

**ANALISIS PENGARUH EFEKTIFITAS MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP  
GOVERNMENT OPEN COMMUNICATION DENGAN PENDEKATAN  
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) PADA MASYARAKAT BANDUNG  
ANALYSIS INFLUENCE THE EFFECTIVENESS OF SOCIAL MEDIA TWITTER  
AGAINST GOVERNMENT OPEN COMMUNICATION WITH THE APPROACH  
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TO CITIZEN OF BANDUNG**

<sup>1</sup> Khalila Khairunnisa, <sup>2</sup> Grisna Anggadwita

<sup>1</sup> Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom

<sup>2</sup> Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom

Email: <sup>1</sup> nesaanesoo@gmail.com, <sup>2</sup> grisnamailbox@yahoo.co.id

**Abstrak**

Pemerintah Kota Bandung berupaya menyelesaikan masalah perkotaan dengan solusi yang kreatif melalui pemanfaatan *ICT (Information Communication Technology)* untuk membuat suatu layanan penyampaian semua aspirasi dan pengaduan rakyat secara *online*. Dengan adanya *open communication on social media*, pemerintah berharap dapat memberikan akses seluas-luasnya kepada masyarakat untuk dapat menyampaikan pengaduan atas pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara, dengan mengimplementasikan pengelolaan pengaduan pelayanan publik yang terintegrasi berbasis teknologi informasi.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan *technology acceptance model (TAM)*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan *software SmartPLS 3.0*, dengan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 400 responden masyarakat Bandung yang memiliki KTP Bandung. Teknik *sampling* menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *random sampling*, dan skala pengukuran menggunakan skala *likert*.

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa *Perceived Ease Of Use* mempunyai efek positif terhadap *Behavioral Intention to Use* sebesar 16,3%, *Perceived Ease Of Use* mempunyai efek positif terhadap *Perceived Usefulness* sebesar 42,9%, *Perceived Usefulness* mempunyai efek positif terhadap *Behavioral Intention to Use* sebesar 10,6%, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif dan signifikan secara bersamaan terhadap *behavioral intention* sebesar 4,5%.

**Kata Kunci** : *smart city, smart government, open communication on social media.*

**Abstract**

*Bandung City Government seeks to resolve urban problems with creative solutions through the use of ICT (Information Communication Technology) to create a service delivery all the aspirations and complaints of the people online, with their open communication on social media, the government hopes to give the widest access to the public to be able to submit complaints on the services provided by the organizers, by implementing integrated public service compliance management based on information technology.*

*The method used in this research is descriptive quantitative method with technology acceptance model (TAM) approach. Data analysis techniques used is Partial Least Square (PLS) with the help of SmartPLS 3.0 software, with data collection is done through the spread of questionnaires to 400 respondents Bandung people who have KTP Bandung. Sampling technique using probability sampling technique with random sampling method, and scale of measurement using likert scale.*

*Based on the results of the analysis can know that Perceived Ease Of Use has a positive effect on Behavioral Intention to Use at 16.3%, Perceived Ease Of Use has a positive effect on Perceived usefulness by 42.9%, Perceived usefulness have a positive effect on Behavioral Intention to Use of 10.6%, Perceived Usefulness and Perceived Ease Of Use have positive and significant effect simultaneously on behavioral intention of 4.5%*

**Keywords** : *smart city, smart government, open communication on social media.*

**1. Pendahuluan**

Kota Bandung merupakan salah satu dari 10 kota besar dan terpadat di Indonesia, Dengan permasalahan-permasalahan terkait kepadatan kota, pemerintah kota ingin melakukan pembangunan dan manajemen kota yang

