

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Penelitian komunitas virtual telah dilakukan oleh beberapa peneliti dari berbagai bidang studi seperti psikologi, sosiologi, sosioteknik, bisnis, manajemen dan pembelajaran. Keberadaan penelitian tersebut memperkaya khasanah pengetahuan mengenai komunitas virtual. Sebagai sebuah bidang kajian yang relatif masih baru, nampaknya penelitian komunitas virtual akan tetap menarik untuk diangkat. Istilah komunitas virtual sendiri muncul dalam karya Howard Rheingold (1993) yang berjudul *The Virtual Community*, selanjutnya buku ini menjadi rujukan bagi peneliti komunitas virtual. Kebaruan inilah yang mendorong Miiia Akkinen (2005) untuk meneliti berbagai aspek komunitas virtual termasuk didalamnya menelusuri definisi dan tipologi yang diajukan beberapa ahli. Penelitian lain yang menyoroti sejarah komunitas virtual dan prakteknya (Dube *et al.*, 2006; Messinger *et al.*, 2008) mengajukan landasan bagi para peneliti untuk menggunakan tipologi komunitas virtual sebagai dasar untuk melakukan penelitian.

Keberadaan komunitas virtual sangat dipengaruhi teknologi sebagai perangkat yang memediasi komunikasi dan interaksi antar individu sehingga kajian mengenai bidang ini terus berkembang. Dari sisi teknik, penelitian diarahkan pada pengembangan dan penciptaan *platform* teknologi yang bisa digunakan sebagai media terbentuknya komunitas virtual. Sementara dari sisi sosial, penelitian diarahkan mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan individu sebagai anggota komunitas virtual. Beberapa peneliti telah

menggabungkan tema penelitian dengan menggunakan aspek sosioteknik untuk menyoroti komunitas virtual dari sudut pandang sosial dan teknik. Keberadaan komunitas dalam kehidupan masyarakat telah memberikan makna pada individu pada skala pribadi maupun organisasi. Berikut ini adalah tabel yang memetakan penelitian terdahulu berdasarkan bidang studi yang menjadi landasan.

**Tabel 2.1. Bidang Studi dalam Penelitian Komunitas Virtual**

Bidang Studi	Tema	Peneliti (tahun)
Psikologi/Sosiologi	Membahas partisipasi anggota komunitas virtual dari sudut pandang teori motivasi, gratifikasi, modal sosial, kognitif dan afektif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bagozzi dan Dholakia (2002)</li> <li>- Rafaeli <i>et al.</i> (2004)</li> <li>- Nonnecke <i>et al.</i> (2006)</li> <li>- Park <i>et al.</i> (2009)</li> <li>- Zhang <i>et al.</i> (2011)</li> <li>- Al-Debei <i>et al.</i> (2013)</li> <li>- Petric dan Petrovcic (2014)</li> <li>- Tsai <i>et al.</i> (2014)</li> </ul>
Sosioteknik	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membahas partisipasi anggota komunitas virtual dengan melibatkan faktor teknologi dan sosial</li> <li>- Membahas faktor yang mempengaruhi keberhasilan komunitas virtual dari sudut pandang teknologi dan sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preece (2001)</li> <li>- Lazar dan Preece (2002)</li> <li>- Preece dan Maloney-Krichmar (2003)</li> <li>- De Souza dan Preece (2004)</li> <li>- Maloney-Krichmar dan Preece (2004)</li> <li>- Lin (2007)</li> <li>- Phang <i>et al.</i> (2009)</li> <li>- Ruhi (2010)</li> <li>- Lu <i>et al.</i> (2011)</li> </ul>
Bisnis/Manajemen	Membahas pemanfaatan komunitas virtual dalam bidang bisnis/manajemen (menciptakan hubungan pelanggan, kesetiaan dan komitmen merk dll)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gupta dan Kim (2007)</li> <li>- Brodie <i>et al.</i> (2013)</li> <li>- Habibi <i>et al.</i> (2014)</li> <li>- Ho (2015)</li> <li>- Wang <i>et al.</i> (2015)</li> </ul>
Pembelajaran	Membahas pemanfaatan komunitas virtual dalam bidang pembelajaran khususnya partisipasi dalam bentuk berbagi pengetahuan dan mengembangkan komunitas untuk pembelajaran.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chiu <i>et al.</i> (2006)</li> <li>- Lin <i>et al.</i> (2007)</li> <li>- Hsu <i>et al.</i> (2007)</li> <li>- Langston (2008)</li> <li>- Junco (2011)</li> <li>- Sun <i>et al.</i> (2012)</li> <li>- Booth (2012)</li> <li>- Wong (2012)</li> <li>- Schlegel (2014)</li> <li>- Mohammadyari (2015)</li> <li>- Coughlan dan Perryman (2015)</li> </ul>

Bidang psikologi/sosiologi telah mengangkat tema perilaku anggota komunitas virtual dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior* sebagai dasar analisisnya (Bagozzi dan Dholakia, 2002; Al-Debei *et al.*, 2013),

menunjukkan bahwa selain motivasi personal perilaku juga dipengaruhi oleh faktor sosial dalam bentuk norma. Penelitian perilaku partisipasi anggota komunitas yang menggunakan teori gratifikasi, kognitif, *self-esteem*, modal sosial dan kultural (Nonnecke dan Preece, 2001; Rafaeli *et al.*, 2004; Park *et al.*, 2009; Zhang *et al.*, 2011; Tsai dan Bagozzi, 2014) juga telah memberi wawasan penting berkaitan dengan jenis partisipasi individu dalam komunitas virtual. Selain itu, Petric dan Petrovcic (2014) telah mengkaji dukungan sosial yang terlibat dalam komunitas virtual. Penelitian komunitas virtual berdasarkan teori psikologi/sosiologi telah menunjukkan bahwa partisipasi individu tidak hanya dipengaruhi faktor teknologi saja. Penggunaan teknologi juga dipengaruhi oleh rasa senang dan kemudahan menjalin hubungan sosial. Kajian sosioteknik merupakan perwujudan dari usaha peneliti untuk memahami komunitas virtual dari sudut pandang teknologi sekaligus melibatkan aspek sosial. Secara teknik yang disoroti dalam hal ini adalah beberapa *platform* teknologi yang digunakan komunitas virtual untuk memediasi komunikasi dan interaksi. Teori dasar yang digunakan adalah konsep-konsep yang terdapat dalam *Computer-Mediated Communication (CMC)*, namun sekarang ini perangkat teknologi yang digunakan tidak hanya komputer tetapi juga bisa telepon seluler. Pemahaman atas teknologi terkait dengan kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi dalam komunitas virtual menggunakan teori dasar model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) yang dikemukakan oleh Davis (1989).

Lin (2007) telah mengembangkan konsep TAM sebagai dasar untuk menguji perilaku partisipasi berkelanjutan anggota komunitas virtual. Selanjutnya beberapa peneliti telah menemukan bahwa aspek teknologi tidak mencukupi untuk memahami partisipasi anggota komunitas virtual sehingga muncul

perspektif sosial digabungkan dengan aspek teknik (Ruhi, 2010). Jenny Preece merupakan peneliti yang banyak mengkaji komunitas virtual dalam perspektif kebergunaan dan sosiabilitas. Perspektif tersebut menjadi dasar untuk menilai keberhasilan suatu komunitas virtual (Preece, 2001; Lazar dan Preece, 2002; de Souza dan Preece, 2004). Partisipasi keberlanjutan anggota komunitas virtual dalam perspektif kebergunaan dan sosiabilitas telah menunjukkan hasil beragam (Lu *et al.*, 2011; Phang *et al.*, 2009) sehingga kajian di bidang ini masih perlu digali lebih mendalam untuk menggambarkan fenomena yang ada terkait komunitas virtual. Perlu ada keseimbangan antara aspek kebergunaan yang mewakili aspek teknik dengan aspek sosiabilitas diperlukan untuk memahami interaksi dan kecenderungan anggota komunitas virtual (Maloney-Krichmar dan Preece, 2005). Secara umum, kajian untuk memahami komunitas virtual dan perannya dalam perspektif kebergunaan dan sosiabilitas menunjukkan bahwa masih perlu dikembangkan penelitian dengan tema tersebut dalam berbagai implementasi yang berbeda.

Dunia bisnis merupakan pihak yang antusias menyambut perkembangan teknologi informasi. Berbagai kajian menunjukkan bahwa internet telah menjadi elemen penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya. Komunitas virtual merupakan fenomena baru bagi dunia bisnis dan manajemen untuk dimanfaatkan keberadaannya. Beberapa perusahaan membuat komunitas virtual melalui web untuk meningkatkan komitmen pelanggan (Gupta dan Kim, 2007) sementara bidang pemasaran telah meneliti komunitas merk melalui web atau media sosial (Brodie *et al.*, 2013; Habibi *et al.*, 2014; Ho, 2015; Wang *et al.*, 2015). Pada dasarnya penelitian tersebut dilakukan sebagai usaha manajemen untuk memahami mekanisme perilaku konsumen ketika komunitas virtual

disediakan dalam rangka melibatkan individu agar terjalin komunikasi dan interaksi berkenaan dengan produk yang diluncurkan perusahaan. Penting bagi pengelola komunitas perusahaan untuk mengetahui faktor-faktor konsumen mau terlibat dan loyal terhadap produk mereka.

Penelitian komunitas virtual yang berkaitan dengan dunia pembelajaran juga telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Tema utama yang muncul dari pembelajaran berbasis komunitas virtual adalah partisipasi anggota dalam bentuk berbagi (*sharing*) dan mencari (*seeking*) ilmu pengetahuan. Pembelajaran bisa terjadi di lembaga pendidikan, seperti sekolah atau perguruan tinggi (Lin *et al.*, 2007; Junco, 2011; Booth, 2012; Wong, 2012; Coughlan dan Perryman, 2015) atau para profesional yang dalam proses bekerjanya menyelesaikan tugas dengan cara saling berbagi pengetahuan (Chiu *et al.*, 2006; Hsu *et al.*, 2007; Langston, 2008; Sun *et al.*, 2012; Mohammadyari, 2015). Penelitian ini pada dasarnya mencoba untuk memahami bagaimana dunia pendidikan dan para profesional memanfaatkan teknologi dalam satu wadah komunitas virtual untuk saling berbagi pengetahuan. Beberapa penelitian menemukan bahwa media sosial seperti Facebook memiliki karakter sendiri yang membentuk pola komunikasi dan interaksi anggota komunitas virtual sehingga menarik untuk meneliti partisipasi individu dalam rangka berbagi pengetahuan.

Fokus utama penelitian saat ini adalah partisipasi berkelanjutan anggota komunitas virtual, sehingga penting untuk memetakan penelitian terdahulu yang sesuai. Beberapa peneliti telah melakukan penelitian berkaitan dengan partisipasi anggota komunitas virtual sebagaimana ditunjukkan dalam tabel berikut:

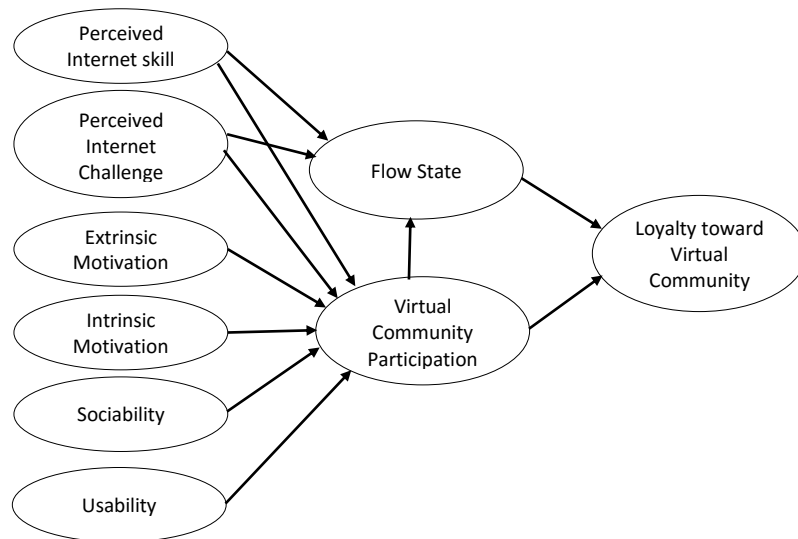
**Tabel 2.2. Penelitian terdahulu untuk partisipasi anggota komunitas virtual.**

No	Judul	Peneliti
1	Antecedents and consequences of flow state in virtual communities hosted by companies	Urubail (2007)
2	An empirical study of web-based knowledge community success	Lin <i>et al.</i> (2007)
3	The role of <i>online</i> and offline feature in sustaining virtual communities: an empirical study	Lin (2007)
4	Developing the commitment to virtual community: the balance effect of cognition and affect	Gupta dan Kim (2007)
5	Determinant of succesful virtual communities: Contributions from system characteristics and social factors	Lin (2008)
6	Usability and sociability in <i>online</i> communities: a comparative study of knowledge seeking and contribution	Phang <i>et al.</i> (2009)
7	Encouraging participation in virtual communities through usability and sociability development: an empirical investigation	Lu <i>et al.</i> (2011)
8	Understanding sustained participation in transactional virtual communities.	Sun <i>et al.</i> (2012)
9	Why people keep coming back to facebook: explaining and predicting continuance participation from an extended theory planned behavior	Al Debei <i>et al.</i> (2013)
10	Perceived sociability of use and individual use of social networking sites – a field study of facebook use in the arctic	livari (2014)
11	Customer participation in virtual brand communities: the self-construal perspective	Wang <i>et al.</i> ( 2015)

### 1. Urubail (2007)

Penelitian Urubail (2007) merupakan sebuah disertasi yang berjudul “*Antecedents and consequences of flow state in virtual communities hosted by companies*”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan konsumen terhadap komunitas virtual. Urubail mengadaptasi teori TAM yang digabungkan dengan *Flow Theory* untuk menjelaskan perilaku kesetiaan konsumen dalam perspektif kebergunaan dan sosiabilitas. Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 141 responden yang merupakan mahasiswa anggota komunitas virtual yang dibentuk perusahaan melalui situs web. Data yang diperoleh diolah menggunakan SPSS dan hasil analisis menunjukkan bahwa keahlian dan tantangan internet yang mewakili konsep *Flow Theory* berpengaruh tidak signifikan terhadap partisipasi anggota komunitas virtual.

