

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang

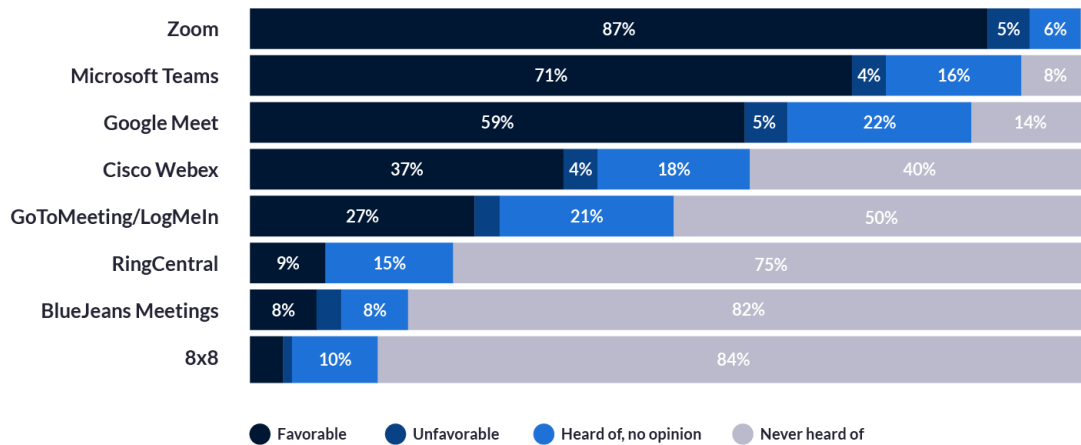
Dalam dua dekade terakhir, perkembangan teknologi komunikasi digital membawa perubahan besar mengenai bagaimana manusia berinteraksi, berkomunikasi, bekerja, belajar, dan lain-lainnya (Amri & Windiarti, 2025). Dari waktu ke waktu, teknologi tidak hanya sekadar alat bantu, namun menjadi kebutuhan utama dalam mendukung aktivitas manusia sehari-hari. Fenomena yang paling jelas terjadi selama pandemi COVID-19 ketika masyarakat melakukan *work from home* (WFH), pembelajaran jarak jauh (PJJ), dan rapat virtual menjadi kenormalan baru. Agar komunikasi tetap berjalan, penggunaan aplikasi *video conference* mulai banyak diterapkan. Menurut IDCloudHost (2020) menjelaskan *vidcon* atau *video conference* adalah sebuah teknologi yang memfasilitasi pertemuan dengan wajah dan suara secara langsung, meskipun para penggunanya berada di lokasi yang berbeda-beda.

Adapun beberapa aplikasi *video conference* seperti Zoom Meeting, Google Meet, Microsoft Teams, Skype, Slack, WebEx, dan aplikasi *video conference* lainnya mengalami lonjakan adopsi sejak pandemi sehingga menjadi bagian dari infrastruktur komunikasi modern. IDCloudHost (2020) menjelaskan penggunaan aplikasi *video conference* memiliki beberapa manfaat. Bagi perusahaan, Zoom Meeting membantu untuk meningkatkan efisiensi kerja antar karyawan dan menyediakan mekanisme komunikasi serta kolaborasi yang lebih baik dengan rekan bisnis dan pelanggan. Sektor pendidikan yang cukup berdampak akibat pandemi, menjadinya *video conference* membuat kegiatan belajar mengajar dapat di akses melalui *online*. Dengan manfaat yang ditawarkan, penggunaan aplikasi *video conference* tidak hanya bersifat sementara, tetapi mulai dipertimbangkan menjadi alat komunikasi secara permanen dari kegiatan bekerja dan pembelajaran secara *hybrid*.

Salah satu aplikasi *video conference* yang banyak digunakan adalah Zoom Meeting. Zoom awalnya didirikan tahun 2011 oleh Eric S. Yuan untuk membantu mengatasi masalah pribadinya, karena sulit bertemu kekasihnya disebabkan jarak mereka yang jauh. Berbekal dari pengalaman pribadinya, Yuan membuat Zoom Meeting menciptakan cara berkomunikasi dengan lebih mudah bagi masyarakat, sehingga dapat terhubung tanpa harus berpergian jauh. Selama bertahun-tahun mengembangkan Zoom, sampai akhirnya di tahun 2019 Zoom sukses besar setelah melakukan penawaran saham perdana (*Initial Public Offering/IPO*).

