

Apa Yang Memotivasi Seseorang Mengakses Aplikasi *Mobile Laporkitong*? Perspektif Teori *Uses And Gratification* (U&G) Dengan PLS-SEM

Putri W Azizah¹, Dedi I Inan², Marlinda Sanglise³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Papua, Manokwari, Indonesia

Email: putriwanazizah2019044@gmail.com¹, d.inan@unipa.ac.id², m.sanglise@unipa.ac.id³

Abstract

Government Agencies BAPPEDA In Province Of Western New Guinea Utilizes A Technology By Making A Mobile Application *Laporkitong* Which Useful To Inform Incompatibility Of Using Soil. The Youth *Laporkitong* Application And Lack Of Knowledge Regarding This Application Made A Problem In Use. So That, It Is Necessary To Held An Analysis Why Individual Wants To Access *Laporkitong* Application By Using *Uses And Gratification* (U&G) Theory In Order To Maximize Its Function. In This Study, It Is Found A Consented Hypothesis Namely H5, H7, H8, H9. While A Rejected Hypothesis H1, H2, H3, H4, H6, H10. From This Study It Can Be Concluded That Motivating People To Intent Of Using *Laporkitong* Application Are Exposure, Social Sharing, And Affection. Then, Towards Intention Of Continuing By Using Application Is Social Sharing Variable. Also, Things Which Need To Repair Is A Prove That Not Influent To Intention Of Using Are Information Seeking, Entertainment And Intention Of Continuing Consume Are Information Seeking, Entertainment, Exposure, And Affection.

Keywords: *Uses And Gratification, Mobile Application, Software Smartpls*

Abstrak

Instansi pemerintahan bappeda pada provinsi papua barat memanfaatkan teknologi dengan membuat aplikasi *mobile laporkitong* yang berguna untuk melaporkan ketidaksesuaian lahan. Masih barunya aplikasi *laporkitong* dan minimnya pengetahuan mengenai aplikasi ini menjadi permasalahan dalam penerapannya. Maka perlu diadakan analisis mengapa seseorang ingin mengakses aplikasi *laporkitong* menggunakan teori *uses and gratification* (u&g) agar dapat dimaksimalkan lagi kegunaannya. Dalam penelitian ini menemukan hipotesis yang diterima, yaitu H5, H7, H8 Dan H9 sedangkan hipotesis yang ditolak H1, H2, H3, H4, H6 dan H10. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa yang memotivasi seseorang terhadap niat menggunakan aplikasi *laporkitong* yaitu *exposure*, *social sharing* dan *affection*. kemudian terhadap niat melanjutkan penggunaan aplikasi yaitu variabel *social sharing*. Perlu diperbaiki adalah yang terbukti tidak mempengaruhi niat menggunakan yaitu *information seeking*, *entertainment* serta niat melanjutkan penggunaan yaitu *information seeking*, *entertainment*, *exposure*, *affection*.

Kata Kunci: *Uses And Gratification, Aplikasi Mobile, Software Smartpls*

1. PENDAHULUAN

Teknologi membuat persebaran informasi dalam masyarakat semakin cepat dengan didukung oleh adanya internet yang memadai [1]. Perkembangan TIK memberikan peluang yang sangat besar bagi pemerintah untuk mempermudah pelayanan kepada masyarakat secara *online* terutama pada bidang tata ruang [2]. Salah satu instansi pemerintahan yang memanfaatkan tik adalah badan perencanaan, pembangunan, Penelitian Dan Pengembangan Daerah (BAPPEDA) Pada provinsi papua barat yang berwenang dalam bidang tata ruang serta pelayanan publik dengan membuat aplikasi pelaporan *online* indikasi pelanggaran pemanfaatan penataan ruang dan bencana yang baru pemerintah keluarkan dalam bentuk *mobile* dan web yaitu *laporkitong*.