Demikian juga halnya dengan sosiabilitas dan motivasi ekstrinsik yang berpengaruh tidak signifikan terhadap partisipasi. Sedangkan motivasi intrinsik dan kebergunaan berpengaruh signifikan terhadap partisipasi.



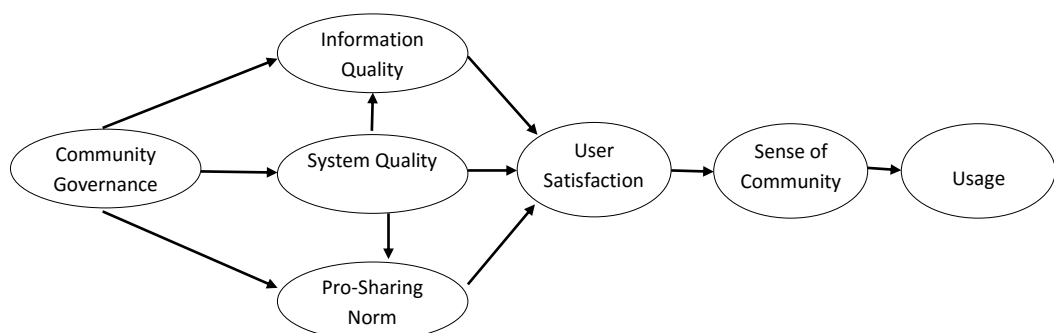
Sumber: Uruabail (2007)

**Gambar 2.1 Model Penelitian Urubail (2007)**

## 2. Lin *et al.* (2007)

Penelitian Lin *et al.* (2007) berjudul “*An empirical study of web-based knowledge community success*”. Penelitian ini bertujuan menjelaskan faktor-faktor kebergunaan dan sosiabilitas yang mempengaruhi keberhasilan penggunaan komunitas virtual dalam bentuk berbagi pengetahuan. Peneliti mengadaptasi teori keberhasilan sistem informasi yang dikembangkan dari teori *Information System Success* Delone dan McLean. Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa yang mengambil mata kuliah pemrograman dan wujud partisipasi dibuktikan dengan adanya penggunaan (*usage*) sistem untuk bergabung dalam komunitas. Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online*. Dari 233 kuesioner yang disebarakan diperoleh 199 responden yang ikut terlibat dalam penelitian ini. Data yang diperoleh diolah

dengan metode SEM (Amos 6) untuk menguji *structural model* dan *measurement model*. Penelitian ini menekankan pada pengelolaan komunitas dengan menggunakan variabel *information quality*, *system quality*, *pro-sharing norm*, *uses satisfaction*, *sense of community* dan *usage*. Hasil penelitian menunjukkan hipotesis yang ditetapkan berpengaruh signifikan kecuali untuk hubungan antara *System Quality* dan *Pro-Sharing Norm*. Peneliti menyimpulkan bahwa hal ini menunjukkan bahwa kualitas sistem web tidak mempengaruhi keyakinan anggota terhadap norma-norma berbagi pengetahuan dalam komunitas. Peneliti mengungkapkan keterbatasan penelitian adalah tidak menangkap semua faktor yang mempengaruhi keberhasilan komunitas virtual sehingga menyarankan penelitian selanjutnya untuk melibatkan aspek kebergunaan dan sosiabilitas.



Sumber: Lin *et al.* (2007)

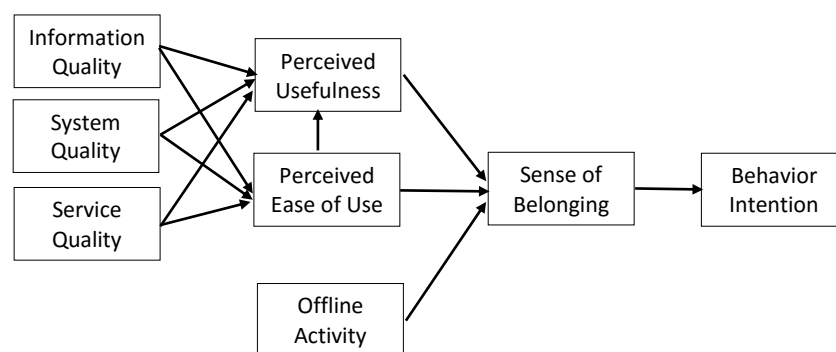
**Gambar 2.2 Model Penelitian Lin *et al.* (2007)**

### 3. Lin (2007)

Penelitian ini berjudul “*The role of online and offline features in sustaining virtual communities: an empirical study*”. Tujuan penelitian adalah menguji faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan komunitas virtual. Penelitian dikembangkan dengan menggunakan teori TAM sebagai dasar untuk menurunkan variabel-variabel seperti *Information Quality*, *System Quality*, *Service Quality* yang dimediasi dengan variabel *Perceived Usefulness*, *Ease*



*of Use* dan *Sense of Belonging* yang berpengaruh terhadap *Behavior Intention*. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik menyebarkan kuesioner pada anggota komunitas sehingga diperoleh 165 responden dari berbagai jenis komunitas virtual yang beragam. Data yang diperoleh diolah dengan analisis statistik dan perangkat lunak Lisrel. Berdasarkan teori TAM, peneliti meneliti niat perilaku anggota komunitas virtual sebagai wujud partisipasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang ditetapkan terbukti signifikan kecuali untuk *Information Quality* terhadap *Perceived Ease of Use*. Peneliti membuktikan bahwa teori TAM bisa digunakan sebagai dasar untuk mengukur perilaku partisipasi anggota komunitas virtual.



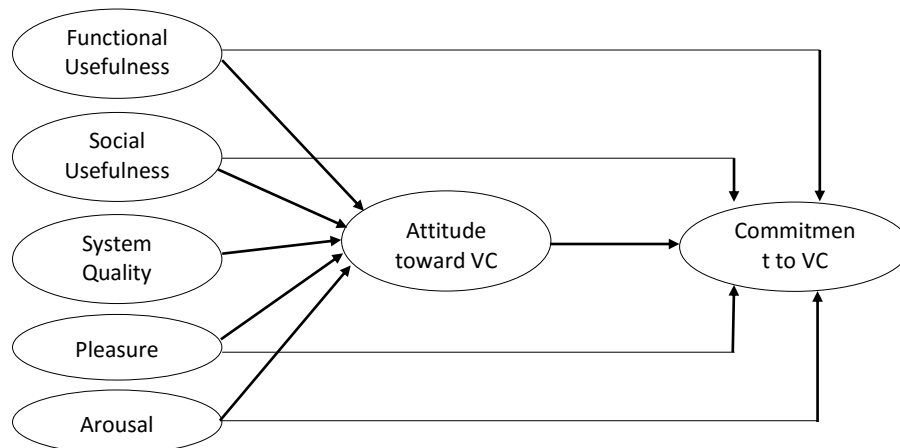
Sumber: Lin (2007)

**Gambar 2.3 Model Penelitian Lin (2007)**

#### 4. Gupta dan Kim (2007)

Penelitian Gupta dan Kim (2007) berjudul "*Developing the Commitment to Virtual community: The Balance Effect of Cognition and Affect*". Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi anggota komunitas virtual dengan menggunakan istilah komitmen terhadap komunitas virtual (*commitment to virtual community*). Penelitian dilakukan berdasarkan teori tindakan terencana (*Theory of Reasoned Action*) yang dituangkan dalam bentuk *Cognition* dan *Affect*. Adaptasi ini dilakukan

dalam rangka memahami partisipasi dengan pendekatan sosioteknik. Aspek teknis diwakili *Cognition* yang menguji faktor *Functional Usefulness*, *Social Usefulness* dan *System Quality*. Sedangkan *Affect* mewakili aspek psikologis partisipasi anggota komunitas virtual dalam bentuk *Pleasure* dan *Arousal*. Kedua aspek tersebut dimediasi dengan sikap komunitas virtual (*Attitude Toward Virtual Community*) yang mempengaruhi perilaku anggota terhadap komunitas virtual dalam bentuk komitmen (*Commitment to Virtual Community*). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan instrumen kuesioner *online*. Unit analisis penelitian adalah individu yang tergabung dalam komunitas virtual Urii.com yang merupakan toko *online* sekaligus media konsultasi *parenting*. Jumlah responden 275 ibu-ibu berusia 20 sampai 50 tahun. Data-data diolah dengan menggunakan software LISREL. Dalam penelitian ini, partisipasi diwujudkan dalam bentuk komitmen terhadap komunitas virtual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek kognitif dan afektif berpengaruh signifikan terhadap komitmen pada komunitas virtual. Ada tiga hipotesis yang terbukti tidak signifikan yaitu hubungan langsung antara *Social Usefulness* terhadap *Commitment to Virtual Community*, *Social Usefulness* terhadap *Attitude toward Virtual Community* dan *Arousal* terhadap *Attitude toward Virtual Community*. Dalam penelitian lain yang menggunakan responden sebagian besar pria, faktor *Pleasure* tidak berpengaruh signifikan terhadap komitmen. Sedangkan penelitian yang menggunakan responden laki-laki dan perempuan menunjukkan *social usefulness* dan *pleasure* mempengaruhi komitmen. Penelitian Gupte et al. (2007) membagi faktor kegembiraan menjadi dua yaitu kesenangan (*pleasure*) dan antusias (*arousal*) untuk meneliti faktor afektif.



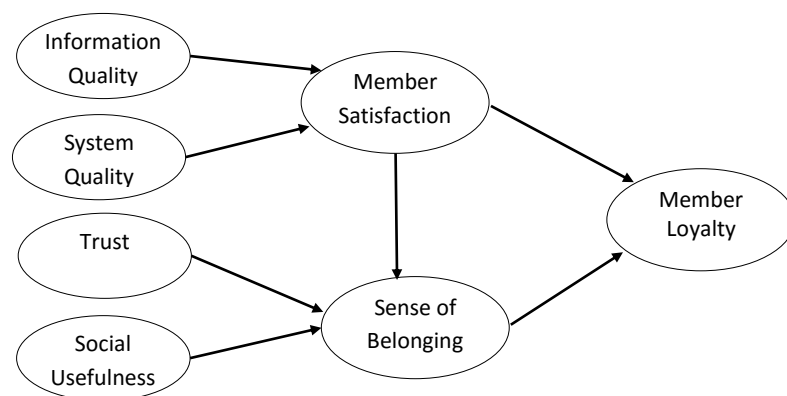
Sumber: Gupta dan Kim (2007)

**Gambar 2.4 Model Penelitian Gupta dan Kim (2007)**

### 5. Lin (2008)

Penelitian ini berjudul “*Determinant of successful virtual communities: contributions from system characteristics and social factors*”. Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan anggota terhadap komunitas virtual sebagai wujud keberhasilannya. Faktor keberhasilan ditetapkan berdasarkan model keberhasilan sistem DeLone dan McLean. Ada dua faktor utama yang digunakan yaitu karakteristik sistem (kualitas informasi dan sistem) dan sosial (kemanfaatan sosial dan rasa percaya). Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa bisnis dan diperoleh 230 responden. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SEM (Lisrel 8.8). Peneliti menggunakan teori keberhasilan sistem DeLone dan McLean untuk mengukur keberhasilan komunitas virtual dengan menggunakan dua faktor utama yaitu dari sudut pandang sistem secara teknik dan sosial. Keberhasilan komunitas virtual diekspresikan dalam bentuk *Member Loyalty*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sistem dan sosial berpengaruh secara signifikan

terhadap keberhasilan komunitas virtual, kecuali untuk hubungan antara *Social Usefulness* terhadap *Sense of Belonging*. Peneliti menyimpulkan hasil tidak signifikan tersebut dikarenakan responden yang terlibat merupakan kalangan remaja yang memiliki kecenderungan bergabung dengan komunitas virtual karena ingin mendapatkan hiburan dan bersenang-senang. Faktor *Social Usefulness* dalam penelitian ini mengacu pada dukungan sosial dalam bentuk saling menghargai, saling mengenal, pengakuan dan lain-lain, yang diperoleh ketika berinteraksi dengan anggota lain. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor usia berpengaruh terhadap signifikansi rasa memiliki komunitas virtual.



