

Kekayaan media (media richness), penerimaan pengguna (user acceptance) dan kehadiran sosial bersama (social copresence) pada video conference = Media richness, user acceptance, and social copresence in video conference / Windra Irawan

Windra Irawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20348915&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Persepsi tentang kekayaan media (media richness), penerimaan pengguna (user acceptance) terhadap teknologi dan kehadiran bersama sosial (social copresence) merupakan tiga konsep teori yang melihat dari sisi-sisi yang berbeda terhadap sebuah teknologi komunikasi. Ketiganya diharapkan mampu membaca perkembangan teknologi seperti video converence untuk mempunyai nuansa sosial berupa keterhubungan dengan sesamanya dalam interaksi termediasi dengan kekayaan dan penerimaan pengguna terhadapnya.

Penelitian ini menemukan bahwa persepsi responden terhadap kekayaan dan penerimaan pengguna video conference cukup tinggi. Sedangkan, kehadiran sosial bersama dalam komunikasi video conference berada ditingkat persepsi sedang. Ketika kekayaan media dan penerimaan pengguna dihubungkan ditemukan korelasi sedang dengan kontribusi signifikan. Hal yang sama juga ketika dilakukan terhadap kekayaan media dan penerimaan pengguna yang menjadi variabel independen terhadap kehadiran bersama sosial sebagai variabel dependen. Hubungan yang ditemukan adalah moderate dan kontribusi signifikan diberikan dua variabel independen tersebut kepada variabel dependen. Meskipun demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kekayaan media dan penerimaan pengguna maka semakin tinggi kehadiran bersama sosial dalam komunikasi bermedia video conference.

<hr>

ABSTRACT

Media richness, technology user acceptance and social copresence are three theoretical concepts from different sides towards a communications technology. All three are expected to be able to predict the development of technologies such as video converence; the development of technologies that has the nuances a social connectedness with each other in interaction mediated by the richness and user acceptance.

This study found that video converence been perceived as rich media and has received its users. As well as with social copresence, it has been perceived communication users, although not as high as the previous two variables. As independent variables media richness and user acceptance when performed test with multiple regression on social presence, relationships were found moderate and significant contribution. Nevertheless, concluded when the technology has been perceived as a rich media and has been accepted by the users, the higher the social copresence.