



Tingkat Kesiapan Masyarakat Kota Semarang Terhadap Minat Teknologi Era Metaverse

Tjan, Gavina Jechonia Santoso ^{1*}, Devi Purnamasari ²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia.

article info

Article history:

Received 12 January 2023

Received in revised form
17 March 2023

Accepted 1 May 2023

Available online July 2023

DOI:

<https://doi.org/10.35870/jtik.v7i3.888>

Keywords:

Readiness Level; Interest in
Use; Metaverse Technology.

Kata Kunci:

Tingkat Kesiapan; Minat
Penggunaan; Teknologi
Metaverse.

abstract

Metaverse is a virtual world concept where people can create and explore together with other internet users in the form of avatars. The capital city of Central Java, namely, Semarang City is still in the development stage to build a twin city of the Metaverse world, named Semarang City Metaverse City. Mayor of Semarang Hendrar Prihadi has revealed the development of Semarang Metaverse City. The purpose of this study is to determine the level of readiness of the people of Semarang city for interest in using Metaverse technology, especially in generation Y and generation Z. The independent variable used is the level of readiness and the technology readiness index and the dependent variable is interest in using technology. The population in this study were the people of the city of Semarang who were born in 1991 to 2005. The sample in this study used a cluster sampling technique with total of 400 respondents. The method used in this study is quantitative with multiple linear regression analysis techniques. The results of this study indicate that the level of readiness and the technology readiness index have a significant effect on interest in using Metaverse technology.

abstrak

Metaverse adalah konsep dunia virtual di mana orang dapat membuat dan menjelajah bersama dengan pengguna internet lainnya dalam bentuk avatar. Ibu kota Jawa Tengah yaitu, Kota Semarang masih ditahap pengembangan membangun kota kembar dunia Metaverse yang diberi nama Kota Semarang Metaverse City. Wali Kota Semarang Hendrar Prihadi sudah mengungkapkan perkembangan Kota Semarang Metaverse City. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kesiapan masyarakat kota Semarang terhadap minat penggunaan teknologi Metaverse khususnya pada generasi Y dan generasi Z. Variabel bebas yang digunakan adalah Tingkat kesiapan, dan technology readiness index serta variabel terikat adalah minat penggunaan teknologi. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Semarang yang lahir pada tahun 1991 hingga 2005. Pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan teknik cluster sampling dengan jumlah 400 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan Teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kesiapan dan technology readiness index berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan teknologi Metaverse.

Corresponding Author. Email: tgiechonia@gmail.com ^{1}.

1. Latar Belakang

Metaverse telah menjadi bahan topik yang hangat di Indonesia, disebabkan oleh Mark Zuckerberg yang terungkap bahwa ia telah menghabiskan \$ 10 miliar atau setara dengan Rp 10 triliun untuk membangun Metaverse. Awal dari metaverse dimulai pada tahun 1992 dalam novel fiksi ilmiah Neal Stephenson *Snow Crash*, dalam novel tersebut, Metaverse digambarkan sebagai dunia virtual atau dunia maya yang dapat diakses orang menggunakan perangkat VR (*Virtual Reality*) [1]. Metaverse menurut Matthew Ball seorang kapitalisme dan pengarang buku *Metaverse Primer*, Metaverse merupakan jaringan yang luas dari dunia virtual 3 dimensi yang cara bekerjanya secara *real-time* dan persisten dan juga mendukung kelangsungan identitas, objek sejarah, pembayaran dan hak, yang dimana dunia tersebut mengalami dengan bersamaan oleh jumlah pengguna yang tidak terbatas [2].

Pada tanggal 28 Oktober 2021 Mark Zuckerberg CEO Facebook yang membawahi Instagram dan WhatsApp mengatakan bahwa nama perusahaan berganti menjadi Meta. Metaverse menurut Facebook adalah satu set alat ruang virtual yang bisa menciptakan dan jelajah bersama orang lain tanpa berada di ruang fisik atau *real life*. Metaverse secara keseluruhan adalah dunia virtual yang memungkinkan penggunaanya beraktivitas dan berinteraksi layaknya didunia nyata seperti bersekolah, bekerja, beribadah, dan juga berbelanja [3].

Beberapa kritikus mengatakan bahwa Metaverse adalah konsep yang tidak jelas atau hanya "tempat yang menyenangkan dari masa depan yang menyenangkan" yang dibuat oleh raksasa teknologi tanpa aplikasi yang cukup yang berguna bagi pengguna atau hanyalah dunia fantasi yang diciptakan oleh kekuatan yang mengendalikan hidup manusia dan membawa manusia ke "lubang hitam konsumsi" [4]. Banyak orang lain percaya bahwa metaverse bukanlah kata kunci tetapi sebuah evolusi yang sudah berjalan [5]. Faktanya, metaverse bukanlah konsep baru yang baru saja mulai dipertimbangkan secara aktif oleh perusahaan teknologi [6].

Dunia Metaverse mulai dipromosikan di dalam film dan novel fiksi berjudul *Ready Player One*

menggambarkan bahwa Metaverse sebagai lingkungan virtual atau lingkungan maya yang konsepnya seperti MUVE (*Multi User Virtual Environment*), dan mempunyai fitur seperti MMORPG (*Massive Multiplayers Online Games*) mengumpulkan orang-orang bertemu dalam bentuk avatar berupa video game 3 dimensi dan dapat berinteraksi layak. Sejak Metaverse mulai dibicarakan, orang-orang belum menyadari bahwa sebenarnya aplikasi Metaverse sudah ada sejak 2016. Metaverse akan menjadi dunia digital virtual dengan desain seperti game RPG, Fortnite, dan Roblox. Perbedaan Metaverse dengan game Roblox yaitu, jika game roblox bermainnya dengan menggunakan gadget atau PC sedangkan Metaverse bermain menggunakan perangkat VR sehingga dapat merasakan seperti di dunia nyata. Perbedaan lainnya, game roblox masih menggunakan design yang biasa dan simple, sedangkan Metaverse bisa menampilkan dunia 3 dimensi yang sama dengan dunia nyata [7].

Bisnis atau brand akan beroperasi di dunia Metaverse, karena Metaverse adalah fondasi baru untuk setiap brand dan bisnis dengan gagasan mengelola saluran baru. Brand ritel dapat membuka dan mengoperasikan *vStore* (atau toko virtual) tempat penjualan barang dagangan. Pengguna akan dapat mengunjungi toko dengan mengklik tombol dan membeli barang digital atau fisik secara *real-time*. Produk yang dihasilkan dapat memamerkan produk di dunia virtual, meskipun pengguna tersebut akhirnya memilikinya di dunia fisik yang sebenarnya. Pikirkan ruang pameran mobil, tempat pembeli dapat melakukan tur mobil 3D yang realistis dengan foto atau di toko ponsel, di mana pembeli dapat melihat model terbaru secara virtual dari kenyamanan rumah mereka. Gabungan negara Australia, Amerika Utara, dan New Zealand sudah melakukan survei pada tahun 2021 dengan mengajukan pertanyaan diwebinarnya bahwa di tahun 2022 mayoritas orang-orang sebanyak 56% memiliki strategi bisnis di dunia Metaverse, kemudian 18% orang masih ragu-ragu dan lebih memilih untuk menunggu dan melihat sebelum melanjutkan strategi, lalu ada 26% orang yang tidak setuju akan relevansi Metaverse [8].

