

**ANALISIS PENERIMAAN APLIKASI *UBERSOCIAL* DENGAN  
MENGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* DI JURUSAN ILMU  
KOMUNIKASI UNIVERSITAS RIAU**

**Oleh :**

**Dede Putra**

Email: tangankanan13@gmail.com

**Pembimbing: Romyeni, S.Sos, M.Sc**

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Jurnalistik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km 12,5 Simpang Baru Pekanbaru 28293

Telp/Fax 0761- 63272

***Abstarct***

*Many implementations adaptation of information systems failure caused not due to technical factors but more on the human factor. Some research suggests that a system of user behavior information and social media have an important role to the success of its implementation. UberSocial is a third party application on social networks Twitter and Facebook, answering the challenges of social media users who want a process of information exchange in the form of text, images or videos become easier to use and faster. These applications provide more convenience to the user to be able to use multiple social media accounts at the same time with just one app UberSocial. This study aimed to examine the effect among variables at the Technology Acceptance Model UberSocial app.*

*Respondents in this study were 105 UberSocial app users in the Department of Communication Studies, University of Riau. How to determine the number of samples using unknown population due to the lack of valid data on the number of users of the application UberSocial. Use traditional methods of data collection questionnaire. Data were analyzed using Sructural Equation Model (SEM) with AMOS and SPSS software program. Based on the literature review, the research model using the Technology Acceptance Model (TAM) with variable perceived ease of use, perceived usefulness, attitude toward using and acceptance.*

*The results of this study indicate the variables perceived ease of use has a positive and significant effect on the variable attitude toward using the total influence of 0.292. Variable perceived ease of use has a positive and significant effect on the variable acceptance by the effect of a total of 0.720. Variable perceived usefulness has a negative influence on attitude toward using variable and has a total effect of 0.237. Variable perceived usefulness has a negative influence on the variable acceptance. Variable attitude toward using has a positive effect on the variable acceptance.*

**Key Word:** *UberSocial, Technology Acceptance Model (TAM), Structural Equation Model (SEM)*

## PENDAHULUAN

*Technology Acceptance Model* (TAM) secara khusus digunakan dalam bidang sistem informasi untuk memprediksi penerimaan dan penggunaan dalam pekerjaan individual pemakai (Jogiyanto, 2007). TAM merupakan model penelitian yang paling luas digunakan untuk meneliti perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi informasi.

*Technology Acceptance Model* menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya (Davis, 1989). *Technology Acceptance Model* merupakan model yang dirancang untuk memprediksi penerimaan aplikasi komputer dan faktor-faktor yang berhubungan dengannya (Widyarini, 2005). TAM dalam Davis (1993), didefinisikan sebagai salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi informasi. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan pengguna (*acceptance*), faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan, serta penggunaan aktual dari pengguna suatu sistem informasi.

Menurut Davis (1989), ada dua konsep utama yang dipercaya dalam *user acceptance* yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi akan mudah dan tidak membutuhkan usaha yang keras. *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sistem informasi meningkatkan kinerja dan pekerjaannya. Penggunaan aplikasi *UberSocial* ditentukan oleh persepsi individu dan sikap yang pada akhirnya akan

membentuk perilaku seseorang dalam penggunaan suatu teknologi informasi.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Davis (1993). *Perceived ease of use* dan *perceived usefulness* keduanya mempunyai pengaruh terhadap *attitude toward using* serta mempengaruhi *actual usage*. Pemakai teknologi akan menentukan sikap menggunakan teknologi jika merasa sistem informasi bermanfaat dan mudah digunakan, serta menggunakan secara kontiniu. *Perceived ease of use* dan *perceived usefulness* juga mempengaruhi *actual usage* secara langsung tanpa didahului oleh *attitude toward using*. Di Indonesia terdapat penelitian yang menggunakan konsep TAM yaitu penelitian yang dilakukan oleh Arie Muhammad (2010). *Perceived ease of use* dan *perceived usefulness* keduanya mempunyai pengaruh terhadap *attitude toward using*. Berbeda dengan hasil yang ditemukan Davis, penelitian yang dilakukan Arie mendapati bahwa *attitude toward using* tidak memberikan pengaruh terhadap penerimaan.

*UberSocial* merupakan aplikasi pihak ketiga pada jejaring sosial twitter yang merupakan produk dari UberMedia. *UberSocial* bekerja pada perangkat telepon seluler Blackberry, Android dan iPhone. *UberSocial* menawarkan fitur-fitur yang memudahkan pengguna dalam melakukan pengiriman *tweet*, pesan pribadi dan berbagai gambar dengan pengguna lain pada situs jejaring sosial twitter. Selain itu pengguna dapat mengirimkan setiap *tweet*-nya untuk terpasang di akun Facebook mereka.

