

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Sikap

Sikap merupakan sebuah bentuk respons yang mempengaruhi aspek afektif, kognitif, dan perilaku terhadap sebuah objek, gagasan, ataupun situasi tertentu (Volkova et al., 2023). Sikap merupakan istilah dalam bidang psikologi yang sering diartikan berpengaruh dengan persepsi dan tingkah laku dalam bahasa Inggris juga disebut *attitude* (Wijnen et al., 2023). Sikap mahasiswa keperawatan tidak lepas dari pro dan kontra sehingga penting dalam pemahaman sikap sebelum menggunakan *artificial intelligence* agar tidak disalahgunakan ataupun disalahartikan (Centeno-Martín et al., 2023). Konsep kerja *artificial intelligence* dianggap konsep baru pada perguruan tinggi ataupun pendidikan sehingga masih pentingnya untuk mengenal literasi pengetahuan umum tentang *artificial intelligence* (Wang et al., 2024). *Artificial intelligence* memiliki dampak yang mempengaruhi perasaan positif, negatif atau netral yang tergantung dengan pengalaman pribadi, nilai-nilai yang diyakini, atau ketakutan dengan adanya perubahan (Khechine et al., 2023).

Sikap yang dijelaskan oleh para peneliti di atas dapat diambil kesimpulan bahwa sikap merupakan perilaku seseorang dengan menampilkan rasa ingin atau ketertarikan, tidak suka atau biasa saja (netral) kepada objek tertentu.

2.1.1 Karakteristik Sikap

Sikap bisa berdampak dan menjadikan motivasi dalam berinteraksi terhadap orang lain di tempat tertentu (Johnson et al., 2022). Sikap menjadikan ciri khas untuk mengadopsi *artificial intelligence* (Yi Li et al., 2019). Sikap tidak terlahir dari dini,

melainkan tumbuh dan berkembang seiring bertambahnya usia, dipengaruhi oleh lingkungan di mana individu tersebut tumbuh (Chan et al., 2023a). Lingkungan keluarga, sekolah, dan sosial memainkan peran penting dalam membentuk sikap seseorang (Hsu et al., n.d.). Sikap selalu terkait dengan suatu objek, dan pembentukan, pembelajaran, bahkan perubahan sikap terjadi berdasarkan objek atau benda yang ditemui individu. Objek atau benda tersebut dapat menyenangkan atau tidak, tergantung pada karakteristik objek itu sendiri (Rezwana et al., 2022). Sikap juga dapat memiliki tujuan khusus terhadap suatu objek atau sekumpulan objek. Sebagai contoh, individu yang memiliki sikap positif terhadap suatu merek kendaraan cenderung tetap setia pada merek tersebut (J. Lee et al., 2023). Sikap tidak hanya dapat berlangsung dalam jangka waktu yang lama, tetapi juga sebentar, dipengaruhi oleh rasa suka atau tidak suka terhadap suatu pengalaman, objek, atau orang tertentu (Chong et al., 2022). Sikap juga berperan sebagai faktor motivasi, di mana setiap individu memiliki motivasi atau perasaan sendiri terhadap peristiwa atau hal yang terjadi dalam hidupnya (Kim, 2020). Sikap tidak hanya mencerminkan respons individu terhadap objek atau situasi, tetapi juga dapat menjadi pendorong tindakan dan keputusan mereka (Odema et al., 2023).

2.1.2 Komponen Sikap

Komponen kognitif dari sikap mencakup pengetahuan dan persepsi individu terhadap suatu objek atau kejadian (Kumar et al., 2023). Faktor yang berkaitan dengan pengalaman langsung dengan objek atau kejadian tersebut ataupun informasi yang diperoleh dari berbagai faktor (Barnett-Itzhaki et al., 2023). Komponen kognitif

membantu membentuk keyakinan dan penilaian individu terhadap suatu objek tersebut, yang akhirnya mempengaruhi sikap mereka (A. W. Li, 2023).