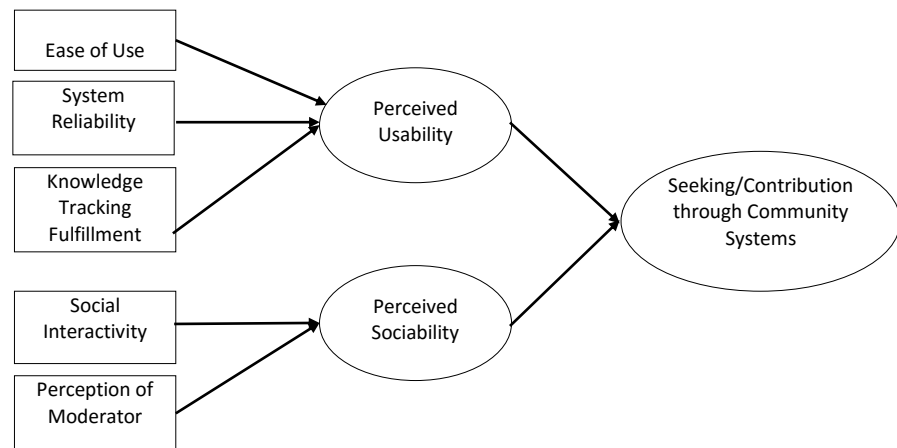
Sumber: Lin (2008)

**Gambar 2.5 Model Penelitian Lin (2008)**

#### 6. Phang *et al.* (2009)

Penelitian ini berjudul "*Usability and Sociability in Online Communities: A Comparative Study of Knowledge Seeking and Contribution*". Tujuan penelitian adalah mengetahui faktor yang mempengaruhi partisipasi anggota komunitas virtual kelompok belajar dalam perspektif kebergunaan dan sosiabilitas. Penelitian ini dilakukan dengan mengadaptasi teori nilai (*Value Theory*), teori pertukaran sosial (*Social Exchange Theory*) dan teori kebergunaan/sosiabilitas yang diajukan oleh Preece. Partisipasi anggota

komunitas virtual diwujudkan dalam bentuk pencarian dan kontribusi pengetahuan melalui sistem. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan instrumen kuesioner. Aspek *Kebergunaan* diwakili oleh faktor-faktor *Ease of Use*, *System Reliability* dan *Knowledge Tracking Fulfillment* sedangkan aspek *Sociability* menggunakan variabel *Social Interactivity* dan *Perception of Moderator*. Penelitian dilakukan terhadap 235 responden yang berasal dari mahasiswa fakultas komputasi. Komunitas virtual dibentuk sebagai forum belajar kelompok mahasiswa sehingga ada proses transfer pengetahuan. Anggota komunitas virtual dibagi menjadi dua, yaitu individu yang memberi kontribusi pengetahuan dan mencari pengetahuan. Pengolahan data dilakukan dua kali karena memisahkan responden yang mencari pengetahuan dan memberi kontribusi pengetahuan. Hasil penelitian dari dua kelompok responden menunjukkan bahwa aspek kebergunaan berpengaruh signifikan terhadap partisipasi anggota komunitas virtual baik sedangkan aspek sosiabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap partisipasi. Peneliti menyimpulkan bahwa faktor sosiabilitas tidak signifikan karena adanya moderator yang secara ketat membatasi proses pertukaran pengetahuan, sehingga menyarankan penelitian selanjutnya dilakukan pada komunitas virtual yang tidak menggunakan moderator. Fungsi moderator dalam komunitas belajar adalah mengontrol perilaku partisipasi anggota terutama bagi orang yang memberi kontribusi pengetahuan. Tujuannya adalah menjaga kualitas pengetahuan yang dibagikan dengan mensyaratkan jurnal sebagai sumber pengetahuan.



Sumber: Phang *et al.* (2009)

**Gambar 2.6 Model Penelitian Phang *et al.* (2009)**

## 7. Lu *et al.* (2011)

Judul penelitian Lu *et al.* (2011) adalah “*Encouraging Participation in Virtual Communities Through Usability and Sociability Development: An Empirical Investigation*”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi berkelanjutan anggota komunitas virtual dengan menggunakan perspektif kebergunaan dan sosiabilitas. Penelitian dilakukan dengan mengadaptasi teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Usability/Sociability* yang diajukan Preece. Peneliti menguji pengaruh faktor kebergunaan dan sosiabilitas terhadap niat berpartisipasi berkelanjutan melalui mediasi motivasi (*utilitarian*, *hedonic* dan *social*). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan instrumen kuesioner *online*. Lu *et al.* (2011) menguji faktor-faktor *intention to continuous* yang dipengaruhi variabel independen *information service quality*, *interaction service quality*, *incentive policy*, *event organizer* dan *leader involvement* yang dimediasi oleh variabel *usefulness*, *enjoyment* dan *sense of belonging*. Penelitian ini dilakukan terhadap 329 responden yang berasal dari lima website komunitas virtual di Cina. Jenis komunitas termasuk dalam kategori *leisure-oriented*

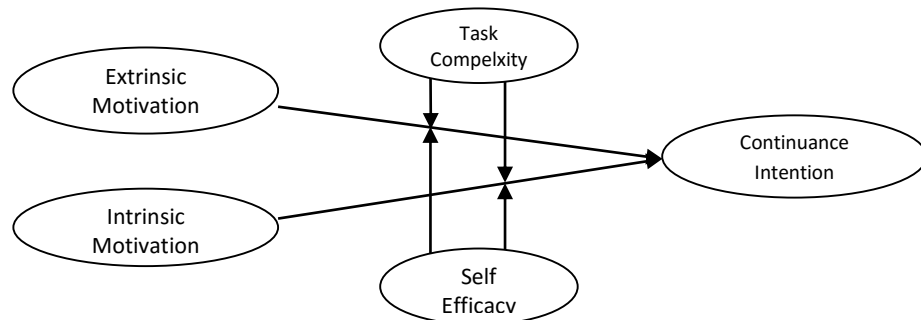


#### 8. Sun et al. (2012)

Penelitian Sun et al. (2012) berjudul "*Understanding Sustained Participation in Transactional Virtual Communities*". Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi berkelanjutan anggota komunitas virtual dalam website. Komunitas virtual dibentuk dengan tujuan sebagai forum diskusi untuk menyelesaikan masalah dalam pembuatan produk teknologi informasi seperti pemrograman dan desain. Penelitian dilakukan dengan mengadaptasi teori harapan-nilai (*Expectancy Value Theory*) yang menggambarkan motivasi seseorang. Dalam teori ini motivasi dibagi menjadi dua yaitu motivasi ekstrinsik dan intrinsik. Teori ini digunakan untuk menjelaskan motivasi seseorang berpartisipasi dalam komunitas virtual dalam bentuk berbagi pengetahuan yang disebabkan penugasan berbayar. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan instrumen kuesioner *online*. Jumlah responden 205 anggota komunitas virtual Taskcn.com yang merupakan para ahli komputer. Ada dua variabel independen yang digunakan yaitu, *Extrinsic motivation* dan *Intrinsic Motivation* yang berpengaruh terhadap *Continuance Intention* setelah dimoderatori variabel *Task Complexity* dan *Self Efficacy*. Data-data diolah dengan menggunakan software LISREL. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi ekstrinsik dan intrinsik berpengaruh signifikan terhadap *Continuance Intention*. Ketika moderator *Task Complexity* tinggi *Extrinsic Motivation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Continuance Intention*. Selain itu *Intrinsic Motivation* juga tidak berpengaruh signifikan ketika dimoderasi dengan variabel *Task Complexity*. Hal ini menunjukkan bahwa indikator *Intrinsic Motivation* yang terdiri dari *Sense of self worth*, *Learning* dan *Enjoyment* bukan menjadi faktor pendorong orang-orang yang berpengalaman di bidang



komputer untuk partisipasi berkelanjutan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku partisipasi anggota komunitas virtual yang terdiri dari pakar dan ahli lebih dipengaruhi faktor ekstrinsik yang terwujud dalam bentuk pertukaran ekonomi dan peningkatan reputasi.



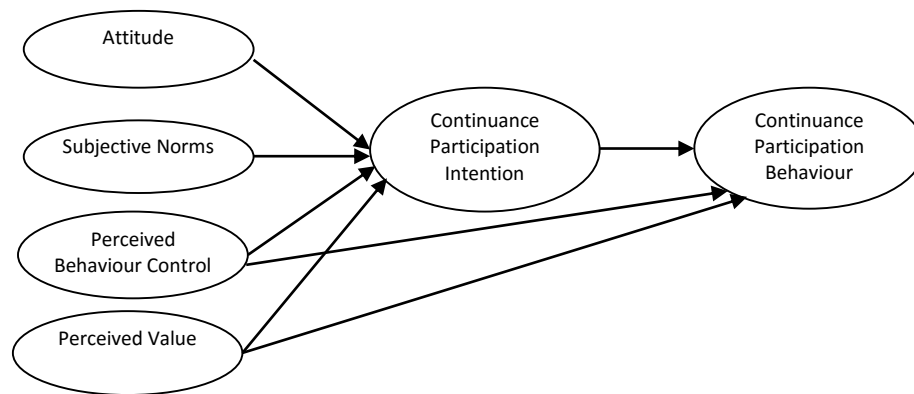
Sumber: Sun *et al.* (2012)

**Gambar 2.8 Model Penelitian Sun *et al.* (2012)**

#### 9. Al-Debei *et al.* (2013)

Penelitian ini berjudul “*Why People Keep Coming Back to Facebook: Explaining and Predicting Continuance Participation from an Extended Theory Planned Behaviour*”. Tujuan penelitian ini adalah menginvestigasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku partisipasi berkelanjutan pengguna Facebook dengan mengembangkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrument kuesioner yang disebarakan pada 403 mahasiswa di Jordania. Variabel yang diujikan adalah *Attitude*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavioural Control*, *Perceived Value*, *Continuance Participation Intention* dan *Continuance Participation Behaviour*. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Varimax. Penambahan variabel *Perceived Value* yang dilakukan peneliti terbukti memberi pengaruh signifikan terhadap *Continuance Participation Behaviour* sehingga disarankan untuk penelitian di

masa yang akan datang menambahkan faktor-faktor pada TPB untuk memperkaya standar.



