

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

“Gaya Hidup adalah cara yang digunakan oleh seseorang bagaimana dia hidup dan mengalokasikan pendapatannya. Gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uangnya” (Solomon, 2007:558). “Pendekatan mengenai gaya hidup dapat diukur melalui *AIO's statement* yaitu *activity, interest* dan *opinion*” Wells dan Tigert dalam (Solomon, 2007:563), bahwa pengukuran gaya hidup dapat dilakukan dengan aktivitas, ketertarikan/minat, dan pendapat. Pengukuran gaya hidup ini juga dapat dilihat Melalui apa yang disenangi dan disukai oleh seseorang yang dapat menjadi gambaran daya hidup individu tersebut. Gaya hidup merupakan referensi yang dipakai seseorang dalam bertingkah laku dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu. Setiap orang memiliki pola perilaku yang berbeda harus disadari bahwa tidak ada aturan ketentuan baku tentang gaya hidup yang “sama dan cocok” yang berlaku untuk semua orang. Budaya, pendapatan, struktur keluarga, umur, kemampuan fisik, lingkungan rumah dan lingkungan tempat kerja, menciptakan berbagai “gaya” dan kondisi kehidupan lebih menarik, dapat diterapkan dan diterima.

Gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenaikannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat disekitarnya. gaya hidup adalah suatu seni yang dibudayakan oleh setiap orang. Gaya hidup juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan

teknologi. Semakin berkembangnya zaman dan semakin canggihnya teknologi, maka semakin berkembang luas pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dalam arti lain, gaya hidup dapat memberikan pengaruh positif atau negatif bagi yang menjalankannya, tergantung pada bagaimana orang tersebut menjalaninya.

Saat ini gaya hidup sering disalahgunakan oleh sebagian besar masyarakat. Apalagi para remaja yang berada dalam kota Metropolitan. Mereka cenderung bergaya hidup dengan mengikuti mode masa kini. Mode yang mereka tiru adalah mode dari orang barat, yang cenderung bergaya hidup bebas dan hedonis, jika mereka dapat memfilter dengan baik, maka akan memberikan pengaruh yang positif. Namun sebaliknya, jika tidak pintar dalam memfilter mode dari gaya hidup tersebut, maka dapat memberikan pengaruh yang negatif bagi mereka sendiri maupun lingkungan sekitar.

A. Klasifikasi Gaya Hidup

Pembagian gaya hidup dilihat dari segmentasi pasar yaitu gaya hidup tradisional (*traditional lifestyle*), gaya hidup orientasi diri (*self oriented lifestyle*), dan gaya hidup hemat dan praktis (*frugal and practical lifestyle*). Pada gaya hidup tradisional, pandangan mengenai pencari nafkah adalah pada posisi ayah, mengurus rumah adalah tugas ibu dan anak-anak berdiam diri dirumah. Tetapi saat ini, banyak wanita yang bekerja sebagai bukti bahwa mereka dapat hidup dengan mandiri dalam mengambil keputusan untuk kehidupan anak-anaknya. Sementara pada gaya hidup konservatif atau berorientasi pada diri sendiri memiliki pandangan bahwa media dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang.

Hal ini dapat dilihat dengan perubahan anggapan penggunaan teknologi dapat menjadi sebuah status pada masyarakat metropolitan, khususnya di Jakarta. Hal ini disebabkan karena media dapat mensetting ulang pikiran sehingga tidak lagi mengikuti hal-hal yang seharusnya tetapi melakukannya sesuai dengan kebutuhan dan perubahan zaman. Contohnya saat ini sudah tidak penting lagi fungsi dari sebuah *smartphone* tetapi *brand* dapat menunjukkan status sosial dari pengguna *smartphone* tersebut yang akan dijadikan modal utama untuk gaya hidup mereka. Gaya hidup hemat dan praktis didasari oleh efek peningkatan inflasi ekonomi yang berpengaruh terhadap sikap konsumen atas produk yang akan digunakan.

(Chaney, 2011:36) mengklasifikasikan gaya hidup, yang dilihat dari kebutuhan seseorang dalam memenuhi keinginan dan rutinitas yang selalu dilakukan sehingga menjadikan rutinitas tersebut menjadi pilihan gaya hidup yang diikuti, yaitu : industri gaya hidup, iklan gaya hidup, PR dan jurnalisme gaya hidup, gaya hidup mandiri dan gaya hidup hedonisme.