Komponen afektif dari sikap yang berkaitan dengan aspek emosional terhadap suatu objek (Fitria, 2021). Perasaan yang berkaitan dengan rasa suka atau tidak yang muncul sebagai respons terhadap apa yang mereka lihat atau rasakan dari suatu kejadian (Fitria, 2021). Komponen afektif memberikan dampak emosional pada sikap, yang dapat berpengaruh pada kebiasaan dan keteguhan sikap individu terhadap objek atau sebuah kejadian tertentu yang dialami (Chan et al., 2023b).

Komponen konatif dari sikap yang berpengaruh dengan kemungkinan individu untuk berperilaku dengan suatu cara terhadap objek yang mereka alami atau peristiwa yang mereka rasakan (Yiwei Li et al., 2021). Niat atau kemungkinan tindakan yang diambil sebagai respons terhadap sikap mereka (Gupta et al., 2022). komponen konatif mencerminkan kesiapan individu untuk mengekspresikan sikap mereka melalui perilaku yang nyata (A. W. Li, 2023).

Ketiga komponen di atas dari komponen kognitif, afektif dan konatif dapat dipahami bahwa sikap individu terhadap suatu objek atau peristiwa, yang melibatkan pengetahuan perasaan, dan niat untuk berperilaku yang menjadikan bagian pengaruh penting dalam menggambarkan dari sikap individu.

2.1.3 Faktor Pengaruh Sikap

Faktor pengaruh sikap dipengaruhi oleh persepsi terhadap dampak *artificial intelligence* pada pekerjaan sehari-hari sehingga membentuk sikap di mana persepsi mempengaruhi sikap untuk mengadopsi *artificial intelligence*, mencakup sejumlah aspek

yang membentuk pandangan pada suatu objek (Labrague, Aguilar-Rosales, Yboa, Sabio, et al., 2023). Pengalaman dan pendidikan menjadi peran penting dalam pembentukan dengan pengalaman dan tingkat pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi keyakinan mereka terkait pengadopsian *artificial intelligence* (Rababah, 2023). Kesesuaian dengan nilai profesional dan etika juga menjadi faktor kunci dari persepsi terhadap norma-norma etika dan nilai-nilai profesional yang mempengaruhi sikap pengambilan keputusan terkait dengan penggunaan *artificial intelligence* khususnya dalam bidang pendidikan (Chi-Jen Lin et al., 2021).

Pengaruh orang lain dalam membentuk sikap berpengaruh dengan kecenderungan individu yang memiliki sikap sejalan dengan pandangan yang dianggap prioritas oleh individu itu sendiri dan menghasilkan dinamika konformitas (Grassini, 2023). Kebudayaan berdampak dengan pengaruh dari nilai religi dan budaya membentuk sikap atau pandangan tentang kecerdasan buatan (AI) (Siegle, 2023). Media sosial memberikan kontribusi dalam pembentukan sikap dengan memberikan informasi yang dapat mempengaruhi kepercayaan dan penerimaan terhadap teknologi AI (Cerny, 2023). Lembaga pendidikan menjadikan peran yang signifikan dalam pembentukan sikap dengan faktor pengetahuan atau ajaran dari pendidikan dapat meningkatkan kepercayaan untuk mengadopsi *artificial intelligence* (Michalak, 2023). Aspek emosional merupakan faktor yang berdampak dikarenakan kondisi emosional dapat mempengaruhi cara pandang individu untuk menerima suatu barang atau objek bahkan kejadian dalam bentuk emosi seperti kecewa, marah, dan bahagia (Crawford, Cowling, Ashton-Hay, et al., 2023).

Pertimbangan faktor-faktor yang dijelaskan di atas terkait pemahaman mendalam dari pengalaman, nilai-nilai, interaksi sosial, dan kondisi emosional yang berpengaruh pada pembentukan sikap terkait adopsi *artificial intelligence* yang berfungsi untuk menjadi faktor pengkajian respons individu terhadap perkembangan teknologi ini.