Strategi pemasaran harus ditransisikan oleh perusahaan dalam pembelian iklan daring ke dalam ekonomi digital, perusahaan harus menjalankan dan

melakukan riset pasar pada customer baru di Metaverse. Di era Metaverse, komunikasi profesional pemasaran, dan branding akan menghadapi tantangan baru dan menemukan peluang baru. Era Metaverse ini akan mengembangkan kreativitas luar biasa, membuka batasan baru, dan alam baru untuk bisnis dan merek [9].

Tahun 2026 hingga 2031 dunia Metaverse sudah dipenuhi oleh banyak penggunanya dan semakin banyak pengguna Metaverse, harga tanahnya akan naik karena banyaknya pengguna yang membeli tanah di Metaverse, seandainya facebook berhasil membangun dunia Metaverse maka (menurut laman Statista bulan November 2021) 2.8 miliar pengguna facebook akan hidup di dunia Metaverse milik facebook, maka dari itu bisa membuat uang dari platform Metaverse. Salah satu musisi Snopdog sudah membeli tanah di Metaverse (perusahaan sand box), harga tanah-tanah disekitar rumah Snopdog sudah mencapai \$4,3 miliar. Tidak hanya dibidang property dan pakaian, namun di dunia Metaverse dapat berupa Ibu Kota Negara dan sebagai tempat layanan publik [10].

Ibu Kota Korea Seoul akan menjadi ibu kota besar pertama yang mengembangkan Metaverse. Pemerintah Metropolitan Seoul pada Rabu 3/11/2021 mengumumkan bahwa rencana membuat Metaverse itu akan mulai dibangun. Pemerintah Korea berencana membuat Metaverse dengan menciptakan layanan pengaduan melalui realitas virtual dan Pemerintah Korea mengatakan bahwa proyek ini akan selesai di akhir tahun 2022 dan dapat beroperasi penuh di tahun 2026. Pemerintah Korea juga akan membuka layanan publik virtual dengan sebutan Metaverse 120 Center di tahun 2023 [11].

Dunia Metaverse terdapat teknologi yang bernama MR atau Mixed Reality. Mixed Reality (MR) menggambarkan augmentasi yang sangat realistis dari dunia nyata bagi pengguna. Ini sangat realistis sehingga pengguna tidak dapat membedakan konten virtual dari objek fisik, memberikan pengalaman yang mulus antara lingkungan nyata dan lingkungan yang dibangun secara digital. MR memerlukan perangkat keras khusus, seperti smart glasses, di mana lensa

diganti dengan layar transparan dan berisi banyak sensor untuk melacak lingkungan pengguna. Perangkat MR dengan mulus mengintegrasikan dan menggabungkan konten 3D yang tampak realistis ke dalam lingkungan fisik pengguna. Mixed Reality (MR) akan menjadi lebih populer, terutama dalam menciptakan warisan budaya AR, VR, dan MR semuanya merupakan platform yang sama menariknya dengan tujuan utama untuk mendigitalkan ruang bagi pengalaman orang-orang [12].

Metaverse membuat semua pengguna akan berkomunikasi di semua tingkatan, dari komunikasi intrapersonal, massa hingga lintas budaya. Setiap pengguna dapat berinteraksi dengan diri mereka sendiri melalui avatar yang mereka buat dan berpartisipasi dalam kehidupan nyata dunia maya tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Dunia sosial dalam Metaverse adalah "representasi virtual" dari kehidupan nyata, dan masalah komunikasi kehidupan nyata dapat direplikasi di Metaverse. Belajar dari kehidupan di media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dll, masalah komunikasi interpersonal dan lintas budaya masih ada, dari pertengkaran antarpribadi hingga bullying [13]. Pada saat pengguna melakukan komunikasi di dunia Metaverse, pengguna dapat menegakkan aturan tidak tertulis yang ada di dunia nyata ke dalam Metaverse. Dunia Metaverse memunculkan budaya-budaya baru, dan budaya-budaya yang muncul dari dunia Metaverse ini bisa dibawa ke dunia nyata, dan pada akhirnya mempengaruhi kebiasaan-kebiasaan yang sudah ada di dunia nyata. Permasalahan dari dunia nyata yang dibawa ke ranah dunia Metaverse seperti pelecehan seksual, rasisme, diskriminasi, penipuan, dan sebagainya [14].

Penyatuan dunia Metaverse tidak lagi terbatas pada satu negara, tetapi seluruh dunia berada di tempat yang sama dan mata uang yang sama. Salah satu tantangan terbesar adalah komunikasi. Komunikasi dalam Metaverse yang dimana tanpa aturan tertulis pasti berbeda dengan dunia nyata. Keberadaan metaverse bagi dunia komunikasi akan menjadi tantangan dan sulit untuk membedakan antara komunikasi langsung di dunia virtual dan di dunia virtual. Kemunculan konsep Metaverse sebagai media komunikasi baru juga dapat menimbulkan kebiasaan baru, sehingga mempengaruhi cara manusia

berkomunikasi di dunia nyata. Orang-orang yang berbicara melalui dunia virtual juga lama kelamaan lebih nyaman daripada berbicara langsung di dunia nyata [14].

Di Indonesia mulai membuka perkembangan dunia Metaverse yang mulai dibangun pada awal tahun 2022. Presiden RI Joko Widodo mengatakan Indonesia harus siap menghadapi teknologi Metaverse dikarenakan pada tahun 2016, Presiden Jokowi bertemu dengan Mark Zuckerberg CEO Meta dan mendapat bocoran soal Metaverse saat bermain pingpong dengan menggunakan alat teknologi VR Oculus. Mark Zuckerberg mengatakan ke Presiden RI Jokowi bahwa 2026 hingga 2031 di dunia Metaverse akan muncul permainan-permainan dari dunia nyata seperti bermain pingpong, bulu tangkis, dan lain-lain hanya menggunakan alat Oculus [15].