1. Industri Gaya Hidup

Pada zaman dahulu, gaya hidup sebagai penunjuk penampilan diri mengalami estetisasi dalam kehidupan sehari-hari, estetisasi sendiri adalah menguatnya kecenderungan hidup sebagai proses seni. Ketika mengkonsumsi sebuah produk, orang tidak lagi semata melihat dari fungsinya, tetapi dari identitas dan status yang disimbolisasikan oleh produk tersebut. “Kamu bergaya maka kamu ada!” adalah ungkapan yang sering digunakan untuk menggambarkan kecenderungan manusia modern akan gaya, itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebageian besar adalah industri penampilan.

2. Iklan Gaya Hidup

Dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini yang berperan besar dalam membentuk gaya hidup adalah budaya citra (*citra culture*) dan budaya cita

rasa (*taste culture*). Kedua budaya tersebut merupakan gempuran iklan. Iklan mempresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Perlahan iklan juga mempengaruhi pilihan citarasa yang akan dipilih.

3. *Public Relation* dan Jurnalisme Gaya Hidup

Dunia promosi saat ini sampai pada kesimpulan bahwa budaya berbasis-selebriti (*celebrity based culture*), para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran 'aksesoris fashion'. Generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak E-Generation, terbentuk melalui identitas yang diinspirasi oleh selebriti kesukaan mereka mengenai cara mereka berselancar didunia maya (*internet*), cara mereka mengganti busana dan kegiatan seperti diatas menunjukkan bahwa peristiwa demi peristiwa dari para selebriti serta citra mereka digunakan untuk parade identitas.

4. Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki untuk mencapai tujuan. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko. Gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi menjadi budaya bagi setiap individu, manusia akan bebas untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menghasilkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

5. Gaya Hidup Hedonis

Hedonis berasal dari bahasa Yunani 'hedone' yang berarti kesenangan, kenikmatan, bersenang-senang. Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya hanya untuk mencari kesenangan hidup. seperti, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya. dan ingin selalu menjadi pusat perhatian atas segala sesuatu yang ia lakukan maupun yang ia miliki.

B. Dimensi Gaya Hidup

Tabel II.1 Dimensi Gaya Hidup

<i>Activities</i>	<i>Interest</i>	<i>Opinions</i>	<i>Demographics</i>
<i>Work</i>	<i>Family</i>	<i>Themselves</i>	<i>Age</i>
<i>Hobbies</i>	<i>Home</i>	<i>Social issues</i>	<i>Education</i>
<i>Vacation</i>	<i>Community</i>	<i>Business</i>	<i>Income</i>
<i>Entertainment</i>	<i>Recreation</i>	<i>Economics</i>	<i>Occupacion</i>
<i>Club Membership</i>	<i>Fashion</i>	<i>Education</i>	<i>Family Size</i>
<i>Community</i>	<i>Food</i>	<i>Products</i>	<i>Dwelling</i>
<i>Shopping</i>	<i>Media</i>	<i>Future</i>	<i>Geography</i>
<i>Sports</i>	<i>Achievements</i>	<i>Culture</i>	<i>City Size</i>

Sumber : Solomon, et al, (2007:563)

Dimensi aktivitas meliputi apa yang dilakukan konsumen menghabiskan waktunya. Dimensi ini berkaitan dengan *values* yang dianut oleh seseorang seperti *motives*, *values* dan *preferences inventory*. Minat mengacu pada tingkat kegairahan yang disertai perhatian khusus maupun terus menerus terhadap suatu objek, peristiwa, ataupun topic tertentu minat merupakan faktor pribadi dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Minat berkaitan dengan ketertarikan yang disertai dengan perhatian terhadap objek tertentu yang berada di sekitar lingkungannya. Dimensi opini merupakan pandangan dan perasaan

konsumen terhadap dirinya atau orang lain serta terhadap dunia sekitarnya yang dapat dihubungkan dengan persepsi. Persepsi disini meliputi proses dari individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan yang ditangkap oleh sensori mereka yang memunculkan dampak pada nilai, pengalaman, pendidikan, dan lainnya.

C. *Artificial Intellegence (AI)*

“artificial intelligence AI is the study of how to make computers do things which, at the moment, People do better. this definition is, of course, somewhat ephemeral because of its reference to the current state of computer science” (Rich, et al, 2009:3) kecerdasan buatan AI adalah studi tentang bagaimana membuat komputer melakukan hal-hal yang, pada saat ini, lebih baik daripada orang/manusia melakukannya. Sedangkan dalam *Ensiklopedia of Britannica* menyatakan bahwa AI adalah kecerdasan buatan ialah cabang ilmu komputer yang dalam mempresentasikan pengetahuan lebih banyak menggunakan bentuk symbol-symbol daripada bilangan dan memproses informasi berdasarkan model heuristic atau dalam kata lain berdasarkan sejumlah aturan tertentu.