Aplikasi Zoom Meeting khususnya mendapat perhatian luas karena kemudahan menggunakan aplikasi tersebut. Untuk bergabung ke dalam suatu meeting bisa dilakukan hanya dengan link dan ID, tanpa perlu akun. Selain itu, adaptasi *bandwidth* yang baik, sehingga relatif stabil meskipun koneksi internet pengguna tidak stabil. Kapasitas peserta yang besar dari ratusan hingga ribuan seperti menjadi nilai tambah. Berbagai fitur yang ditawarkan seperti *breakout rooms* yang memungkinkan *host* dapat membagi peserta ke dalam beberapa ruang virtual terpisah dalam satu sesi *meeting* utama, *waiting room* dan *security control* untuk memungkinkan *host* mengendalikan akses dan perilaku peserta, sehingga meningkatkan keamanan dan kenyamanan selama komunikasi berlangsung, *recording meeting* yang memungkinkan *host* merekam seluruh aktivitas rapat. Hal ini membuat Zoom Meeting banyak digunakan, sesuai dari laporan Business of Apps tahun 2025, aplikasi Zoom diunduh lebih dari 485 juta kali di Android dan Google Play hanya di tahun 2020 (Curry, 2025). Angka ini meningkat 30 kali lipat dibandingkan tahun 2019, di mana Zoom hanya diunduh 16 juta kali sepanjang tahun.

Intelligentia - Dignitas



Gambar 1. 1 Grafik Penggunaan Platform Komunikasi Video yang Disukai

Sumber: Zoom.com (2021)

Pada Gambar 1. 2 dijelaskan bahwa Zoom menjadi aplikasi yang paling disukai dengan tingkat persentase 84% secara global. Di Indonesia, menurut survei Populix yang dikeluarkan Redaksi Tempo pada tahun 2023, mayoritas masyarakat menggunakan Zoom Meeting untuk mendukung produktivitas masyarakat secara pribadi dengan persentase 77% dari 1014 responden di Indonesia. Aplikasi lain seperti Google Workspace juga banyak digunakan dengan angka 54%, Microsoft Teams 30%, dan Skype dengan 24%. Selain itu, Zoom Meeting juga menjadi platform yang banyak digunakan perusahaan. Zoom berada di posisi pertama dengan 68%, Google Workspace 49%, Microsoft Teams 31%, dan Google Product sebanyak 19% (Lavinda, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Zoom Meeting di Indonesia cukup mendominasi. Aplikasi ini berperan dalam menunjang aktivitas komunikasi daring di Indonesia. Oleh karena itu, Zoom Meeting menjadi relevan untuk diteliti lebih lanjut.

Namun, untuk penggunaan jangka panjang tidak hanya bergantung pada keberadaan fitur, melainkan bagaimana pengguna menilai manfaat yang dirasakan dalam menggunakan aplikasi tersebut (*usefulness*), bagaimana mereka mengalami kesenangan saat menggunakannya (*enjoyment*), dan sejauh mana penggunaan aplikasi tersebut mudah digunakan (*ease of use*). Persepsi-persepsi inilah yang kemudian memengaruhi kepuasan pengguna sehingga dapat memengaruhi niat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut di masa mendatang (Akdim et al., 2022; Alshammari

& Alkhabra, 2025). Dalam konteks Zoom Meeting, pengguna dapat menilai berdasarkan bagaimana *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Enjoyment* (PE), *Perceived Ease of Use* (PEOU) memengaruhi kepuasan pengguna sehingga pengguna berniat untuk terus menggunakan Zoom Meeting, dalam kerangka TAM (*Technology Acceptance Model*) dan ECM (*Expectation Confirmation Model*).

TAM adalah sebuah model untuk memprediksi pengguna menerima teknologi berdasarkan persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness* atau PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use* atau PEOU) (F. D. Davis, 1989). TAM menyatakan bahwa niat perilaku pengguna untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi ditentukan oleh persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), yang merupakan inti dari variabel TAM (Xu et al., 2025).