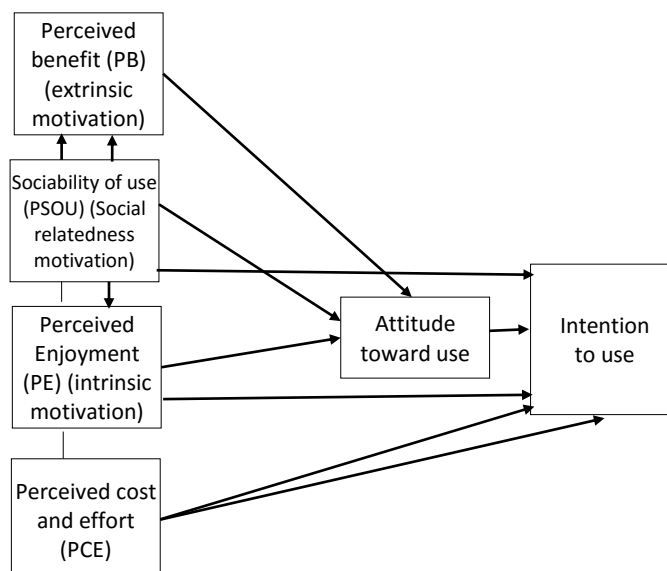
Sumber: Al-Debei *et al.* (2013)

**Gambar 2.9 Model Penelitian Al-Debei *et al.* (2013)**

#### 10. livari (2014)

Penelitian ini berjudul “*Perceived sociability of use and individual use of social networking sites – a field study of facebook use in the arctic*”. Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan faktor sosiabilitas yang berpengaruh terhadap penggunaan facebook. Berbasis penelitian yang dilakukan oleh Benbasat dan Barki, penulis berusaha menjelaskan pertanyaan mengenai “apa yang membuat sistem bermanfaat”, “apa yang membuat sistem terasa menyenangkan ketika digunakan” dan “apa yang membuat sistem bisa digunakan untuk bersosialisasi”. Untuk menjawab pertanyaan tersebut penulis menggunakan variabel *Perceived Sociability of Use*, *Perceived Enjoyment* dan *Perceived Benefit*. Teori yang mendasari penelitian ini adalah TAM dan UTAUT (yang merupakan perkembangan dari TAM). Peneliti mencoba menjelaskan partisipasi pengguna Facebook dengan memperhatikan faktor sosiabilitas dan membuat istilah yang baru diperkenalkan *Perceived Sociability of Use* (PSOU) untuk membedakan

istilah *Sociability* yang digunakan oleh Preece. Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pengguna facebook di wilayah Enontekio, Finlandia. Data yang diperoleh dari 113 responden diolah dengan menggunakan metode SEM (smart-PLS). Menurut peneliti, niat untuk menggunakan Facebook dipengaruhi oleh motivasi intrinsik, ekstrinsik, sosial dan biaya. Hipotesis yang diajukan berpengaruh signifikan kecuali untuk hubungan *Perceived Cost and Effort* terhadap *Attitude toward Use*. Peneliti menjelaskan bahwa dalam penelitiannya faktor biaya tidak menjadi hambatan individu untuk menggunakan Facebook. Secara umum peneliti menjelaskan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel baru yang diajukan yaitu *Perceived Sociability of Use* terbukti mendukung motif sosial penggunaan facebook. Peneliti memberikan saran penelitian selanjutnya untuk menguatkan pada faktor hubungan antar pengguna Facebook dengan memasukkan faktor pribadi yang mempengaruhi motivasi partisipasi.



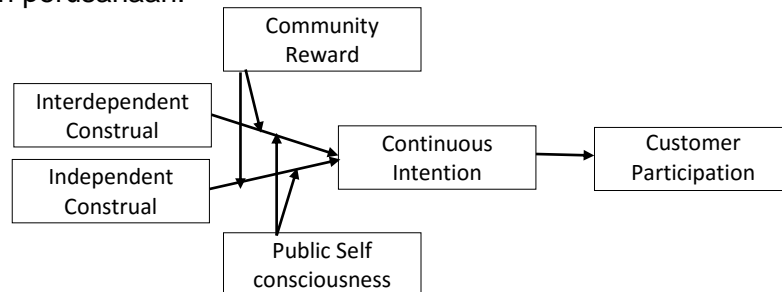
Sumber: livari (2014)

**Gambar 2.10 Model Penelitian livari (2014)**

### 11. Wang et al. (2015)

Penelitian ini berjudul “*Customer participation in virtual brand communities: the self-construal perspective*”. Penelitian ini bertujuan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk partisipasi berkelanjutan dalam komunitas merk virtual. Peneliti ingin menguji faktor motivasi dari sudut pandang karakter pribadi anggota komunitas. Teori yang digunakan untuk menjelaskan tujuan tersebut adalah *self construal theory*, *cognitive evaluation theory* dan *impression management theory*. Penelitian dilakukan terhadap anggota komunitas virtual untuk merk Apple dan Meizu di Cina yang merupakan produk untuk kalangan tertentu. Berdasarkan penelitian sebelumnya ketiga teori ini terbukti sesuai untuk jenis komunitas seperti ini. Penelitian kuantitatif menggunakan instrumen kuesioner *online* yang disebarakan pada 2000 anggota komunitas virtual dan mendapatkan 199 responden. Data yang diperoleh diolah menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan terbukti *independent construal* berpengaruh signifikan terhadap niat partisipasi berkelanjutan sedangkan *interdependent construal* tidak berpengaruh signifikan. Peneliti mengungkapkan hasil ini menunjukkan bahwa hasil penelitian sesuai dengan fenomena di Cina dimana kaum muda (yang menjadi responden) cenderung lebih individualistik. Variabel *interdependent construal* yang diujikan menunjukkan bahwa seseorang bergabung dalam komunitas virtual tidak dimotivasi oleh faktor sosial seperti ‘kebahagiaan pribadi tergantung pada grup’, ‘menjaga kata-kata agar tidak melukai anggota lain’ dan ‘mengorbankan kepentingan pribadi untuk grup’. Penelitian ini dilakukan pada komunitas virtual yang dibentuk oleh perusahaan, peneliti menyarankan untuk menguji

teori ketika diterapkan pada komunitas virtual yang diinisiasi pribadi dan tidak disponsori oleh perusahaan.



Sumber: Wang *et al.* (2015)

**Gambar 2.11 Model Penelitian Wang *et al.* (2015)**

## 2.2. Kajian Teoritis

### 2.2.1. Komunitas Virtual

Komunitas menjadi salah satu bahasan utama dalam konsep *Green Economy*. Menurut United Nations Environment Programme (UNEP), karakteristik Ekonomi Hijau adalah meningkatnya kesejahteraan manusia dan kesetaraan serta menurunkan resiko kerusakan lingkungan dan kelangkaan ekologis. Hal ini menegaskan bahwa kegiatan ekonomi berbasis ekologi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia dan kesetaraan sosial. Perspektif ekologi diwujudkan dalam proses kegiatan yang dilakukan dengan meniru ekosistem lingkungan yaitu sesuai dengan apa yang disediakan alam. Tujuan dari *Green Economy* adalah pembangunan berkelanjutan sehingga terjadi efisiensi alam, tidak ada limbah, kepedulian sosial, inovasi dan kreatifitas yang tidak merusak lingkungan.

Salah satu elemen kepedulian sosial mengacu pada kesejahteraan sosial dan kesetaraan dimana terjadi peningkatan pendapatan melalui peluang pekerjaan bagi masyarakat secara umum. Kesejahteraan sosial dan kesetaraan menjadi tema sentral kajian Ife *et al.* (2008) yang mengkritik ekonomi konvensional dengan wataknya yang eksploitatif, serakah dan hanya

menguntungkan pemodal. Ekonomi konvensional ditandai dengan peningkatan konsumsi terus menerus, mobilitas pribadi tinggi dan dominasi ideologi individualisme. Sistem ekonomi konvensional telah mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat yang menggerus rasa solidaritas sosial yang digantikan hubungan transaksional sehingga kualitas hidup manusia berkurang. Hubungan yang terjadi antara pemerintah dan masyarakat dicirikan dengan *top-down*. Akibat hubungan *top-down*, karakter masyarakat madani menjadi hilang. Masyarakat madani adalah istilah yang digunakan untuk struktur formal dan semi formal yang dibentuk masyarakat secara sukarela dengan inisiatif mereka sendiri bukan sebagai konsekuensi dari program atau arahan tertentu dari pemerintah (Ife *et al.*, 2008:35). Konsep masyarakat madani menjadi ciri utama komunitas yaitu dibentuk sendiri oleh masyarakat secara sukarela atas inisiatif sendiri. Komunitas yang dibentuk dengan konsep masyarakat madani sering merujuk pada istilah pemberdayaan masyarakat. Komunitas menjadi wadah sekelompok orang untuk berperan serta dalam meningkatkan kualitas hidup melalui kegiatan-kegiatan yang bermanfaat bagi diri dan lingkungannya. Istilah komunitas dalam ilmu sosial memiliki beragam makna. Green *et al.* (2002) menggunakan rumusan Wilkinson (1991) untuk menelusuri elemen komunitas yang terdiri dari (1) *Territory or Place*, (2) *Social organizations or institution that provide regular interaction among residents* dan (3) *Social interaction on matters concerning a common interest*. (Green *et al.*, 2002:2). Istilah komunitas dalam konteks penelitian saat ini mengacu pada komunitas sebagai interaksi sosial diantara individu yang memiliki minat sama. Menurut Wenger (2002) komunitas adalah sekumpulan orang yang saling berbagi masalah, perhatian atau kegemaran

terhadap suatu topik dan memperdalam pengetahuan serta keahlian mereka dengan saling berinteraksi secara terus menerus.

Ife *et al.* (2008) membagi basis komunitas menjadi dua yaitu geografis dan fungsional. Komunitas berbasis geografis merupakan komunitas yang dibentuk dalam suatu lokasi atau wilayah tertentu sehingga para anggotanya berasal dari orang-orang yang tinggal di kawasan tersebut. Komunitas berbasis fungsional merupakan komunitas yang dibentuk berdasarkan kesamaan identifikasi tertentu seperti pekerjaan, profesi, minat, dan lain-lain. Dalam kajiannya, Ife termasuk sosiolog yang menganggap bahwa komunitas virtual merupakan puncak dari komunitas fungsional dimana faktor geografis menjadi tidak penting lagi ketika interaksi sosial dimediasi teknologi yang terkoneksi dengan internet sehingga bisa berhubungan dengan beragam individu dari berbagai wilayah geografis di seluruh dunia tanpa bertemu secara fisik.

Pada dasarnya komunitas virtual menggunakan prinsip-prinsip yang sama dengan komunitas konvensional. Definisi komunitas virtual menurut Porter (2004) adalah *“an aggregation of individuals or business partners who interact around a shared interest, where the interaction is at least supported and/or mediated by technology and guided by some protocols or norms”*. Definisi komunitas konvensional menurut Wenger (2002) ada dalam komunitas virtual, yang berbeda adalah cara berinteraksi dan berkomunikasi yang dimediasi teknologi internet. Namun demikian, mediasi teknologi tersebut mampu mengubah perilaku individu. Van Dijk menyatakan bahwa *“virtual communities are communities which are not tied to a particular place or time, but which still serve common interest in social, cultural and mental reality ranging from general to special interest or activities”*. Definisi-definisi tersebut menunjukkan bahwa geografi tidak

lagi menjadi karakteristik khusus sebagaimana diungkapkan oleh Ife *et al.* penggunaan teknologi baik itu komputer maupun telpon seluler yang bisa terkoneksi dengan internet telah menghapus keberadaan geografis yang menghambat individu untuk berkumpul dalam suatu komunitas.

Komunitas virtual menjadi bagian kehidupan *cyberspace*. Menurut Piliang (2004:147) *cyberspace* adalah 'dunia antara', yaitu dunia bit-bit informasi yang mampu menciptakan berbagai hubungan dan relasi sosial yang bersifat virtual. 'Dunia antara' menjelaskan bahwa relasi dan interaksi sosial dalam *cyberspace* tidak bersifat fisik dalam suatu wilayah geografis tertentu. Ketiadaan pertemuan fisik tersebut menjadi alasan perubahan perilaku pada tingkat individu, interaksi sosial dan komunitas. Pada tingkat individu, *cyberspace* mampu mengubah konsep diri (*self*) dan identitas seseorang. Dunia maya (*cyberspace*) memungkinkan adanya anonimitas yang menghilangkan konsep diri dan mengubahnya menjadi siapa saja yang diinginkan seseorang. Individu yang memasuki dunia maya bisa menciptakan diri yang palsu atau melakukan permainan identitas sehingga bisa menciptakan diri tidak hanya satu tetapi tak terhingga. Pada tingkat interaksi sosial, dunia maya bisa mengubah gaya komunikasi antar pribadi. Tidak adanya pertemuan fisik menyebabkan persepsi individu muncul berdasarkan citra (*image*) yang ditangkap melalui teks dan gambar yang saling dipertukarkan. Pada tingkat komunitas, perbedaan utama komunitas virtual dengan komunitas konvensional adalah ketiadaan pemimpin dan pengontrol sehingga individu merasa memiliki kebebasan tanpa batas untuk mengekspresikan apa saja yang bisa dibayangkannya. "Di dalam *cyberspace*, setiap orang seakan-akan menjadi 'pemimpin', 'pengontrol' dan 'penilai' dirinya sendiri, yang menciptakan semacam demokrasi radikal, yang didalamnya segala



tindakan sosial (*social action*) tidak ada yang mengatur, mengontrol dan memberi penilaian. Di dalamnya seakan-akan ‘apa pun boleh’ (*anything goes*)” (Piliang, 2004:149). Pendiri dan pengelola komunitas virtual dalam hal ini bukan sebagai pemimpin tetapi menjalankan fungsi mengelola layanan yang telah disediakan oleh sistem, seperti menerima anggota, menghapus konten yang dianggap tidak sesuai dengan norma komunitas dan lain sebagainya.