Dalam penelitian ini lebih terfokus pada aplikasi laporkitong dalam bentuk *mobile* yang dapat melaporkan indikasi pelanggaran tata ruang menggunakan *smartphone* android dengan lebih cepat dan mudah. Adanya permasalahan seperti pinggiran sungai yang dipadati pembangunan membuat adanya bencana alam yaitu banjir serta adanya indikasi kesalahan penataan ruang pada kawasan pinggiran sungai. Masalah-masalah tersebut dapat diminimalisir dengan melaporkannya pada aplikasi *mobile* laporkitong. berdasarkan uraian tersebut serta belum adanya penelitian mengenai aplikasi *mobile* laporkitong membuat peneliti ingin meneliti (1) niat seseorang menggunakan dan (2) niat melanjutkan penggunaan aplikasi laporkitong, menggunakan teori *uses and gratification* (U&G).

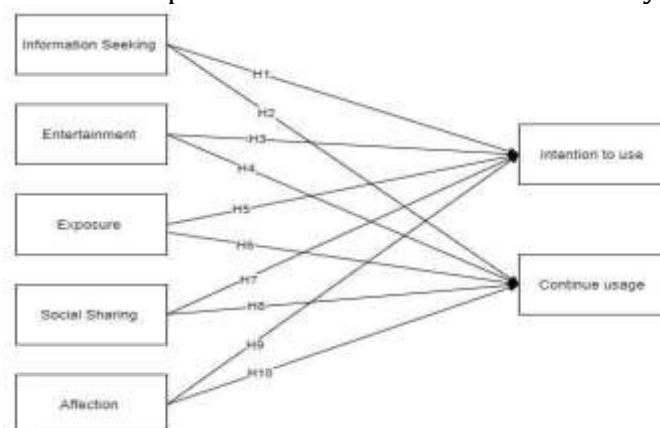
Teori U&G memberi pengertian bahwa penggunaan media internet atau sebuah aplikasi adalah individu yang pintar di mana mereka hanya mengonsumsi media yang mampu memenuhi kepentingan-kepentingannya [3]. Dalam teori U&G ini lebih memfokuskan pada identifikasi variabel-variabel yang diperkirakan sebagai motivasi dalam penggunaan suatu media yaitu *information seeking* (pencarian informasi), *entertainment* (hiburan), *exposure* (paparan), *social sharing* (berbagi sosial) dan *affection* (kasih sayang) yang memotivasi seseorang untuk *intention to use* (niat menggunakan) dan *continue usage* (lanjutan penggunaan) [4].

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif agar memenuhi kebutuhan analisis pada sem pls dengan menggunakan data-data akurat di lapangan berupa angka [5]. Dengan tahap-tahap penelitian yaitu rumusan masalah, teori, variabel, kerangka berfikir dan hipotesis.

2.1. Dasar Teori

Berikut adalah model dari penelitian ini berserta dasar teorinya.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambar kerangka berfikir dapat di jelaskan bahwa *Information seeking* (pencarian informasi) dengan motif untuk mendapatkan atau memperoleh berbagai informasi yang ada pada aplikasi sehingga pengguna mempunyai

intention to use (niat menggunakan) [6]. Dan *continue usage* (melanjutkan penggunaan) [7]. Maka penelitian ini berhipotesis bahwa:

H1: *Information seeking* secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi *mobile* laporkitong.

H2: *information seeking* secara signifikan mempengaruhi keberlanjutan untuk menggunakan aplikasi *mobile* laporkitong

Entertainment (hiburan) menurut penelitian sebelumnya berpengaruh signifikan terhadap media komunikasi sehingga menumbuhkan niat menggunakan [6]. Melanjutkan penggunaan sosial media [8]. maka penelitian ini berhipotesis bahwa:

H3: *Entertainment* secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi *mobile* laporkitong.

H4: *Entertainment* secara signifikan mempengaruhi keberlanjutan untuk menggunakan aplikasi *mobile* laporkitong.

Exposure (paparan) konten-konten dan informasi yang menarik berpengaruh secara tidak langsung terhadap niat pengguna [6]. dan melanjutkan penggunaan [7]. Maka penelitian ini berhipotesis bahwa:

H5: *Exposure* secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi *mobile* laporkitong.

H6: *Exposure* secara signifikan mempengaruhi keberlanjutan untuk menggunakan aplikasi *mobile* laporkitong.

