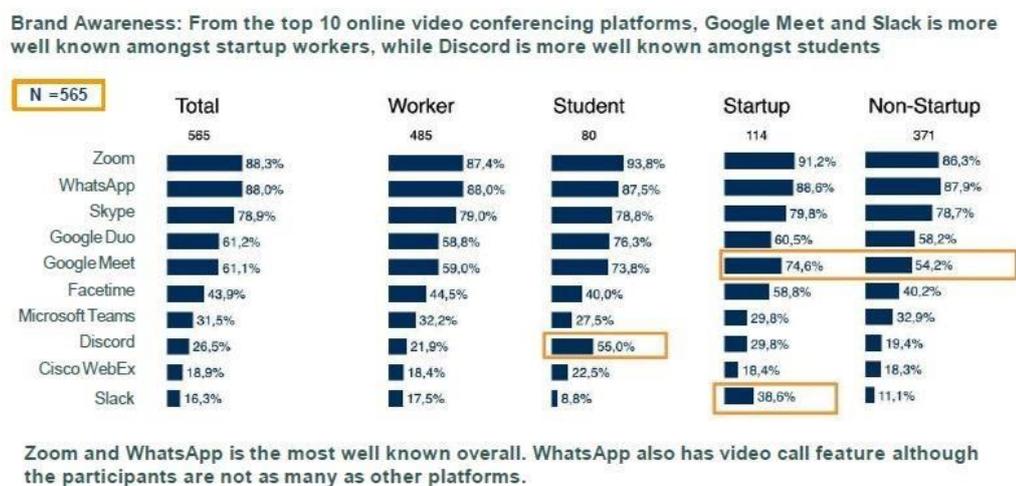
Pengguna aktif aplikasi konferensi online, 8.714 pengguna aplikasi Zoom dari 28 Februari hingga 5 Maret, 8.985 pengguna dari 6 Maret hingga 12 Maret, dan 13 hingga 19 Maret. 91.030 pengguna, data hingga 20 Maret 257.853 pengguna. Aplikasi Hangouts dari tanggal 28 Februari hingga 5 Maret 1.448 pengguna, 06 hingga 12 Maret 1.554 pengguna, 13 hingga 19 Maret 7.917 pengguna, 20 Maret. Akan diadakan mulai tanggal 26 maksimal 10.454 pengguna. Jumlah pengguna aplikasi Skype adalah 60.614 dari 28 Februari hingga 5 Maret, 60.641 dari 6 hingga 12 Maret, 65.875 dari 13 hingga 19 Maret, dan 20 hingga 26 Maret. Pada hari itu ada 17.115 orang. Aplikasi Cisco Web Meeting memiliki 3.983 pengguna dari 28 Februari hingga 5 Maret, 4.123 dari 6 hingga 12 Maret, 8.257 dari 13 hingga 19 Maret, dan dari 20 Maret. Hingga 26, ada 8.748 orang. Aplikasi Go Meeting dari 28 hingga 5 Februari. Berikut merupakan tabel 1.5 (teknologi.bisnis.com).

Tabel 1.5 Pengguna Video Conferencing

	28 Feb-5 Maret	6-12 Maret	13-19 Maret	20-26 Maret
Zoom	8.714	8.985	91.030	257.853
Hangouts Meet	1.448	1.554	7.917	10.454
Skype	60.614	60.641	65.875	17.115
Cisco Web Meeting	3.983	4.123	8.257	8.748
GoToMeeting	479	505	696	977

Sumber:teknologi.bisnis.com

Menurut (info.populix.co) 10 platform konferensi video yang digunakan selama pandemi: Zoom, WhatsApp, Skype, Google Duo, Google Meet, Facetime, Microsoft Teams, Discord, Cisco WebEx, dan aplikasi Stack. Dari Gambar 1.5 terlihat bahwa persentase Google Meet paling rendah dan menempati peringkat 5 Jarang digunakan ketika pengguna melakukan aktivitas selama pandemi. Ke-di aplikasi Zoom dan ke-5 di aplikasi GoogleMeet. Berikut merupakan gambar 1.6



populix

Gambar 1.6 Profesi Pengguna Video Conferencing

Sumber :info.populix.co.

Gambar 1.6 menunjukkan bahwa pengguna Zoom adalah 88,3%, terdiri dari 87,4% pekerja, 93,8% pelajar, 91,2% straturp, dan 86,3% non-straturp. Google Meet adalah 61,1%, terdiri dari 59% karyawan, 73,8% pelajar, 74,6% startup, dan 54,2% non-startup. Gunakan konferensi video untuk mewakili data pengguna di tempat kerja atau belajar.

Pertama, pengguna dapat masuk lebih awal dari waktu rapat yang dijadwalkan. Layanan ini semula dijadwalkan berakhir pada Oktober 2020, namun diundur hingga April 2021. Google telah memutuskan untuk memperpanjang layanan panggilan 24 jam sehari, gratis dan tanpa batas. Pembatalan pembayaran Google Meet karena Virus untuk mendorong semua orang belajar dan bekerja di rumah untuk meminimalkan penyebaran virus corona. Google Meet tidak

diupgrade secara gratis, jadi pengguna dengan akun gratis dibatasi untuk menggunakan selama satu jam. Setelah periode berakhir, pengguna harus membuat rapat baru untuk memulai rapat secara gratis.

