

BAB I

PENDAHULUAN

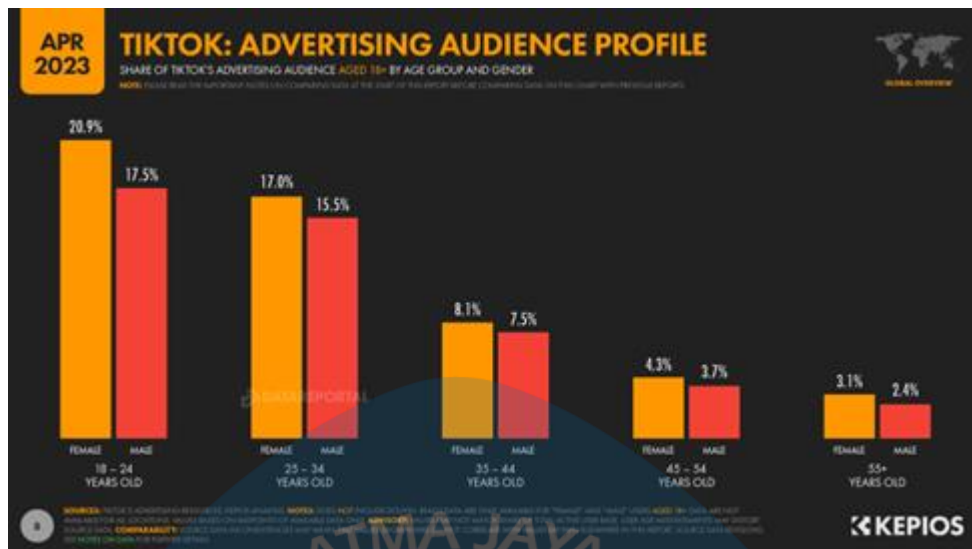
1.1 Latar Belakang

Dengan perkembangan teknologi yang selalu meningkat pesat hingga menjadikan teknologi sebagai bagian dari kehidupan manusia yang mempengaruhi kebutuhan manusia [1]. Terdapat tiga kebutuhan yang dikelompokkan menjadi kebutuhan primer, sekunder dan kebutuhan tersier [2]. Beberapa saat yang lalu *Covid-19* yang menyerang hampir seluruh negara di dunia menuntut semua manusia dengan berbagai golongan baik pekerja, mahasiswa, pengangguran dan bahkan orang tua sekalipun untuk menggunakan akses internet untuk menyesuaikan kondisi dan terjauh dari kerumunan. Dengan hal ini penggunaan media internet terutama media sosial sangat meningkat sebagaimana untuk memenuhi kebutuhan sekunder untuk memberikan perasaan senang atau Bahagia kepada seseorang, seperti pendidikan, *handphone*, internet serta yang berkiatan didalamnya, dan berbagai teknologi yang tergolong dapat menghibur seseorang[3].

Media sosial merupakan salah satu kebutuhan sekunder yang dapat kita temukan di mana-mana. Hampir semua golongan pekerja, sosial, usia menggunakan media sosial pada *handphone* mereka untuk menghibur diri. Media sosial memiliki banyak sekali manfaat baik dan bukan hanya hiburan semata, seperti untuk saling mengirim pesan atau mempermudah komunikasi dengan orang-orang di manapun mereka berada, melakukan transaksi jual-beli secara online kapanpun dan di manapun selama koneksi internet masih dapat dijangkau, bahkan media sosial akan sangat mempermudah begitu banyak kegiatan pengguna yang dapat dilakukan hanya duduk manis dan memegang *handphonenya*[4]. Media sosial dapat diakses melalui jaringan internet pada *pc*, *mobile phone*, dll. Beberapa contoh media sosial yang sampai saat ini terus berkembang dan banyak digunakan hingga saat ini yaitu seperti: *Tiktok*, *Instagram*, *SnapChat*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Facebook*, *Pinterest*, *YouTube*, dan masih banyak lagi. Aplikasi-aplikasi atau media sosial tersebut banyak digunakan untuk berkomunikasi, mengupload, mengunduh, menonton konten video dan juga foto, dan lainnya. Media sosial juga memiliki keunikan tersendiri dan fitur yang berbeda serta

kegunaan dari aplikasi yang berbeda sehingga sebagian besar pengguna memiliki lebih dari satu media sosial dan akan bergantian menggunakannya sesuai dengan suasana hati dari pengguna itu sendiri[5].

Berdasarkan Gambar 1.1 di bawah menunjukkan bahwa Tiktok menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan dan digemari oleh masyarakat terutama kaum muda di Indonesia dengan rata-rata pengguna terbanyak berusia 17 hingga 30 tahun. secara garis besarnya *Tiktok* merupakan aplikasi yang membuat dan menyebarkan berbagai konten berupa video pendek dengan format vertikal dengan *scrolling* layar ke atas maupun ke bawah dalam menggunakannya. Tiktok adalah salah satu aplikasi dalam kategori hiburan yang sangat terkenal saat ini dan diciptakan oleh perusahaan teknologi bernama Bytemod[6]. Aplikasi ini menjadi sangat banyak digandrungi oleh banyak orang di dunia dengan alasan penggunaannya yang sangat mudah, serta penyebaran konten yang dapat dilakukan oleh semua pengguna tanpa melihat jumlah pengikut. Dalam penggunaanya Tiktok akan dengan cepat mempelajari kebiasaan pengguna aktif melebihi aplikasi media sosial lain atau yang biasa kita sebut sebagai “*For Your Page*”[7]. Penelitian ini menggunakan aplikasi Tiktok sebagai objek penelitian karena aplikasi tersebut merupakan salah satu aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat luas dan sudah menjadi salah satu media sosial yang menjadi sumber informasi. Penggunaan aplikasi Tiktok sering kali menyebabkan pengguna lupa waktu dan begitu terobsesi dengan aplikasi tersebut, sehingga menimbulkan pertanyaan mengapa Tiktok sangat digemari oleh kalangan muda dan apa yang menjadikan Tiktok sangat terkenal saat ini.



Gambar 1. 1 Statistik Penggunaan Tiktok
 Sumber : <https://datareportal.com/essential-tiktok-stats>

Dasar dari sejauh mana pengguna menerima serta memahami teknologi yang ada merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan atau developer untuk mengetahui tingkat dari keberhasilan dari implementasi suatu sistem yang dibangun tersebut. terdapat beberapa teori atau metode yang sering digunakan peneliti untuk melakukan Analisa terkait penerimaan dan penggunaan suatu teknologi, beberapa diantaranya adalah *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Motivational Model (MM)*, *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Combining the Technology Acceptance Model and the Theory of Planned Behavior (C-TAM-TPB)*, *Model Of PC Utilization (MPCU)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)*, *Sosial Cognitive Theory (SCT)*, *Unified theory Of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT)* dan *Hedonic Motivation System Adaption Model (HMSAM)* [8].

Untuk menganalisis tingkat penerimaan dan penggunaan serta penyebab dari alasan mengapa Tiktok menjadi sangat terkenal dan banyak digemari terutama di kalangan muda, maka metode yang dipilih oleh penulis adalah *Hedonic Motivation System Adoption Model*. HMSAM adalah model pemerimaan sistem yang berdasarkan pada perspektif teoritis alternatif, teori yang berfokus langsung pada motivasi yang mendorong penerimaan *Hedonic Motivation System (HMS)*[9]. HMS merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk memenuhi segi intrinsic dan motivasi instrinsik pengguna terutama situs jejaring sosial, dunia virtual, dan lain sebagainya. Dalam mengatasi berbagai motivasi instrinsik terkait penggunaan dan penerimaan suatu sistem maka diperlukan *Cognitive Absorption (CA)* sebagai indikator utama dari *Perceived Ease*