Rencana pemerintah Indonesia membuat ibu kota negara baru di Metaverse yang berbentuk dunia virtual dan tidak memiliki batas. Pemerintah mengungkapkan bahwa adanya Metaverse di tahun 2026 visualisasi calon ibu kota negara baru tidak lagi menggunakan bentuk hologram melainkan dengan visualisasi yang terlihat nyata dengan bentuk 3Dimensi yang dapat dirasakan. Pemerintah Indonesia menggaet WIR Group untuk mengembangkan Metaverse di Indonesia. WIR Group merupakan perusahaan yang fokus di *Augmented Techonology* sejak 2009 [16].

Tanggal 28 Oktober 2022, Presiden RI Joko Widodo (Jokowi) resmi meluncurkan platform digital berbasis interaksi sosial di dunia virtual bernama "Jagat Nusantara". Menurut Presiden Joko Widodo Jagat Nusantara akan menjadi kesempatan untuk berbagi ilmu dan bertemu dengan orang-orang hebat dari Indonesia dan dunia [17]. Selain itu, memberikan kesempatan untuk memperkenalkan produk Indonesia Pride kepada dunia. Jagat Nusantara adalah platform dunia maya pertama di Indonesia yang menghubungkan kota-kota nyata, Ibukota Kepulauan (IKN). Jagat Nusantara merupakan hasil kolaborasi anak muda Indonesia untuk menghadirkan IKN di dunia maya yang digagas oleh Presiden Joko Widodo dengan mengakses platform Jagat Nusantara, pengguna dapat mengadakan

pertemuan, konferensi, menonton film bersama, konser virtual, pertunjukan, memamerkan karya digital, dan interaksi lainnya hanya dengan menggunakan ponsel dan situs web mereka. Publik dapat membuat avatar mereka sendiri dan memasuki dunia maya untuk berinteraksi dengan pengguna lain. Platform yang dapat diakses secara bebas ini memberikan nuansa dunia maya IKN, di mana pengguna dapat merasakan IKN, langsung dari nol, sebagai pusat kota dan istana negara yang baru [18].

Pada awal tahun 2022 ada gereja virtual di Metaverse pertama kali di Indonesia. Gereja 'Tiberias Indonesia' virtual ini dirintis oleh Ps. Aristo Pariadji (Putra Kedua Pdt. Yesaya Pariadji) pada tanggal 5 Maret 2022. Ps. Aristo Pariadji mengatakan bahwa tujuan GTI (Gereja Tiberias Indonesia) melaksanakan ibadah Metaverse untuk menggapai jiwa-jiwa dan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih. PS. Ariasto Pariadji juga menilai bahwa gereja Metaverse dapat mendatangkan berbagai kalangan masyarakat. Gereja Tiberias sudah membuat web Metaverse tiberias.or.id/Metaverse dan dilengkapi dengan avatar pendetanya, dan tim praise and worshipnya, serta jadwal ibadahnya. Selain itu, ada sepasang public figure dari Indonesia yang sudah membuat proyek Metaversenya pertama di Indonesia yang dinamakan 'RANSVerse'.

Proyek RANSVerse ini memiliki sejumlah aset dan konten yang berbentuk NFT mulai dari tanah, kostum, dan avatar. RANSVerse juga akan menjual tanah, kostum, dan avatar digital tersebut berupa NFT dan VCD token. Melalui instagramnya @raffinagita1717 telah memperlihatkan berbagai peta 3D virtualnya mulai dari taman bermain, Mall, hingga perumahannya. Proyek RANSVerse ini sudah diluncurkan pada bulan Mei 2022 melalui web ransverse.vcgamers.com. Web RANSVerse sudah melihatkan berbagai wilayahnya, dan sudah dapat dibeli melalui NFT. Strategi pemasaran RANSVers masih seperti di era digital dengan cara mempromosikannya menggunakan sosial media Instagram, dan untuk mengembangkan proyek tersebut, RANSVers mengajak si pemilik tanah memamerkan aset digital dan produk fisik kepada komunitas untuk menghasilkan uang dengan cara mengundang teman dan mengadakan konser atau acara. Merebaknya istilah Metaverse di Indonesia, kini

Telkom University membuat platform metaversenya sebagai penghubung ekonomi digital yang diberi nama metaNesia.

metaNesia adalah dunia metaverse yang menciptakan interaksi virtual dan pengalaman baru saat memperkenalkan produk ke dunia digital. Platform yang diproduksi oleh Telkom Indonesia ini resmi dirilis pada tanggal 31 Juli 2022 yang bertujuan untuk mendukung digitalisasi dan memperkuat masuknya Indonesia ke Metaverse [19]. Di tengah gempuran aplikasi luar, metaNesia juga diciptakan untuk dapat merangkul UMKM lokal dan menggerakkan perekonomian dengan infrastruktur dan teknologi yang dimilikinya, Telkom meyakini platform tersebut dapat menjadi platform metaverse yang menguntungkan banyak pihak salah satu konsep pertama yang ditawarkan metaNesia adalah konser virtual yang diadakan pada bulan Mei 2022 yang menampilkan Pusakata dan Vidi Aldiano. Di dunia maya ini, pengunjung dapat menghadiri acara dan konser seperti di dunia nyata. Platform Metaverse ini juga menyediakan plaza dimana pengunjung dapat membeli berbagai souvenir dan barang-barang khusus yang dijual oleh UMKM [20].

Survei ketertarikan dunia Metaverse di Indonesia sudah dilakukan oleh perusahaan start-up yaitu, Populix yang dilakukan pada tanggal 30 Maret – 1 April 2022 secara daring. Survei yang melibatkan 1.023 responden menyatakan bahwa 45% tertarik dunia Metaverse, 48% masih ragu-ragu, dan 7% tidak tertarik dengan Metaverse [21]. Peneliti juga melakukan perhitungan tanggapan masyarakat Indonesia yang berkomentar dipodcast Deddy Corbuzier dan TikTok @reyfrangswa secara manual. Podcast Deddy Corbuzier terdapat 19.200 komentar 61,2% setuju adanya Metaverse, 41,6% masih ragu-ragu, dan 21,9% tidak setuju dengan adanya dengan Metaverse, sedangkan di TikTok @reyfrangswa terdapat 14.900 36,5% setuju dengan Metaverse komentar dengan Metaverse, 6,8% ragu-ragu, dan 27,2% tidak setuju.