lebih baik. Pada perkembangannya, arahan pembangunan kota yang dilakukan oleh pemerintah kota Bandung sejalan dengan konsep *Smart City* yang didukung oleh kemajuan teknologi. Bandung merupakan kota paling potensial untuk dikembangkan sebagai Kota Cerdas atau *Smart City*. Pemimpinnya yang berlatar belakang arsitek, Ridwan Kamil dinilai dapat memahami kebutuhan mengenai *Smart City*. Selain itu, Bandung juga punya sumber daya manusia (SDM) yang kreatif, dan mampu melakukan berbagai inovasi serta terobosan untuk membuat kotanya lebih cerdas dan terkoneksi secara efektif, dan efisien (Kompas, 2015). Pemerintah Kota Bandung berupaya menyelesaikan masalah-masalah perkotaan dengan solusi yang kreatif melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Beberapa program yang dijalankan pada area prioritas *smart government* di Kota Bandung. Teknologi informasi merupakan suatu kebutuhan bagi masyarakat era globalisasi, di mana hal tersebut berperan sebagai penunjang komunikasi dan informasi di segala aspek kehidupan. Perkembangan yang terjadi dalam bidang ICT (*Information and Communication Technology*) telah membawa dampak signifikan pada kehidupan manusia. Internet sebagai suatu sistem global jaringan komputer yang saling terhubung satu sama lain memegang peranan sangat penting. Salah satu fungsinya yaitu sebagai media penunjang kebutuhan manusia akan ketersediaan berbagai informasi dan akses komunikasi. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi saat ini pun telah memasuki sektor pemerintahan yang kemudian menjadi suatu inovasi baru di perkotaan untuk memberikan layanan yang lebih maksimal kepada masyarakat, hal tersebut lebih dikenal dengan istilah *smart city*. Penggunaan media sosial merupakan salah satu upaya yang disebutkan dalam laporan RPJMD Kota Bandung 2014-2018 untuk mendekatkan pelayanan publik kepada masyarakat dengan memanfaatkan teknologi informasi. Saat ini, didalam penggunaan teknologi informasi yang semakin luas. Tidak hanya PC ataupun perangkat *mobile*, teknologi informasi sudah merambah ke sektor yang lebih luas dan terhubung satu dengan yang lainnya. Meskipun demikian, dengan adanya teknologi informasi yang tercipta, tidak langsung membuat orang dapat menerimanya. Terdapat dua faktor penting penentu dalam penerimaan suatu sistem dalam penelitian ini dapat diketahui pengaruh Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dan Persepsi Pemanfaatan (*Usefulness*) terhadap Niat untuk tetap menggunakan (*Behavioral Intention to Use*). Sehingga dalam penelitian ini dilakukan analisis untuk mengetahui bagaimana pengguna dalam hal ini masyarakat Kota Bandung dapat menerima dan memahami sebuah teknologi informasi yaitu menggunakan media sosial.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, berikut ini adalah pertanyaan penelitian yaitu:

1. Seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap persepsi pemanfaatan (*perceived of usefulness*) dalam penggunaan *open communication on social media*?
2. Seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap niat untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) dalam penggunaan *open communication on social media*?
3. Seberapa besar pengaruh persepsi pemanfaatan (*perceived of usefulness*) terhadap niat untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) dalam penggunaan *open communication on social media*?
4. Seberapa besar pengaruh persepsi pemanfaatan (*perceived of usefulness*) dan pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap niat untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) secara bersama dalam penggunaan *open communication on social media*?

## 2. Kajian Pustaka

### 2.1. Manajemen Inovasi

Inovasi merupakan proses menciptakan nilai yang dimotori oleh kemampuan untuk melihat hubungan, peluang dan kemudian mengambil keuntungan dari hal-hal tersebut ( Burgelman, et al, 1990).

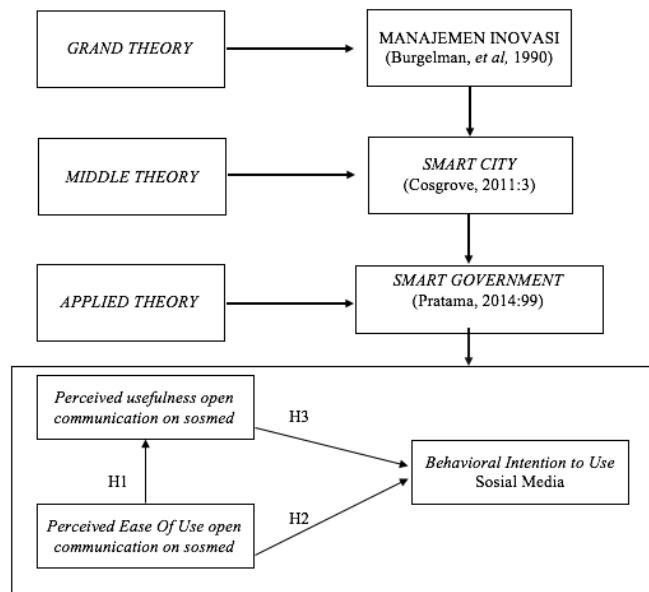
Inovasi secara menyeluruh adalah mencakup proses mengembangkan dan menerapkan penemuan. Definisi yang lebih luas diperlukan karena elemen proses inovasi sangat penting. Rubenstein mendefinisikan inovasi sebagai “ proses dimana meningkatkan produk baru, proses, bahan, dan layanan yang dikembangkan dan di transfer ke industri dan pasar yang sesuai ” (Rubenstein, 1989).