2.1.4 Alat Ukur Sikap

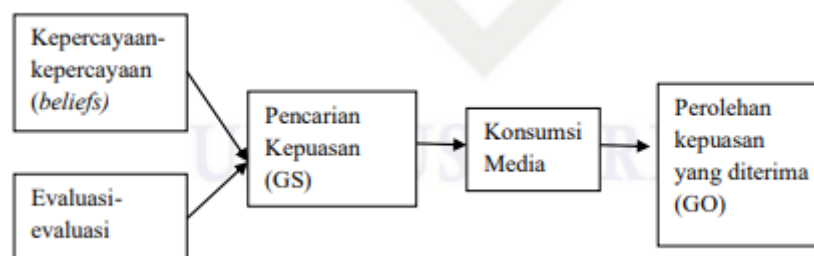
Alat ukur untuk menguji sejauh mana sikap berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *artificial intelligence* dengan menggunakan kuesioner dari penelitian terdahulu yang disesuaikan dengan judul yang akan diteliti dengan 5 item pertanyaan dengan lima indikator antara lain keamanan menggunakan teknologi, fleksibel, perkembangan berkelanjutan, efektivitas, dan transparansi. Contoh pertanyaan sesuai indikator di atas yang sudah disesuaikan dengan judul penelitian sekarang antara lain, saya tertarik menggunakan kecerdasan buatan untuk membantu memecahkan masalah yang dialami, menurut saya teknologi kecerdasan buatan memiliki keandalan efisiensi waktu dan menghemat biaya, saya melihat bahwa potensi kecerdasan buatan dapat digunakan dalam dunia pendidikan, teknologi kecerdasan buatan menyediakan informasi yang mengurangi permasalahan saat belajar, saya senang dengan potensi yang diberikan oleh kecerdasan buatan yang bisa diakses oleh kalangan publik. Lima pertanyaan tersebut diukur dengan skala *likert* dan skoring 1-5 berkaitan dengan pertanyaan sikap dari penelitian dan setiap indikator pada penelitian terdahulu yang berjudul “Persepsi Penggunaan, Persepsi Kemudahan Dan Sikap Penggunaan Teknologi Blockchain” dengan nilai skor cronbach alfa setiap indikator $>0,70$ (Uly Erianti Situmorang, 2023).

2.2 Persepsi Penggunaan

2.2.1 Teori Uses and Gratification

Teori ini dikembangkan pada tahun 1940 saat peneliti mencoba mencari tahu motif yang melatar belakangi audiens mendengarkan radio dan membaca surat kabar (Alam et al., 2024). mempelajari peran keinginan dan kebutuhan pengguna terhadap pilihan media yang akan di pilih (Alam et al., 2024).

Teori *Uses and Gratification* dikembangkan dari teori atau jarum hipodemik yang diperkenalkan oleh herbert blumer dan elihu kartz pada tahun 1974 dalam bentuk terbitan buku dengan judul *The Uses on Mass Communication : Current Perspectives on Gratification Research* (Adjin-Tettey, 2022). Teori dengan menguji bahwa pengguna memiliki peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu objek atau media (Adjin-Tettey, 2022).



Gambar 2. 1 Model Use and Gratification

Teori ini menyelidiki asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial dengan dampak menimbulkan sebuah harapan tertentu dari pengguna objek atau media yang digunakan, ada 5 asumsi dasar menurut teori *uses and gratification* (Adjin-Tettey, 2022). Peran individu berperan paling aktif dalam pemilihan untuk menggunakan sebuah media dengan melibatkan dari tujuan kebutuhan pribadi (Shieh et al., 2023). Inisiatif individu yang berhubungan tentang kebutuhan yang diinginkan dengan pilihan mereka untuk menggunakan suatu media yang tidak hanya berdampak pada individu itu sendiri

bahkan berdampak pada kelompok atau masyarakat (Farias et al., 2021). Media dianggap sebagai pengaruh potensial dengan sumber kebutuhan yang lain di mana memiliki pengaruh interpersonal atau non-media untuk memenuhi kebutuhan individu (Alam et al., 2024). Keputusan individu menjadi peran terakhir yang berdampak dalam menggunakan suatu media yang didasarkan pada nilai-nilai dan tujuan dari individu ataupun sebuah kelompok (Farid et al., 2023).