Social Sharing (Berbagi Sosial) Oleh Pengguna Memiliki Pengaruh Terhadap Niat Menggunakan [9]. Dan Melanjutkan Sebuah Aplikasi [8]. Maka Penelitian Ini Berhipotesis Bahwa:

H7: *Social sharing* secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi *mobile* laporkitong.

H8: *Social sharing* secara signifikan mempengaruhi keberlanjutan untuk menggunakan aplikasi *mobile* laporkitong.

Affection (Kasih Sayang) Dalam Penelitian Sebelumnya Yang Dilakukan Motif Kasih Sayang Dianggap Mempengaruhi Pengguna Secara Signifikan Untuk Menggunakan Aplikasi *Mobile* [4]. Dan Secara Tidak Langsung Motif Ini Mempengaruhi Niat Untuk Melanjutkan [4]. Maka Penelitian Ini Berhipotesis Bahwa:

H9: *Affection* secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi *mobile* laporkitong.

H10: *Affection* secara signifikan mempengaruhi keberlanjutan untuk menggunakan aplikasi *mobile* laporkitong.

2.2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam analisi ini adalah menggunakan kuesioner yang disebar secara *online* di sosial media dengan memanfaatkan *link*

google form. Isi dari kuesioner adalah identitas responden, petunjuk pengisian dan sejumlah pertanyaan yang disusun dan mewakili dari setiap variabel. untuk keperluan analisis kuantitatif maka menggunakan skala likert sebagai pengukuran yang berupa nilai.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Data Responden

Hasil pengumpulan data ini menggunakan populasi dari masyarakat manokwari, provinsi papua barat yang sudah pernah mengakses aplikasi *mobile laporkitong* dan mendapatkan responden sebanyak 160 data valid sebagai berikut:

Tabel 1. Data Responden

No	Kategori	Item	Jumlah	Presentase
1.	Jenis Kelamin	Laki-Laki	81	50,60%
		Perempuan	79	49,40%
2.	Usia	17-25 Tahun	103	64,40%
		26-34 Tahun	30	18,80%
		35-43 Tahun	21	13,10%
		> 44 Tahun	6	3,80%
3.	Pendidikan Akhir	SMP	3	1,90%
		SMA	97	60,60%
		Diploma/S1/S2/S3	59	36,90%
		Tidak Sekolah	1	0,60%

3.2. Hasil Dan Analisis

Uji ini menggunakan tools smartpls 4, yang memiliki langkah yaitu pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrumen (*outer model*), pengujian model hubungan antara variabel (*inner model*), dan mendapatkan model [10].

1. Validitas Dan Reliabilitas (*Outer Model*)

Uji ini menentukan valid dan reliabel. terdapat 2 tahap pengujian validitas konvergen hasil dari *loading factor* (lf) yang digunakan untuk menggambarkan korelasi antara indikator dengan konstruk dimana nilainya lebih dari 0,7 dan dari hasil ave dinyatakan mampu menjelaskan rata-rata dari setengah varians indikator dengan nilai lebih besar dari 0,5 [11].

Kemudian uji reliabilitas yang menunjukkan bahwa hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan secara berulang kali [12]. dapat diketahui dari pengujian *composite reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* (CA) dengan nilai lebih dari 0,7 [13]. Berikut pada Tabel 4 adalah analisis faktor konfirmatori variabel:

Tabel 2. Faktor Konfirmatori

Konstruk	Item Pernyataan	Kode	LF
<i>Information Seeking (IS)</i> [14] CA, CR, AVE= 0.812, 0.888, 0.726	Melalui aplikasi <i>mobile laporkitong</i> , saya bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan	IS1	0.847
	Melalui aplikasi <i>mobile laporkitong</i> , saya bisa mempelajari hal – hal tertentu	IS2	0.847
	Melalui aplikasi <i>mobile laporkitong</i> , saya bisa belajar tentang sesuatu yang baru	IS3	0.863