Beberapa kelebihan kecerdasan Alami di bandingkan dengan AI (kecerdasan buatan) Kreatif, tidak seperti AI kecerdasan alami, mampu menambah pengetahuan sendiri dapat melalui belajar, mendengar, melihat, membaca, melalui segala sesuatu kegiatan dan kejadian yang dialami oleh manusia. Sementara AI hanya dapat menambah pengetahuannya jika mendapatkan input di sistem yang telah dibangun. Pemikiran manusia dapat

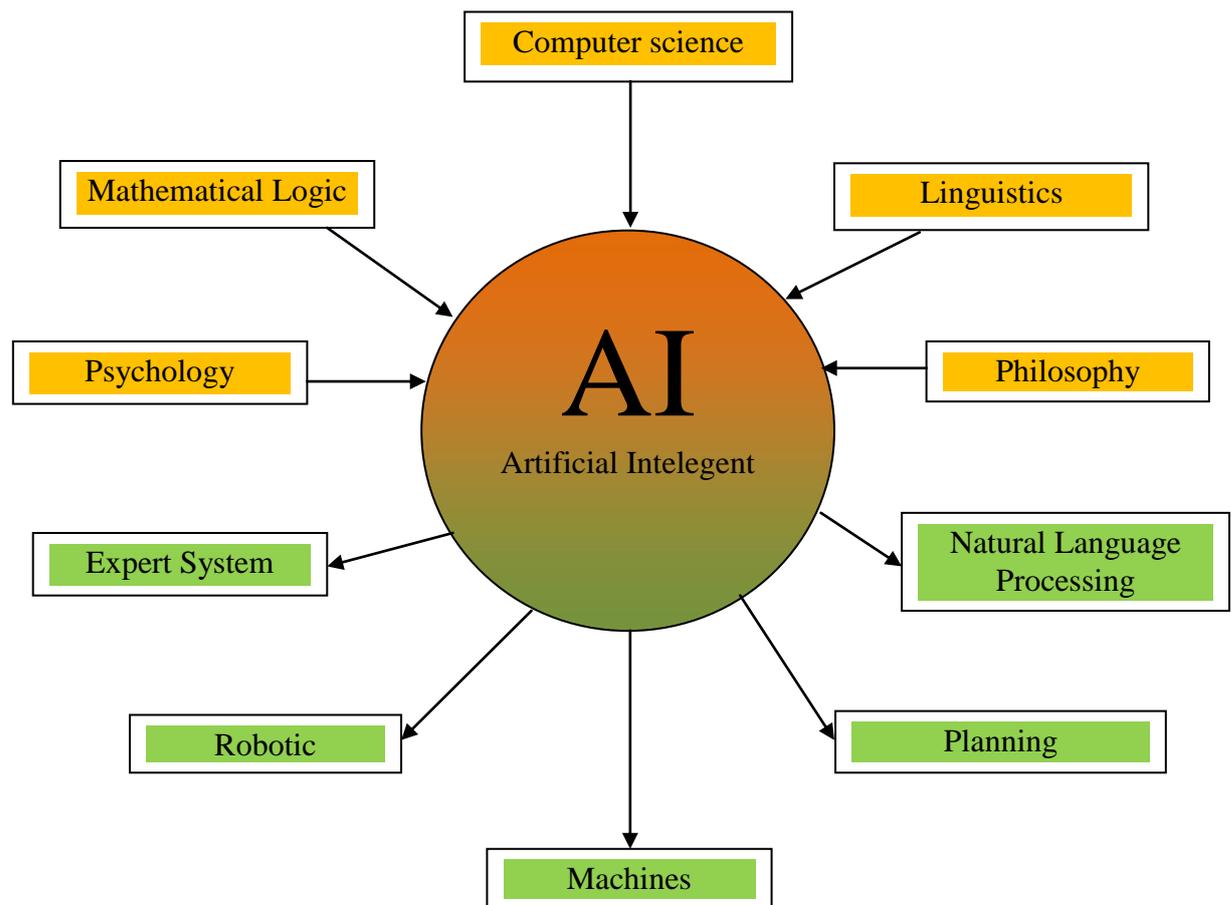
dipergunakan secara luas sementara pemikiran AI sangat terbatas. Kecerdasan alami dapat membuat AI sementara AI tidak mampu membuat kecerdasan alami.