Selain menggunakan model TAM, ada model lain yang peneliti gunakan untuk menjelaskan niat pengguna dalam menggunakan produk atau layanan, yaitu *Expectation Confirmation Model* (ECM). ECM digunakan untuk menjelaskan perilaku penggunaan individu pada berbagai teknologi. Penelitian ini menggunakan ECM sebagai landasan teoritis untuk menguji bagaimana faktor-faktor dalam ECM (yaitu konfirmasi, persepsi kegunaan, persepsi kesenangan, dan kepuasan) memengaruhi niat penggunaan jangka panjang (Li et al., 2022).

Beberapa penelitian menunjukkan *Perceived Usefulness* sebagai indikator yang penting terhadap kepuasan dan niat berkelanjutan pada pengguna sistem atau teknologi. Dalam konteks Zoom Meeting, munculnya persepsi ini menjelaskan bahwa penggunaan suatu platform dapat meningkatkan efisiensi rapat, mempermudah komunikasi lintas lokasi, serta mendukung produktivitas untuk bekerja dan belajar. Selain itu, pengguna yang merasakan manfaat nyata dari penggunaan Zoom cenderung menunjukkan adanya tingkat kepuasan terhadap pengalaman menggunakan aplikasi tersebut. Dengan kata lain, apabila pengalaman pengguna sesuai dengan ekspektasi mereka, pemahaman terhadap teknologi tersebut menjadi lebih baik daripada

pemahaman terhadap teknologi yang tidak mampu memberi kepuasan sesuai ekspektasi mereka (Dong & Itoh, 2025).

Selain manfaat yang dirasakan, kemudahan dalam menggunakan aplikasi juga menjadi penentu kepuasan pengguna. Zoom mempunyai antarmuka pengguna (*user interface*) yang mudah dipahami, misalnya *one-click join*, tampilan host/partisipan yang sederhana. Hal ini membuktikan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap kepuasan dalam menggunakan teknologi baru dan menjadi salah satu penentu kepuasan pengguna secara keseluruhan (Yu et al., 2024). Selain itu, konsumen cenderung lebih mudah merasa puas bila mereka menilai aplikasi tersebut mudah digunakan (Jia et al., 2023). Namun, bila terdapat masalah teknis jaringan dan perangkat (*smartphone* vs PC) dapat menurunkan PEOU bagi sebagian pengguna.

Selain *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*, salah satu faktor psikologis dalam penggunaan suatu aplikasi adalah *Perceived Enjoyment*. *Enjoyment* adalah sejauh mana aktivitas menggunakan aplikasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang menyenangkan (Davis et al., 1992; Navarro et al., 2021). Dalam konteks Zoom Meeting, *Perceived Enjoyment* menjadi salah satu faktor penting karena aplikasi *video conference* bukan hanya sebagai alat kerja atau belajar, melainkan sebagai media interaksi sosial yang dapat menghadirkan pengalaman emosional tertentu. Persepsi ini menjadi elemen kunci supaya pengguna tetap melanjutkan pemakaian (*continuance intention*).

Kesenangan dalam menggunakan Zoom muncul dari adanya fitur-fitur interaktif. Fitur seperti *reaction zoom* yang membuat peserta dapat mengirim ikon seperti jempol, hati, atau tepuk tangan untuk menunjukkan reaksi tanpa perlu berbicara, *virtual background* membuat peserta dapat mengubah latar belakang dengan gambar atau video, *breakout rooms* yang dapat membagi *meeting* dalam beberapa sesi kecil, dan *polling* yang membuat host menampilkan pertanyaan agar peserta menjawab selama *meeting*, dengan hasil yang dapat dilihat secara *real-time*. Selain itu, Zoom Meeting dapat menimbulkan nuansa sosial yang ditimbulkan, seperti pertemuan keluarga melalui daring atau kegiatan belajar mengajar yang interaktif. Saat pengguna

puas karena pengalaman mereka menggunakan aplikasi tersebut sesuai dengan ekspektasi mereka, dalam diri pengguna terbentuk sikap positif terhadap teknologi tersebut, yang pada akhirnya membuat mereka berkeinginan untuk terus menggunakannya (Foroughi et al., 2024).

