

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penggunaan media sosial dikehidupan masyarakat pada era kekinian telah mengubah cara orang dalam berinteraksi yang di mana membentuk pola komunikasi yang baru. Tradisi interaksi sosial yang terbatas oleh ruang dan waktu kini mengalami pergeseran yang cukup signifikan berkat kemajuan teknologi informasi. Di sisi lain, ada pandangan bahwa sosial media berperan sebagai alat untuk memperluas jaringan sosial dan mempermudah komunikasi, terutama dalam lingkup global menciptakan efisiensi komunikasi yang lebih besar. Menurut Lin (2022) media sosial diartikan sebagai komunikasi dan interaksi sosial dengan memanfaatkan teknologi informasi dan internet, dimana memberikan kemampuan bagi individu, kelompok, atau organisasi untuk terhubung, berkomunikasi, berbagi informasi serta partisipasi dalam kegiatan online dengan interaktif dan kolaboratif [1]. Aplikasi sosial media muncul pertama diawal tahun 2000-an, MySpace merupakan situs media sosial pertama dengan capaian pengguna aktif bulanan 1 juta pengguna, pencapaian tersebut dicapai sekitar tahun 2004 inilah merupakan awal dari media sosial yang kita kenal [2]. Selanjutnya disusul oleh aplikasi media sosial lainnya seperti Facebook, YouTube, Twitter, dan Reddit yang dimana telah ada selama puluhan tahun atau lebih. Kemudian tahun 2016 kemunculan sosial media baru yaitu TikTok yang berhasil mencapai setengah miliar pengguna pada pertengahan 2018 yang dimana memperoleh rata-rata sekitar 20 juta pengguna baru perbulannya [2]. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa antusias pengguna sosial media dari tahun ke tahun cukup signifikan. Penggunaan media sosial telah membawa dampak dimasyarakat saat ini. Disatu sisi, media sosial telah meningkatkan konektivitas global, membentuk pola komunikasi yang baru, memungkinkan individu dalam membangun jaringan sosial yang lebih luas serta menyediakan platform untuk gerakan sosial [1]. Disisi lain, penggunaan media sosial juga menyebabkan isolasi sosial, penyebaran informasi yang berbahaya atau merugikan, dan identitas yang ditampilkan secara online tidak selalu mencerminkan identitas sebenarnya [1]

Pada tahun 2023 ini peluncuran salah satu aplikasi sosial media yang cukup menarik perhatian masyarakat yaitu Threads. Threads merupakan salah satu aplikasi sosial media yang dibawah naungan meta baru saja rilis pada bulan Juli tahun 2023 [3], terbukti bahwa inovasi dalam dunia sosial media masih mampu memicu antusiasme yang signifikan di kalangan masyarakat. Antarmuka yang mirip dengan Twitter atau Z, serta kemudahan akses yang ditawarkan telah memperluas jangkauan pengguna baru hingga mencapai 5 juta dalam waktu empat jam setelah peluncuran [4]. Hal tersebut terus dibuktikan dengan kenaikan yang cukup signifikan setelah kurang lebih seminggu peluncuran dengan pencapaian pengguna hingga 100 juta [3] Fenomena ini memberikan pandangan bahwa antusiasme yang terus berkembang terhadap inovasi dalam dunia sosial media. Namun, meskipun antusiasme masyarakat terhadap aplikasi media sosial cukup

tinggi, ada dampak positif maupun negatif dari kehadiran sosial media. Namun walaupun aplikasi sosial media tidak sepenuhnya memberikan dampak positif, respon antusias masyarakat dalam penggunaan aplikasi sosial media baik yang baru maupun yang lama masih cukup baik. Seperti halnya aplikasi Facebook, Twitter, dan Youtube tetap populer di tengah masyarakat selama bertahun-tahun, sementara TikTok juga mencapai peningkatan signifikan pengguna dalam waktu dua tahun peluncurannya. Selain itu, aplikasi Threads menjadi bukti baru bahwa minat publik terhadap aplikasi sosial media baru tetap tinggi, mampu meraih 100 juta pengguna dalam satu minggu peluncurannya. Namun, di balik peningkatan pengguna yang signifikan, terdapat kompleksitas bagi pengembang aplikasi. Banyak perusahaan berlomba-lomba mengembangkan inovasi terutama dalam pembuatan aplikasi sosial media karena popularitasnya sebagai hiburan yang mudah diakses oleh masyarakat umum. Para pengembang harus mengetahui apa yang sedang dibutuhkan oleh pengguna sosial media agar aplikasi mereka dapat banyak diminati oleh masyarakat. Dibalik itu, peningkatan jumlah pengguna juga membawa tantangan dalam mengoptimalkan operasi yang dapat mempengaruhi keengganan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Pengembang aplikasi harus bersaing mempertahankan pengguna dengan menyediakan layanan yang berkualitas tinggi, dan terus berinovasi untuk tetap kompetitif di pasar yang kompetitif.

