

Evaluasi Media Promosi Berbasis *Augmented Reality* Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM)

Handika Adityo^{1*}, Chairani²,¹Program Studi Teknik Informatika, IIB Darmajaya, Lampung, Indonesia

Abstract

In the digital era, animated videos and graphic design have grown into attractive media. MAUANIMASI is a video animation or graphic design vendor for various needs. The services provided are not only in the form of video animation and graphic design services. Currently, information technology has become a very important part for a company to support the achievement of the company's strategic plan. One of them is Mauanansi, which is a service in the field of graphic design and video animation. As a service that can make it easier for consumers to access information related to service products that can be accessed anywhere and anytime. This application is an application built by Mauanansi to keep pace with the current increase in user technology and to provide easy access and convenience for consumers online. In fact, there are still many things that need to be evaluated regarding the Mauanimation application that still need to be done in the process of achieving service satisfaction for consumers as application users. For this reason, a measurement method is needed in application acceptance (acceptance) for consumers to measure the security level of the Mauanimation application. There are several methods that can be used to play the Mauanimation application. In this research, the TAM (Technology Acceptance Model) analysis model is used to determine the extent of the usefulness (Perceived Effectiveness) and ease (Perceived Ease of Use) of the application for potential consumers. The Technology Acceptance Model (TAM) is a framework used to understand how users accept and adopt technology. The results of the evaluation of the usefulness & ease of acceptance (acceptance) of the Mauanimasi application using the TAM model, can be seen that the readiness of the Mauanasim application is still at 63%. This means that the application is quite useful for society but cannot fully improve performance and productivity, effectiveness, make work easier and help with service and selection in the field of ease of use of this application. Users should be able to easily understand the steps to access additional content. Take advantage of AR technology to display products or services interactively. For example, using AR to display a 3D model of a product or present an interactive demo of how to use the product. Use AR to add further information that might be difficult to include in a printed brochure. This could be a video tutorial, customer testimonial, or additional supporting information.

Keywords: Evaluation of Brochure Promotion Media, TAM, Perception of Convenience, Perception of Usefulness.

Received Juni 2024 / Revised Juni 2024 / Accepted Juni 2024

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License.](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



PENDAHULUAN

Mauanimasi adalah vendor video animasi atau desain grafis untuk berbagai kebutuhan. Jasa yang diberikan tidak hanya berupa jasa video animasi dan desain grafis yang baik dalam segi desain dan hasil jadi saja tapi kami juga sangat memperhatikan pelayanan yang ramah, ketepatan waktu dan terutama kualitas dari setiap pekerjaan yang kami hasilkan. Pentingnya aplikasi Mauanimasi untuk melakukan kegiatan operasional menjadikannya harus dalam kondisi optimal, sehingga aplikasi Mauanimasi dievaluasi agar perusahaan dapat mengukur apakah TI yang diimplementasikan sudah sesuai dengan yang diharapkan calon konsumen ketika menggunakan aplikasi.

Kenyataanya masih banyak hal yang perlu dievaluasi terkait aplikasi Mauanimasi yang masih harus dilakukan dalam proses pencapaian kepuasan layanan terhadap konsumen sebagai pengguna aplikasi. Untuk itu diperlukan sebuah metode pengukuran dalam penerimaan aplikasi (acceptance) bagi konsumen untuk mengukur tingkat keamanan aplikasi Mauanimasi. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi aplikasi Mauanimasi. Dalam penelitian ini menggunakan model analisis TAM (Technology

¹*Handika Adityo

Alamat Email: handika.2221210014@mail.darmajaya.ac.id (adityo)

Acceptance Model) untuk mengetahui sejauh mana kebermanfaatan (Perceived Usefulness) dan kemudahan (Perceived Ease of Use) aplikasi bagi calon konsumen.

Media iklan bagi pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan dan dipublikasikan hanya untuk jangka waktu tertentu. Sebagai salah satu strategi pemasaran, perusahaan dituntut untuk mendesain brosurnya seinteraktif dan semenarik mungkin. Brosur adalah salah satu bentuk media promosi, biasanya berupa kertas cetakan yang mengandung informasi tentang suatu barang atau jasa yang dibeli atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelanggan [1]. Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi. TAM dikembangkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis dalam tesis doktoralnya yang berjudul "A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems". Awalnya, TAM dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima teknologi informasi baru, seperti sistem informasi manajemen atau perangkat lunak [2]. Brosur merupakan salah satu media promosi yang sering digunakan untuk memberikan penjelasan tentang suatu produk, layanan, fasilitas umum, profil perusahaan, sekolah, atau dimaksudkan sebagai sarana untuk beriklan [6].