Selain *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, dan *Perceived Ease of Use*, variabel lain yang memegang peran penting dalam menentukan penggunaan berkelanjutan penggunaan suatu teknologi adalah kepuasan pengguna (*user Satisfaction*). Xiao et al. (2024) menjelaskan *Satisfaction* yaitu sejauh mana seseorang merasa terpenuhi dalam menggunakan suatu produk atau layanan tertentu. *Satisfaction* berperan besar dalam menjelaskan bagaimana pengguna menerima suatu teknologi dan menentukan apakah mereka ingin memakainya secara berkelanjutan, karena kepuasan tidak hanya memengaruhi pengalaman pengguna, tetapi berkontribusi dalam adopsi jangka panjang dan kelanjutan penggunaan teknologi tersebut.

Dalam konteks penggunaan Zoom Meeting, kepuasan terbentuk dari kombinasi persepsi manfaat, kemudahan navigasi, stabilitas koneksi, estetika antarmuka atau *user interface*, serta aspek emosional seperti kesenangan yang didapat. Dengan demikian, menyatukan persepsi terkait aspek kinerja, seperti kegunaan (*usefulness*) teknologi dapat menghasilkan pemahaman menyeluruh tentang kepuasan memengaruhi keputusan penggunaan teknologi dalam jangka panjang. *Perceived Ease of Use* juga memengaruhi kepuasan dengan mengurangi rasa frustrasi, seperti suatu sistem menawarkan interaksi yang sederhana dapat menimbulkan kepuasan bagi pengguna secara umum (Xiao et al., 2024). *Perceived Enjoyment* juga berperan penting dalam kepuasan pengguna. Adanya peningkatan kesenangan akan mendorong niat pengguna untuk mengadopsi teknologi yang digunakan (Li et al., 2022).

Penggunaan teknologi digital, niat berkelanjutan atau *continuance intention* menjadi salah satu variabel penting untuk menentukan apakah pengguna akan terus menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang. Dalam penelitian Bhattacharjee, (2001) melalui *Expectation Confirmation Model* (ECM), dijelaskan bahwa keputusan untuk melanjutkan penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh kepuasan dan

manfaat yang dirasakan setelah penggunaan awal. Dalam penggunaan Zoom Meeting, fenomena ini semakin relevan karena platform komunikasi digital yang kini bukan hanya solusi sementara, tetapi telah menjadi bagian dari rutinitas kerja, pendidikan, dan kegiatan sosial masyarakat. Melalui beberapa penelitian, faktor-faktor seperti *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, dan *Perceived Ease of Use* berperan secara signifikan dalam membentuk pengalaman positif pengguna sehingga mendorong mereka untuk mempertahankan penggunaan suatu sistem atau teknologi (Akdim et al., 2022; Ruangkanjanes et al., 2024; Sae-tae & Wang, 2024; Yu et al., 2024).

Meskipun begitu, masih terdapat sejumlah celah penelitian yang perlu dijelaskan untuk memperkuat urgensi penelitian. Pertama, sebagian penelitian terdahulu lebih berfokus pada faktor *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* sebagai determinan utama dalam penggunaan teknologi berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Han & Sa, 2022; Sae-tae & Wang, 2024; Xiao et al., 2024). Namun, untuk *Perceived Enjoyment* yang mencerminkan aspek pengalaman emosional pengguna masih kurang untuk diteliti dalam konteks penggunaan aplikasi konferensi video, padahal platform konferensi video semakin banyak hingga menjadi alat komunikasi formal yang mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan dan tidak membebani secara psikologis.

Kedua, banyak penelitian terdahulu yang meneliti penggunaan aplikasi pada konteks akademik pendidikan selama pandemi (Han & Sa, 2022), sementara penggunaan aplikasi, terkhusus aplikasi konferensi kini telah meluas ke sektor pekerjaan *hybrid*, bisnis, pelatihan profesional, komunitas, bahkan penggunaan secara personal (Carmi, 2024; SearchLogistics, 2025). Perubahan ini menimbulkan kebutuhan untuk memperbarui model penelitian, karena faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan Zoom pada masa krisis yang belum tentu relevan dalam situasi pascapandemi. Oleh karena itu, kebutuhan untuk memperbarui model penelitian dengan menyesuaikan perilaku pengguna pada periode darurat, misalnya keterpaksaan adopsi atau ketergantungan pada suatu kondisi yang mengharuskan berkomunikasi

jarak jauh, belum tentu relevan dengan situasi pascapandemi yang lebih fleksibel. Pembaruan model ini penting agar penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai apa yang benar-benar memengaruhi penggunaan Zoom Meeting di masa kini.