of Use (PEOU) dan *Behavioral Intention to use (BIU)* [10]. Model HMSAM telah dipakai oleh beberapa analis yang memiliki kaitan dengan aplikasi hiburan seperti aplikasi musik, film online, dll. namun, hingga saat ini belum ada penelitian terkait penerapan model HMSAM pada penggunaan aplikasi Tiktok dalam konteks Analisa penerimaan dan penggunaan aplikasi tersebut. oleh sebab itu, penelitian ini akan mengambil terkait bagaimana pengimplementasian model HMSAM pada aplikasi Tiktok.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang penelitian ini, dapat diketahui bahwa perumusan masalahnya adalah terdapat pada penjelasan data statistik melalui data reportal menjelaskan bahwa Indonesia menjadi negara kedua pengguna aplikasi Tiktok terbanyak secara global dan aplikasi Tiktok juga merupakan aplikasi yang digemari oleh kalangan muda di Indonesia. Berdasarkan perkembangan aplikasi Tiktok yang sangat cepat dengan pengguna aktif yang terus berkembang pesat menunjukkan bahwa adanya minat dan adopsi yang tinggi dari pengguna, sehingga perlu adanya penelitian untuk memahami penerimaan dan penggunaan aplikasi Tiktok yang memberikan penjelasan terkait bagaimana faktor-faktor hedonik dapat mempengaruhi minat penggunaannya dengan menganalisis penerimaan dan penggunaan aplikasi Tiktok secara khusus menggunakan metode *Hedonic Motivation System Adoption Model (HMSAM)*. Model yang dirancang secara khusus untuk memberikan pemahaman mengenai penerimaan dan penggunaan aplikasi yang mengutamakan unsur intrinsik atau aplikasi yang dibentuk untuk memberikan hiburan dan kesenangan kepada penggunaannya dengan variabel model diantaranya yaitu *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Curiosity*, *Joy*, *Control*, dan *Behavioral Intention to Use*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Didasari dari perumusan masalah yang sebelumnya, maka pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah:

- a. Apakah variabel *Perceived Ease Of Use (PEOU)* memiliki pengaruh terhadap *Curiosity (CUR)*, *Control (CTRL)*, *Perceived Usefulness (PU)*, dan *Joy (JOY)* dalam mengukur tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi Tiktok?

- b. Apakah variabel *Curiosity* (CUR), *Control* (CTRL), *Perceived Usefulness* (PU), dan *Joy* (JOY) memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention To Use* (BIU) dalam mengukur tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi Tiktok?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Mengetahui pengaruh variabel *Perceived Ease Of Use* (PEOU) terhadap *Curiosity* (CUR), *Control* (CTRL), *Perceived Usefulness* (PU), dan *Joy* (JOY) dalam mengukur tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi Tiktok?
2. Mengetahui pengaruh variabel *Curiosity* (CUR), *Control* (CTRL), *Perceived Usefulness* (PU), dan *Joy* (JOY) terhadap *Behavioral Intention to Use* (BIU) dalam mengukur tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi Tiktok.

1.5 Batasan Masalah

Di dalam penelitian ini ada beberapa batasan-batasan masalah, batasan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