AR (Augmented Reality) adalah teknologi yang menggabungkan benda maya dua dimensi dan/atau tiga dimensi ke dalam lingkungan nyata tiga dimensi kemudian memproyeksikan benda-beda maya tersebut secara real time [3]. Perkembangan AR saat ini tidak lepas dari perkembangan teknologi smartphone dan komputer. Aplikasi dan game berbasis AR semakin berkembang di app store atau play store dan menjadi salah satu strategi banyak perusahaan untuk mempromosikan produknya [4]. Augmented Reality adalah cara baru dan menyenangkan. Manusia dapat berinteraksi dengan komputer, karena dapat menghadirkan objek virtual ke lingkungan pengguna, memberikan pengalaman visualisasi yang nyata [5].

METODE

Berikut penjabaran tahapan penelitian akan dijelaskan pada subbab ini yang digambarkan pada gambar 1. penelitian akan dimulai dari perencanaan, lalu penyebaran kuesioner, setelah itu di uji dengan metode TAM dengan penilaian kemanfaatan dan kemudahan terhadap acceptance IT, dan ditindak lanjuti atau rekomendasi perbaikan.

Tahapan Perencanaan

Dalam tahap perencanaan ini yang akan dilakukan adalah menentukan scope, subyek, objek yang diteliti, berkomunikasi dengan pihak Mauanimasi dengan menganalisa visi, misi, sasaaran dan kebijakan-kebijakan (SOP) yang terkait dengan pengelolaan Mauanimasi. Serta mengevaluasi konsumen terhadap pengguna aplikasi.

Penyebaran Kuesioner

Pada tahap ini yang akan dilakukan adalah pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara kuesioner wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dan survey ke lokasi penelitian. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan metode kuisioner melalui Google Form tentang manfaat dan kegunaan aplikasi. Kuesioner dibagikan kepada responden yang tergolong yang berjumlah 50 orang.

Tahapan Pelaporan

Setelah kuesioner disebarluaskan akan didapat data yang akan diproses untuk dihitung berdasarkan perhitungan responden dari persepsi terhadap kemanfaatan aplikasi (PU) dan kemudahan penggunaan aplikasi (PEU) menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* untuk mengetahui sejauh mana kebermanfaatan (Perceived Usefulness) dan kemudahan (Perceived Ease of Use) aplikasi bagi masyarakat. aplikasi Mauanimasi dan memberikan rekomendasi yang tepat untuk perbaikan aplikasi.

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi. TAM dikembangkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis dalam tesis doktoralnya yang berjudul "A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems". Awalnya, TAM dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima teknologi informasi baru, seperti sistem informasi manajemen atau perangkat lunak. [2] Jadi untuk menganalisis lebih jauh mengenai evaluasi media promosi berbasis augmented reality

menggunakan metode technology acceptance model (TAM), maka beberapa variabel yang digunakan, antara lain:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use).

Perceived Ease of Use (persepsi kemudahan penggunaan) adalah faktor penting dalam Technology Acceptance Model (TAM). Perceived ease of use adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan. Perceived ease of use dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis, dan ketersediaan sumber daya.

2. Persepsi Kebermanfaatan (Perceived Usefulness)

Perceived usefulness (persepsi kegunaan) adalah faktor penting dalam Technology Acceptance Model (TAM). Perceived usefulness adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat membantu mereka dalam melakukan tugas-tugas mereka atau mencapai tujuan mereka. Perceived usefulness dipengaruhi oleh kegunaan teknologi dan kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

Tahapan Tindak Lanjut

Hasil akhir yang dilakukan adalah memberikan laporan hasil audit berupa :

1. Mengevaluasi layanan Aplikasi Mauanimasi berdasarkan temuan dari persepsi masyarakat tentang kemudahan (Perceived Ease of Use) dan kemanfaatan (Perceived Usefulness) dari aplikasi.
2. Memberikan interpretasi dari hasil pengujian sesuai dengan model yang digunakan, yaitu Technology Acceptance Model (TAM)
3. Memberikan rekomendasi perbaikan yang tepat sasaran terhadap Aplikasi Mauanimasi untuk meningkatkan kinerja layanan terhadap masyarakat

HASIL DAN DISKUSI

Interpretasi Pengguna Aplikasi

Untuk mengetahui penilaian responden terhadap kebermanfaatan dan kemudahan aplikasi Mauanimasi secara aktual yang dirasakan responden saat ini, maka dilakukan penilaian berdasarkan interval berikut.

Tabel 1 Kriteria Interpretasi Responden

No.	Interpretasi (%)	Keterangan
1.	0% - 24,99%	Sangat Tidak Bermanfaat
2.	25% - 49,99%	Tidak Bermanfaat
3.	50% - 74,99%	Bermanfaat
4.	75% - 100%	Sangat Bermanfaat

Interpretasi ini diperoleh dengan cara membandingkan skor item yang diperoleh berdasarkan jawaban responden dengan skor tertinggi jawaban, lalu dikalikan 100%. Adapun hasil interpretasi perhitungan skor berdasarkan aspek kemanfaatan (perceived usefulness) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Interpretasi Skor kemanfaatan (PU)