*UberSocial* membuat proses pertukaran informasi dalam bentuk teks, gambar maupun video antar pemilik akun Twitter menjadi lebih mudah digunakan. Aplikasi ini memberikan alternatif bagi pemilik akun twitter yang memakai telepon selular Blackberry, Android dan iPhone untuk melakukan aktivitas *tweeting*-nya dengan banyak kemudahan. Pada ketiga jenis sistem

operasi yang canggih ini memungkinkan pengembangan aplikasi yang mampu bekerja lebih dari sekedar yang ditawarkan oleh Twitter konvensional yang diakses melalui web.

Setiap kiriman *tweet* yang dikirim oleh akun yang diikuti oleh pengguna, akan tampil di *timeline* aplikasi *UberSocial*. Pesan pribadi maupun *tweet-tweet* yang ditujukan kepada pengguna akan langsung dapat diberi pemberitahuan, layaknya ada SMS yang masuk ke telepon selular pengguna.

Penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai kemauan yang nampak didalam kelompok pengguna untuk menerapkan sistem teknologi informasi tersebut dalam pekerjaannya. Semakin menerima sistem teknologi informasi yang baru, semakin besar kemauan pengguna untuk merubah praktek yang sudah ada dalam penggunaan waktu serta usaha untuk memulai secara nyata pada sistem teknologi informasi yang baru.

Berdasarkan dari uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti penerimaan aplikasi *UberSocial* dengan menggunakan *technology acceptance model* di jurusan ilmu komunikasi Universitas Riau

## TINJAUAN PUSTAKA

Model Penerimaan Teknologi atau biasa disebut dengan *Technology Accepted Model* (TAM) digunakan untuk memprediksi penerimaan pengguna terhadap penggunaan teknologi baru. Model yang dikenalkan oleh Davis ini merupakan model yang paling banyak dipergunakan dalam penelitian sistem informasi, karena menghasilkan validitas yang baik (Nasution, 2004). TAM merupakan adaptasi dari teori yang dikembangkan oleh Fishbein, yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang merupakan teori tindakan yang berlandaskan dengan satu asumsi bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan

menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Menurut Jogiyanto (2007), TAM menambahkan dua variabel utama ke dalam model TRA. Dua variabel utama ini adalah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. TAM berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua variabel tersebut. Terdapat empat variabel yang digunakan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) awal yang belum dimodifikasi, yaitu:

### a. *Perceived Ease of Use*

*Perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha (Davis, 1989), yang mencerminkan bahwa usaha merupakan sumber daya yang terbatas bagi seseorang yang akan mengalokasikan untuk berbagai kegiatan. Yang paling penting bagi pengguna adalah jumlah usaha yang dia keluarkan untuk dikeluarkan dalam menggunakan suatu sistem. Maksudnya adalah bahwa jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya. Berdasarkan dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha seseorang, baik waktu dan tenaga dalam mempelajari teknologi informasi. Pengguna teknologi percaya bahwa teknologi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan persepsian, sikap, minat dan penggunaan sesungguhnya.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha, baik waktu dan tenaga seseorang didalam mempelajari teknologi informasi. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan teknologi informasi bekerja lebih mudah

dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan teknologi informasi (secara manual). Pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Davis (1989) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain meliputi:

- (1) Teknologi informasi sangat mudah dipelajari
- (2) Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna
- (3) Keterampilan pengguna bertambah dengan menggunakan teknologi informasi,
- (4) Teknologi informasi sangat mudah untuk dioperasikan.

#### **b. *Perceived Usefulness***

Menurut Davis (1989), definisi dari *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan adalah tingkat dimana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan memberikan kontribusi untuk mencapai tujuan tertentu. Sesuai dengan literatur tentang kegunaan sistem informasi yang dikemukakan Davis, dalam penelitian ini diusulkan bahwa peningkatan kegunaan yang positif berhubungan dengan sikap terhadap sebuah perpustakaan digital. Ada juga beberapa bukti awal bahwa kegunaan lebih mengarah pada penggunaan perpustakaan digital.

*Perceived usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan (Jogiyanto, 2007). Kemanfaatan penggunaan Teknologi Informasi (TI) dapat diketahui dari kepercayaan pengguna TI dalam memutuskan penerimaan TI, dengan satu kepercayaan bahwa pengguna TI tersebut memberikan kontribusi positif bagi penelitiannya. Beberapa penelitian

sebelumnya menunjukkan bahwa konstruk ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan teknologi.