“Dalam perkembangannya untuk membantu tugas manusia AI dibagi menjadi 3 Domain yang terdiri dari *formal task*, *mundane task* dan *expert task*”. (Rich, 2009:5) *Formal task* digunakan untuk membantu manusia dalam mengerjakan kegiatan formal atau yang umum dikerjakan oleh manusia seperti tugas *mathematics* atau segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan berhitung dan permainan seperti *geometry*, *integral*, *calculus*, *chess*, *backgammon checker*, dll. Sementara untuk *mundane task* lebih mengacu kepada tugas tugas yang bersifat keduniaan atau kebiasaan yang dilakukan manusia yang dibagi menjadi 4 bagian yaitu *perception* : seperti *machinevision* dan *speech recognition*. *Natural language* atau yang biasa dikenal dengan NLP, *natural language processing* seperti *understanding*, *generation*, *translation*. *Commonsense reasoning* yang berkaitan dengan pertimbangan berdasarkan pikiran sehat, lalu *Robot Control* yang berkaitan dengan dunia *robotic*. Dan untuk *Expert Task* atau *expert system* atau yang biasa dikenal sebagai system pakar dibagi menjadi *engineering* yang didalamnya meliputi ilmu *design*, *fault finding*, *manufacturing planning* dan *Scientific analysis*, seperti *medical diagnosis*, *financial analysis*.

Terdapat beberapa bagian bagian tugas yang dijalankan oleh bagian pada AI diantaranya adalah *Machine Vision* : Bertujuan pada pengenalan pola dalam beberapa jalan yang sama sebagai kegiatan sistem visual/indera manusia. *Robotics* : Difokuskan pada produksi alat-alat mekanik yang dapat mengendalikan gerak. Sebagai contoh: sebuah robot sederhana mampu atau dapat bergerak/pindah ke depan, belakang, kanan atau kiri atau pindah tempat ke ruangan berbeda. Sebuah

robot sebenarnya buta akan bentuk urutan dari aksi bila tanpa usaha untuk mengganti komponennya atau bisa mendeteksi dan memperbaiki kesalahan dalam rencananya akan menjadi sulit bila tanpa kecerdasan. Sering sebuah robot akan diformulasikan pada sebuah rencana dasar pada informasi yang tidak lengkap dan benar dalam menjalankan sebuah rencana AI. *Speech Processing* : Bertujuan pada pengenalan dan sintesa pembicaraan manusia.

Theorem Proving adalah usaha untuk membuktikan secara otomatis masalah masalah dalam matematika dan logika. *General Problem Solving* : Bertujuan pada pemecahan kelas-kelas dari masalah-masalah yang ditekankan dalam sebuah bahasa formal.



Sumber : Kamran : 1988;11

Gambar II.1. Suatu Input-Output Model Untuk *Artificial Intelligence*

Pattern Recognition: Difokuskan pada pengenalan dan klasifikasi dari pola-pola. *Game Playing*: Pembuatan program-program bermain permainan. *Machine Learning* : Bertujuan pada produksi mesin-mesin yang mengakumulasi pengetahuan dengan contoh-contoh observasi. *Learning* merupakan sebuah persoalan sulit untuk program AI, dalam mencapai kesuksesan diperlukan dalam pemecahan persoalan. Bagian kemampuan untuk mempelajari komponen terpenting dari tindak tanduk jalan kecerdasan. Sebuah sistem pakar harus berkemampuan ekstensif dan dapat menghitung kerugian dalam memecahkan sebuah persoalan. Tidak seperti manusia, bilamana jika ia diberikan persoalan yang serupa pada waktu berikutnya, dia tidak akan ingat solusinya. membentuk urutan yang sama untuk menghitung lagi. *Learning* merupakan sebuah area yang sulit diteliti, beberapa program telah ditulis dengan tujuan bahwa ini bukan merupakan hasil atau tujuan yang diinginkan. *Planning* adalah aspek terpenting pendukung untuk mendesain atau merancang robot-robot dengan kemampuan menyelesaikan tugas mereka dengan tingkat fleksibilitas dan tanggap terhadap dunia luar. *Planning* merupakan masalah sulit dari sejumlah alasan yang tidak lebih dari ukuran tempat kosong (space) yang mungkin diurutkan dan dipindahkan. *Neural Network atau Parallel Distributed* : teknik-teknik terbaik untuk merepresentasikan pengetahuan dan merancang algoritma pencarian yang hati-hati untuk implementasi kecerdasan.

D. Konsep Kecerdasan Buatan

Konsep kecerdasan buatan terdiri dari turing tes, pemrosesan simbolik, heuristik, interfencing, pattern machine. Turing test adalah metode pengujian