Peneliti lain menyatakan ada 4 alasan yang menjadi pengaruh pada individu untuk menggunakan suatu media (Alam et al., 2024). Pengalihan (*diversion*) yang diartikan sebagai pengalihan dari permasalahan atau aktivitas sehari-hari dengan menciptakan hiburan atau perubahan yang diharapkan (Alam et al., 2024). Hubungan personal diartikan menjadi pengganti teman dan membentuk hubungan personal saat individu merasa sendiri atau membutuhkan interaksi sosial (Alam et al., 2024). Identitas personal adalah dasar dan penguatan nilai-nilai individu melalui media dengan memperkuat identitas diri (Alam et al., 2024). Pengawasan (*surveillance*) yang diartikan bahwa media yang digunakan untuk memperoleh informasi yang memenuhi keinginan individu dengan memberikan pemahaman dan kontrol terhadap lingkungan serta isu-isu yang terpercaya (Alam et al., 2024). Teori *uses and gratification* dari kedua pandangan tersebut menjadikan wawasan mendalam mengenai motivasi individu saat memilih dan menggunakan media serta bagaimana media memberikan kepuasan terhadap berbagai kebutuhan individu maupun kelompok.

2.2.2 Teori Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan merupakan sebuah kondisi di mana seseorang meyakini bahwa menggunakan teknologi akan terhindar dari tekanan mental ataupun

fisik (Robaniyah et al., 2021). Kemudahan penggunaan diartikan sebagai tolak ukur sejauh mana individu meyakini untuk menggunakan sesuatu teknologi akan memecahkan masalah yang dialami (Robaniyah et al., 2021). Persepsi kemudahan terjadi saat kepercayaan untuk proses pengambilan keputusan dan mempercayai suatu media yang akan digunakan (Farid et al., 2023). Kemudahan penggunaan diartikan dari persepsi kemudahan di mana *ease to learn* (mudah untuk dipelajari), *use to use* (mudah untuk digunakan), *clear an understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillful* (menjadi terampil) (Robaniyah et al., 2021).

2.2.2.1 Indikator persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan diartikan sejauh mana tingkat keyakinan pengguna menggunakan teknologi dengan kemudahan tanpa adanya kerja keras saat pengguna (Farid et al., 2023). Konsep ini diartikan dengan kejelasan tujuan pengguna teknologi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan dengan sesuai keinginan atau kebutuhan pengguna (Robaniyah et al., 2021).

Pembagian persepsi kemudahan dibagi menjadi beberapa dimensi yang pertama yaitu *Easiness* memfokuskan terhadap Kemudahan fasilitas atau program dari sebuah sistem untuk digunakan dalam lingkup zaman digitalisasi yang bertujuan khusus pada kemudahan apa web atau aplikasi yang dijalankan oleh individu (Robaniyah et al., 2021). *Clear and Understandable* mengukur Tingkat sejauh mana sebuah sistem memiliki fitur atau konsep yang menarik dan mudah di mengerti ataupun efisien saat digunakan kapan pun dan di mana saja (Robaniyah et al., 2021). *Easy to Learn* menjadi Tolak ukur skor kemudahan saat digunakan dan mudah beradaptasi untuk dipelajari dan diadopsi oleh individu untuk memecahkan masalah di dalam pendidikan maupun dunia kerja

(Robaniyah et al., 2021). *Overall Easiness* Kemudahan dari keseluruhan sistem dan tingkat efisiensi dari sebuah sistem sejauh mana kemudahan yang dirasakan individu (Robaniyah et al., 2021).

2.2.2.3 Minat Menggunakan

Minat perilaku diartikan sebagai tingkat minat atau keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Farid et al., 2023). Daya ketertarikan saat mendapat efek dari produk yang digunakan menimbulkan ketertarikan untuk mencoba dan akhirnya keinginan menjadi faktor keinginan untuk menggunakan atau memiliki suatu objek atau web yang dilihat (Robaniyah et al., 2021). Kondisi seseorang dengan kemungkinan secara subjektif berhubungan antara individu dengan beberapa tindakan (Damayanti et al., 2023). Minat (*interest*), diartikan dengan kecenderungan dan rasa ingin yang besar terhadap sesuatu yang diperkuat oleh dorongan (*force*) yang timbul dari aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan untuk memilih objek atau aplikasi (Priambodo et al., 2019).