Davis (1989) mendefinisikan kegunaan (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subyek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa kegunaan dari pemakaian teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja, prestasi kerja orang yang menggunakannya. Menurut Thompson (dalam Nasution, 2004) kegunaan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam melaksanakan tugasnya. Pengukuran kegunaan tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan keragaman aplikasi yang dijalankan. Chin dan Todd (1995) memberikan beberapa dimensi tentang kegunaan teknologi informasi. Menurut Chin dan Todd (1995) kegunaan dapat dibagi kedalam dua kategori, yaitu :

(1) Kegunaan dengan estimasi satu faktor, dan

(2) Kegunaan dengan estimasi dua faktor (kegunaan dan efektifitas). Kegunaan dengan estimasi satu faktor meliputi dimensi:

- a. Menjadikan pekerjaan lebih mudah
- b. Berguna (*usefull*)
- c. Menambah produktifitas
- d. Mempertinggi efektifitas
- e. Mengembangkan kinerja pekerjaan

Kegunaan dengan estimasi dua faktor oleh Chin dan Todd (1995) dibagi menjadi dua kategori lagi yaitu kegunaan dan efektifitas, dengan dimensi-dimensi masing-masing yang dikelompokkan sebagai berikut:

a. Kegunaan meliputi dimensi:

- 1) Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*),
- 2) Berguna (*usefull*),
- 3) Menambah produktifitas (*increase productivity*).

b. Efektifitas meliputi dimensi:

- 1) Mempertinggi efektifitas (*enchanse my effectiveness*),
- 2) Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve my job performance*).

Berdasarkan beberapa definisi dan telaah literatur diatas dapat disimpulkan bahwa kegunaan pemakaian teknologi informasi dapat diketahui dari kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi, dengan satu kepercayaan bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut memberikan kontribusi positif bagi penggunaanya.

#### c. *Attitude towards Using*

*Attitude Toward Using* atau sikap pengguna terhadap teknologi dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai akibat dari bilamana seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya (Davis, 1989). Peneliti lain menyatakan bahwa faktor sikap (*attitude*) sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif/cara pandang (*cognitive*), afektif (*affective*), dan komponen-komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioral components*).

*Attitude towards using* juga didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sementara Mathieson (dalam Cokro,2010) mendefinisikan sebagai evaluasi pemakai tentang ketertarikannya menggunakan sistem. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konstruk sikap ini ada yang berpengaruh positif maupun yang negatif terhadap minat perilaku.

Dalam model *Technology Acceptance Model*(TAM) sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi informasi (*Attitude Toward Using*) dinyatakan sebagai tanggapan bersifat afektif yang memediasi antara *Perceived Ease of Use*(PE) dan *Perceived Usefulness*(PU) dengan minat untuk menggunakan teknologi,

sebagaimana dikatakan oleh Fishbein (dalam Cokro,2010), *attitude* adalah respon implisit yang mengacu pada hasil evaluasi seseorang terhadap suatu konsep. Melone (dalam Haris, 2010) mengartikan *attitude* sebagai sebuah kecenderungan untuk memberi tanggapan secara menyenangkan atau tidak menyenangkan pada sebuah sistem komputer, aplikasi atau sebuah proses yang berhubungan penggunaan suatu sistem atau aplikasi. Hubona dan Geitz (dalam Haris, 2010) melihat *attitude* sebagai variabel penengah dalam *Technology Acceptance Model*(TAM) yang dipengaruhi oleh persepsi dan secara langsung mempengaruhi minat dan penerimaan untuk menggunakan teknologi.

#### d. *Acceptance*

*Acceptance* adalah kondisi nyata penggunaan sistem. Dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi (Davis, 1989: 322) Seseorang akan puas menggunakan sistem jika mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktifitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan.

Iqbaria (1994) menyebutkan bahwa secara individu maupun kolektif penerimaan penggunaan dapat dijelaskan dari variasi penggunaan suatu sistem, karena diyakini penggunaan suatu sistem yang berbasis TI dapat mengembangkan kinerja individu atau kinerja organisasi.

Beberapa penelitian lain telah mengidentifikasi indikator penerimaan TI, dimana secara umum diketahui bahwa penerimaan TI dilihat dari penggunaan sistem dan frekuensi penggunaan komputer (DeLone,1981; Soh.et.al, 1992). Penelitian yang dilakukan oleh Adam.et.al (1992); Davis.et.al (1989); Szajna (1996), Thompson.et.al (1991) dalam Iqbaria.et.al (1997) menjadikan penggunaan sistem sebagai indikator utama penerimaan pengguna (dalam Nasution, 2004).

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang sarat dengan angka-angka dalam teknik pengumpulan data lapangan. Dalam analisis dari metode penelitian kuantitatif memerlukan bantuan perhitungan statistik, baik itu statistik deskriptif maupun inferensial (yang merupakan rumus-rumus statistik non parametrik). Kesimpulan hasil penelitian pun berupa hasil perhitungan yang bersifat penggambaran atau jalinan variabel (Ardianto, 2005).

Penelitian ini dikategorikan sebagai *explanatory research* yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan *survey*, dengan teknik analisis statistik yang dinamakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Menurut Hair *et al.*, (2006) dengan menggunakan SEM memungkinkan dilakukannya analisis terhadap serangkaian hubungan secara simultan sehingga memberikan efisiensi secara statistik. Tempat penelitian adalah Jurusan Ilmu Komunikasi UR. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UR.