Biaya per bulan dari berbagai macam penggunaan Google Meet yang dapat diakses untuk ke dalam premium untuk mendapatkan fasilitas yang banyak untuk para pengguna untuk dapat mengakses berbagai fitur yang telah diberikan oleh Google. Bagi para pengguna premium maka akan bisa menikmati berbagai macam fitur - fitur menarik. Dengan fitur yang menarik maka akan membuat para pengguna mengetahui fitur apa saja yang ada untuk pengguna premium. (workspace.google.com)

MOST POPULAR			
<p>Business Starter</p> <p>\$4.20 USD</p> <p>\$6* /user/month</p> <p>Get started</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Custom and secure business email ✓ 100 participant video meetings ✓ 30 GB cloud storage per user ✓ Security and management controls ✓ Standard Support 	<p>Business Standard</p> <p>\$9.60 USD</p> <p>\$12* /user/month</p> <p>Get started</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Custom and secure business email ✓ 150 participant video meetings + recording ✓ 2 TB cloud storage per user ✓ Security and management controls ✓ Standard Support (paid upgrade to Enhanced Support) 	<p>Business Plus</p> <p>\$18 USD</p> <p>/user/month</p> <p>Get started</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Custom and secure business email + eDiscovery, retention ✓ 500 participant video meetings + recording, attendance tracking ✓ 5 TB cloud storage per user ✓ Enhanced security and management controls, including Vault and advanced endpoint management 	<p>Enterprise</p> <p>Contact sales for pricing</p> <p>Contact sales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Custom and secure business email + eDiscovery, retention, S/MIME encryption ✓ 500 participant video meetings + recording, attendance tracking, noise cancellation, in-domain live streaming ✓ As much storage as you need** ✓ Advanced security, management, and compliance controls, including Vault, DLP

Gambar 1.7 biaya berlangganan Google Meet

Sumber : workspace.google.com

Gambar 1.7 menunjukkan bahwa untuk bisnis pemula sebesar Rp 62.895 per bulan, bisnis standar sebesar Rp 143.761 per bulan, plus bisnis Rp 269.552 per bulan dan untuk perusahaan menghubungi penjual untuk mendapatkan harga untuk menjadi premium di dalam penggunaan Google Meet untuk dapat menikmati berbagai fitur – fitur yang tidak dapat diakses untuk para pengguna free. Google meet menginginkan untuk semua pengguna menjadi berlangganan premium untuk meningkatkan penjualan dari Google Meet (workspace.google.com)

Situasi ini menyebabkan berkurangnya pengguna Google Meet dikarenakan menggunakan metode pembayaran untuk mengadakan rapat premium. Dalam fenomena diatas, peneliti menyelidiki faktor – faktor yang mempengaruhi

penggunaan Google Meet secara berulang – ulang. Item yang diselidiki terdiri dari *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Habit, Price Value, dan Video Conferencing Intention.*

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Di era digital ini, banyak kemajuan teknologi yang digunakan di masyarakat, tetapi orang perlu menguasai berbagai jenis konferensi video. Kemajuan teknologi yang pesat menyesuaikan manusia dengan kemajuan teknologi yang berdampak besar bagi kehidupan masyarakat. Manusia perlu memahami semua teknologi untuk bersaing dengan orang lain dan untuk berkembang dan bertahan hidup di era digital di mana robot digunakan sebagai pengganti manusia. komunitas yang sebelumnya memiliki lapangan atau belajar dan bekerja secara tradisional tetap berjalan, meskipun dalam jumlah yang terbatas.

Pertemuan tatap muka di tempat atau tradisional juga dipaksa mengikuti evolusi pertemuan tatap muka di tempat atau tradisional digantikan oleh penggunaan aplikasi tatap muka atau konferensi video online selama pandemi ini. Meminimalkan dampak konferensi tradisional pada infeksi COVID 19 mulai mempelajari bagaimana konferensi video dapat digunakan untuk kinerja kerja, pendidikan, dan pembelajaran. Berdasarkan fenomena di atas, penelitian ini dapat mempengaruhi aplikasi Google Meet yang terdiri dari *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Habit, Price Value, Video Conferencing Intention.*

Survei yang telah dilakukan di atas memunculkan beberapa pertanyaan dari hipotesis yang ada.

- 1) Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Video Conferencing Intention*?
- 2) Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Video Conferencing Intention*?
- 3) Apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap *Video Conferencing Intention*?
- 4) Apakah *Facilitating Condition* berpengaruh terhadap *Video*

Conferencing Intention?