Ketiga, masih terdapat penelitian terdahulu yang hasil temuannya memiliki perbedaan mengenai pengaruh *Perceived Enjoyment* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *continuance intention* (Akdim et al., 2022; Wang dan Wu, 2024). Di beberapa penelitian, kedua variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan tanpa dimediasi kepuasan, sedangkan penelitian lain menunjukkan sebaliknya (Akdim et al., 2022; Rekha et al., 2023; Song & Jo, 2023; Wang & Wu, 2024; Yu et al., 2024). Inkonsistensi ini menunjukkan adanya ruang penelitian untuk menguji ulang hubungan antar variabel dalam konteks penggunaan aplikasi konferensi video yang kini lebih stabil.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki kontribusi yang jelas dalam mengisi kesenjangan penelitian, yaitu dengan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Satisfaction* yang membentuk *continuance intention* dalam konteks penggunaan Zoom Meeting di era pascapandemi. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memperkaya literatur *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Perceived Ease of Use*, *Satisfaction*, *continuance intention*, TAM, dan ECM, tetapi juga memberikan bukti empiris terkait perilaku pengguna pada platform konferensi video dalam jangka panjang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti dapat menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap *Satisfaction* penggunaan Zoom Meeting?
- b. Apakah *Perceived Enjoyment* berpengaruh secara signifikan terhadap *Satisfaction* penggunaan Zoom Meeting?

- c. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara signifikan terhadap *Satisfaction* penggunaan Zoom Meeting?
- d. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* pada penggunaan Zoom Meeting?
- e. Apakah *Perceived Enjoyment* berpengaruh secara signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* pada penggunaan Zoom Meeting?
- f. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara signifikan terhadap *continuace intention to use* pada penggunaan Zoom Meeting?
- g. Apakah *satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* pada penggunaan Zoom Meeting?

1.3 Tujuan Penelitian

Melalui pertanyaan penelitian di atas, penelitian ini dibuat untuk bertujuan sebagai berikut:

- a. Untuk menguji pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Satisfaction* penggunaan Zoom Meeting.
- b. Untuk menguji pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Satisfaction* penggunaan Zoom Meeting.
- c. Untuk menguji pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Satisfaction* penggunaan Zoom Meeting.
- d. Untuk menguji pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention to Use* pada penggunaan Zoom Meeting.
- e. Untuk menguji pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Continuance Intention to Use* pada penggunaan Zoom Meeting.
- f. Untuk menguji pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuance Intention to Use* pada penggunaan Zoom Meeting.
- g. Untuk menguji pengaruh *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention to Use* pada penggunaan Zoom Meeting.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari penelitian ini, adapun manfaat dalam penelitian ini, meliputi:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan terkait penggunaan Zoom Meeting melalui variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Satisfaction* dan *Continuance Intention to Use* dalam konteks penggunaan Zoom Meeting. Penelitian ini juga memperluas cakupan penelitiannya dengan menggunakan TAM dan ECM untuk memberikan bukti empiris mengenai bagaimana faktor fungsional dan emosional membentuk kepuasan serta niat penggunaan berkelanjutan pada teknologi *video conference*. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik dan menjadi dasar bagi penelitian berikutnya dibidang sistem informasi, perilaku penggunaan konsumen secara digital, dan komunikasi virtual.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan untuk para pengguna, institusi pendidikan, perusahaan penyedia jasa aplikasi konferensi video, dan pengembang aplikasi konferensi video dengan menunjukkan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan keberlanjutan penggunaan Zoom Meeting. Temuan penelitian dapat membantu pengguna memilih platform konferensi video yang lebih efektif, merancang pelatihan penggunaan teknologi, serta meningkatkan pengalaman pengguna untuk kegiatan belajar maupun belajar atau bekerja jarak jauh. Bagi pihak pengembang seperti Zoom, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan strategis terkait fitur yang perlu ditingkatkan untuk mendorong kenyamanan, kemudahan, dan kesenangan pengguna. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi para pembuat kebijakan dalam merancang strategi transformasi digital dan standar penggunaan platform konferensi video di Indonesia.