Pada penelitian ini dikarenakan populasi yang diambil jumlahnya tidak diketahui secara pasti, maka menurut Rao (dalam Iswayanti, 2010) dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui yaitu dengan menggunakan rumus *Unknown Populations*:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

$$n = \frac{2,054^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{4,2189}{4(0,01)}$$

$$n = \frac{4,2189}{0,04}$$

$$n = 105,47 \text{ (dibulatkan jadi 105)}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel

Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10% (0,1)

Z = Tingkat kepercayaan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 96% = 2.054 (dalam tabel dengan nilai *alpha* 4% atau 0,04).

Berdasarkan rumus di atas, maka banyaknya sampel adalah sebanyak 105 responden. Pemilihan responden dilakukan dengan menggunakan metode penarikan sampel *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2004: 77), *Accidental Sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Keuntungan dari penggunaan teknik ini adalah pada ketepatan penulis memilih sumber data yang sesuai dengan variabel yang diteliti.

Adapun kriteria responden adalah :

- Responden adalah mahasiswa ilmu komunikasi UR.
- Responden adalah pengguna *UberSocial*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil olahan data terlihat bahwa semua konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian telah memenuhi syarat *goodness of fit* yang telah ditetapkan. Hal ini berarti bahwa model fit dengan data sampel. Hasil pengujian terhadap nilai muatan faktor (*factor loading*) untuk masing-masing indikator dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Goodness of Fit Model SEM**

<i>Goodness of Fit Measure</i>	<i>Cut-off Value</i>	<b>Hasil Analisis</b>	<b>Evaluasi Model</b>
<i>Chi Square</i>	Diharapkan kecil	113.673	Baik
<i>Probability</i>	$\geq 0,05$	1,601	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	0,899	Baik
F	$\geq 0,90$	0,921	Baik
TLI	$\geq 0,90$	0,076	Baik
CFI	$\geq 0,08$		
RMSEA			

Sumber: Olahan Peneliti (2016)

Tabel 1 menunjukkan semua konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian pada proses analisis faktor konfirmatori, *Chi Square*, *Probability*, CMIN/DF, TLI, CFI, RMSEA telah memenuhi kriteria *goodness of fit* yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini nilai *Chi Square* yang diperoleh sebesar 113.673 yang berarti semakin kecil nilai, maka semakin kecil perbedaan antara model dengan data, demikian juga sebaliknya. Untuk menentukan perbedaan yang signifikan antara model dengan data, demikian juga sebaliknya. Untuk menentukan perbedaan yang signifikan antara model dengan data, maka nilai *chi square* disertakan juga dengan nilai signifikansi perbedaannya. Nilai RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*) dalam penelitian ini memiliki nilai 0,076 dimana nilai ini lebih kecil dari standar RMSEA yaitu 0,08 yang berarti bahwa jika nilai RMSEA sebesar 0,80 atau lebih kecil maka nilai tersebut menunjukkan indeks untuk dapat diterimanya model yang dibuat. Nilai CMIN/DF dalam penelitian ini memiliki nilai 1,601 dimana nilai kurang dari 2,00 yang merupakan nilai statistik *chi square* dibagi dengan nilai derajat kebebasan (*degree of freedom/df*) disebut juga *chi square* relatif dengan

dengan besaran nilai kurang dari 0,2 dengan toleransi dibawah 0,3 yang merupakan indikator diterimanya suatu kecocokan model dan data dalam penelitian ini. Nilai TLI dalam penelitian ini diperoleh 0,899 dimana hampir mencapai 0,90, ini memiliki arti dengan ketentuan sebagai penerimaan sebuah model sebesar sama dengan atau lebih besar dari 0,90. Jika nilai mendekati angka 1 maka model tersebut menunjukkan kecocokan yang sangat tinggi. Nilai CFI pada model memiliki nilai sebesar 0,921 dimana lebih besar dari 0,90. Sesuai penjelasan masing-masing nilai parameter pada *goodness of fit* ini berarti bahwa model penelitian secara keseluruhan *fit* dengan data sampel.

**Tabel 2**  
**Estimasi Parameter Regression**  
**Weight Model Struktural**

	<i>Estimate Unstandardized</i>	<i>Estimate Standardized</i>	S.E.	C.R.	P	Label
AT <--- PU	.293	.237	.160	1.829	.067	Par_10
AT <--- PE	.266	.292	.128	2.073	.038	Par_11
AC <--- AT	.255	.327	.120	2.118	.034	Par_9
AC <--- PE	.431	.607	.131	3.292	***	Par_12
AC <--- PU	-.095	-.098	.130	-.729	.466	Par_16
Pe3 <--- PE	.774	.617	.133	5.837	***	Par_1
Pe2 <--- PE	.961	.846	.128	7.537	***	Par_2
Pu3 <--- PU	1.256	.714	.177	7.087	***	Par_3
Pu2 <--- PU	1.314	.932	.162	8.117	***	Par_4
At3 <--- AT	1.000	.507				
At2 <--- AT	1.105	.836	.225	4.919	***	Par_5
At1 <--- AT	1.088	.860	.219	4.968	***	Par_6
Ac1 <--- AC	1.000	.544				
Ac2 <--- AC	1.404	.681	.339	4.145	***	Par_7
Ac3 <--- AC	.797	.595	.222	3.587	***	Par_8
Pe4 <--- PE	1.000	.726				
Pe1 <--- PE	.784	.694	.123	6.378	***	Par_13
Pu1 <--- PU	.740	.531	.137	5.387	***	Par_14
Pu4 <--- PU	1.000	.759				

Sumber : Olahan Peneliti (2016)

Tabel 2 menunjukkan nilai probabilitas untuk masing-masing indikator lebih kecil dari 0,05 dan nilai *estimate standardized* berada diatas 0,05. Dengan hasil ini, maka dapat dikatakan indikator-indikator pembentukan variabel laten telah menunjukkan sebagai indikator yang kuat dalam pengukuran variabel laten. Selanjutnya, berdasarkan analisis faktor konfirmatori ini maka model penelitian

ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya tanpa dimodifikasi atau penyesuaian-penyesuaian. Sedangkan

Tabel 3 menunjukkan pengaruh langsung dari *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* sebesar 0,292, sedangkan pengaruh langsung *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* adalah 0,237. Pengaruh langsung *attitude toward using* terhadap *acceptance* sebesar 0,327. Pengaruh langsung *perceived ease of use* terhadap *acceptance* sebesar 0,607. Pengaruh langsung *perceived usefulness* terhadap *acceptance* sebesar -0,098. Pengaruh tidak langsung *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* sebesar 0,000. Pengaruh tidak langsung *perceived ease of use* terhadap *acceptance* sebesar 0,95. Pengaruh total dari keseluruhan konstruk merupakan jumlah dari pengaruh langsung dan tidak langsung.

**Tabel 3**  
**Ringkasan Koefisien Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total Aplikasi Model TAM terhadap Pengguna UberSocial di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau**

Konstruk	PU			PE			AT			AC		
	PL	PTL	PT	PL	PTL	PT	PL	PTL	P	P	P	P
Sikap	.237	.000	.237	.292	.000	.292	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Penerimaan	-.098	.078	-.020	.607	.095	.720	.327	.000	.327	.000	.000	.000

Sumber: Olahan Peneliti (2016)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program AMOS versi 20. Analisis ini dilihat dari signifikansi besaran *regression weight* model dan *standardized regression weight*.

**Tabel 4**  
**Pengaruh PE terhadap AT**

	Unstandardized Estimate	Standardized Estimate	S.E	C.R	P
AT<---PE	.266	.292	.128	2.073	0,038

Sumber: Olahan Peneliti (2016)

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji apakah persepsi pengguna terhadap kemudahan aplikasi (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh terhadap sikap pengguna aplikasi *UberSocial* (*attitude toward using*). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4, karena nilai *t-Value* atau C.R sebesar 2.073 > 1,967 atau nilai p sebesar 0,038 < 0,05, maka hipotesis pada penelitian ini diterima, yang berarti kemudahan menggunakan aplikasi *UberSocial* berpengaruh terhadap sikap pengguna aplikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi *UberSocial* memberikan pengaruh yang positif terhadap sikap pengguna aplikasi *UberSocial*.

**Tabel 5**  
**Pengaruh PU terhadap AT**

	Unstandardized Estimate	Standardized Estimate	S.E	C.R	P
A<---PU	.293	.237	.160	1.829	0,067

Sumber: Olahan Peneliti (2016)

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji apakah persepsi pengguna terhadap kemanfaatan aplikasi (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh terhadap sikap pengguna aplikasi *UberSocial* (*attitude toward using*). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 5, karena nilai *t-Value* atau C.R sebesar 1,829 < 1,967 atau nilai p sebesar 0,067 > 0,05, maka hipotesis pada penelitian ini ditolak, yang berarti kemanfaatan menggunakan aplikasi *UberSocial* tidak berpengaruh terhadap sikap pengguna aplikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi *UberSocial* belum tentu memberikan pengaruh yang positif terhadap sikap pengguna aplikasi *UberSocial*.

**Tabel 6**  
**Pengaruh PE terhadap AC**

	Unstandardized Estimate	Standardized Estimate	S.E	C.R	P
ACP	.431	.607	.131	3.292	**

Sumber: Olahan Peneliti (2016)



Hipotesis ini bertujuan untuk menguji apakah persepsi pengguna terhadap kemudahan aplikasi (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh terhadap penerimaan aplikasi *UberSocial* (*acceptance*). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 6, karena nilai *t-Value* atau C.R sebesar  $3,292 > 1,967$  atau nilai  $p < 0,05$  atau terdapat tanda \*\*\*, maka hipotesis pada penelitian ini diterima, yang berarti kemudahan menggunakan aplikasi *UberSocial* berpengaruh terhadap penerimaan aplikasi *UberSocial*. Tanda \*\*\* memiliki arti bahwa nilai probabilitas  $< 0,05$  (Haryono dan Wardoyo, 2012)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi *UberSocial* memberikan pengaruh yang positif terhadap penerimaan aplikasi *UberSocial*.