kecerdasan yang dibuat oleh alan turing, proses ini melibatkan seorang penanya (manusia) dan dua objek yang ditanyai yang satu adalah seorang manusia dan yang satunya lagi adalah sebuah mesin yang akan diuji. Penanya tidak dapat melihat langsung objek yang ditanyai, penanya diminta untuk membedakan mana jawaban komputer dan mana jawaban manusia berdasar jawaban kedua objek tersebut. Jika penanya tidak dapat membedakan mana jawaban mesin dan mana jawaban manusia maka turing berpendapat bahwa mesin yang diuji tersebut dapat diasumsikan CERDAS. Komputer didesain untuk memproses bilangan, sementara manusia dalam berfikir dan memecahkan masalah lebih bersifat simbolik, tanpa didasari oleh sejumlah rumus atau komputasi matematis. Sifat penting dari AI adalah bahwa AI merupakan bagian dari ilmu komputer yang melakukan proses secara simbolik dan non-algoritmik seperti yang dilakukan oleh manusia dalam menyelesaikan masalah. Heuristic merupakan suatu strategi untuk melakukan proses pencarian (*search*) ruang problema secara selektif, yang memandu proses pencarian yang kita lakukan disepanjang jalur yang memiliki kemungkinan sukses paling besar. *Inferencing* (penarikan kesimpulan) adalah membuat mesin memiliki kemampuan berfikir atau mempertimbangkan (*reasoning*) Kemampuan berpikir (*reasoning*) termasuk didalamnya proses penarikan kesimpulan (*inferencing*) berdasarkan fakta-fakta dan aturan dengan menggunakan metode heuristik atau metode pencarian lainnya. *Pattern matching* (pencocokan pola) melalui AI. AI bekerja dengan metode pencocokan pola (*pattern matching*) yang berusaha untuk menjelaskan obyek, kejadian (*events*) atau proses, dalam hubungan logik atau komputasional.



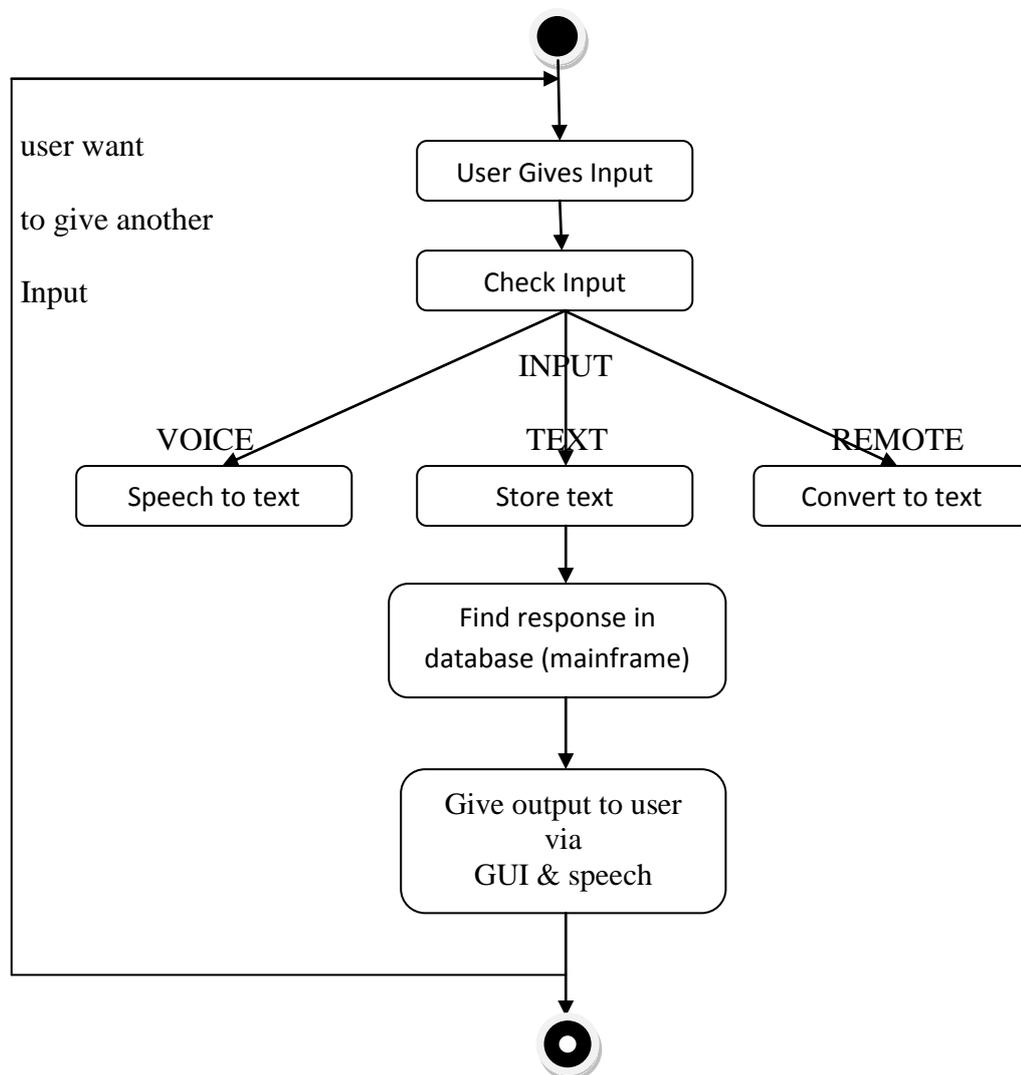
Sumber : *Lifehacker.com* (Alan, 2014)