Mengingat tingkat perkembangan Metaverse pasti akan ada implikasi ekonomi yang terkait dengan Metaverse. Pekerjaan menjadi salah satu masalah yang akan dihadapi di dunia Metaverse. Pada tahun 2018 dan 2020 World Economic Forum melakukan

penelitian bahwa tahun 2025 kurang lebih terdapat 85 juta pekerjaan hilang diakibatkan perubahan besar-besaran dalam pembagian tenaga kerja antara manusia dan mesin [22]. Peneliti juga menyimpulkan tanggapan masyarakat Indonesia yang berkomentar di podcast Deddy Corbuzier dan TikTok @reyfrangswa beberapa masyarakat Indonesia yang ragu-ragu dengan adanya Metaverse masih dikaitkan dengan agama. Masyarakat Indonesia takut jika dengan adanya Metaverse orang-orang melupakan ibadahnya dan generasi muda juga akan kecanduan lebih memilih Metaverse daripada dunia nyata sehingga membuatnya kurangnya bersosialisasi. Ketakutan masyarakat selanjutnya yaitu, masalah privasi identitas pribadi pengguna bocor karena pada saat membuat avatar harus memverifikasi lewat pelacakan mata, wajah, tangan, dan tubuh. Hal tersebut membuat perusahaan mendapatkan banyak informasi pribadi penggunanya [23].

Berbagai macam ancaman di Metaverse, Metaverse juga memberikan berbagai potensi keuntungan salah satunya potensi ekonomi yang dapat menciptakan peluang bisnis baru yang tidak terlihat di era sebelumnya. Pemerintah Kota seperti Jakarta dan Semarang memanfaatkan era Metaverse sebagai peluang untuk membangun perekonomian digital. Perbandingan antara Metaverse di Kota Jakarta dan Kota Semarang sangatlah jauh, karena di Jakarta sudah menggelar teknologi Metaverse yang diberi nama “Jakarta Metaverse” pada tanggal 27-29 Agustus 2021. Jakarta Metaverse dikembangkan untuk semangat gerakan sekaligus melting pot yang digagasi oleh para pelaku kreatif Jakarta dalam menghasilkan kolaborasi lintas sektor kreatif yang menembus batas, menciptakan kebaruan, dan mendisrupsi cara berpikir [24].

Ibu kota Jawa Tengah yaitu, Kota Semarang masih ditahap pengembangan membangun kota kembar dunia Metaverse yang diberi nama Kota Semarang Metaverse City. Wali Kota Semarang Hendrar Prihadi sudah mengungkapkan perkembangan Kota Semarang Metaverse City melalui podcast YouTube TeknoKreasi pada tanggal 08 April 2022. Wali Kota Semarang mengatakan *Kota Semarang Metaverse City* masih perlu dipertimbangkan, soal urgensi kemanfaatan, kemudahan mengaksesnya, dan keamanan data pengguna metaverse [25]. Hendrar

Prihadi juga mengatakan bahwa Metaverse merupakan proyek jangka panjang karena alat untuk memasuki dunia Metaverse masih relative mahal. Namun, menurut dosen Prof. Ridwan Sanjaya selaku guru besar UNIKA Semarang meyakini kehadiran Kota Semarang di Metaverse tidak akan terlalu lama pasalnya, pemerintah Kota Semarang telah banyak berinvestasi dalam urusan *Smart City* [26]. Peneliti menghitung tanggapan masyarakat Kota Semarang di kolom komentar akun Instagram wali Kota @hendrarprohadi sebanyak 321 komentar diantaranya, 98% setuju dengan adanya *Semarang Metaverse City*, sedangkan 2% masih ragu-ragu.

Menurut BPS (Badan Pusat Statistik Semarang) tahun 2021, penduduk kota Semarang yang memiliki rentang usia 16-31 tahun sebanyak 103.164 penduduk. Penelitian ini dilakukan pada generasi Y (lahir pada tahun 1991-1994) dan generasi Z (lahir pada tahun 1995-2005) karena mereka adalah generasi yang lahir dan tumbuh di era teknologi yang sangat mudah untuk diakses dan semakin canggih sehingga generasi ini dapat dikatakan sebagai geenrasi yang paling paham tentang teknologi [27].

Penerapan teknologi infromasi dunia Metaverse membutuhkan banyak persiapan, selain itu memiliki jaringan dan keamanan data serta landasan hukum, Indonesia harus memiliki tingkat literasi digital dan infrastruktur yang berkualitas untuk dapat merangkul Metaverse [28]. Mengimplementasi Metaverse pemerintah dan masyarakat Indonesia harus saling bahu-membahu untuk meningkatkan literasi digital yang bertujuan untuk tidak ketinggalan dengan teknologi yang ada. Peran dan kebijakan pemerintah juga sangat penting dalam menyiapkan fasilitas internet yang berkualitas, tidak hanya di kota tetapi juga untuk pemerataan hingga ke kabupaten. Selain itu, diperlukan infrastruktur untuk mendukung teknologi *virtual reality* dan *augmented reality* [29].

2. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang tergolong sebagai penelitian eksperimen yang mengkaji hubungan antar variabel dengan perhitungan statistik untuk menghasilkan

perbedaan yang signifikan antara hubungan tersebut dan kemudian mengamati dampak yang terjadi. Penelitian ini menggunakan metode survei. Metode survei digunakan untuk menilai secara sistematis, jujur, dan akurat tentang menentukan fakta dan karakteristik sekelompok orang atau wilayah tertentu.

Populasi

Menurut Sugiyono [30] populasi adalah generalisasi yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti guna melakukan penelitian, dan menarik kesimpulan. Populasi di penelitian ini merupakan masyarakat Kota Semarang yang merupakan generasi Y dan generasi Z (pada tahun 2022 Badan Pusat Statistika Semarang) yang berjumlah 103.164.

Sample

Sampel dapat digambarkan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data aktual dalam penelitian. Sample menurut Nawawi sebagai bagian dari populasi. Peneliti memutuskan pengambilan sample dengan teknik *cluster sampling*. Cluster sampling adalah teknik pengambilan sampling dengan cara mengambil setiap perwakilan di setiap wilayah yang ada. Penentuan ukuran sampel sekarang dilandaskan pada kriteria tertentu yang sudah ditetapkan peneliti berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditentukan. Jumlah populasi yang terlalu banyak dan heterogen maka peneliti menggunakan rumus slovin dengan *error tolerance* 5%.

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Keterangan:

n= Ukuran Sample

N= Ukuran Populasi

e²= *error tolerance* 5%

$$n = 103.164 / (1 + 103.164 \times (5\%)^2)$$

$$n = 398,45 \text{ responden}$$

Hasil akhirnya N= 103.164 masyarakat kota Semarang, kemudian nilai (n)= 400 (pembulatan) perwakilan dari masyarakat kota Semarang (responden).

Instrumen Penelitian

- 1) Uji Validitas Pearson

Menurut Sugiyono menunjukkan derajat

ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas *pearson product moment* berguna untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari para responden. Dasar pengambilan uji validitas *pearson* dengan menggunakan program *SPSS 25 for window* dengan kriteria sebagai berikut [31]:

Pemandingan nilai r hitung dengan r table

- a) Jika nilai r hitung $> r$ tabel = Valid
- b) Jika nilai r hitung $< r$ tabel = Tidak Valid.