### 2.2. Smart City

Istilah *Smart City* pertama kali dikemukakan oleh IBM, sebuah perusahaan komputer ternama di dunia. Menurut IBM, *Smart City* merupakan sebuah usaha menyeluruh untuk mengoptimalkan keberadaan informasi yang tersedia pada hari ini, dengan tujuan agar pemerintah kota lebih memahami dan mengontrol kegiatan produksi serta dapat melakukan pengoptimalan pada sumber daya yang terbatas. *Smart City* bertindak sebagai suatu entitas dengan sistem yang berhubungan untuk mendukung domain kota dan menyediakan pandangan kota secara holistik. (Cosgrove, 2011:3)

*Smart City* merupakan sebuah konsep pengembangan, penerapan, dan implementasi teknologi yang diterapkan untuk suatu wilayah (khususnya perkotaan) sebagai sebuah interaksi yang kompleks diantara berbagai system yang ada di dalamnya (Pratama,2014).

2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

Sumber: Diadaptasi dari Pinho dan Soares (2011)

2.4. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan *technology acceptance model* (TAM). Teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.0, dengan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 400 responden masyarakat Bandung yang memiliki KTP Bandung. Teknik *sampling* menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *random sampling*, dan skala pengukuran menggunakan skala *likert*.

3. Pembahasan

3.1 Hasil Analisis Deskriptif

Berikut ini adalah hasil analisis deskriptif:

Tabel 3.1 Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Persentase Nilai	Kesimpulan
<i>Perceived usefullness</i>	76,22%	Baik
<i>Perceived ease of use</i>	71,58%	Baik
<i>Behavioral intention</i>	73,82%	Baik

Sumber: Data Yang Sudah Diolah Tahun 2018

3.2. Hasil Pengujian Outer Model

3.2.1 *Convergent Validity*

TABEL 4.5  
Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Konstruk	AVE	Rule of Thumb	Kesimpulan
PU	0,624	0,50	Valid
PEU	0,643	0,50	Valid
BI	0,615	0,50	Valid

Sumber: Data diolah dengan *SmartPLS 3.0*, 2018

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) masing-masing konstruk berada di atas 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki tingkat validitas yang baik.

### 3.2.2 Discriminant Validity

**TABEL 4.6**  
*Discriminant Validity*

Konstruk	AVE	$\sqrt{AVE}$	Kesimpulan
PU	0,624	0,790	Valid
PEU	0,643	0,802	Valid
BI	0,615	0,784	Valid

Sumber: Data diolah dengan *SmartPLS 3.0*

	BI	PEU	PU
BI	0,784		
PEU	0,619	0,802	
PU	0,592	0,655	0,790

Pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa seluruh variabel dapat dinyatakan valid karena memenuhi syarat dimana nilai  $\sqrt{AVE}$  lebih besar dari AVE. Variabel *Perceived Usefulness* mendapatkan nilai sebesar 0,790. Variabel *Perceived Ease of Use* mendapatkan nilai sebesar 0,802. Variabel *Behavioral Intention* mendapatkan nilai sebesar 0,784. Dengan demikian maka evaluasi *discriminant validity* sudah baik.

### 3.2.3 Composite Reliability

**TABEL 4.7**  
*Nilai Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Rule of Thumb</i>	Kesimpulan
PU	0,869	0,70	Reliabel
PEU	0,900	0,70	Reliabel
BI	0,888	0,70	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan *SmartPLS 2.0*

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik dengan standar yang telah dipenuhi.

### 3.2.4 Inner Model

**TABEL 4.8**  
Nilai *R-Square*

	<i>R-Square</i>
BI	0,444
PU	0,429

Sumber: Data diolah dengan *SmartPLS 3.0*

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai *R-Square Behavioral Intention to Use* sebesar 0,444 yang berarti bahwa niat menggunakan media sosial twitter memberikan pengaruh sebesar 44,4% terhadap keyakinan menggunakan sedangkan sisanya yaitu 55,6% dijelaskan oleh variabel atau faktor-faktor lain diluar penelitian ini dan nilai *R-Square perceived usefulness* adalah sebesar 0,429 memiliki arti bahwa keyakinan menggunakan memberikan pengaruh sebesar 42,9% terhadap *behavioral intention* dan *perceived ease of use* sedangkan sisanya yaitu sebesar 57,1% dijelaskan oleh variabel lain.

Pada model PLS, penilaian *goodness of fit* diketahui dari nilai *Q-square*. Disamping melihat nilai *R-square*, model PLS juga dievaluasi dengan melihat *Q-square predictive relevance* untuk model konstruk. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya (Ghozali: 41).

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,444)(1 - 0,429)$$

$$Q^2 = 0,682$$

Untuk model penelitian ini, angka  $Q^2$  atau *Relevance Predictive* memiliki nilai 0,682, artinya besarnya keragaman dari data penelitian yang dapat dijelaskan oleh model struktural yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebesar 68,2%.