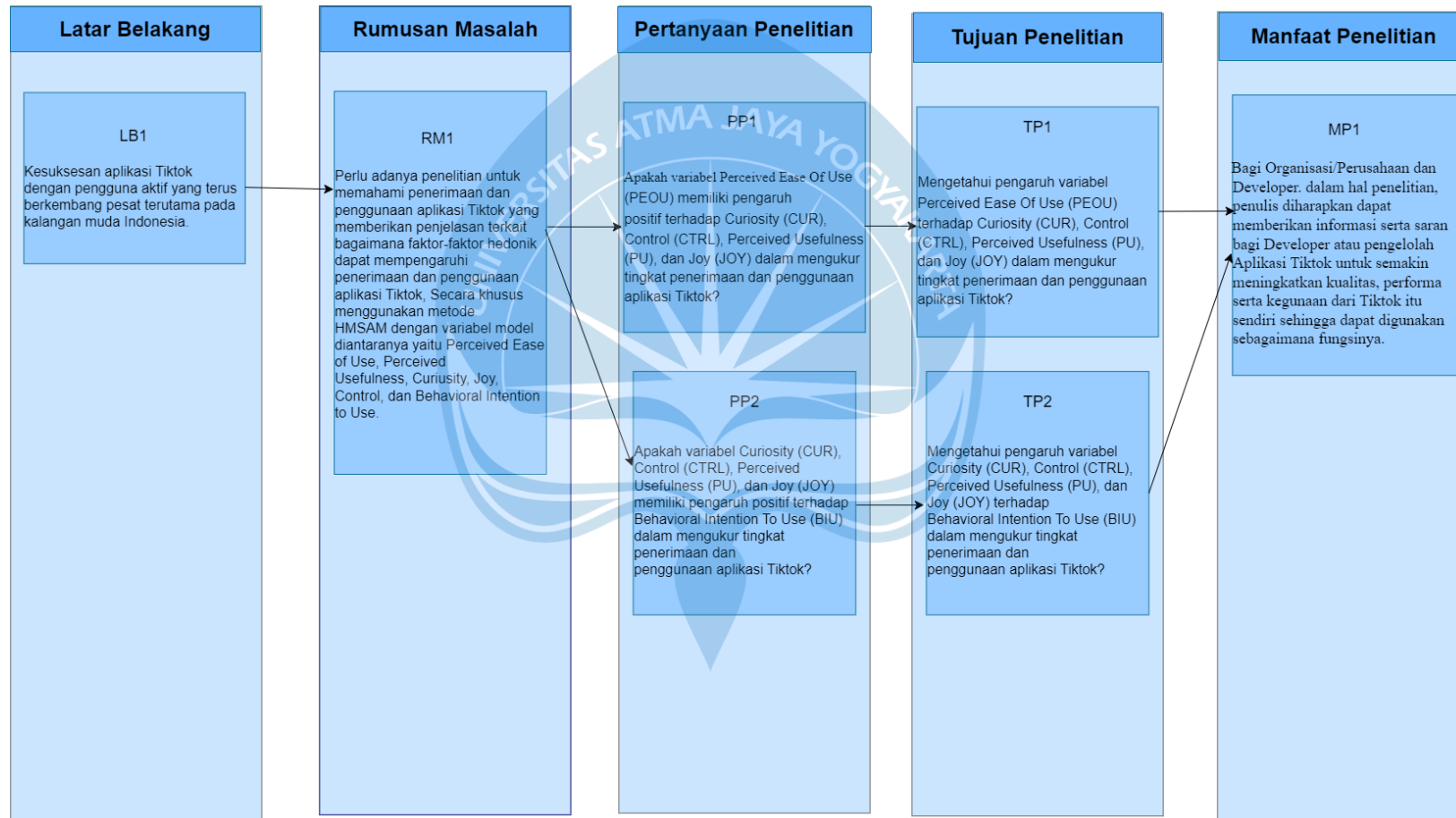
1. *Hedonic-Motivation System Adaption Model* (HMSAM) digunakan sebagai acuan dalam penelitian untuk menganalisis penerimaan aplikasi Tiktok.
2. Terdapat 6 variabel yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya yaitu *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Curiosity*, *Joy*, *Control*, dan *Behavioral Intention to Use*.
3. Populasi masyarakat kalangan muda pengguna aplikasi Tiktok dengan batasan usia 17 – 30 tahun, dan minimal sampel 250 responden.

1.6 Manfaat Penelitian

Setelah mendapatkan hasil pada penelitian ini penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan Manfaat bagi perusahaan dan developer, yang dalam hal ini dalam penelitian diharapkan penulis dapat memberikan informasi serta saran bagi *developer* atau pengelola aplikasi Tiktok untuk semakin meningkatkan kualitas, performa serta kegunaan dari Tiktok itu sendiri sehingga dapat digunakan sebagaimana fungsinya.

1.7 Bagan Keterkaitan

BAGAN KETERKAITAN



Gambar 1. 2 Bagan Keterkaitan