Gambar II.2 Artificial Intelligence Personal Assistant Smartphone

Saat ini didunia digital terdapat 3 intelegent personal assistant yang terdapat pada *smartphone*, yaitu SIRI yang diciptakan oleh Apple untuk *platform operating system* IOS, SIRI terdapat pada *smartphone* keluaran apple yaitu iphone yang merupakan salah satu *smartphone* yang memiliki harga yang luar biasa dan biasanya di gunakan oleh kategori orang yang memiliki perekonomian kelas menengah keatas, yang kedua dari produsen android dan diperuntukan untuk semua *smartphone* dengan *platform operating system* Android yaitu GOOGLNOW, yang ketiga adalah *intelegent personal assistant* yang dikeluarkan oleh produsen prosesor dan komputer ternama *Microsoft* diperuntukan untuk *smartphone* dengan *operating system windows phone* yaitu CORTANA, ketika piala dunia tahun 2014, berhasil memprediksi hampir 100% hasil pertandingan dari 16 pertandingan. CORTANA berhasil memprediksi 15 pertandingan dengan hasil yang tepat.

(Anaero, et al. 2014:1) *The Personal Assistant is nothing but an implementation of assistance virtually on the user`s. The software can be used with voice, keyboard input and also using internet for remote access. There are some predefined commands in the system and new commands may be added as and when necessary. System notifies the user about new emails, update changes in social networking sites, news reports, etc. User can set alarms, reminders, appointments etc. Tasks like shutdown, lock system, sleep, file reading and writing can also be executed by the system.*

Ada beberapa perintah yang telah ditetapkan oleh system serta dapat menambahkan perintah baru bila diperlukan, system secara otomatis akan memberitahu pengguna tentang email baru, pembaruan perubahan, berita, laporan, dll, pengguna dapat mengatur alarm, reminder, appointments, dll, tugas tugas seperti mematikan perangkat, system penguncian, tidur, membaca file, dan menulis juga bias dijalankan oleh system. (Anerao, et al, 2014:155).



Sumber : (Anerao, et al, 2014:156)

Gambar II.3 Alur Sistem Artificial Intelligence Personal Assistant

E. Hubungan Artificial Intelligence Personal Assistant dengan Gaya Hidup

Menurut (Istiyanto, 2013:1) menjelaskan bahwa Saat ini kita telah memasuki masa interaksi antara manusia dan komputer bersifat natural atau disebut *ubicomp* yang didukung beberapa faktor. Pertama, dukungan ketersediaan jaringan infrastruktur nirkabel, dengan cakupan yang luas untuk komunikasi data atau untuk komunikasi audio dan video digital. Kedua, teknologi mikroprosesor yang semakin canggih. Ketiga, faktor gaya hidup pengguna yang sekarang ini mulai bergantung pada perangkat mobile sebagai alat komunikasi di *social network*, akses layanan *e-mail*, *chatting*, atau *teleconference*.

Sementara *intelligent personal assistant* dapat dikatakan biasanya dimiliki oleh *smartphone* kelas premium yang *range* harganya dipasaran antara Rp 3.500.000 sampai Rp 5.000.000. selain untuk mendukung gaya hidup penggunanya, serta status sosial dari pengguna *smartphone* tersebut, sebagian besar *smartphone* ini juga dimiliki oleh *executive* muda yang kesehariannya dipenuhi oleh sejuta kegiatan.

F. TAM (*Technology Acceptance Model*)

Pada tahun 1986 Davis melakukan penelitian Disertasi dengan mengadaptasi TRA tersebut. Lalu pada tahun 1989 Davis mempublikasikan hasil penelitian disertasinya pada jurnal MIS Quarterly, sehingga memunculkan teori TAM dengan penekanan pada persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan yang memiliki hubungan untuk memprediksi sikap dalam menggunakan sistem informasi. “Menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sistem informasi” (Handayani, 2007:67) Jadi dalam penerapannya maka model TAM jelas jauh lebih luas daripada model TRA. TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi

informasi. Bagaimanapun yang namanya model yang bagus itu tidak hanya memprediksi, namun idealnya juga harus bisa menjelaskan. Rupanya dengan model TAM dan indikatornya memang sudah teruji dapat mengukur penerimaan teknologi

TAM memberikan dasar untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan dari penggunaannya. Penelitian mengenai faktor-faktor yang memprediksi diterimanya teknologi informasi menerima banyak perhatian karena banyak perusahaan mengadopsi dan menggunakan teknologi informasi dan “TAM merupakan salah satu model yang dapat menyelidiki hal tersebut” (Mohd, *et al*, 2011:552). Disamping dibangun oleh dasar teori yang kuat, salah satu kelebihan dari model TAM lainnya adalah dapat menjawab kegalauan pertanyaan dari banyaknya sistem teknologi yang ternyata gagal diterapkan di perpustakaan. Hal ini disebabkan oleh penggunaannya yang tidak mempunyai niat (*intention*) untuk menggunakannya.