Beberapa peneliti terdahulu telah membuat pengelompokan komunitas yang dibedakan berdasarkan pada basis tertentu. Ruhi (2010) telah meringkas tipologi komunitas virtual dalam tabel berikut ini:

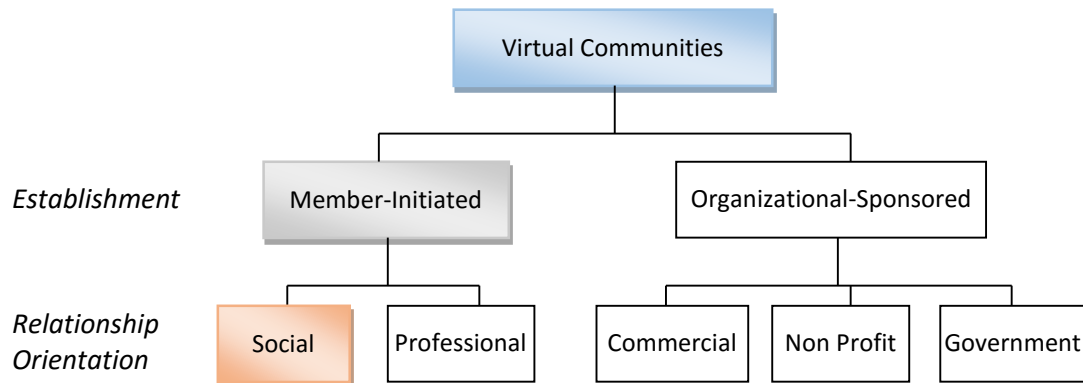
**Tabel 2.3 Tipologi Komunitas Virtual**

Peneliti (tahun)	Basis yang digunakan	Tipologi Komunitas
Hagel dan Armstrong (1997)	Kebutuhan dasar manusia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interest-based</li> <li>• Relationship-based</li> <li>• Fantasy-based</li> <li>• Transaction-based:               <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) consumer – focused</li> <li>(2) business to business</li> </ul> </li> </ul>
Lazar dan Preece (1998)	Orang, tujuan, protocol dan <i>platform</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atribut</li> <li>• Relasi fisik</li> <li>• Software pendukung</li> <li>• Batasan (boundedness)</li> </ul>
Jones dan Rafaeli (2000)	Struktur sosial dan teknologi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voluntary associations</li> <li>• Virtual settlements</li> <li>• Cyber inn</li> </ul>
Porter (2004)	Asal berdirinya komunitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Member-initiated</li> <li>• Organization-sponsored</li> </ul>

Sumber: Ruhi (2010)

Porter (2004) telah membuat tipologi komunitas virtual dengan membagi berdasarkan pendiriannya yaitu, *member-initiated* dan *organizational-sponsored*. Komunitas virtual yang didirikan oleh anggota masyarakat dikategorikan dalam komunitas virtual *member-initiated* sedangkan yang didirikan oleh perusahaan atau organisasi tertentu diistilahkan dengan *organizational-sponsored*. Berdasarkan orientasi hubungannya maka komunitas virtual dibagi menjadi

sosial, profesional, komersial, non profit dan pemerintah. Porter (2004) membuat model tipologi komunitas virtual sebagaimana terlihat dalam bagan berikut ini:



Sumber: Akkinen (2005)

**Gambar 2.12 Tipologi Komunitas Virtual Porter**

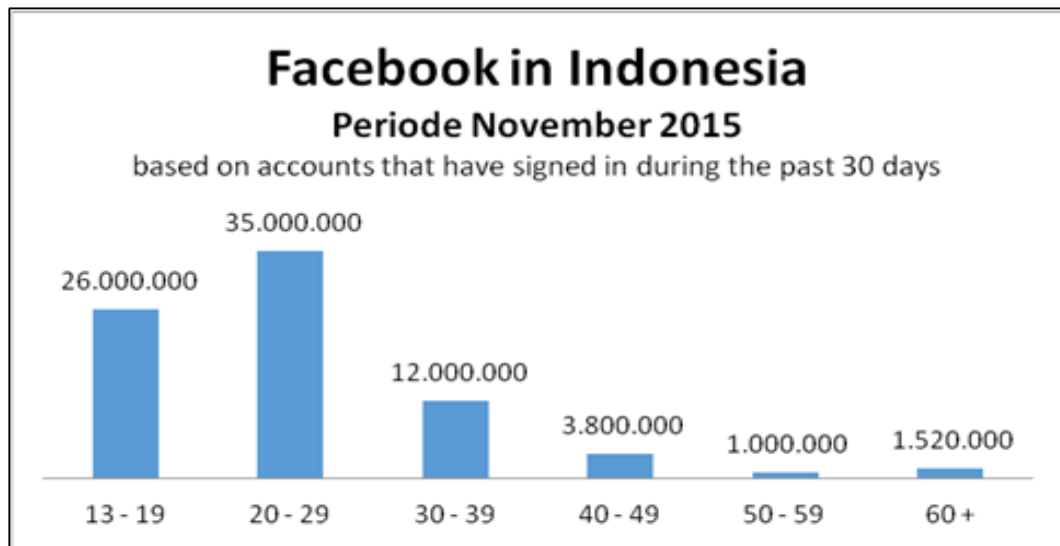
Penelitian saat ini difokuskan pada jenis komunitas virtual berorientasi hubungan yang menunjukkan bahwa komunitas dibentuk oleh anggota masyarakat atas inisiatif sendiri dan bersifat sosial. Fokus ini penting ketika dikaitkan dengan tujuan pengembangan komunitas dalam ilmu sosiologi dengan menggunakan pendekatan ekologi yaitu untuk pemberdayaan masyarakat. Perwujudan masyarakat madani membuktikan bahwa pengembangan masyarakat tidak lagi *top-down* yang berasal dari penguasa atau pemerintah. Komunitas yang mampu memberdayakan anggotanya akan mengarahkan pada dinamika kehidupan bersifat *bottom-up*. Ketika menggunakan teknologi baik itu komputer maupun telpon seluler maka pembagian komunitas berdasarkan geografis dan fungsional menurut Ife *et al.* (2008) bisa diterapkan secara fleksibel. Teknologi bisa menjadi sarana untuk berkomunikasi dan berinteraksi komunitas di suatu wilayah tertentu atau komunitas yang tidak mensyaratkan anggota berada dalam cakupan wilayah tertentu sehingga bersifat global.

*Platform* teknologi dalam konteks komunitas virtual merupakan bagian penting yang memediasi komunikasi dan interaksi antar individu. Studi yang

berkaitan dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam komunikasi secara umum telah dikenal dengan istilah *Computer Mediated Communication (CMC)*. *Platform* CMC tradisional mengacu pada interaksi antara individu melalui penggunaan aplikasi jaringan komputer. Namun perkembangan terkini menunjukkan bahwa bukan hanya komputer yang bisa memediasi komunitas virtual. Telpon seluler saat ini sudah dilengkapi dengan perangkat yang bisa digunakan untuk mengakses jaringan internet sehingga *platform* teknologi untuk komunitas virtual terentang semakin luas. Aplikasi media sosial telah menyebar ke seluruh dunia dan bisa diterapkan pada komputer dan telpon seluler.

Suatu komunitas bisa menggunakan *platform* teknologi yang tersedia di dunia maya seperti Facebook, Whatsapp, Twitter, Instragram dan lain-lain. Sampai tahun 2015, Facebook merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan di seluruh dunia. Hampir 1,550 milyar orang menggunakan Facebook sebagai pilihan berinteraksi di media sosial. Menurut data yang dikeluarkan oleh '*We Are Social*' menunjukkan bahwa sampai bulan Nopember 2015 Facebook mendominasi penggunaan *platform* teknologi media sosial. Peringkat kedua adalah Whatsapp dengan jumlah pengguna sebesar 900 juta orang. Sementara itu Instagram dan Twitter berada di posisi ke tujuh dan delapan.

Sementara itu di Indonesia, sampai dengan Nopember 2015 ada 79 juta orang menggunakan Facebook. Sebagian besar pengguna Facebook berusia 20-29 tahun (35 juta orang) dengan komposisi 60% pria dan 40% wanita. Di peringkat kedua, kelompok usia remaja 13 – 19 tahun (26 juta orang) dengan komposisi berimbang antara pria dan wanita masing-masing 50%. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa potensi Facebook sebagai *platform* teknologi untuk berinteraksi dan berkomunikasi sangat besar.



Sumber: We Are Social (2015)

**Gambar 2.13 Pengguna Facebook di Indonesia**

Pengguna Facebook di Indonesia yang paling banyak adalah orang yang berusia antara 20-29 yang berjumlah 35 juta sedangkan yang kedua adalah orang yang berusia 13-19 tahun yang berjumlah 26 juta. Sementara itu, data juga menunjukkan bahwa pengguna Facebook ada orang yang berusia di atas 60 tahun (jumlahnya sekitar 1,520,000 orang. Hal ini membuktikan bahwa Facebook bisa digunakan oleh segala usia. Berikut ini adalah data pengguna Facebook di Indonesia pada periode Nopember 2015:

**Tabel 2.4 Pengguna Facebook di Indonesia**  
 Periode Nopember 2015

Age Group	Accounts	Female	Male
<b>Total</b>	<b>79,320,000</b>	<b>42%</b>	<b>58%</b>
13 – 19	26,000,000	50%	50%
20 – 29	35,000,000	40%	60%
30 – 39	12,000,000	38%	62%
40 – 49	3,800,000	39%	61%
50 – 59	1,000,000	39%	61%
60 +	1,520,000	28%	72%

Sumber: We Are Social (2015)

Keberadaan komunitas virtual di Facebook bisa menggunakan *platform* laman (*Pages*) dan grup (*Group*). *Platform Pages* adalah sebuah aplikasi bagi suatu merk, organisasi atau individu untuk berkomunikasi dengan orang lain yang menjadi pengikut mereka (*Followers*). Hubungan komunikasi dalam *Pages* bersifat vertikal dimana *follower* bisa bergabung dengan cara menekan tombol 'like' maka secara langsung bisa berpartisipasi dalam komunitas melalui update status, foto, video atau link tergantung setting yang ditetapkan oleh admin atau pemilik akun. Facebook (2013) menerbitkan panduan yang menunjukkan partisipasi *fans/follower* dengan cara:

- Liking the content the Page displays which sometimes shows up as a news feed article from the fan to their friends (such as "Jim Edwards likes Midtown Library's photo");
- Commenting on the content (again, sometimes shows up to their friends);
- Sharing the content on their wall which will usually show up for any friends who regularly view posts from them or directly to a friend's wall, another Page, or a Group;
- And posting to the Page itself, usually relegated to a small box called "Recent Posts by Others" unless the Page highlights it.

Aplikasi kedua yang bisa digunakan sebagai wadah komunitas virtual di Facebook adalah grup (*Groups*). Bentuk komunikasi dalam grup bersifat horizontal yang memungkinkan adanya diskusi antar anggota komunitas. Untuk menjadi anggota seseorang harus mendaftarkan diri terlebih dahulu yang selanjutnya akan dikonfirmasi oleh pengelola. Grup mewadahi orang-orang yang ingin berkelompok dengan tujuan dan minat yang sama.

### **2.2.2. Partisipasi Berkelanjutan**

Partisipasi komunitas biasanya dikaitkan dengan ide keterlibatan anggota komunitas dalam pengembangan sosial. Partisipasi memiliki makna beragam tergantung konteks pembicaraan. Sejumlah bidang keilmuan telah menggunakan

istilah partisipasi untuk berbagai jenis, tingkat intensitas, keluasan dan frekuensi. Penulis bidang partisipasi komunitas menyatakan bahwa *“Community participation, however, has a different meaning for different people and even a different meaning for the same people according to the situation; different users prefer to participate in different way according to the situation too”* (Sanoff, 2000:8). Dalam konteks komunitas, tujuan partisipasi dimaksudkan untuk pertukaran informasi dan interaksi antar anggota. Partisipasi bisa menurunkan perasaan anonimitas sehingga meningkatkan kepaduan komunitas.

Ada beberapa kondisi yang mendorong anggota komunitas berpartisipasi (Ife *et al.*, 2008:312), yaitu:

1. Orang mau berpartisipasi apabila mereka merasa bahwa isu atau aktifitas tersebut penting.
2. Orang harus merasa bahwa mereka akan membuat perubahan.
3. Berbagai bentuk partisipasi harus diakui dan dihargai.
4. Orang harus bisa berpartisipasi dan didukung dalam berpartisipasi.
5. Struktur dan proses tidak boleh mengecilkkan.

Mengingat pentingnya partisipasi dalam konteks pengembangan masyarakat madani, maka suatu komunitas berupaya menciptakan kondisi-kondisi yang memungkinkan para anggota berperan aktif.

Komponen penting dari pengembangan komunitas berbasis ekologi adalah prinsip keberlanjutan (*sustainability*). Pembentukan komunitas yang dimaksudkan untuk memberdayakan individu dibuat dalam kerangka jangka panjang. Mengingat kelangsungan hidup komunitas tergantung pada partisipasi anggotanya, maka keberlanjutan partisipasi menjadi fokus penting dalam pembahasan pengembangan komunitas.