Konstruk	Item Pernyataan	Kode	LF
Entertainment (ENT) [14] CA, CR, AVE= 0.836, 0.901, 0.752	Saya menggunakan aplikasi <i>mobile</i> laporkitong karena dapat menghibur	ENT1	0.842
	Saya menggunakan aplikasi <i>mobile</i> laporkitong karena menyenangkan	ENT2	0.888
	Saya menggunakan aplikasi <i>mobile</i> laporkitong karena saya menikmatinya	ENT3	0.871
Exposure (EXP) [14] CA, CR, AVE= 0.831, 0.899, 0.748	Saya merasa menggunakan aplikasi <i>mobile</i> laporkitong telah memperluas pemikiran dan gaya hidup saya	EXP1	0.850
	Saya merasa dapat belajar tentang tata ruang menggunakan aplikasi <i>mobile</i> laporkitong	EXP2	0.881
	Saya merasa aplikasi <i>mobile</i> laporkitong memberikan jangkauan paparan yang lebih luas (banyak informasi)	EXP3	0.863
Social Sharing (SS) [15] CA, CR, AVE= 0.756, 0.860, 0.672	Aplikasi <i>mobile</i> laporkitong membantu saya untuk berbagi informasi dengan cara melaporkan kesalahan tata ruang yang terjadi	SS1	0.800
	Aplikasi <i>mobile</i> laporkitong membantu saya berbagi informasi kesukaan saya tentang tata ruang	SS2	0.806
	Aplikasi <i>mobile</i> laporkitong membantu saya berbagi momen informasi tata ruang	SS3	0.852
Affection (AFF) [15] CA, CR, AVE= 0.784, 0.874, 0.699	Saya merasa dengan adanya aplikasi <i>mobile</i> laporkitong digunakan untuk menunjukkan kepedulian terhadap orang lain	AFF1	0.801
	Saya merasa dengan adanya aplikasi <i>mobile</i> laporkitong digunakan untuk menunjukkan kasih sayang kepada keluarga	AFF2	0.862
	Aplikasi <i>mobile</i> laporkitong digunakan untuk menunjukkan ikatan persahabatan dengan orang lain	AFF3	0.843
Intention To Use (ITU) [16] CA, CR, AVE= 0.813, 0.889, 0.728	Saya berniat menggunakan aplikasi <i>mobile</i> laporkitong dalam melakukan pelaporan tata ruang yang salah	ITU1	0.821
	Saya berharap dapat tetap menggunakan aplikasi <i>mobile</i> laporkitong untuk seterusnya	ITU2	0.861
	Saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi <i>mobile</i> laporkitong pada saat melakukan pelaporan tata ruang yang salah	ITU3	0.876
Continue Usage (CU) [17] CA, CR, AVE= 0.859, 0.914, 0.780	Saya bermaksud untuk terus menggunakan aplikasi <i>mobile</i> laporkitong daripada menghentikan penggunaannya	CU1	0.905
	Saya bermaksud menggunakan aplikasi <i>mobile</i> laporkitong daripada alternatif lain	CU2	0.873
	Saya akan terus menggunakan aplikasi <i>mobile</i> laporkitong di masa mendatang	CU3	0.872

Kemudian terdapat pengujian *discriminant validity* yang melihat dari hasil nilai fornell larcker *criterion* dimana nilai ave lebih dari korelasi kuadrat tertinggi dengan konstruk lainnya [11].



Tabel 3. Fornell Larcker *Criterion*

	AFF	CU	ENT	EXP	IS	ITU	SS
AFF	0.836						
CU	0.516	0.883					
ENT	0.582	0.519	0.867				
EXP	0.565	0.556	0.622	0.865			
IS	0.438	0.481	0.630	0.538	0.852		
ITU	0.635	0.559	0.582	0.599	0.448	0.853	
SS	0.589	0.633	0.492	0.538	0.502	0.592	0.820

2. Pengujian model hubungan antara variabel (*Inner Model*)

Uji ini untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya [11]. Terdapat 2 uji yaitu *variance inflation factor* (vif) dan *determination coefficient* (R^2) [18].

VIF berfungsi mengevaluasi suatu variabel dengan variabel lainnya tidak terjadi multikolinearitas [19]. Nilai VIF harus <5 dan $>0,2$ [11]. Dapat diketahui bahwa hasil dari vif pada penelitian ini sesuai.