Indikator yang memperkuat minat penggunaan antara lain menurut (Farid et al., 2023), antara lain Ketertarikan Pada Objek Minat yang berhubungan dengan Ketertarikan individu pada objek yang akan digunakan yang selalu terpusat pada suatu merek tertentu (Farid et al., 2023). Perasaan yang membahagiakan atau menyenangkan saat menggunakan sebuah produk yang diyakini oleh individu (Farid et al., 2023). Kecenderungan untuk Menggunakan diartikan dengan seberapa ingin untuk menggunakan sebuah produk tertentu (Farid et al., 2023).

2.2.3 Alat Ukur Penggunaan

Alat ukur untuk menguji sejauh mana persepsi kegunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *artificial intelligence* dengan menggunakan kuesioner dari penelitian terdahulu yang disesuaikan dengan judul yang akan diteliti dengan 4 item pertanyaan dengan contoh pertanyaan yang sudah disesuaikan dengan judul penelitian saat ini yaitu, saya menggunakan kecerdasan buatan karena menyenangkan dan mudah digunakan, saya percaya dengan menggunakan kecerdasan buatan karena dapat membantu memecahkan masalah yang saya alami, menggunakan kecerdasan buatan menjadi pilihan yang tepat untuk belajar terutama bagi mahasiswa, saya senang menggunakan kecerdasan buatan karena efisien tidak perlu mencari satu per satu materi atau sesuatu hal yang diinginkan. Empat pertanyaan tersebut diukur dengan skala *likert* dan skoring 1-5 .

Pertanyaan tersebut di modifikasi dari penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Sikap Penggunaan Teknologi Terhadap Keputusan Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (Qris) Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Tegowanu” dengan skor uji reliabilitas cronbach alpha >0.876 (Ichlasul Amal, 2023).

2.2.4 Alat Ukur Adopsi Kecerdasan Buatan

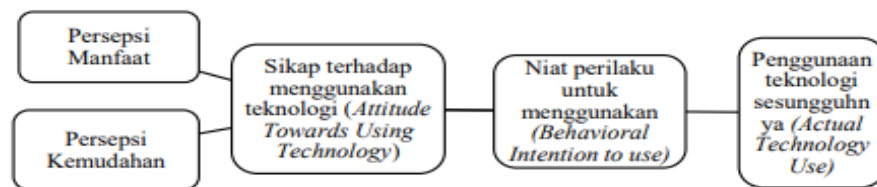
Alat ukur untuk menguji keputusan menggunakan *artificial intelligence* dengan menggunakan kuesioner dari penelitian terdahulu yang disesuaikan dengan judul yang akan diteliti dengan 31 item pertanyaan dengan contoh pertanyaan yang sudah disesuaikan dengan judul penelitian saat ini antara lain indikator, adopsi teknologi kecerdasan buatan (4 pertanyaan), ekspektasi kinerja (3 pertanyaan), harapan usaha (4

pertanyaan), pengaruh sosial (4 pertanyaan), kondisi yang memfasilitasi (4 pertanyaan), motivasi hedonis (4 pertanyaan), nilai harga (4 pertanyaan), kebiasaan (4 pertanyaan) tersebut diukur dengan skala *likert* dan skoring 1-5. Pertanyaan tersebut di modifikasi dari penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Adopsi Teknologi Pembayaran Non Tunai (*E-Money*) Di Kalangan Mahasiswa” dengan skor uji reliabilitas cronbach alpha >0.839 (Ichlasul Amal, 2023).