Berkaitan dengan partisipasi anggota komunitas virtual, saat ini telah dibuat kategori tipe-tipe partisipasi anggota komunitas virtual yang menunjukkan keterlibatan individu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Gartner dalam Ruhi (2010) ada empat jenis partisipasi dalam komunitas virtual:

1. *Creator* (pencipta) adalah orang yang membuat konten pada awalnya dan bertindak sebagai advokat untuk mengajukan produk dan jasa yang berbeda (3% dalam keanggotaan komunitas *online*).
2. *Contributor* (kontributor) adalah orang yang menambahkan percakapan tapi jarang sekali mengawali topik diskusi baru. Anggota seperti ini kemungkinan merekomendasikan produk dan jasa pada pihak lain yang berpotensi (3% dan 10% dari total populasi anggota).
3. *Opportunist* adalah orang yang akan membangun percakapan sebelumnya dan menambahkan nilai dengan cara mengajukan pengalaman membeli mereka sendiri (20% dari basis anggota).
4. *Lurkers* (pengintai) adalah orang yang mengambil manfaat dari informasi komunitas *online* tapi hanya bertindak sebagai penonton dan tidak memberi input personal (80% dari populasi anggota).

Secara khusus Rafaeli (2004) telah meneliti *Lurker* dalam komunitas virtual dikaitkan dengan pengaruh sosial dan modal budaya. Hasil penelitiannya menunjukkan ketika suatu komunitas virtual sangat aktif menyebabkan banjir informasi sehingga kemungkinan dibaca atau direspon anggota sangat kecil. Hal ini mendorong beberapa orang untuk berpartisipasi pasif yang diekspresikan dalam bentuk mengunjungi komunitas virtual tetapi tidak terlibat dalam diskusi atau sekedar membaca posting orang lain. Jumlah *Lurker* menurut Katz (dalam Rafaeli, 2004) sekitar 90%.

Sejumlah peneliti lain telah melakukan kategorisasi sehingga ada berbagai istilah terkait dengan jenis partisipasi anggota komunitas virtual. Misal, Li dan Bernof (dalam Ruhi, 2010) membagi enam kelompok pengguna media sosial menjadi: *inactive* (tidak berpartisipasi dalam komunitas *online*), *spectators* (partisipasi pasif dan konsumen), *joiners* (tertarik dengan networking sosial), *collectors* (terlibat dalam struktur konten, *tagging* dan *sharing* informasi *online*),

*critics* (memberi kajian informasional dan peringkat konten yang ada), *creators* (membuat konten baru).

#### **2.2.2.1. Perilaku Partisipasi Berkelanjutan**

Kajian perilaku manusia merupakan satu bidang ilmu pengetahuan dalam rangka memahami perilaku yang diekspresikan oleh individu. Karakter ilmu pengetahuan ini tidak hanya mendeskripsikan perilaku manusia tetapi juga berusaha untuk memprediksikan. Pengetahuan mengenai perilaku manusia dimaksudkan untuk mengklarifikasi keseragaman perilaku manusia sehingga bisa dibuat suatu analisis yang menghasilkan prediksi.

Skinner (2013) mendefinisikan perilaku sebagai respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Perilaku manusia itu sendiri bersifat unik. "Perilaku merupakan sebuah materi subyek yang sulit, bukan karena materi ini tidak bisa diakses, tetapi karena materi ini sangat kompleks. Karena materi ini merupakan suatu proses, ketimbang sebuah benda, materi ini tidak bisa dengan mudah dibuat diam untuk diamati. Perilaku terus berubah, mencair, dan *evanescent* (segera menghilang dari pandangan dan memori)" (Skinner, 2013:22). Penelitian perilaku didasari atas kesadaran bahwa perilaku manusia sangat kompleks dan penyeragaman bersifat terbatas karena ada kemungkinan fakta-fakta di luar jangkauan ilmu pengetahuan yang prediktif dan terkendali.

Perilaku individu yang tergabung dalam suatu kelompok merupakan bagian penting dalam pembahasan komunitas. Istilah kelompok (*grup*) mengacu pada beberapa orang yang bergabung dalam suatu kumpulan tertentu untuk saling berinteraksi satu sama lain. Kelompok adalah dua atau lebih orang yang saling berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain (Myers, 2010:354). Dalam kajian psikososial, istilah kelompok mensyaratkan adanya interaksi dan



hubungan saling mempengaruhi. Kebersamaan beberapa orang dalam satu waktu dan ruang tertentu lebih merupakan suatu kumpulan individu dan bukan kelompok jika tidak ada interaksi dan proses saling mempengaruhi. Perilaku yang diekspresikan seseorang sebagai individu akan berbeda ketika berada dalam kelompok.

Skinner menggunakan istilah perilaku sosial ketika mengkaji perilaku individu yang berada dalam suatu kelompok. Perilaku sosial dapat didefinisikan sebagai perilaku dari dua orang atau lebih yang saling terkait atau bersama dalam kaitan dengan sebuah lingkungan bersama (Skinner, 2013:459). Definisi tersebut hampir sama dengan pengertian yang diajukan oleh Myers (2010), kecuali pada faktor saling mempengaruhi. Analisis perilaku individu dalam kelompok perlu dilakukan, beberapa penelitian telah membuktikan bahwa perilaku seseorang saat sendiri akan berbeda ketika berada dalam kelompok. Kehadiran orang lain akan mempengaruhi perilaku.

Ciri-ciri kelompok dibuat untuk membedakan istilah grup dengan kerumunan dan gerombolan. Ada dua elemen yang digunakan untuk melihat karakteristik kelompok, yaitu struktur kelompok dan kepaduan. Struktur kelompok muncul ketika anggota dalam suatu kelompok mengekspresikan perilaku yang berbeda. Perilaku dalam kelompok tidak sama persis tetapi tergantung pada norma sosial, peran sosial dan status sosial. Norma sosial adalah aturan dan ekspektasi mengenai bagaimana anggota kelompok seharusnya berperilaku. Peran sosial adalah seperangkat norma bagaimana seseorang dalam posisi sosial tertentu harus berperilaku. Status sosial adalah tingkat otoritas yang berbeda dalam kelompok.

Karakteristik kedua dari kelompok adalah kepaduan yang merujuk pada daya, baik positif maupun negatif yang menyebabkan anggota tetap bertahan dalam kelompok (Taylor *et al.*, 2009:381). Kepaduan (*cohesiveness*) muncul karena dilandasi komitmen anggota terhadap kelompok. Kepaduan akan timbul jika ada rasa suka dan terikat dengan anggota yang lain. Wujud kepaduan ini bisa dilihat dalam interaksi antar anggota dan keberadaan konflik. Faktor lain yang mempengaruhi kepaduan adalah keberadaan tujuan kelompok yang sesuai dengan individu.

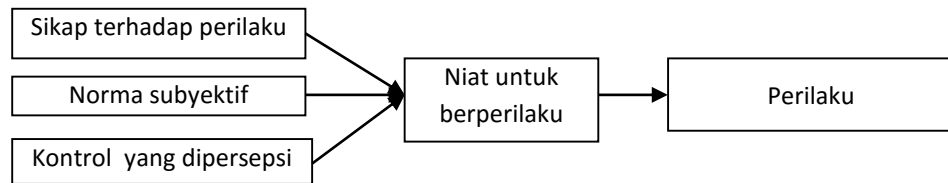
Kajian dalam psikologi sosial telah menelaah dampak sosial sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi individu. Dampak keseluruhan dari orang lain terhadap seorang individu akan tergantung pada tiga karakteristik pengamat (sumber pengaruh): jumlahnya, kekuatannya dan kedekatannya (Taylor *et al.*, 2009:372). Hal ini bisa menjelaskan ketika jumlah pengamat bertambah maka dampaknya semakin besar. Kekuatan pengamat bisa ditentukan oleh faktor usia atau status. Sedangkan kedekatan pengamat menunjuk pada ruang dan waktu.

Perilaku dalam kelompok juga bisa menyebabkan terjadinya deindividuisasi. Istilah ini merujuk pada seseorang yang kehilangan dirinya sendiri ketika berada dalam kelompok sehingga mengekspresikan perilaku yang tidak biasa ditunjukkan. Hal ini menjelaskan adanya kecenderungan perilaku yang mudah ditularkan ketika individu berada dalam kerumunan. Orang akan ikut-ikutan meniru perilaku yang dilakukan oleh sebagian besar orang dalam kelompok. Peneliti sepakat bahwa deindividuisasi meningkat apabila individu anonim dan ukuran kelompok makin besar (Taylor *et al.*, 2009:375). Anonimitas adalah suatu tindakan sadar seseorang menutupi atau menghilangkan diri sehingga ia bisa bertindak tanpa identitas. Taylor *et al.* (2009) menyatakan

bahwa anonimitas kelompok dapat menyebabkan orang melakukan hal-hal yang tidak akan mereka lakukan saat sendiri.

Analisis perilaku ilmiah dimaksudkan untuk mengganti interpretasi pribadi yang berubah-ubah menjadi suatu prediksi yang kuat. Para ahli perilaku telah berusaha mencari faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menunjukkan suatu perilaku tertentu. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menemukan hubungan antara sikap dan perilaku. Sikap adalah evaluasi terhadap berbagai aspek dalam dunia sosial (Baron *et al.*, 2003:120). Beberapa literatur psikologi sosial telah membahas mengenai hubungan sikap dan perilaku. Tiga dimensi ABC (*Affect, Behaviour* dan *Cognitive*) menunjukkan adanya hubungan antara pengaruh, perilaku dan kognisi dalam kaitannya dengan sikap. Penelitian yang menguji hubungan antara sikap dan perilaku menunjukkan bahwa sikap tidak selalu mempengaruhi perilaku. Myers (2010) menyatakan bahwa ekspresi sikap dan perilaku manusia tergantung pada banyak pengaruh. Sikap memprediksi perilaku ketika pengaruh sosial diminimalisir dan individu memiliki sikap kuat. Bagaimana sikap mempengaruhi perilaku telah diteliti oleh Ajzen dan Fishbein yang kemudian mengajukan teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action*) dan kemudian dikembangkan menjadi teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behaviour*). Pada dasarnya teori ini menyatakan bahwa “Keputusan untuk menampilkan perilaku tertentu adalah hasil dari proses rasional yang diarahkan pada suatu tujuan tertentu dan mengikuti urutan berpikir” (Baron *et al.*, 2003:135). Pengertian ini menunjukkan bahwa tindakan individu dihasilkan dari serangkaian proses berpikir dan mempertimbangkan berbagai pilihan sehingga pada akhirnya diambil keputusan untuk mengekspresikan suatu perilaku tertentu. Faktor-faktor yang digunakan dalam

teori tersebut adalah intensi, keinginan dan tindakan. Teori ini dimodelkan sebagai berikut:



Sumber: Myers, (2010:169)

**Gambar 2.14 Model Teori Perilaku Terencana**

Pengembangan teori perilaku partisipasi berkelanjutan menggunakan Model Teori Perilaku Terencana sehingga bisa dimaknai bahwa seseorang memutuskan untuk mewujudkan perilaku partisipasi berkelanjutan didasarkan serangkaian proses berpikir dan mempertimbangkan beberapa faktor. Dalam konteks komunitas virtual maka perilaku partisipasi berkelanjutan dikaitkan dengan keterlibatan anggota komunitas virtual yang dilakukan secara terus menerus. Suatu komunitas virtual yang menggunakan teknologi sebagai media untuk berkomunikasi dan berinteraksi akan mempengaruhi perilaku anggotanya. Kajian bidang ini akhirnya melihat aspek teknologi dan manusia yang terlibat didalamnya ketika ingin memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku anggota komunitas virtual.

#### **2.2.2.2. Niat Partisipasi Berkelanjutan**

Kajian mengenai niat merupakan bagian dari studi tentang perilaku sehingga pembahasan niat selalu dikaitkan dengan perilaku. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, niat diartikan sebagai kehendak (keinginan dalam hati) akan melakukan sesuatu. Niat diasumsikan untuk menangkap faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku (Ajzen, 1977). Hal ini menunjukkan seberapa keras seseorang ingin mencoba, seberapa banyak usaha yang direncanakan dalam rangka mewujudkan suatu perilaku tertentu. Pembahasan mengenai niat

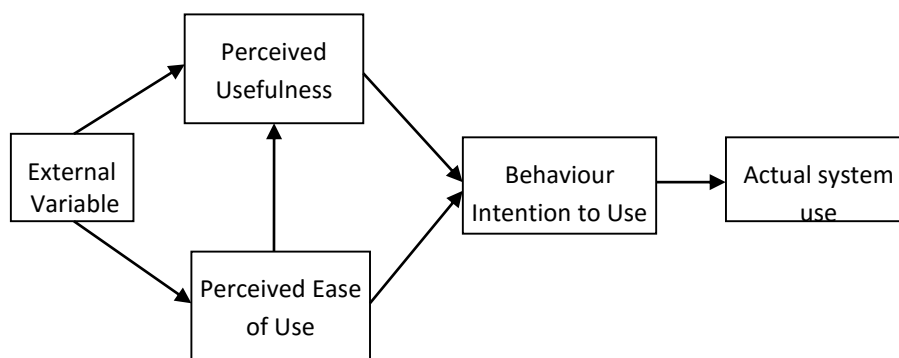
diarahkan pada perilaku sebagai tujuan dan faktor-faktor lain yang menjadi seseorang untuk berniat. Pada dasarnya niat merupakan suatu kemungkinan dimana seseorang akan melakukan suatu perilaku tertentu atau tidak sehingga mengukur niat berarti mengukur kemungkinan seseorang dalam melakukan perilaku tertentu.