Ada 2 (dua) faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (Ease of Use Perceived)

Dalam Davis (1989) disebutkan bahwa “*ease*” artinya “*freedom from difficulty or great effort*”. Selanjutnya “*ease to us perceived*” didefinisikan “*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort*”. Jika diaplikasikan untuk sistem informasi perpustakaan, maka maksudnya pengguna meyakini kalau sistem informasi perpustakaan tersebut mudah dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan. Hal ini mencakup kemudahan penggunaan sistem informasi sesuai dengan keinginan penggunaannya. Hasil penelitian Davis (1989) menunjukkan jika

persepsi kemudahan dapat menjelaskan alasan pengguna untuk menggunakan sistem dan dapat menjelaskan kalau sistem yang baru dapat diterima oleh pengguna.

2. Persepsi Kebermanfaatan (Usefulness Perceived)

Dalam Davis (1989) disebutkan bahwa “*the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance.*” Hal ini dimaksudkan bahwa pengguna percaya bahwa dengan menggunakan sistem informasi perpustakaan tersebut akan meningkatkan kinerjanya. Hal ini menggambarkan manfaat sistem dari penggunaanya yang berkaitan dengan berbagai aspek. Jadi dalam persepsi kebermanfaatan ini membentuk suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan apakah jadi menggunakan sistem informasi atau tidak. Asumsinya jika pengguna mempercayai kalau sistem tersebut berguna maka tentu akan menggunakannya, tetapi sebaliknya jika tidak percaya kalau berguna maka jawabannya pasti tidak akan menggunakannya. “Awalnya Davis menggunakan sebanyak 14 ukuran (*initial scale items*) sebagai indikator yang ada dalam *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*”. (Chuttur, 2009:37) modifikasi model TAM yaitu dengan mengeliminasi variabel sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*).

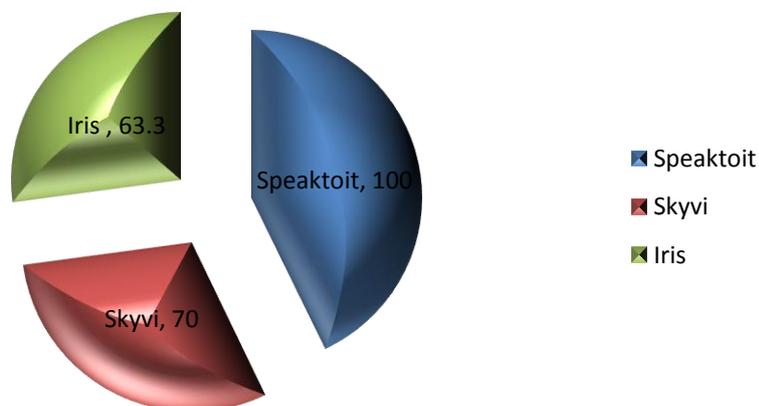
2.2 Penelitian Terkait

Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan tinjauan terhadap penelitian penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait *Artificial Intelligence Personal Assistant* terhadap gaya hidup yang terjadi di masyarakat, penelitian pertama diambil dari (Agushinta, et al, 2012:160) Penelitian yang

dilakukan untuk mengkaji dan membandingkan kelebihan dan kekurangan 3 tipe *Artificial Intelligence Personal Assistant* pada *smartphone* android. yaitu Skyvi, Iris, dan Speaktoit dengan sistem yang berbeda dan dengan *user interface* atau tampilan muka berbeda. Penelitian ini untuk mengetahui seberapa akurat input, kebenaran hasil yang dikeluarkan, dan kemampuan untuk menanggapi atau memahami manusia, dari hasil pengujian ini mereka mendapatkan kesimpulan bahwa berdasarkan pengujian melalui 3 komponen diatas, *Artificial Intelligence Personal Assistant* pada *smartphone* yang terbaik dan memiliki kemampuan yang hampir serupa dengan SIRI adalah Speaktoit dengan persentase mencapai 100%, yang kedua adalah skyvi dengan persentase mencapai 70%, sementara ditempat ketiga adalah iris dengan persentase sekitar 63,33%.