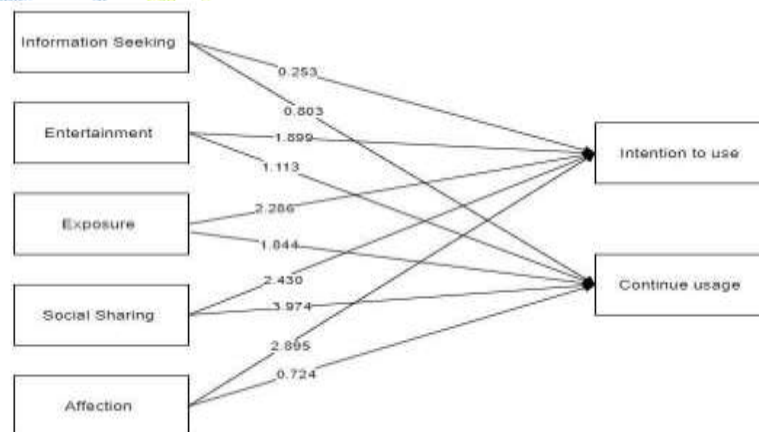
Kemudian R^2 menjelaskan setiap konstruk endogen dan mengukur kekuatan pada model [11]. Dapat diketahui bahwa nilai r^2 untuk variabel *continuance usage* adalah 0.489, Maka *information seeking*, *entertainment*, *exposure*, *social sharing* dan *affection* memiliki pengaruh terhadap *continuance usage* sebesar 48,9% dan kekuatan prediksi lemah kemudian variabel *intention to use* memiliki nilai r^2 yaitu 0,541, maka variabel *information seeking*, *entertainment*, *exposure*, *social sharing* dan *affection* memiliki pengaruh terhadap *intention to use* sebesar 54,1% dengan kekuatan prediksi sedang.

Selanjutnya uji hipotesis dimana *P-Value* harus bernilai < 0.05 atau *T Statistic* > 1.96 agar hipotesis diterima [20]. Berikut Tabel 4 hasil evaluasi model struktural:

Tabel 4. Hasil Evaluasi Model Struktural

Hipotesis	Path Coefficient	Sampel Asli (O)	T Statistik (O/STDEV)	Nilai P (P Values)	Keterangan
H1	IS -> ITU	-0.025	0.253	0.801	Ditolak
H2	IS -> CU	0.077	0.803	0.422	Ditolak
H3	ENT -> ITU	0.189	1.899	0.058	Ditolak
H4	ENT -> CU	0.114	1.113	0.266	Ditolak
H5	EXP -> ITU	0.212	2.286	0.022	Diterima
H6	EXP -> CU	0.189	1.844	0.065	Ditolak
H7	SS -> ITU	0.234	2.430	0.015	Diterima
H8	SS -> CU	0.389	3.974	0.000	Diterima
H9	AFF -> ITU	0.278	2.895	0.004	Diterima
H10	AFF -> CU	0.080	0.724	0.469	Ditolak

Berikut Gambar 2 model dari hasil akhir dalam penelitian ini.



Gambar 2. Model Hasil Akhir (*T- Statistic > 1.96)

4. SIMPULAN

Pada penelitian ini dapat di ambil kesimpulan bahwa terdapat 4 hipotesis yang diterima, yaitu H5, H7, H8, H9. Hal ini menunjukkan bahwa *exposure*, *social sharing* dan *affection* mempengaruhi seseorang memiliki niat menggunakan (*Intention To Use*) aplikasi *mobile* laporkitong. kemudian *social sharing* berpengaruh terhadap niat melanjutkan pengguna (*Continue Usage*).