Nilai  $Q^2$  menunjukkan bahwa penyusunan model PLS telah mampu menjelaskan 68,2% keragaman dari *behavioral intention* dan *perceived usefulness* komunikasi terbuka dengan pemerintah melalui media sosial twitter di Kota Bandung.

### 3.3 Hasil Pengujian Hipotesis

**TABEL 4.9**  
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	<i>Path Coeficient</i>	T-statistik	T-tabel (5%)	Keterangan
H1	PEU-BI	0,404	7,220	1,96	Diterima
H2	PEU-PU	0,655	17,839	1,96	Diterima
H3	PU-BI	0,327	5,828	1,96	Diterima

Sumber: Data diolah dengan *SmartPLS 3.0*

**TABEL 4.10**  
**Hasil Uji Hipotesis Secara Bersama**

Hipotesis	Hubungan	Path Coeficient	T-statistik	T-tabel (5%)	Keterangan
H4	PEU-PU-BI	0,214	5,353	1,96	Diterima

Sumber: Data diolah dengan *SmartPLS 3.0*

#### 4 Kesimpulan dan Saran

##### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah digunakan, niat menggunakan sosial media untuk berkomunikasi dengan pemerintah atau *behavioral intention* memiliki skor persentase sebesar 73,82%. Hal ini menunjukkan bahwa keefektifan masyarakat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan pemerintah berada dalam kategori yang tinggi atau baik, motif komunikasi terbuka dengan pemerintah yang digunakan pemerintah kota Bandung dalam mewujudkan *Bandung Smart City* sudah tergolong efektif mengenai layanan publik di Kota Bandung

##### 4.2 Saran

###### 4.2.1 Saran Bagi Pemerintah Kota Bandung

1. Dalam hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa item “media sosial twitter mudah dikontrol dalam melakukan komunikasi dengan pemerintah” mendapatkan hasil paling rendah persentasenya dalam variabel *perceived ease of use*, jadi sebaiknya pemerintah memberikan kontrol yang lebih baik dalam melakukan komunikasi melalui twitter, pemerintah harus bisa merespon dengan cepat dan baik ketika ada masyarakat yang ingin menggunakan atau menanyakan tentang pelayanan publik di kota Bandung agar masyarakat puas terhadap kinerja pemerintah tentang *open communication* di sosial media twitter ini sebagai salah satu keberhasilan *smart government* di Kota Bandung.
2. Dalam hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa item “Produktivitas pemerintah meningkat setelah menggunakan sosial media twitter sebagai sarana komunikasi “ mendapatkan hasil paling rendah dalam persentasenya dalam variabel *Perceived Usefulness* Pemerintah harus tetap meningkatkan komunikasi dengan masyarakat melalui media sosial karena pada era teknologi ini informasi lebih mudah dan cepat didapatkan melalui media sosial. Twitter adalah salah satu media sosial yang dianggap oleh masyarakat mudah digunakan dan mudah dimengerti penggunaannya inilah salah satu keuntungan pemerintah untuk selalu memberikan informasi dan pelayanan publik melalui twitter.
3. Dalam hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa item “Media sosial twitter memudahkan saya untuk berkomunikasi dengan pemerintah khususnya mengenai pelayanan publik” mendapatkan hasil yang paling rendah persentasenya dalam variabel *Perceived Usefulness*. Dalam hal ini pemerintah dirasa belum cukup mampu memberikan pelayanan publik yang baik di media sosial twitter dikarenakan masih ada responden yang belum pernah menggunakan twitter sebelumnya, seharusnya pemerintah mensosialisasikan dan menganjurkan masyarakat untuk mengetahui media sosial twitter terlebih dahulu agar masyarakat mudah memahami fungsi dari media sosial tersebut dan dapat menggunakannya untuk kepentingan pelayanan publik.

###### 4.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas area penelitian pada kota dan daerah lainnya di Indonesia yang sudah menerapkan *smart city*. Komposisi responden pada setiap kategori juga harus lebih proporsional agar hasil yang ditunjukkan lebih representatif.
2. Hasil penelitian ini merupakan hipotesis untuk penelitian selanjutnya, oleh karena itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat membuktikan bahwa media sosial twitter efektif untuk melakukan komunikasi terbuka dengan pemerintah.

#### Daftar Pustaka

- [1] Davis, F.D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*. MIS Quarterly. Vol 13, 319-339.
- [2] Kelman, Steven., *Unleashing Change, A Study of Organizational Renewal in Government*, (The Brookings Institution 1775 Massachusetts Avenue, N.W., Washington, D.C. 20036, 2005).
- [3] Lewin, Kurt, 1997. *Resolving Social Conflicts and Field Theory in Social Science, American Psychology Association*.
- [4] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

[5] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