Pada penelitian ini akan mengeksplorasi pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Innovation Diffusion Theory* (IDT). Penggunaan TAM akan membantu memahami bagaimana persepsi individu mengenai kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan dari aplikasi sosial media baru dapat mempengaruhi niat dan perilaku pengguna [5]. Di sisi lain, IDT akan digunakan untuk menganalisis bagaimana karakteristik inovasi sosial dapat mempengaruhi adopsi dan penyebaran aplikasi tersebut di masyarakat [5]. Kedua teori ini sangat relevan dalam konteks teknologi informasi dan perilaku pengguna. TAM menawarkan wawasan tentang faktor-faktor psikologis yang memotivasi individu untuk menerima dan menggunakan teknologi baru, sementara IDT menyediakan kerangka kerja untuk memahami proses sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi seberapa cepat dan luas teknologi diadopsi dalam suatu komunitas. Dengan demikian, kedua teori ini memberikan pandangan yang komprehensif untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi dan bagaimana teknologi tersebut diintegrasikan dalam kehidupan sehari-hari pengguna.

1.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, berikut beberapa perumusan masalah yang akan dibahas:

1. Bagaimana respon niat pengguna terhadap aplikasi sosial media baru?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi antusias pengguna terhadap aplikasi sosial media baru?

1.3. Tujuan

Berikut adalah tujuan dilakukannya penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengukur niat dari pengguna dalam penggunaan aplikasi sosial media baru
2. Mengeksplorasi dan menyelidiki faktor-faktor potensial yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan aplikasi media sosial baru

1.4. Batasan Masalah

Dari perumusan masalah yang dipaparkan sebelumnya, adapun beberapa nilai batasan dalam penelitian diantaranya:

1. Penelitian menerapkan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Innovation Diffusion Theory* (IDT)
2. Data akan dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar ke pengguna yang memakai aplikasi sosial media baru (salah satunya seperti ‘Threads’) sebagai kebutuhan data dalam penelitian

1.5. Hipotesis

Berikut merupakan hipotesis terhadap permasalahan yang akan dibahas:

1. Respon niat pengguna terhadap aplikasi sosial media baru cukup positif berdasarkan model TAM dan IDT
2. Faktor-faktor dalam TAM dan IDT memiliki pengaruh terhadap niat pengguna dalam menggunakan sosial media baru

1.6. Rencana Kegiatan

Tahapan rencana kegiatan dalam penelitian ini meliputi pencarian serta pengumpulan referensi jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian, dimana pencarian referensi melalui berbagai sumber yang terverifikasi dan terpercaya untuk memastikan bahwa sumber acuan yang dikumpulkan mampu memberikan landasan teoritis yang kuat terhadap penelitian yang akan dilakukan. Setelah pengumpulan referensi selanjutnya akan dilakukan literature review, pada proses ini akan melibatkan analisis terhadap literatur ilmiah yang relevan dengan topik penelitian yang bertujuan untuk memahami kerangka konseptual yang mendasari seluruh analisis penelitian.

Setelah itu akan dilakukan pengumpulan data melalui kuisisioner, yang akan disebar yaitu bagi pengguna aplikasi media sosial baru, seperti halnya aplikasi Threads yang merupakan aplikasi sosial media yang baru diluncurkan di tahun 2023[3] serta platform aplikasi media sosial lainnya yang hadir pada beberapa tahun belakangan ini. Penyebaran kuisisioner dirancang guna memastikan keterkaitan sampel yang memadai dari berbagai kelompok demografis dan karakteristik pengguna media sosial. Pertanyaan dalam kuisisioner penelitian ini berfokus pada dimensi yang terkait terhadap niat pengguna dalam menggunakan sosial media baru dengan mengadopsi pendekatan berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu faktor yang mempengaruhi secara individu [5] dan berdasarkan *Innovation Diffusion Theory* (IDT) yang merupakan faktor yang memepengaruhi secara sosial [5]. Setelah data didapatkan selanjutnya akan dilakukan pengukuran secara kuantitatif untuk mengukur niat pengguna menggunakan sosial media baru terhadap faktor-faktor yang terdapat di TAM dan IDT. Melalui pendekatan ini, diharapkan bahwa hasil penelitian mampu

memberikan jawaban yang mendalam tentang pandangan dan perilaku pengguna terhadap isu-isu yang dipertanyakan dalam penelitian ini.

1.7. Jadwal Kegiatan

Berikut table jadwal kegiatan yang akan dilakukan dalam penelitian ini:

Kegiatan	Bulan					
	1	2	3	4	5	6
Bimbingan dengan Pembimbing						
Perancangan metodologi dan kerangka penelitian						
Pengumpulan data						
Pengujian validitas dan model struktural						
Analisis data						
Penyusunan laporan akhir						
Presentasi						

Tabel 1. Jadwal Kegiatan