- 5) Apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh terhadap *Video Conferencing Intention*?
- 6) Apakah *Habit* berpengaruh terhadap *Video Conferencing Intention*?
- 7) Apakah *Price Value* berpengaruh terhadap *Video Conferencing Intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah di atas, penulis memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1) Menganalisis dan mengetahui *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Video Conferencing Intention*
- 2) Menganalisis dan mengetahui *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Video Conferencing Intention*.
- 3) Menganalisis dan mengetahui *Social Influence* berpengaruh terhadap *Video Conferencing Intention*.
- 4) Menganalisis dan mengetahui *Facilitating Condition* berpengaruh terhadap *Video Conferencing Intention*.
- 5) Menganalisis dan mengetahui *Hedonic Motivation* berpengaruh terhadap *Video Conferencing Intention*.
- 6) Menganalisis dan mengetahui *Habit* berpengaruh terhadap *Video Conferencing Intention*.
- 7) Menganalisis dan mengetahui *Price Value* berpengaruh terhadap *Video Conferencing Intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

Anda dapat memperoleh manfaat akademis dan praktis dari hasil penelitian

- 1) Manfaat Akademis

Penelitian agar bermanfaat untuk menjadi bahan pembelajaran untuk informasi mengenai penjelasan setiap variabel seperti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Habit*, *Facilitating Condition*, *Price Value*, *Video conferencing intention*.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan masukan dan saran untuk pengembangan aplikasi Google Meet untuk meningkatkan beberapa faktor yang mempengaruhi tujuan penggunaannya.

3) Manfaat bagi Peneliti

Peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperoleh informasi tentang tujuan dan faktor-faktor yang menginspirasi minat pengguna dalam menggunakan aplikasi Google Meet.

1.5 Batasan Penelitian

- 1) Ada delapan variabel: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation, Habit, Facilitating Condition, Price Value, Video conferencing intention.*
- 2) Karakter responden berjenis kelamin pria dan wanita yang berusia dari 17 - 40 tahun yang aktif menggunakan Google Meet, sedang menjalankan peran sebagai mahasiswa maupun sebagai karyawan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Di dalam BAB I berisikan tentang latar belakang masalah yang dihadapi, pokok permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistem penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Di dalam BAB II berisikan teori variabel yang digunakan dalam penelitian dan menjelaskan hubungan antara variabel yang dibahas dalam variabel masalah dan pembentukan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

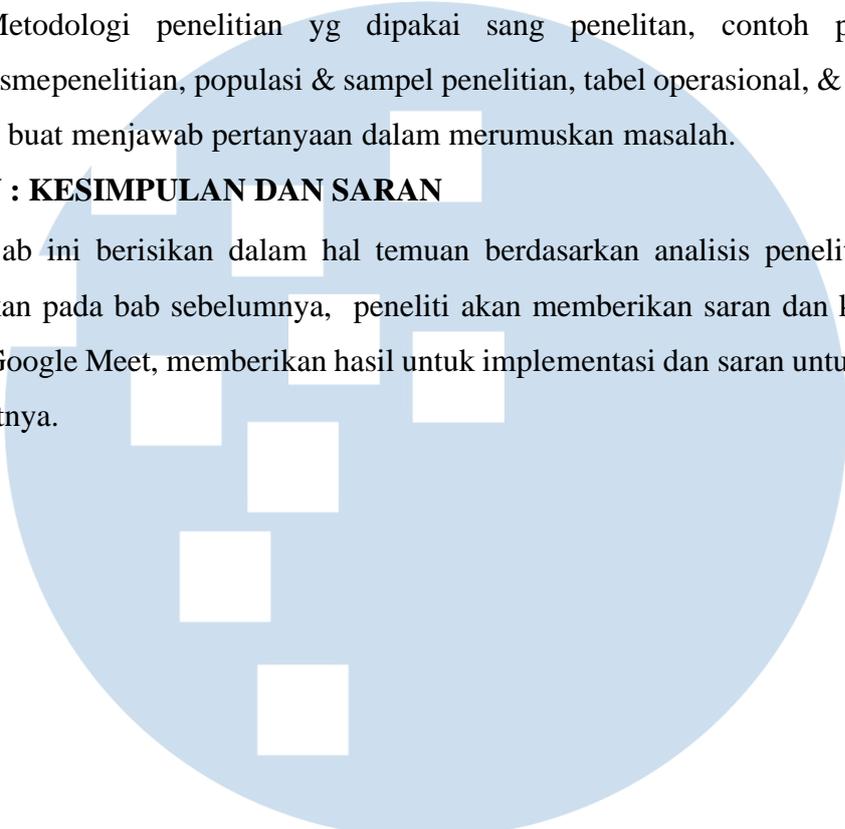
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, model penelitian, prosedur penelitian, survei populasi dan sampel, tabel operasi, dan teknik menjawab pertanyaan dalam merumuskan masalah.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Metodologi penelitian yg dipakai sang penelitan, contoh penelitian, mekanismepenelitian, populasi & sampel penelitian, tabel operasional, & teknik yg dipakai buat menjawab pertanyaan dalam merumuskan masalah.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan dalam hal temuan berdasarkan analisis penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti akan memberikan saran dan kontribusi untuk Google Meet, memberikan hasil untuk implementasi dan saran untuk peneliti selanjutnya.

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features the letters 'UMMN' in a stylized, bold font, with the 'U' and 'M' being significantly larger than the 'N'.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA