

## INTISARI

Lingkungan bisnis global yang semakin kompleks dan kompetitif mengharuskan perusahaan untuk menjadi lebih dinamis dalam penyederhanaan proses untuk meraih keuntungan dalam persaingan. Salah satu proses yang penting untuk disederhanakan adalah distribusi informasi. Pengembangan *Web 2.0* menciptakan banyak peluang untuk menyederhanakan proses distribusi informasi dan *knowledge sharing*, terutama untuk *knowledge* yang susah untuk ditransfer secara langsung dari satu orang ke yang lainnya. Salah satu pemanfaatan *web 2.0* adalah dengan pembuatan media sosial interaktif yang dapat mengakomodir proses distribusi informasi dan *knowledge sharing* dalam sebuah korporasi.

Untuk mengetahui apakah sebuah aplikasi/teknologi telah diterima dalam sebuah populasi, teknologi tersebut perlu dilakukan pengujian. Salah satu metode untuk mengecek penerimaan dalam sebuah teknologi baru adalah dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*. *TAM* adalah model pengukuran yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989, yang kemudian disempurnakan dengan bantuan Bagozzi dan Warshaw pada tahun 1992. *TAM* kemudian dikembangkan lebih lanjut menjadi *Extended TAM (TAM 2)* oleh Venkatesh dan Davis pada tahun 2000. Kedua *TAM* utamanya terdiri dari dua faktor primer yang mempengaruhi *intention to use* individual untuk menggunakan teknologi baru: *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Perbedaan diantara *TAM 1* dan *TAM 2* terletak pada variabel yang mempengaruhi *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*.

PT Djarum merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur rokok di Indonesia. PT Djarum membuat aplikasi *DiSini* untuk mengakomodir proses distribusi informasi dan *knowledge sharing*. Penerimaan populasi terhadap *DiSini* diukur dengan menggunakan kombinasi dari *TAM 1* dan *TAM 2*, yang dimodifikasi dengan mengubah variabel yang mempengaruhi *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berdasarkan dari karakteristik perusahaan PT Djarum, yang disebut dengan *Modified TAM*. *Modified TAM* diharapkan dapat membantu PT Djarum dalam pengukuran penerimaan aplikasi *DiSini* dan memberikan pandangan dalam bidang yang dapat ditingkatkan untuk meningkatkan penerimaan *DiSini* sebagai metode untuk berbagi pengetahuan dan informasi.

Kata kunci: Manufaktur, *Knowledge Sharing*, Media Sosial Korporasi, *Djarum DiSini*, *Technology Acceptance Model 1 (TAM 1)*, *Technology Acceptance Model 2 (TAM 2)*, *Modified TAM*, Penerimaan, Pengembangan Aplikasi.

## ABSTRACT

*The increasingly complex and competitive global business requires companies to become more dynamic in terms of process simplification to obtain an advantage towards the competitions. One of the necessary process simplifications is information distribution. Web 2.0. development creates many possibilities to simplify the process of information distribution and knowledge sharing, especially in terms of knowledge which hard to transfer directly from one individual to another. One of the web 2.0. utilization is by the creation of interactive social media application which able to accommodate the process of information distribution and knowledge sharing in a corporation.*

*To understand whether the application/technology is widely accepted by a population, it needs to be tested. One of the methods to check the acceptance of new technology is by using the Technology Acceptance Model (TAM). TAM is a measurement model concept developed Davis in 1989, which later completed in 1992 with the help of Bagozzi and Warshaw. TAM was developed further into Extended TAM (TAM 2) by Venkatesh and Davis in 2000. Both TAM mainly consists of two primary factors influencing individual intention to use new technology: perceived ease of use and perceived usefulness. The difference between TAM 1 and 2 located on the variables influencing both perceived ease of use and perceived usefulness.*

*PT Djarum is a company that operates in the cigarette manufacturing industry in Indonesia. PT Djarum creates a DiSini application to accommodate the process of information distribution and knowledge sharing. DiSini application acceptance is measured using a combined version of TAM 1 and TAM 2, which is modified by changing the variables influencing perceived ease of use and perceived usefulness based on the PT Djarum industry nature, which called the modified TAM. The modified TAM expected to help PT Djarum to measure the population acceptance of the DiSini application and provide insights on how to improve the app to further increase the acceptance of DiSini as a method to share knowledge and information.*

*Keywords: Manufacturing, Knowledge Sharing, Corporate Social Media, Djarum DiSini, Technology Acceptance Model 1 (TAM 1), Technology Acceptance Model 2 (TAM 2), Modified TAM, Acceptance, Application Development.*