**Tabel7**  
**Pengaruh PU terhadap AC**

	Unstandardized Estimate	Standardized Estimate	S.E	C.R	P
AC<--- PU	-.095	-.098	.130	-.729	.466

Sumber: Olahan Peneliti (2016)

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji apakah persepsi pengguna terhadap kemanfaatan aplikasi (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh terhadap penerimaan aplikasi *UberSocial* (*acceptance*). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 7, karena nilai *t-Value* atau C.R sebesar  $-.729 < 1,967$  atau nilai  $p$  sebesar  $0,466 > 0,05$ , maka hipotesis pada penelitian ini ditolak, yang berarti kemanfaatan menggunakan aplikasi *UberSocial* tidak berpengaruh terhadap penerimaan aplikasi *UberSocial*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi *UberSocial* belum tentu memberikan pengaruh yang positif terhadap penerimaan aplikasi *UberSocial*.

**Tabel 8**  
**Pengaruh PU terhadap AC**

	Unstandardized Estimate	Standardized Estimate	S.E	C.R	P
ACAT	.255	.327	.120	2.118	0.034

Sumber: Olahan Peneliti (2016)

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji apakah sikap pengguna terhadap aplikasi *UberSocial* (*attitude toward using*) memiliki pengaruh terhadap penerimaan aplikasi *UberSocial* (*acceptance*). Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 8, karena nilai *t-Value* atau C.R sebesar  $2.118 > 1,967$  atau nilai  $p$  sebesar  $0,034 < 0,05$ , maka hipotesis pada penelitian ini diterima, yang berarti sikap pengguna aplikasi *UberSocial* berpengaruh positif terhadap penerimaan aplikasi *UberSocial*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap pengguna aplikasi *UberSocial* memberikan pengaruh yang positif terhadap penerimaan aplikasi *UberSocial*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* terbukti bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using UberSocial*. Terciptanya suatu sikap responden untuk tetap menggunakan aplikasi *UberSocial* tergantung pada kemudahan yang diberikan aplikasi untuk menjalankan media sosial.

Ini berarti aplikasi *UberSocial* telah memudahkan penggunaannya dalam menjalankan aplikasi tersebut. Aplikasi *UberSocial* menjalankan beberapa media sosial dalam satu aplikasi menjadi lebih mudah tanpa harus *download* aplikasi media sosial yang diinginkan. Cukup hanya dengan memiliki aplikasi *UberSocial*, pengguna dapat terkoneksi dengan beberapa media sosial diantaranya *Twitter* dan *Facebook*. Dengan berbagai kemudahan yang dirasakan oleh pengguna aplikasi *UberSocial* otomatis akan

membawa sikap positif untuk memilih menggunakan aplikasi *UberSocial*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Davis (1989), Arie (2010) dan Ratnaningrum (2013). Berdasarkan hasil uji, menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*. Pengguna media sosial percaya bahwa aplikasi *UberSocial* memberikan kemudahan untuk dipahami dan dipelajari. Ini berarti kemudahan menggunakan aplikasi *UberSocial* memotivasi sikap *user* untuk menggunakan aplikasi *UberSocial* dengan lebih sering.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* tidak terbukti bahwa *perceived usefulness* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using UberSocial*. Dibuktikan bahwa kemanfaatan yang diberikan *UberSocial* belum cukup untuk mempengaruhi sikap pengguna teknologi. Walaupun dari hasil interpretasi responden terhadap kemanfaatan aplikasi pada kategori yang baik, namun pengguna merasa bahwa kemanfaatan tidak memberikan pengaruh terhadap sikap mereka dalam menggunakan aplikasi *UberSocial*. Terciptanya suatu sikap responden untuk tetap menggunakan aplikasi *UberSocial* tergantung kepada kemudahan yang diberikan aplikasi untuk menjalankan media sosial, bukan dari manfaat yang mereka dapat dari menggunakan aplikasi.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Davis (1989), Arie (2010) dan Ratnaningrum (2013). Berdasarkan hasil uji, menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*. Pengguna media sosial tidak percaya bahwa aplikasi *UberSocial* memberikan manfaat dalam menjalankan media sosial. Ini berarti kemanfaatan menggunakan aplikasi *UberSocial* tidak menjadi motif *user*

untuk menggunakan aplikasi *UberSocial*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *acceptance* terbukti bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *acceptance UberSocial*. Terciptanya penerimaan responden terhadap aplikasi *UberSocial* tergantung kepada kemudahan yang diberikan aplikasi untuk menjalankan media sosial.