No. Pertanyaan	Total Skor Tiap Pertanyaan	Skor tertinggi
		Pertanyaan
PU-01	136	250
PU-02	157	250
PU-03	155	250
PU-04	147	250
PU-05	143	250
PU-06	147	250
PU-07	159	250
Total Skor	1044	1750

Hasil Penilaian = (1044/1750)*100%	60%
------------------------------------	-----

Dari tabel yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa rata-rata persepsi pengguna terhadap aplikasi Mauanimasi berdasarkan TAM (Model Penerimaan Teknologi) dari sudut pandang kebermanfaatan (Perceived Usefulness) adalah sekitar 60%, menunjukkan bahwa responden menginterpretasikan aplikasi ini sebagai sangat bermanfaat. Melalui aplikasi ini, konsumen atau calon konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai layanan yang ditawarkan oleh Mauanimasi.

Kemudian, akan dilakukan evaluasi interpretasi dari sudut pandang kemudahan (Perceived Ease of Use), yang mengukur tingkat kenyamanan konsumen dalam menggunakan aplikasi Mauanimasi. Dalam konteks penelitian ini, nilai tertinggi pada skala Likert adalah 5, dan jumlah total responden adalah 50 orang. Oleh karena itu, skor tertinggi untuk setiap pertanyaan adalah $50 \times 5 = 250$. Hasil dari analisis interpretasi skor berdasarkan faktor kemudahan (Perceived Ease of Use) dapat ditemukan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Interpretasi Skor Kemudahan (PEU)

No. Pertanyaan	Total Skor Tiap Pertanyaan	Skor tertinggi Pertanyaan
PEU-01	159	250
PEU-02	158	250
PEU-03	156	250
PEU-04	153	250
PEU-05	155	250
PEU-06	145	250
PEU-07	152	250
PEU-08	160	250
PEU-09	172	250
PEU-10	150	250
PEU-11	163	250
Total Skor	1723	2750
Hasil Penilaian = (1723/2750)*100%		63%

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata persepsi pengguna Aplikasi Mauanimasi dari aspek kemudahan (Perceive Ease of Use) sebesar 63% dengan kriteria interpretasi responden cukup mudah didalam pengoperasian aplikasi Mauanimasi

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil evaluasi kemanfaatan & kemudahan penerimaan (acceptance) aplikasi Mauanimasi menggunakan model TAM, dapat dilihat bahwa kesiapan aplikasi Mauanimasi ini masih sebesar 60%. Artinya aplikasi cukup bermanfaat bagi masyarakat namun belum sepenuhnya dapat meningkatkan kinerja dan produktifitas, efektifitas, mempermudah pekerjaan dan membantu pelayanan dan pemilihan dalam segi kemudahan penggunaan aplikasi ini.

Saran

1. Sediakan panduan atau instruksi yang jelas tentang cara menggunakan teknologi augmented reality pada brosur. Pengguna harus dapat dengan mudah memahami langkah-langkah untuk mengakses konten tambahan.
2. Manfaatkan teknologi AR untuk menampilkan produk atau layanan secara interaktif. Misalnya, menggunakan AR untuk memperlihatkan model 3D dari produk atau menyajikan demo interaktif tentang cara penggunaan produk.
3. Gunakan AR untuk menambahkan informasi lebih lanjut yang mungkin sulit dimasukkan ke dalam brosur cetak. Ini bisa berupa video tutorial, testimoni pelanggan, atau informasi tambahan yang mendukung.

REFERENSI

- [1] Erlita Khrisinta Dewi And Suryani Sere Pardosi, “ANALISIS EFEKTIVITAS PERIKLANAN MELALUI BROSUR PADA PRODUK TABUNGAN EMAS DI PT PEGADAIAN KCP SERBELAWAN SIMALUNGUN,” Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Vol. 7, Jun. 2022.
- [2] Soetam Rizky Wicaksono, TEORI DASAR TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL. Malang: CV. Seribu Bintang, 2022.
- [3] H. S. ST. and M. Kom, “Augmented Reality Technology (AR) as Alternative Media for Promotional Product,” Universal Journal of Electrical and Electronic Engineering, vol. 6, no. 2A, pp. 9–14, Apr. 2019, doi: 10.13189/ujeee.2019.061303.
- [4] H. D. Hermawan, A. Saputri, and Hafizhah, “Augmented reality T-shirt for product promotion,” in AIP Conference Proceedings, 030036 (2018), 2018, p. 030036. doi: 10.1063/1.5042956.
- [5] M. F. Syahputra et al., “Augmented Reality for Presenting Local Wisdom: Sumatera Utara Traditional House,” J Phys Conf Ser, vol. 1235, no. 1, p. 012102, Jun. 2019, doi: 10.1088/1742-6596/1235/1/012102.
- [6] Abd. R. Dayat and L. Angriani, “Designing A 3-Dimensional Campus Brochure Application Based On Augmented Reality,” BERKALA SAINSTEK, vol. 9, no. 2, p. 57, Jul. 2021, doi: 10.19184/bst.v9i2.21958.