Berdasarkan model Teori Perilaku Terencana maka bisa dilihat bahwa niat dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif dan persepsi tentang kontrol perilaku tertentu. Model tersebut menjelaskan bahwa niat bisa memprediksi suatu perilaku dan niat dipengaruhi faktor motivasional yang menguatkan implementasi niat. Niat diharapkan bisa mempengaruhi perilaku ketika seseorang memiliki kontrol perilaku yang akan meningkat ketika seseorang termotivasi untuk mencoba. Persepsi kontrol perilaku merupakan persepsi kemudahan atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku. Persepsi ini dipengaruhi situasi di mana seseorang berada.

Rendahnya hubungan antara niat terhadap perilaku seringkali mencerminkan kecenderungan individu lebih-lebihkan niat daripada mewujudkan perilaku yang diinginkan secara sosial. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang bersemangat dan optimis ketika menetapkan suatu keinginan perilaku tertentu tetapi ada faktor-faktor yang mempengaruhi apakah keinginan tersebut akan dilaksanakan atau tidak. Menyikapi hal ini Gollwitzer (1999) telah merumuskan beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang mewujudkan niat. Hal-hal yang mempengaruhi (melemahkan atau menguatkan) seseorang untuk mewujudkan niatnya adalah kekuatan komitmen untuk mewujudkan niat dan kekuatan komitmen terhadap tujuan pelaksanaan niat.

### 2.2.3. Motivasi

Berkenaan dengan perilaku penggunaan teknologi, Davis (1989) telah mengembangkan TRA dan TPB menjadi sebuah model yang diberi nama *Theory of Acceptance Model (TAM)*. Menurut Davis, perilaku penggunaan teknologi dipengaruhi oleh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Model umum TAM adalah sebagai berikut:



Sumber: Davis (1989)

**Gambar 2.15 Model TAM (Davis, 1989)**

Seiring berjalannya waktu, beberapa kritik diberikan terhadap model ini yang menganggap bahwa perilaku manusia dalam menggunakan teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknik saja tetapi juga melibatkan aspek manusia dan sosial. Beberapa periset akhirnya menggunakan kerangka motivasional ketika mengembangkan model perilaku pemanfaatan teknologi informasi. Motivasi ekstrinsik atau *utilitarian* dikaitkan dengan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Beberapa periset juga menggunakan istilah kognitif untuk memasukan faktor teknologi dalam perilaku. Sementara motivasi ekstrinsik atau *hedonic* dikaitkan dengan persepsi kegembiraan dan beberapa periset juga menggunakan istilah afektif. Berkenaan dengan komunitas virtual yang melibatkan lebih dari satu individu maka faktor sosial dilihat dalam pemahaman perilaku pemanfaatan teknologi informasi. Faktor sosial yang sering

digunakan dalam kajian ini adalah rasa memiliki (rasa memiliki terhadap komunitas/ *sense of community*).

#### **2.2.3.1. Rasa Memiliki**

Rasa memiliki merupakan bahasan penting dalam komunitas virtual. Rasa memiliki menunjukkan kemelekatan seorang anggota terhadap komunitas virtual yang diikutinya. Rasa memiliki didefinisikan sebagai keterlibatan emosional seseorang terhadap suatu komunitas virtual yang mempengaruhi niat untuk berpartisipasi (Zhao *et al.*, 2012). Rasa memiliki memungkinkan anggota merasa menjadi bagian dari anggota lain dan bisa saling berbagi. Istilah lain yang mengacu pada pengertian yang sama adalah '*sense of virtual community*' yang menunjukkan adanya rasa memiliki anggota terhadap suatu komunitas virtual. Petric *et al.* (2013) secara khusus meneliti *Sense of Virtual Community* yang melibatkan variabel norma, sangsi dan moderator. Komunitas virtual yang diteliti berasal dari berbagai jenis web forum dimana keberadaan moderator dan sangsi memegang peranan penting. Namun hasil riset membuktikan bahwa sangsi tidak diperlukan dalam komunitas virtual. Sedangkan norma berpengaruh signifikan terhadap *Sense of Virtual Community*. Norma yang jelas dan terbuka memunculkan etika berdiskusi dalam forum.

Periset lain menggunakan istilah *Sense of Virtual Community* untuk makna yang sama (Ruhi, 2010; Lin *et al.*, 2007). Hasil riset Ruhi (2010) menunjukkan bahwa kualitas informasi dan sistem berpengaruh signifikan terhadap *Sense of Virtual Community* setelah melalui variabel mediasi, sehingga ada dua jalur. Yang pertama, *Information Quality* yang dimediasi *Organizational Trustworthiness*. Kedua, *Information Quality* yang dimediasi *Member Trustworthiness*. Sedangkan *Website Usability* berpengaruh terhadap *Sense of*

*Virtual Community* setelah melalui mediasi *Organizational Trustworthiness*. Periset lain (Lin, 2008) menunjukkan bahwa kualitas informasi dan sistem berpengaruh signifikan terhadap rasa memiliki setelah melalui variabel mediasi *Member Satisfaction*. Hasil ini sama dengan riset Lin *et al.* (2007) yang menunjukkan kualitas informasi dan sistem berpengaruh signifikan terhadap *Sense of Community* setelah dimediasi variabel *User Satisfaction*. Sementara hasil riset Lu *et al.* (2011) menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan secara langsung terhadap rasa memiliki. Rasa memiliki menimbulkan kesetiaan dan keterikatan anggota terhadap komunitas virtual sehingga mereka menunjukkan niat untuk berpartisipasi (Lin, 2007; Lin *et al.*, 2007; Lu *et al.*, 2011). Riset ini didukung oleh hasil riset Ruhi (2010) yang menunjukkan bahwa *Sense of Virtual Community* berpengaruh signifikan terhadap partisipasi. Semakin tinggi rasa memiliki anggota terhadap komunitas virtual maka semakin tinggi niat untuk berpartisipasi kembali.

#### **2.2.3.2. Persepsi Kegembiraan**

Motivasi intrinsik (*hedonic* atau afektif) telah digunakan beberapa periset untuk memahami perilaku penggunaan teknologi informasi. Berkenaan dengan komunitas virtual, motivasi intrinsik bisa diwujudkan dalam variabel persepsi kegembiraan. Hasil riset Lu *et al.* (2011) menunjukkan kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Kegembiraan Alasan seseorang bergabung dalam komunitas virtual pada dasarnya adalah untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan keinginannya.

Sedangkan hasil riset Ruhi (2010) menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh tidak signifikan secara langsung terhadap Persepsi Kegembiraan. Namun demikian, ketika ada variabel *Member Trustworthiness*. yang memediasi



maka kualitas informasi akan berpengaruh signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa dalam konteks jenis komunitas virtual yang beragam, anggota komunitas virtual tidak serta merta mempercayai informasi yang diberikan orang lain. Sedangkan komunitas virtual yang diteliti oleh Lu *et al.* (2011) bersifat homogen, hanya jenis "*Leisure-oriented communities*" sementara Ruhi (2010) menggunakan jenis komunitas yang lebih luas termasuk didalamnya komunitas yang dibentuk oleh organisasi atau perusahaan. Ruhi (2010) membuktikan bahwa *Website Usability* berpengaruh positif terhadap Persepsi Kegembiraan.

Seseorang yang memberi informasi atau mengajukan pertanyaan dalam komunitas virtual akan merasa senang jika mendapat respon dari anggota lain. Hasil riset Lu *et al.* (2011) menunjukkan ada pengaruh signifikan. Sosiabilitas berpengaruh terhadap tingkat kesenangan seseorang menggunakan sistem karena dalam komunitas virtual ada seperangkat tujuan dan kebijakan yang mengatur tata cara bersosialisasi dengan orang lain. Tujuan dan kebijakan ini menyenangkan karena Interaksi yang berwujud dukungan tampaknya menyenangkan orang lain. Namun demikian Ruhi (2010) telah membuktikan bahwa faktor *Sociability* yang terdiri dari *Member Responsiveness* dan *Member Trustworthiness* tidak berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Kegembiraan. Temuan ini sangat berbeda dengan hasil riset Lu *et al.* (2010) yang menunjukkan interaksi dan kebijakan berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Kegembiraan. Sementara itu Livari (2014) telah membuktikan bahwa penggunaan Facebook untuk menciptakan kontak sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap Persepsi Kegembiraan tetapi ketika tujuannya merawat (*maintaining*) kontak sosial menjadi berpengaruh signifikan. Kecepatan orang untuk merespon interaksi dalam komunitas virtual juga bisa menimbulkan rasa senang. Temuan ini

didukung oleh penelitian Phang *et al.* (2009) yang menguji *Social Interactivity* dalam web forum kelompok belajar. Hasil berbeda diberikan oleh Ruhi (2010) dimana istilah *Interaction Quality* disebut sebagai *Member Responsiveness* dan berpengaruh terhadap Persepsi Kegembiraan setelah dimediasi oleh *Trustworthiness*. Kondisi ini sama seperti hubungan *Information Quality* terhadap Persepsi Kegembiraan yang dimediasi dengan *Member Trustworthiness*.

Keragaman hasil riset tersebut menarik untuk diteliti lebih lanjut dalam riset saat ini. Wujud sosiabilitas pada Facebook adalah adanya interaksi, memberi respon, berempati dan hubungan timbal balik sebagai akibat status yang ditulis seseorang. Ekspresi tersebut bisa dalam bentuk menuliskan komentar, klik '*Like*' dan '*Share*'. Selain itu interaksi bisa dilakukan melalui *Chat Room* dan *Inbox* ketika individu tidak ingin komunikasi mereka diketahui orang lain. Penjelasan aspek sosiabilitas bisa menggunakan teori psikososial dimana dukungan dan respon bisa mempengaruhi emosi orang lain. Ketika ada dukungan dan respon dari anggota lain maka individu akan merasa senang berada dalam komunitas virtual.

#### **2.2.3.3. Persepsi Kemanfaatan**

Penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh tidak signifikan terhadap *Continuous Participation Intention* (Lu *et al.*, 2011). Sementara riset Lin (2007) menunjukkan bahwa Persepsi Kemanfaatan merupakan faktor terbesar yang mempengaruhi niat seseorang untuk berpartisipasi. Lu *et al.* (2011) menyimpulkan bahwa hasil risetnya berbeda dengan periset lain kemungkinan karena jenis komunitas virtual yang diteliti bersifat homogen adalah '*Leisure-Oriented*' sedangkan Lin (2007) meneliti beragam komunitas virtual.

Teori TAM menggunakan Persepsi Kemanfaatan sebagai salah satu variabel penting yang mempengaruhi penggunaan teknologi melalui mediasi perilaku intensi menggunakan (*Behaviour Intention to Use*). Secara fungsional, kemanfaatan dilihat dari kapabilitas sistem untuk memberi nilai terhadap individu. Ketika Facebook dipilih sebagai platform teknologi yang memediasi komunikasi antar anggota komunitas virtual maka kualitas informasi dan interaksi menjadi faktor penting. Kemudahan sistem Facebook memungkinkan orang bertukar informasi dan berinteraksi melalui 'wall', 'inbox' dan 'chat room' sedangkan untuk mengekspresikan interaksi bisa dilakukan dengan memberi 'comment', 'like' dan 'share'. Ketika seseorang meyakini bahwa komunitas virtual bisa memberi manfaat secara fungsional dan sosial maka kemungkinan besar mereka akan menimbulkan niat untuk terus berpartisipasi.