Ditemukan juga 6 hipotesis yang ditolak yaitu H1, H2, H3, H4, H6, dan H10. Hal ini menunjukkan bahwa *information seeking* dan *entertainment* yang ada pada aplikasi *mobile* laporkitong tidak mempengaruhi seseorang memiliki niat menggunakan (*intention to use*) dan *information seeking*, *entertainment*, *exposure*, *affection* pun tidak mempengaruhi niat melanjutkan penggunaan (*continue usage*) aplikasi *mobile* laporkitong.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rusvinasari, D., Setyanto, A., & Arief, M. R. "Analisis User Interface Pada Aplikasi Mobile Pelaporan Online Menggunakan Heuristic Evaluation", Jurnal Ilmiah Dan Teknologi Informasi, Xv, 2020.
- [2] Mursalim, S. W. "Analisis Manajemen Pengaduan Sistem Layanan Aspirasi Pengaduan Online Rakyat (Lapor) Di Kota Bandung", Jurnal Ilmu Administrasi (Jia) Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi, Xv, 1–17, 2018.
- [3] Humaizi, M. A. "Uses And Gratifications Theory", Usu Press, Medan, 2018
- [4] Kaur, P., Dhir, A., Chen, S., Malibari, A., & Almotairi, M. "Why Do People Purchase Virtual Goods? A Uses And Gratification (U&G) Theory Perspective", Telematics And Informatics, 53, 2020.
- [5] Djollong, A. F. D. "Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif", Jurnal Umpar, Vol 2 No 1 (2014): Istiqra', 2019.
- [6] Joo, J., & Sang, Y. "Exploring Koreans' Smartphone Usage: An Integrated Model Of The Technology Acceptance Model And Uses And Gratifications Theory". Computers In Human Behavior, 29(6), 2512–2518, 2013.
- [7] Hardina, A. F., & Irwansyah, I. "Uses And Gratifications : Twitter Tetap Menjadi Primadona". Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, 5(2), 39–48, 2021.

-
- [8] Li, H., Liu, Y., Xu, X., Heikkilä, J., & Van Der Heijden, H. "Modeling Hedonic Is Continuance Through The Uses And Gratifications Theory: An Empirical Study In Online Games". *Computers In Human Behavior*, 48, 261–272, 2015.\
 - [9] Yang, H. L., & Lin, C. L. "Why Do People Stick To Facebook Web Site? A Value Theory-Based View. *Information Technology And People*", 27(1), 21–37, 2014.
 - [10] Harahap, K. L. "Analisis Sem (Structural Equation Modelling) Dengan Smartpls (Partial Least Square)", *Fts.Walisongo*, 2020.
 - [11] Purwanto, A., & Sudargini, Y. "Partial Least Squares Structural Squation Modeling (Pls-Sem) Analysis For Social And Management Research : A Literature Review", *Journal Of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 2021.
 - [12] Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkatpartisipasi Politik Masyarakat Kota Padang". *Viii No.1*, 179–188, 2019.
 - [13] D. Anatasy And Novita, "Pengaruh Penerapan Governance, Risk, And Compliance (Grc) Terhadap Kinerja Perusahaan", *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 3(1), 1-16, 2019.
 - [14] Dhir, A., Chen, S., & Nieminen, M. "Predicting Adolescent Internet Addiction: The Roles Of Demographics, Technology Accessibility, Unwillingness To Communicate And Sought Internet Gratifications". *Computers In Human Behavior*, 51(Pa), 24–33, 2015.
 - [15] Dhir, A., Chen, G. M., & Chen, S. "Why Do We Tag Photographs On Facebook? Proposing A New Gratifications Scale". *New Media And Society*, 19(4), 502–521, 2017.
 - [16] Yeh, H. "Factors In The Ecosystem Of Mobile Payment Affecting Its Use: From The Customers' Perspective In Taiwan". *Journal Of Theoretical And Applied Electronic Commerce Research*, 15(1), 13–29, 2020.
 - [17] Bhattacharjee, A. "An Empirical Analysis Of The Antecedents Of Electronic Commerce Service Continuance". In *Decision Support Systems*, Vol. 32, 2001.
 - [18] Maria, S. , Amalia, S. , Permadi, Y. , Darma, C. , Hakim, Y. P. , & Pusriadi, T. "Dio Caisar Darma Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Samarinda, Indonesia Readiness To Face Industry 4.0". *Article In International Journal Of Scientific & Technology Research*, 2020.
 - [19] M. Sriningsih, D. Hatidja, And D. J. Prang, "Penanganan Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut," *Jurnal Ilmiah Sains*, 18(1), 18-24, 2018.
 - [20] Inan, D. I., Nizar Hidayanto, A., Juita, R., Andiyani, K., Hariyana, N., Tiffany, P., Prima Tangis Pertiwi, T., & Kurnia, S. "Technology Anxiety And Social Influence Towards Intention To Use Of Ridehailing Service In Indonesia", *Case Studies On Transport Policy*, 2022.