Cara mencari r tabel dengan $N=400$ pada signifikansi 1% pada distribusi nilai r tabel statistik, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,128.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indikator yang memperlihatkan seberapa baik alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan [32]. Melakukan perhitungan keandalan pada pertanyaan atau Pernyataan ini telah valid. Dibandingkan dengan uji validitas, reliabilitas instrumen berjalan seiring (reliabilitas konstruk). Terdapat beberapa cara untuk menghitung reliabilitas, salah satunya adalah rumus untuk koefisien *Alpha Cronbach* dengan konsep tersebut, maka kriteria keputusannya adalah: jika koefisien *Alpha Cronbach* adalah 0,6, maka indikator dalam Konstruk atau variabel dinyatakan reliabel, sebaliknya jika koefisien *Alpha cronbach* nilai $< 0,6$ indikator dalam konstruk atau variabel tidak reliabel.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik analisis data adalah metode atau cara mengolah data menjadi informasi, menjadikan karakteristik data mudah dipahami dan membantu mencari solusi dari permasalahan. Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan aplikasi *SPSS 25 for Windows*. Teknik analisis data mencakup beberapa jenis, yaitu:

1) Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian asumsi klasik adalah pengujian data untuk melihat apakah data tersebut dapat

dianalisis lebih lanjut untuk menguji hipotesis penelitian [31]. Uji asumsi klasik dipilih untuk memastikan estimasi persamaan regresi yang diperoleh penulis akurat, tidak bias, dan konsisten. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dirancang untuk menguji apakah suatu variabel berada dalam model regresi apakah residu mengikuti distribusi normal. Dapat diketahui bahwa tes T dan F mengasumsikan bahwa nilai residu mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, uji statistik menjadi tidak valid untuk ukuran sampel kecil. Sebuah cara untuk melihat normalitas residual diperoleh dengan melihat *p-plot*, yaitu dengan melihat sebarannya data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram sisa dasar keputusan [33]. Adapun dasarnya keputusannya adalah sebagai berikut:

- Jika data didistribusikan di sekitar diagonal atau grafik Histogram menunjukkan distribusi normal, pola regresi Memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data tersebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, model Regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ada ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika Residu dari satu pengamatan ke pengamatan lain masih tetap, maka disebut Homoskedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar analisis untuk menentukan terjadi atau tidak terjadinya heteroskedasitas. Penulis menggunakan Uji heteroskedasitas *Scatterplot*.

c) Uji Multikolinearitas

Uji *multikolinearitas* digunakan untuk menilai baik tidaknya model Regresi menemukan korelasi antara variabel independen. Model

regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen berkorelasi, maka variabel tersebut tidak berkorelasi ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai-nilainya terkait dengan semua variabel lainnya sama dengan nol. Salah satu cara untuk mengetahuinya adalah terdapat multikolinearitas pada model regresi dengan melihat nilai toleransi dan faktor inflasi varians (VIF). Jika terjadi multikolinearitas adalah nilai toleransi $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$. jika tidak *Multikolinearitas* terjadi jika nilai *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

2) Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah analisis data yang digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak [31]. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan cara berikut:

a) Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghazali analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Kesiapan dan *technology readiness index* terhadap minat penggunaan teknologi [33]. Alasan utama penulis menggunakan regresi linier berganda adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dan juga dapat meramalkan nilai variabel tidak bebas apabila seluruh variabel bebas sudah diketahui nilainya. Adapun persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat penggunaan teknologi

β_1 = Koefisien regresi variabel X_1

β_2 = Koefisien regresi variabel X_2

X_1 = Kesiapan

X_2 = *Technology Readiness Index*

e = *Human error*

b) Uji Parsial (Uji T)

Menurut Ghazali, uji beda *t-test* digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas

digunakan dalam penelitian ini secara individual untuk menjelaskan sebagian variabel dependen [33]. Uji t akan digunakan dengan menggunakan *SPSS 25 untuk windows*. Penjelasan dan tahapan bisa dilakukan. Menurut metode analisis regresi berganda dan tinjau nilai "t" dan "sig". Keputusan dasar yang digunakan dalam uji-t adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. hipotesis ditolak berarti bahwa variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap ke variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima. dianggap tidak ditolak berarti variabel independen berpengaruh signifikan ke variabel dependen.

c) Uji F

Menurut [33] uji *goodness of fit* (uji kelayakan model) dilakukan untuk mengukur keakuratan fungsi regresi sampel dalam memperkirakan nilai sebenarnya data statistik. *Goodness of fit* model dapat diukur dari nilai statistik F yang ditampilkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian:

- Pvalue $< 0,05$ menunjukkan bahwa uji model layak dilakukan pada penelitian.
- Pvalue $> 0,05$ berarti uji model tidak layak dilakukan pada penelitian.

d) Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari uji koefisien determinasi adalah untuk mengetahui berapa banyak variabel independen memiliki kemampuan yang kuat untuk menjelaskan variabel ketergantungan dilihat dengan *R square* yang disesuaikan karena variabel independen dari dua orang atau lebih dalam penelitian ini. Jika nilai *R squared* diatas 0,5 maka nilai *R squared* dianggap baik karena nilai *R squared* nilai berkisar dari 0 hingga 1. Secara umum, sampel data deret waktu (*time series*) memiliki *R-square* atau *Adjusted R-square* yang cukup

tinggi (di atas 0,5), sedangkan sampel dengan item tertentu disebut data penampang umumnya memiliki R^2 yang disesuaikan sedikit lebih rendah (kurang dari 0,5), tetapi tidak tertutup, kemungkinan untuk menyilangkan data dengan R Square atau *Adjusted R square* itu tinggi.

3. Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden merupakan informasi responden meliputi jenis kelamin, tahun kelahiran, tempat tinggal di Semarang, Pekerjaan. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 400 responden berdasarkan tahun kelahiran generasi Y dan generasi Z dan tinggal di Semarang. Berikut deskripsi karakteristik responden pada table 1:

Tabel 1. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden	Frek	%	Total
Jenis Kelamin			
Laki-Laki	228	57%	100%
Perempuan	172	43%	
Tahun Kelahiran		%	
Tempat Tinggal di Semarang			
Generasi Y (1990-1995)	158	39,5%	100%
Generasi Z (1996-2005)	242	60,5%	
Tempat Tinggal di Semarang			
Semarang Timur	84	21%	100%
Semarang Utara	80	20%	
Semarang Barat	82	20,5%	
Semarang Selatan	84	21%	
Semarang Tengah	70	17,5%	
Pekerjaan			
Mahasiswa/ Pelajar	202	50,5%	100%
Pegawai negeri / Swasta	174	43,5%	
Wiraswasta	24	6%	

Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data semua jawaban diberikan oleh responden dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas yang dilakukan pada responden, melalui penelitian ini akan dilakukan uji validitas data komputasi prosedur perhitungan dan pengujian dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 25 for window*.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kesiapan (X1)

Pernyataan	Rhitung	rtabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,757	0,128	Valid
Pernyataan 2	0,839	0,128	Valid
Pernyataan 3	0,863	0,128	Valid

Berdasarkan pada tabel hasil uji validitas variable kesiapan (X1) dengan menampilkan 3 Pernyataan yang telah diisi oleh 400 responden dengan hasil pengujian yang dilakukan dan diperoleh seluruh nilai rihitung lebih besar dari rtabel (0,128), dengan demikian seluruh item variable kesiapan (X1) dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Technology Readiness Index (X2)

Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,228	0,128	Valid
Pernyataan 2	0,288	0,128	Valid
Pernyataan 3	0,263	0,128	Valid
Pernyataan 4	0,322	0,128	Valid
Pernyataan 5	0,409	0,128	Valid
Pernyataan 6	0,384	0,128	Valid
Pernyataan 7	0,472	0,128	Valid
Pernyataan 8	0,567	0,128	Valid
Pernyataan 9	0,553	0,128	Valid
Pernyataan 10	0,505	0,128	Valid
Pernyataan 11	0,489	0,128	Valid
Pernyataan 12	0,481	0,128	Valid

Berdasarkan pada tabel hasil uji validitas variable *technology readiness index* (X2) dengan menampilkan 12 Pernyataan yang telah diisi oleh 400 responden dengan hasil pengujian yang dilakukan seluruh nilai rihitung lebih besar dari rtabel (0,128), dengan demikian seluruh item variable *technology readiness index* (X2) dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan (Y)

Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,837	0,128	Valid
Pernyataan 2	0,895	0,128	Valid
Pernyataan 3	0,895	0,128	Valid

Berdasarkan pada tabel hasil uji validitas variable minat penggunaan (Y) dengan menampilkan 3 Pernyataan yang telah diisi oleh 400 responden dengan hasil hasil pengujian yang dilakukan seluruh nilai rhitung lebih besar dari rtabel (0,128), dengan demikian seluruh item variable minat penggunaan (Y) dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dikatakan dapat diandalkan, jika salah satu jawabannya Pernyataan yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan *Cronbach's alpha* (α) Nilai terhitung, jika nilai dihitung *Cronbach alpha* > 0.6 maka reliabilitas dapat diterima atau dengan kata lain pengujian dapat dikatakan berubah-ubah. Pengujian dari realibilitas untuk masing-masing variable diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Cronbach Alpha 3 Variabel (X1, X2, dan Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.727	18

Berdasarkan data pengujianrealibilitas diatas menunjukan bahwa semua variable dalam penelitian memiliki *Cronbach's alpha* (α) lebih besar dari 0,6 sehingga bisa dikatakan bahwa semua konsep pengukuran masing-masing variable pada kuesioner adalah reliabel.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data populasi berdistribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik yaitu berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendektesi normal atau tidak normalnya dapat melalui kurva *output* grafik kurva normal *p-plot*, dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menganalisis Garfik. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat distribusi

data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram dan residualnya. Adapun dasarnya keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) jika data didistribusikan di sekitar diagonal atau grafik Histogram menunjukkan distribusi normal, pola regresi Memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data tersebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, model Regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

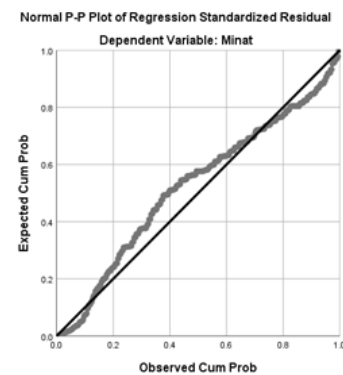


Diagram 1. Grafik Normal P-Plot

Berdasarkan pada grafik p-plot gambar diatas menunjukkan bahwa distribusi (titik) disekitar garis regresi (diagonal) dan titik data didistribusikan sepanjang diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dirancang untuk menguji model regresi apakah ada ketidaksetaraan varians dalam residu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi memenuhi ketiadaan gejala Heteroskedastisitas, jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, maka dikatakan heteroskedastik.

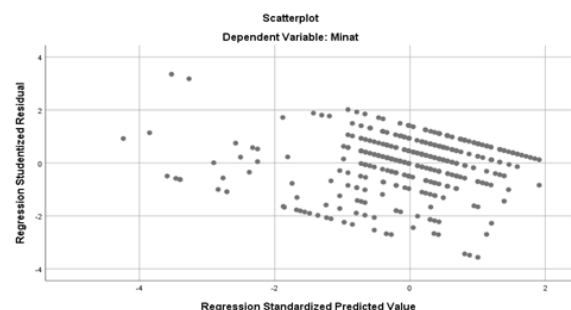


Diagram 2. Grafik Uji Scatterplot

Berdasarkan gambar di atas bahwa ini tidak terjadi Heteroskedastisitas, karena tidak ada pola bergelombang melebar kemudian menyempit, dengan titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga uji heteroskedastisitas dapat dikatakan terpenuhi.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji *Multikolinieritas* dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *Variance Inflationfactor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,10 dan untuk nilai VIF kurang dari 10. Dalam penelitian ini uji multikolinieritas hanya menggunakan Regresi linier berganda pengujian dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 25 for window*.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kesiapan	.990	1.010
	TRI	.990	1.010

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa nilai *tolerance* dari variabel X1 dan X2 lebih dari 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 yang artinya dari ketiga variabel tersebut menunjukan bahwa tidak ada gejala *multikolinieritas* dalam variabel penelitian ini.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-1.139	.836		.174
	Kesiapan	.717	.060	.501	.000
	TRI	.091	.019	.198	.000

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = -1,139 + 0,717 + 0,098 + e$$

Rumus diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai Konstanta sebesar -1,139 menunjukkan bahwa variable kesiapan, dan TRI jika nilainya 0 maka minat penggunaan teknologi memiliki tingkatan sebesar -1,139. Menurut Maylina dan Ade, skala Likert digunakan tidak masukkan angka 0 (nul), tapi berkisar dari angka 1-10, jadi variative X1, dan X2 tidak mungkin sama dengan 0 (nul) karena merupakan konstanta faktor negatif dapat diabaikan. Nurhidayati dan Kartika mengatakan konstanta adalah negative tidak masalah diabaikan dalam model regresi memenuhi syarat asumsi, sepanjang nilai kemiringan bukan 0 (nul), maka tidak perlu Konstanta negatif diabaikan.
- 2) Nilai koefisien kesiapan (β_1) sebesar 0,171 dengan nilai positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kesiapan sebear 1 kali maka minat penggunaan teknologi akan meningkat sebesar 0,717 dengan asumsi variable yang lain konstan.
- 3) Nilai koefisien *technology readiness index* (β_2) sebesar 0,098 dengan nilai positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan *technology readiness index* sebesar 1 kali maka minat penggunaan teknologi akan meningkat 0,098 dengan asumsi variable yang lain konstan.