#### **2.2.4. Aspek Sosio-teknik**

##### **2.2.4.1. Kebergunaan**

Kebergunaan (*usability*) merupakan kapasitas sistem yang bisa digunakan secara mudah dan efektif oleh seseorang dalam rangka menyelesaikan tugasnya (Phang *et al.*, 2009). Lebih dari tiga puluh tahun, kebergunaan termasuk dalam kajian di bidang ilmu interaksi manusia dan komputer. Para peneliti telah mengembangkan berbagai definisi dari kebergunaan sistem informasi secara umum. Dalam konteks komunitas virtual, Preece (2001) mengajukan definisi kebergunaan untuk menjelaskan seberapa intuitif dan mudah seseorang mempelajari, menggunakan dan berinteraksi dengan suatu sistem. Kebergunaan sistem yang baik jika memiliki interface yang konsisten, bisa dikontrol dan diprediksi sehingga pada gilirannya akan memuaskan dan memudahkan

pengguna (Lazar dan Preece, 2002). Shneiderman (1998) dalam Lazar dan Preece (2002) merumuskan prinsip untuk kebergunaan sistem:

1. *Konsistensi*. Sistem konsisten dalam hal penggunaan istilah dan prosedur untuk mencapai fungsionalitas yang sama dalam suatu program. Misal, untuk keluar dari sistem menggunakan istilah 'exit' maka tidak dipertukarkan dengan istilah 'quit'. Selain itu sistem juga harus konsisten dalam penggunaan warna, *layout*, huruf dan lain sebagainya.
2. *Kontrol*. Pengguna bisa mengendalikan sistem sehingga memberikan dukungan dan bukannya mengambil kontrol.
3. *Bisa diprediksi*. Sistem yang bisa diprediksi pengguna memungkinkan untuk membangun pengalaman secara berkelanjutan.

Kajian mengenai kebergunaan sistem telah lama dilakukan, namun demikian kemajuan teknologi dan penciptaan kebaruan yang terus berlangsung menyebabkan penelitian kebergunaan tetap menarik. Penggunaan internet secara luas mengakibatkan bahasan kebergunaan yang sebelumnya terbatas pada sistem perangkat lunak meluas. Kegunaan sistem berbasis web mulai diangkat menjadi tema penelitian. Preece telah mengajukan suatu panduan untuk mengevaluasi kebergunaan web, yaitu; navigasi, akses dan desain informasi.

Navigasi dalam konteks sistem informasi berbasis internet merupakan petunjuk-petunjuk bagi pengunjung halaman yang ada dalam web. Navigasi yang baik dalam web ditunjukkan dengan adanya pemetaan web, menu terstruktur, kotak pencarian dan konsisten. Akses merupakan faktor penting dalam kebergunaan web. Individu mengakses web melalui suatu alamat yang diistilahkan dengan *Uniform Resource Locators* (URL), untuk memudahkan

akses sebaiknya alamat URL yang dibuat tidak rumit dan panjang. Selain itu gunakan warna URL yang standar (biru). Kemudahan akses yang lain adalah waktu download yang tidak terlalu panjang (umumnya 15 detik). Hal-hal yang harus diperhatikan dalam desain informasi adalah kelengkapan dan kekinian informasi, desain grafis yang bagus, menghindari penggunaan warna berlebihan, menghindari penggunaan gambar bergerak dan berlebihan, konsisten di halaman (misal, penggunaan font, penomoran, istilah dan lainnya).

Temuan media sosial sebagai suatu bentuk platform teknologi informasi telah menimbulkan dinamika kajian kebergunaan sistem. Facebook sebagai platform yang dibuat pada tahun 2004 dan diluncurkan ke masyarakat umum sejak tahun 2006 merupakan tantangan baru bagi peneliti bidang interaksi manusia dan komputer (IMK) untuk mengembangkan metode pengujian kebergunaan.

#### **2.2.4.2. Sosiabilitas**

Sosiabilitas (*Sociability*) adalah karakteristik sistem komunitas virtual yang mendukung kondisi sosial dimana anggota bisa menemukan rasa senang ketika berinteraksi satu sama lain dalam rangka mencapai tujuan komunitas melalui ruang yang dimungkinkan oleh teknologi (Preee, 2001). Sosiabilitas menunjukkan sejauh mana keinginan individu untuk bersosialisasi terpuaskan melalui sistem yang mampu menyediakan interaksi sosial dengan orang lain. Dalam perspektif sosiabilitas, permasalahan sosial terkait dengan penggunaan teknologi merupakan pembahasan utama. Perilaku individu dalam kelompok ketika berinteraksi dengan menggunakan teknologi sebagai media akan dikaji secara mendalam. Dalam ilmu psikososial, ada faktor-faktor yang mempengaruhi individu akan menunjukkan perilaku berbeda ketika sendirian atau berada dalam

suatu kelompok. Interaksi dan komunikasi dalam komunitas virtual dilakukan melalui menggunakan kata-kata yang disampaikan dalam bentuk teks dan gambar. Persepsi tulisan dan lisan memiliki pengaruh yang berbeda.

Ketidakhadiran fisik dalam interaksi dan komunikasi juga memungkinkan seseorang untuk menyembunyikan identitas diri. Dalam psikososial, hal ini diistilahkan dengan deindividuisasi yang menimbulkan anonimitas. Penelitian yang dilakukan dalam bidang psikososial menunjukkan bahwa anonimitas meningkatkan agresi, sehingga kemungkinan terjadi konflik dalam komunitas virtual sangat besar. Keberadaan norma-norma yang ditetapkan dalam suatu kebijakan komunitas harus dipatuhi oleh anggota. Norma tertulis dalam bentuk kebijakan dibuat dalam rangka menjaga interaksi dan komunikasi komunitas agar berjalan sesuai dengan tujuan pendirian komunitas virtual. Perilaku yang harus dilakukan dan tidak boleh dituliskan menjadi kebijakan yang bisa dibaca semua anggota.

Petric dan Petrovcic (2013) telah meneliti pengaruh norma terhadap *sense of virtual community* berkenaan dengan kebiasaan tak terhindarkan yang muncul dalam komunikasi dan interaksi secara virtual seperti ucapan penghinaan/kebencian (*hate speech*), memancing kemarahan (*trolling*), mengganggu/melecehkan (*bullying*) dan penipuan (*deception*). Penelitian dilakukan terhadap anggota komunitas web forum yang memiliki moderator dan pemimpin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi *sense of virtual community*.

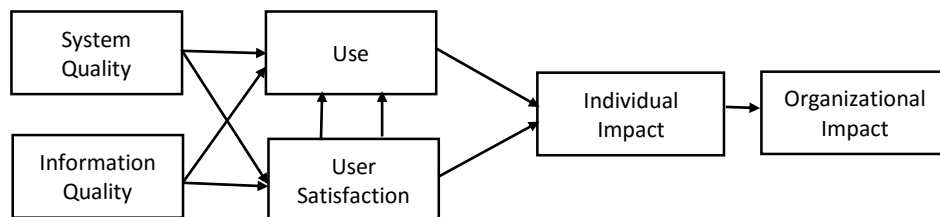
Preece (2001) telah mengajukan tiga komponen penting yang terkait dengan sosiabilitas sebagai berikut:

1. *Purpose*. Individu yang bergabung dalam suatu komunitas memiliki tujuan (*purpose*) untuk berbagi informasi, kebutuhan, layanan, minat atau dukungan. Tujuan yang dituliskan menjadi penting bagi anggota komunitas sehingga memiliki kerangka yang jelas dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan anggota lain. Pengukuran tujuan bisa dilihat dari interaktifitas dan hubungan timbal balik para anggota.
2. *People*. Orang (*people*) adalah individu yang berinteraksi satu sama lain dalam komunitas dan memiliki kebutuhan individual, sosial dan organisasional. Ada beberapa jenis orang dalam komunitas virtual ketika dilihat dari sudut pandang partisipasi, yaitu; aktif, pasif dan pengintai (*lurker*).
3. *Policies*. Kebijakan (*policy*) adalah peraturan yang memandu interaksi dan kontribusi untuk berpartisipasi yang membentuk norma dan budaya. Kebijakan tertulis mengarahkan anggota untuk berperilaku sesuai dengan tujuan dibentuknya komunitas virtual. Menjadi penting bagi anggota dan calon anggota untuk mengetahui kebijakan yang ditetapkan komunitas virtual. Tahapan selanjutnya adalah memahami dan mematuhi kebijakan tersebut.

Kajian sosiabilitas dalam konteks komunitas virtual pada platform Facebook relatif masih baru. Karakteristik kebergunaan sistem Facebook telah mempengaruhi bagaimana individu berperilaku, sehingga menjadi penting untuk memasukkan faktor sosiabilitas ketika meneliti komunitas virtual di Facebook.

### 2.2.6. Menggabungkan Perspektif Kebergunaan dan Sosiabilitas untuk Keberhasilan Komunitas Virtual

Keberhasilan komunitas virtual merupakan pembahasan utama berkaitan dengan partisipasi berkelanjutan anggota. Penelitian yang dikembangkan sebelumnya adalah menguji keberhasilan sistem informasi secara umum. Model keberhasilan sistem informasi yang diajukan oleh DeLone dan McLean seringkali menjadi acuan para peneliti. Kondisi keberhasilan sistem informasi pada dasarnya didahului oleh penerimaan penggunaan teknologi yang modelnya dikembangkan oleh Davis (1989). Model awal dari DeLone dan McLean sendiri pada dasarnya mengukur pengaruh penggunaan sistem terhadap organisasi. Berikut adalah model yang diajukan DeLone dan McLean:



Sumber: Petter *et al.* (2008)

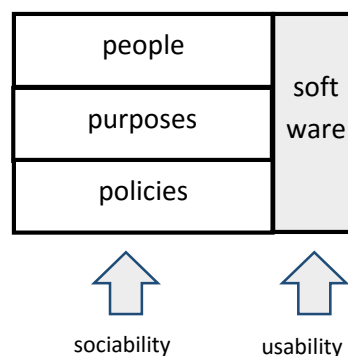
**Gambar 2.16 DeLone and McLean IS succes model (1992)**

Model keberhasilan sistem yang diajukan DeLone dan McLean saat ini telah berubah dengan menambahkan faktor service quality yang menguji kualitas pendukung sistem seperti empati personil, kompetensi teknis, respon dan hal-hal yang berkaitan dengan perilaku manusia di seputar sistem. Namun demikian, penelitian menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh tidak signifikan terhadap keberhasilan sistem (Petter *et al.*, 2008).

Berkaitan dengan komunitas virtual, Lazar dan Preece (2004) telah mengembangkan suatu kerangka yang memodelkan keberhasilan dengan menggunakan perspektif kebergunaan dan sosiabilitas. Pendekatan ini



merupakan wujud penggunaan aspek sosial dan teknik. Sebagai suatu komunitas yang menggunakan teknologi untuk memediasi komunikasi dan interaksi, pendekatan teknik saja sebagaimana yang diajukan dalam model keberhasilan sistem informasi tidak mencukupi. Penelitian komunitas virtual yang menggunakan aspek sosial dan teknik telah menjadi bahasan penting. Perilaku individu dalam komunitas virtual dipengaruhi oleh faktor sosioteknik yang dalam penelitian saat ini diwujudkan dalam perspektif kebergunaan dan sosiabilitas. Untuk memahami hal ini, de Souza dan Preece (2004) telah mengajukan sebuah model yang menunjukkan komponen dalam kerangka komunitas virtual sebagai berikut:



Sumber: de Souza dan Preece (2004)

**Gambar 2.17 Key components and factors at basis of the online community framework**

Kerangka tersebut menjadi acuan beberapa penelitian untuk mengukur keberhasilan komunitas virtual. Beberapa penelitian yang menggunakan pendekatan keberhasilan sistem informasi yang diajukan DeLone dan McLean memiliki beberapa persamaan variabel yang diujikan ketika menggunakan pendekatan kebergunaan dan sosiabilitas. Penelitian Lin (2007) yang menggunakan teori TAM dan keberhasilan sistem informasi DeLone dan McLean menunjukkan variabel kualitas sistem dan kualitas informasi namun tidak

memasukkan faktor sosial. Penelitian Lin (2008) selanjutnya memasukkan faktor sosial untuk mengukur keberhasilan komunitas virtual, namun variabel *social usefulness* terbukti berpengaruh tidak signifikan terhadap *sense of belonging*. Sementara Lin *et al.* (2007) meneliti keberhasilan komunitas virtual dalam konteks pembelajaran hanya menggunakan pendekatan konsep keberhasilan sistem DeLone dan McLean dan hasilnya menunjukkan faktor sosial yang diwujudkan dalam variabel *pro-sharing norm* berpengaruh tidak signifikan terhadap kualitas sistem.

Penelitian kuantitatif terkait keberhasilan komunitas virtual yang menguji kebergunaan sistem saja terbukti banyak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna (Lin *et al.*, 2007; Lin, 2007) namun demikian ketika melibatkan faktor sosiabilitas hasilnya beragam (Urubail, 2007; Gupta dan Kim, 2007; Lin, 2008; Phang *et al.*, 2009; Lu *et al.*, 2011). Hasil penelitian kuantitatif yang menguji keberhasilan komunitas virtual ketika menggunakan faktor sosiabilitas menunjukkan hasil beragam.