Hasil penelitian ini berarti berbagai kemudahan yang dirasakan oleh pengguna media sosial memberikan dampak yang positif bagi penggunaan aplikasi *UberSocial*. Pengguna tidak lagi sekadar menilai dan membandingkan dengan fasilitas aplikasi lain, tetapi pengguna sudah menjadikan aplikasi *UberSocial* seperti sebuah kebutuhan untuk berinteraksi di media sosial.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Davis (1989), Arie (2010) dan Ratnaningrum (2013). Berdasarkan hasil uji, menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *acceptance*. Jika seseorang merasa teknologi mudah digunakan, maka akan lebih sering atau lebih bersedia untuk menggunakannya.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *acceptance* tidak terbukti bahwa *perceived usefulness* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *acceptance UberSocial*. Dibuktikan bahwa kemanfaatan yang diberikan *UberSocial* belum cukup untuk mempengaruhi penerimaan pengguna teknologi.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Davis (1989), Arie (2010) dan Ratnaningrum (2013). Berdasarkan hasil uji, menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *acceptance UberSocial*. Pengguna media sosial tidak percaya bahwa aplikasi *UberSocial* memberikan manfaat dalam menjalankan media sosial. Ini berarti

kemanfaatan menggunakan aplikasi *UberSocial* tidak menjadi motif *user* bersedia untuk menggunakan aplikasi *UberSocial*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis *attitude toward using* terhadap *acceptance* membuktikan bahwa *attitude toward using* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *acceptance*. Ini berarti suatu sikap penggunaan aplikasi *UberSocial* yang dipengaruhi oleh kemudahan dari teknologi memberikan dampak yang positif pada adopsi suatu teknologi, dimana adopsi teknologi merupakan wujud nyata seseorang percaya dan menggunakan *UberSocial* sebagai suatu kebutuhan. Adanya suatu sikap positif dari pengguna yang yakin dan percaya untuk menggunakan aplikasi *UberSocial*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Davis (1989) dan Ratnaningrum (2013). Berdasarkan hasil uji, menunjukkan bahwa *attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *acceptance* *UberSocial*. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan hasil yang ditemukan oleh Arie (2010) yang mendapati bahwa *attitude toward using* tidak memberikan pengaruh yang positif terhadap penerimaan aplikasi *UberSocial*.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan terhadap 105 responden yang merupakan mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Riau pengguna aplikasi *UberSocial* di Pekanbaru. Dalam penelitian ini terdapat 5 hipotesis yang diuji dengan menggunakan program AMOS versi 20 dengan menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi kemudahan aplikasi (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh terhadap sikap pengguna aplikasi (*attitude toward using*). Hasil temuan ini sama dengan

hasil temuan yang dilakukan Davis, Ratnaningrum, dan Arie pada rujukan penelitian terdahulu, sehingga hasil penelitian ini **didukung**. Hal ini membuktikan bahwa kemudahan dalam menggunakan aplikasi *UberSocial* mempengaruhi sikap para pengguna *UberSocial*.

2. Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi kemanfaatan aplikasi (*perceived usefulness*) tidak memiliki pengaruh terhadap sikap pengguna aplikasi (*attitude toward using*). Hasil temuan ini berbeda dengan hasil temuan yang dilakukan Davis, Ratnaningrum, dan Arie pada rujukan penelitian terdahulu, sehingga hasil penelitian ini **tidak didukung**. Hal ini membuktikan bahwa manfaat dalam menggunakan aplikasi *UberSocial* tidak serta merta mempengaruhi sikap para pengguna *UberSocial*.

3. Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi kemudahan aplikasi (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh terhadap penerimaan aplikasi (*attitude toward using*). Hasil temuan ini sama dengan hasil temuan yang dilakukan Davis, Money, dan Arie pada rujukan penelitian terdahulu, sehingga hasil penelitian ini **didukung**. Hal ini membuktikan bahwa kemudahan aplikasi menjadi penyebab utama responden menggunakan aplikasi *UberSocial*.

4. Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi kemanfaatan aplikasi (*perceived usefulness*) tidak memiliki pengaruh terhadap penerimaan (*acceptance*). Hasil temuan ini berbeda dengan hasil temuan yang dilakukan Davis, Ratnaningrum, dan Arie pada rujukan penelitian terdahulu, sehingga hasil penelitian ini **tidak didukung**. Hal ini membuktikan bahwa manfaat dalam menggunakan aplikasi *UberSocial* tidak serta merta mempengaruhi penerimaan aplikasi *UberSocial*.