Dari hasil penelitian yang mereka lakukan mereka beranggapan bahwa assistant yang paling dekat mirip dengan Iphone atau SIRI untuk perangkat android adalah Speaktoit. yang layak dicoba pertama kali, sementara kelebihan untuk Skyvi dan Iris, kedua assistant ini memiliki fitur yang unik dan menarik untuk dicoba karena kedua asistant tersebut menawarkan tampilan yang lebih manusiawi atau interaktif dan fitur pidato yang lebih menyenangkan untuk digunakan.

Intellegent Personal Assistant Android



Sumber: (Agushinta, et al. 2012:160)

Gambar II.4 Artificial Intelligence Personal Assistant Android

Penelitian kedua yang menjadi referensi ialah penelitian yang dilakukan (Fatmawati, 2015:11) membahas tentang metode TAM *technology acceptance model* untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi perpustakaan. Bahwa penerimaan teknologi dapat didefinisikan sebagai kesediaan pengguna untuk menggunakan teknologi untuk mendukung tugas yang telah dirancang dalam penelitian ini bertujuan supaya pekerjaan pustakawan dan pemustaka menjadi lebih efektif dan efisien. Serta membuktikan bahwa metode TAM menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan terhadap teknologi baru serta mengetahui sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi tersebut.

Bahwa Penelitian pertama membuktikan jika penggunaan speaktoit sebagai *Intellegence Personal Asisstant* yang kualitas dan performanya mirip dengan SIRI. Sedangkan untuk Penelitian kedua lebih menekankan pada penggunaan metode TAM untuk mengetahui sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi.

2.3 Obyek Penelitian / Tinjauan Penelitian

Peneliti melakukan penelitian didaerah perkantoran seputar Jakarta pusat lebih tepatnya di Antara TV dikarenakan akses yang mudah bagi peneliti untuk melakukan penelitian dan menyebarkan kuesioner dan terdapat banyak keberagaman individu mulai dari gaya hidup, suku, tradisi, dan hal-hal lain yang dapat dijadikan bahan bagi penelitian. yang juga merupakan salah satu divisi dari Kantor Berita Indonesia Antara, LKBN Antara didirikan pada tanggal 13 Desember 1937, oleh A.M. Sipahutar, Mr. Soemanang, Adam Malik dan Pandoe Kertawigoena, dengan nama *Naamloze Vennootschap (NV) Kantor Berita Antara*, Sebagai Direktur pertama pada waktu itu adalah Mr. Soemanang dan Adam Malik sebagai Redaktur merangkap Wakil Direktur; Pandoe Kartawigoena sebagai Admin serta dibantu wartawan A.M. Sipahutar. Adapun kantor KB Antara terletak di Buiten Tigerstraat 30 (sekarang J. Pinangsia 70 Jakarta Kota).

Pada tahun 1941, jabatan Direktur oleh Mr. Sumanang diserahkan kepada Sugondo Djojopuspito. sedangkan jabatan Redaktur tetap pada Adam Malik yang merangkap sebagai Wakil Direktur. Kantor KB Antara tahun 1942 pindah ke Noord Postweg 53 Paser Baroe (sekarang Jl. Pos Utara No. 53 Pasar Baru) bersama dengan Kantor Berita Domei, dan Soegondo pindah bekerja di Kantor Shihabu, sedangkan Adam Malik dan A.M. Sipahutar tetap menjadi pegawai Domei.

Pada tahun 1962, ANTARA resmi menjadi Lembaga Kantor Berita Nasional yang berada langsung di bawah Presiden Republik Indonesia. Lembaga Kantor Berita Nasional Antara atau disingkat LKBN Antara merupakan kantor

berita terbesar di Indonesia, yang sifatnya semi pemerintah, walaupun ketika pertama kali didirikan oleh para wartawan nasionalis pada masa penjajahan Belanda sebelum PD II sepenuhnya merupakan usaha swasta.

Pemerintah dibawah kepemimpinan H. Susilo Bambang Yudhoyono agar dapat memanfaatkan berbagai peluang bisnis dan untuk menghadapi tantangan konvergensi media sekaligus dapat mengemban tugas pencerdasan bangsa, maka mengubah status LKBN ANTARA menjadi Perusahaan Umum (Perum) pada tanggal 18 Juli 2007 melalui PP 40/2007. Saat ini Antara TV sendiri di bawah pengawasan direktur utamanya adalah Bapak Meidyatama Suryodiningrat, beliau juga mantan direktur utama dan pemimpin redaksi di Jakarta Pos, yang menyajikan berita-berita Indonesia untuk pasar mancanegara, dengan format tulisan inggris.