Hasil Uji Parsil (Uji T)

- 1) Uji T variabel X1 terhadap Y

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.573	.625		.012
	Kesiapan	.746	.061	.520	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data olah penulis

Dari hasil uji T (uji parsial) ditunjukkan bahwa nilai signifikasi pengaruh variable kesiapan (X1) terhdap Minat Penggunaan Teknologi (Y) adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $12,158 > t$ tabel 1,971, dapat

disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kesiapan (X1) terhadap Minat Penggunaan Teknologi (Y) secara signifikan.

2) Uji T variabel X2 terhadap Y

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.312	.744		.000
	TRI	.114	.022	.248	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data olah penulis

Dari hasil uji T (uji parsial) ditunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh variable kesiapan (X1) terhadap Minat Penggunaan Teknologi (Y) adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $12,158 > t$ tabel 1,971, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kesiapan (X1) terhadap Minat Penggunaan Teknologi (Y) secara signifikan.

3) Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah kedua variabel bebas memiliki efek atau pengaruh yang simultan pada variabel dependen. dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel. Jika F hitung $< F$ tabel, maka argumen berbeda maka tidak ada pengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak). Jika F hitung $> F$ tabel, maka variabel independen mempengaruhi variabel Dependen (Hipotesis Diterima).

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	787.887	2	393.944	89.086	.000 ^b
	Residual	1755.550	397	4.422		
	Total	2543.438	399			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), TRI, Kesiapan						

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), TRI, Kesiapan

Sumber: Data olah penulis

Berdasarkan tabel diatas, ditunjukkan bahwa F hitung $89,086 > F$ tabel 3,04 dan nilai signifikan $0,000 <$

$0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variable Kesiapan (X1) dan *Technology Readiness Index* (X2) secara simultan mempengaruhi Minat Penggunaan Teknologi (Y).

4) Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) intinya seberapa jauh kemampuan sebuah model yang menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai (R^2) kemampuan kecil untuk mewakili variable-variabel independen sangat terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Tanda Mendekati satu berarti variabel bebas hampir memberi Semua informasi diperlukan untuk memprediksi varian yang diminati, dari analisis uji koefisien determinasi dapat memperoleh hasil sebagai berikut:

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.557 ^a	.310	.306

a. Predictors: (Constant), TRI, Kesiapan

Sumber: Data olah penulis

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* memiliki nilai sebesar 0,306 atau ($0,306 \times 100\% = 30,6\%$). Hasil ini dapat diartikan bahwa variable independen mempengaruhi variable dependen sebesar 30,6% sedangkan sisanya sebesar 69,4% yang dipengaruhi oleh variable lainnya.

4. Kesimpulan

Adapun simpulan dari penelitian ini yaitu: 1) Pada variabel X1 (Kesiapan) dan X2 (*Technology Readiness Index*) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan teknologi metaverse. Sumbangan dalam determinasi parsial pada variabel bebas ini sebesar 30,6 % dan bernilai positif; 2) Namun, secara bersamaan, Keseluruhan Variabel X dalam penelitian ini (Kesiapan dan *Technology Readiness Index*) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan teknologi metaverse pada masyarakat Kota Semarang khususnya generasi Y dan generasi Z. Besaran pengaruhnya adalah 67,1%.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Dian Nuswantoro Semarang terutama pada dosen pembimbing saya yaitu Ms. Devi Purnamasari, S.I.Kom., M.I.Kom yang telah membimbing penulis dengan sabar dan tanpa lelah hingga penelitian ini dapat selesai dengan tepat waktu dan terpublikasi hasil penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- [1] Mystakidis, S., 2022. Metaverse. Encyclopedia, 2, 486–497. DOI: <https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010031>.
- [2] Lee, L.H., Braud, T., Zhou, P., Wang, L., Xu, D., Lin, Z., Kumar, A., Bermejo, C. and Hui, P., 2021. All one needs to know about metaverse: A complete survey on technological singularity, virtual ecosystem, and research agenda. *arXiv preprint arXiv:2110.05352*. Available: <http://arxiv.org/abs/2110.05352>
- [3] Sultoni, K.B. and Azahra, J.M., 2022. The Effect of Cosmocracy in the Metaverse World on National Security (Arkycia Metaverse Case Study). *Konfrontasi: Jurnal Kultural, Ekonomi Dan Perubahan Sosial*, 9(2), pp.168-175. DOI: <https://doi.org/10.33258/konfrontasi2.v9i2.204>.
- [4] I. Bogost, 2021. The Metaverse Is Bad, *theatlantic.com*. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2021/10/facebook-metaverse-name-change/620449/> (accessed Jan. 10, 2023).
- [5] Um, T., Kim, H., Kim, H., Lee, J., Koo, C. and Chung, N., 2022, January. Travel Incheon as a metaverse: smart tourism cities development case in Korea. In *ENTER22 e-Tourism Conference* (pp. 226-231). Cham: Springer International Publishing. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-94751-4_20.
- [6] Kim, J., 2021. Advertising in the metaverse: Research agenda. *Journal of Interactive Advertising*, 21(3), pp.141-144. DOI: <https://doi.org/10.1080/15252019.2021.2001273>.
- [7] Indarta, Y., Ambiyar, A., Samala, A.D. and Watianthos, R., 2022. Metaverse: Tantangan dan peluang dalam pendidikan. *Jurnal Basicedu*, 6(3), pp.3351-3363. DOI: <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i3.2615>.
- [8] K. Trail and S. Arkel, 2021. How will brands find their place in the metaverse – and three ways digital humans will help?, *digitalhumans.com*. <https://digitalhumans.com/blog/how-brands-will-find-their-place-in-the-metaverse-digital-humans/> (accessed Jun. 11, 2022).
- [9] N. Q. Kusumawardhani, 2020. Dunia Baru bernama Metaverse, *Republika.Id*. <https://www.republika.id/posts/8384/dunia-baru-itu-bernama-metaverse> (accessed Jun. 01, 2022).
- [10] A. Reta, 2021. Mengenal Metaverse, Dunia Virtual Baru di Masa Depan, *unpas.ac.id*. <http://www.unpas.ac.id/mengenal-metaverse-dunia-virtual-baru-di-masa-depan/> (accessed Jun. 09, 2022).
- [11] A. Rizal, 2021. Wujudkan Smart City, Seoul Akan Jadi Kota Pertama Adopsi Metaverse, *infokomputer*. <https://infokomputer.grid.id/read/123040655/wujudkan-smart-city-seoul-akan-jadi-kota-pertama-adopsi-metaverse> (accessed Apr. 25, 2022).
- [12] D. Buhalis and N. Karatay, 2016. Mixed Reality (MR) for Generation Z in Cultural Heritage Tourism. pp. 1–12. [Online]. Available: <file:///Users/Leejachun/Dropbox/—≡∇—≡∥□≡∥∇°†□/ Papers/Library.papers3/Files/86/86355BBF-A459-4B76-BBBE-2D37601287EE.pdf%0Apapers3://publication/uuid/28DB2252-A25A-4EEB-8C20-0A9B7ED3E6BE>

- [13] Suwatno, 2022. Komunikasi di Metaverse, *mediaindonesia.com*.
<https://mediaindonesia.com/opini/469015/komunikasi-di-metaverse> (accessed Jul. 10, 2022).
- [14] M. I. Maulana, 2021. Metaverse, Tantangan Baru dalam Komunikasi Berbasis Dunia Virtual, *mediakaltim.com*.
<https://mediakaltim.com/metaverse-tantangan-baru-dalam-komunikasi-berbasis-dunia-virtual/> (accessed Jul. 11, 2022).
- [15] Y. Mahabarata, 2021. The Metaverse in Jokowi's Head is a Virtual Recitation, What is the Metaverse Vision in the Heads of Many Futurists?, *vio.id*.
<https://voi.id/en/bernas/116817/the-metaverse-in-jokowis-head-is-a-virtual-recitation-what-is-the-metaverse-vision-in-the-heads-of-many-futurists> (accessed Jun. 11, 2022).
- [16] A. Nugroho, 2021. Jokowi: Saya Sudah Dapatkan Bocoran Metaverse dari Mark Zuckerberg Sejak Tahun 2016, *mycity.co.id*.
<https://mycity.co.id/jokowi-saya-sudah-dapatkan-bocoran-metaverse-dari-mark-zuckerberg-sejak-tahun-2016/> (accessed Jun. 11, 2022).
- [17] A. W. Finaka, 2022. Jagat Nusantara, Gambaran Ibu Kota Negara (IKN), *Indonesiabaik.cod*.
<https://indonesiabaik.id/infografis/jagat-nusantara-gambaran-ibu-kota-negara-ikn> (accessed Nov. 01, 2022).
- [18] S. Ramlan, 2022. Luncurkan Platform Jagat Nusantara, Jokowi Ajak Pemuda Bersatu Bangun IKN, *inews.id*.
<https://www.inews.id/finance/bisnis/luncurkan-platform-jagat-nusantara-jokowi-ajak-pemuda-bersatu-bangun-ikn> (accessed Nov. 01, 2022).
- [19] A. Amanta, 2022. Yuk, Kenalan dengan Platform Metaverse Terbaru dari Indonesia, metaNesia!, *smarteye.id.blog*.
<https://www.smarteye.id/blog/platform-metaverse-indonesia-metanesia/> (accessed Nov. 01, 2022).
- [20] A. . Nainggolan, 2022. Selamat Datang di metaNesia! Kami Menghubungkan Ekonomi Digital Indonesia, *digitalbisa.id*.
<https://digitalbisa.id/artikel/selamat-datang-di-metanesia-kami-menghubungkan-ekonomi-digital-indonesia-Pgz7p> (accessed Nov. 01, 2022).
- [21] R. N. Wafi, 2022. Populix: Publik Menilai Metaverse Jadi Cara Baru Komunikasi dan Pemasaran, *id.techinasia.com*.
<https://id.techinasia.com/riset-populix-metaverse> (accessed Jun. 12, 2022).
- [22] A. Setianto, 2021. Profesi yang akan Hilang di Tahun 2025 dan 6 Bidang Pekerjaan baru di Dunia Metaverse, *aansetianto.com*.
<https://aansetianto.com/profesi-yang-akan-hilang-di-tahun-2025-dan-6-bidang-pekerjaan-baru-di-metaverse/> (accessed Jun. 11, 2022).
- [23] Farah Halimah, 2021. 3 Ketakutan Soal Dunia Metaverse, Setuju atau Tidak?, *juragananime.id*.
<https://juragananime.id/artikel/10609/3-ketakutan-soal-dunia-metaverse-setuju-atau-tidak/> (accessed Jun. 18, 2022).
- [24] D. Syafirani, 2021. Komite Ekraf Jakarta Gelar Jakarta Metaverse, *lampung.hallo.id*.
<https://lampung.hallo.id/ekonomi-bisnis/pr-57891487/komite-ekraf-jakarta-gelar-jakarta-metaverse> (accessed Jul. 03, 2022).
- [25] D. F. Saputra, 2022. Semarang Metaverse City, Masa Depan Ekonomi Digital Ibu Kota Jawa Tengah, *portaljepara.pikiran-rakyat.com*.
<https://portaljepara.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-1924204414/semarang-metaverse-city-masa-depan-ekonomi-digital-ibu-kota-jawa-tengah> (accessed Jul. 01, 2022).

- [26] H. Setiawan, 2022. Manfaatkan Teknologi Digital, Pengembangan Semarang Versi Metaverse Dijajaki, *suaramerdeka.com*. <https://www.suaramerdeka.com/semarang-raja/pr-043171132/manfaatkan-teknologi-digital-pengembangan-semarang-versi-metaverse-dijajaki> (accessed Jul. 03, 2022).
- [27] Novrialdy, E., 2019. Kecanduan game online pada remaja: Dampak dan pencegahannya. *Buletin psikologi*, 27(2), pp.148-158. DOI: <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.47402>.
- [28] A. Ikandani and B. Musroh, 2021. Muncul Gagasan Metaverse, Pakar UNAIR Imbau Masyarakat Tingkatkan Literasi, *news.unair.ac.id*. <https://news.unair.ac.id/2021/12/31/muncul-gagasan-metaverse-pakar-unair-imbau-masyarakat-tingkatkan-literasi/?lang=id> (accessed Jun. 18, 2022).
- [29] Steff, 2022. Dosen TRKB Tekankan Penerapan Metaverse di Indonesia Butuh Persiapan, *ftmm.unair.ac.id*. <https://ftmm.unair.ac.id/dosen-trkb-tekanan-penerapan-metaverse-di-indonesia-butuh-persiapan/> (accessed Jun. 18, 2022).
- [30] Sugiyono, 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [31] Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- [32] Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- [33] G. Imam, 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi Kesembilan*, no. September. Semarang: UNDIP.