2.3 Persepsi Pemanfaatan

2.3.1 Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Teori *Technology acceptance model* merupakan adopsi *theory of reasoned action* (Frosig, 2023). TAM sendiri mempunyai dua aspek utama, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan (Oamen, 2023). Model dari *technology acceptance model* :



Gambar 2. 2 Theory Technology Acceptance Model (TAM)

Attitude toward using pada TAM dijelaskan sebagai respons pelaksanaan sistem dengan merespons dan menerima bahkan menolak dari dampak menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaan (Shieh et al., 2023). *Behavioral intention to use* merupakan pengertian dari keinginan yang tinggi untuk terus menggunakan suatu teknologi secara pasif (Indriyanto, 2024). TAM merupakan model yang bertujuan memberikan pandangan atau gambaran bagaimana pengguna teknologi agar menerima dan memanfaatkan teknologi sesuai kegiatan pengguna (Al-Adwan et al., 2023). TAM berpengaruh dengan teori psikologis dengan fungsi menjelaskan respons pengguna

berdasarkan manfaat, kemudahan, intensi, niat, dan pengaruh perilaku sikap pengguna (Zhi Pan Hee Jun Cho Dong Hyuk Jo, 2023).

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah konsep perilaku yang membuktikan fungsinya dalam menerangkan mengapa banyak sistem teknologi informasi mengalami kegagalan dalam penggunaan disebabkan penggunanya kurang tertarik untuk mengadopsinya. *Technology Acceptance Model (TAM)* dikembangkan berdasarkan dasar teori yang kokoh. *Technology Acceptance Model (TAM)* telah diteliti dari berbagai riset dan sebagian besar disimpulkan bahwa TAM merupakan model yang efisien. *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah model yang parsimoni (parsimonious) yang merupakan model yang efisien namun terpercaya. Kelebihan atau keunggulan *Technology Acceptance Model (TAM)* ini dinyatakan menurut (Zhi Pan Hee Jun Cho Dong Hyuk Jo, 2023),

2.3.2 Persepsi Manfaat

Persepsi diartikan sebagai proses individu memilih, mengatur dan menerjemahkan masukan informasi sebagai gambaran atau pandangan yang berarti (Balaman et al., 2023). Persepsi manfaat merupakan pengukuran tingkat sejauh aman seseorang percaya bahwa saat menggunakan suatu teknologi tertentu untuk meningkatkan kinerjanya (Mizher et al., 2023). Seseorang akan menggunakan suatu teknologi apabila suatu teknologi itu sendiri dapat memberikan manfaat (Mizher et al., 2023). Rasa percaya atau keyakinan bahwa teknologi yang akan digunakan akan berguna akan membuat keputusan untuk menggunakan teknologi, dan sebaliknya apabila suatu teknologi dianggap tidak ada manfaatnya maka akan terjadi sikap penolakan (Oamen, 2023). Persepsi manfaat dapat di ukur dari beberapa indikator di

antaranya mempermudah, mempercepat pekerjaan, memberikan keuntungan, rasa nyaman, dan meningkatkan efisiensi pekerjaan (Ernawati, N., & Noersanti, et al., 2020).

2.2.3 Alat Ukur Manfaat

Alat ukur untuk menguji sejauh mana persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *artificial intelligence* dengan menggunakan kuesioner dari penelitian terdahulu yang disesuaikan dengan judul yang akan diteliti dengan 5 item pertanyaan dengan contoh pertanyaan yang sudah disesuaikan dengan judul penelitian saat ini yaitu, saya menggunakan kecerdasan buatan karena belajar lebih mudah, saya menggunakan kecerdasan buatan karena dapat meningkatkan waktu kinerja saat belajar atau mengerjakan tugas akademik, saya menggunakan kecerdasan buatan karena pilihan yang efektif, saya menggunakan kecerdasan buatan karena efisien saat digunakan dari pada teknik yang biasa yang sering digunakan dan pertanyaan tersebut diukur dengan skala *likert* dan skoring 1-5 .

Pertanyaan tersebut di modifikasi dari penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Sikap Penggunaan Teknologi Terhadap Keputusan Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (Qris) Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Tegowanu” dengan skor uji reliabilitas cronbach alpha >0.890 (Ichlasul Amal, 2023).