5. Hasil penelitian ini menemukan bahwa sikap pengguna aplikasi (*attitude toward using*) tidak

memiliki pengaruh terhadap penerimaan (*acceptance*). Hasil temuan ini sama dengan hasil temuan yang dilakukan Arie pada rujukan penelitian terdahulu, sehingga hasil penelitian ini **didukung**. Hal ini membuktikan bahwa sikap pengguna aplikasi *UberSocial* tidak serta merta mempengaruhi penerimaan aplikasi *UberSocial*.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Jumlah sampel untuk penelitian berikutnya dapat ditambah agar data yang diperoleh memberikan gambaran yang lebih jelas tentang keadaan yang sesungguhnya.
2. Ruang lingkup penelitian untuk penelitian selanjutnya dapat ditambah lagi sehingga tingkat generalisasi bisa lebih luas.
3. Menambah atau bahkan mengganti variabel-variabel lainnya, hal ini bertujuan agar responden dapat memberikan jawaban yang sesungguhnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adams, Denis., Nelson Ryan, Todd Peter. 1992. "Perceived Usefulness, ease of use, and Usage of Information Technology : A Replication." *Management Information System Quarterly*, vol. 21(3).
- Ardianto, Karlinah dan Komala.2009. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*, Jakarta: Rineka Cipta
- \_\_\_\_\_,2006:*Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek* :Reneka Cipta
- Ajzen, I. and Fishbein, M., *Understanding Attitude and Predicting Social Behavior*.Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1980.
- Bungin, 2005.*Metode Penelitian Sosial*, Jakarta : Kencana
- Kusumo, H. Cokro, 2010. *Analisis Penerimaan Mobile Banking dengan Menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model*, Surakarta :USM
- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology." *Management Information System Quarterly*. September 1989.
- Effendy, Onong U. 1993. *Kamus Komunikasi*, Bandung: Mandar Maju.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2008. *Model Persamaan Struktural : Konsep dan Analisis dengan Program AMOS 16.0*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Gulo.2005. *Metode Penelitian*, Jakarta : Grasindo
- Haryono, Siswoyo dan Wardoyo, Parwoto.2012. *Structural Equation Modeling Menggunakan AMOS 18.0*. Bekasi : Intermedia Personalia Utama.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok materi penelitian dan aplikasi*, Jakarta : ghalia Indonesia

- Jogiyanto, 2007, Sistem Informasi Keprilakuan, Yogyakarta : ANDI
- Khairani, Makmun. 2013. Psikologi Umum, Yogyakarta : Aswaja Pressindo
- Kottler, Philip. 1998. Manajemen Pemasaran, Jakarta. Prenhallindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta, Kencana.
- Mc.Quail, Denis. 2004. Teori Komunikasi suatu Pengantar, Jakarta : Reneka Cipta.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Nasution, Fahmi N. 2004, *Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Behavioral Aspect*, Medan : Universitas Sumatera Utara
- Ninik.1993. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung, Remaja Rosdakarya
- Nazir, Moh, 2005. *Metode Penelitian*, Bogor : Ghalia Indoneisa
- Nawawi, 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta, Gajah Mada university press
- Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta : Buku Litera.
- Muhammad S.B, Arie. 2010, Analisis Penerimaan Komputer Mikro dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* Pada Kantor Akuntan Publik di Jawa Tengah. Semarang : UNDIP
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul jannah. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat. 2005. *Mengartikulasikan Pendidikan Nilai*, Bandung: Alfabeta
- Ratnaningrum, Luh Putu Rara Ayu. 2013. *Aplikasi Model TAM Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking di Kota Denpasar*. Bali: Penerbit Universitas Udayana
- Ridwan. 2006. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*, Bandung: Alfabeta
- Sedaryanti, dan Syarifudin Hidayat Persada, 2002. *Metodologi Penelitian*, Bandung : Mandar Maju
- Soeprapto. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi*, Yogyakarta : Media Pressindo.
- Sony, Sumarsono, 2004, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta
- Sudjana, 2003. *Media pembelajaran.*, Bandung: Sinar Baru Algensindo

- Szajna, B., 1996. "Empirical Evaluation of the Revised Technology Acceptance Model." *Management Science*, Vol. 42, No. 1, pp. 85-89.
- Tangke, N. 2004. "Analisa Penerimaan Penerapan Komputer Mikro (KOMPUTER MIKRO) dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) pada Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) RI." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 6, No. 1, pp.10-30.
- Umar , Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, Jakarta : Gramedia
- Sumber lain :  
*Aworldoftweet.com*, diakses 13 Januari 2014 pukul 22.00 WIB
- kbbi.web.id*
- Ruggiero, Thomas. E, 2000, *Uses And Gratification Theory in 21<sup>st</sup> Century*, Texas : University of Texas at El Paso
- SindoNews, 2013. *Indonesia Masuk Lima Besar Dunia Pengakses Twitter*,  
<http://nasional.sindonews.com/read/2013/11/07/15/802909/indonesia-masuk-5-besar-dunia-pengakses-twitter>, di akses 13 Januari 2013 pukul 23.00 WIB.
- Support. *UberSocial.com*