



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan akses internet memicu munculnya banyak jejaring sosial yang didesain untuk melayani kebutuhan penggunanya dalam komunikasi, informasi, dan hiburan (Pinho & Soares, 2011). Jejaring sosial pun menjadi sebuah tren yang berkembang sangat pesat dalam satu dekade terakhir. Tingkat pertumbuhan jumlah pengguna jejaring sosial naik secara stabil per tahunnya dan diperkirakan pada tahun 2017 akan mencapai 2,5 milyar (eMarketer, 2013). Dengan beragam fitur yang ditawarkan, jejaring sosial menjadi sarana komunikasi yang lebih mudah, cepat dan murah. Selain itu, penggunanya juga dapat membagikan kehidupan mereka kepada teman-teman maupun publik dalam bentuk foto, video, bahkan lokasi mereka berada.

Diferensiasi berupa pengembangan fitur yang dimiliki aplikasi lain hingga fitur inovatif menjadi andalan agar dapat meraih pengguna. Salah satu fitur unik yang sukses dan mulai diadopsi beberapa jejaring sosial belakangan ini adalah *ephemeral messaging*. Aplikasi dengan *ephemeral messaging* akan menghapus secara otomatis konten atau pos yang dibagikan dalam kurun waktu 24 jam. Menurut Jason Dorsey, petinggi lembaga riset Generational Kinetics, teknologi menjadi sebuah penanda dan pembeda generasi satu dengan yang lainnya dimana generasi Z merupakan generasi yang akan akrab dengan penggunaan media sosial yang “tidak meninggalkan jejak” atau *ephemeral messaging*.

Snapchat adalah salah satu jejaring sosial dengan *ephemeral messaging* yang memiliki pertumbuhan tercepat di dunia. Dalam kurun 4 tahun sejak berdiri pada tahun 2011, Snapchat berhasil memiliki kurang lebih 200 juta pengguna aktif setiap bulan dengan *snap* berjumlah 400 juta buah per hari (Morrison, 2015). Fitur *sharing* yang hanya bertahan 24 jam ini diberi nama *stories*.

Pada November 2016, Instagram sebagai jejaring sosial berbasis *photo-video sharing* terpopuler menambahkan fitur *ephemeral messaging* yang diberi nama serupa dengan yang dimiliki Snapchat yaitu *Stories*. Instagram *Stories* mengalami pertumbuhan pengguna yang juga sangat pesat, didukung basis pengguna Instagram yang memang sudah banyak. Instagram *Stories* berhasil meraih 150 juta pengguna aktif hanya dalam waktu tiga bulan sejak fitur tersebut diluncurkan. (Constine, 2017).

Fitur *stories* yang dihadirkan Instagram dan Snapchat menjadi sebuah euforia baru kalangan muda di seluruh dunia. Namun, belum banyak studi yang khusus menggambarkan tingkat penerimaan kedua aplikasi ini sebagai *ephemeral messaging*. Hal-hal terkait komunitas virtual memang menjadi salah satu topik yang menjadi perhatian utama peneliti saat ini (Pinho & Soares, 2011). Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat mengungkap seberapa besar pengaruh faktor manfaat, kemudahan penggunaan, nuansa kehadiran, dan hiburan pada minat penggunaan kedua aplikasi ini. Atas dasar itu, penulis akan menganalisis tingkat penerimaan Instagram *Stories* dan Snapchat pada masyarakat generasi Z Indonesia. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* dan metode Structural Equation Modeling (SEM).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang diurai pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah :

1. Bagaimana pengaruh *Perceived usefulness* terhadap minat generasi Z dalam menggunakan Instagram Stories dan Snapchat ?
2. Bagaimana pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap minat generasi Z dalam menggunakan Instagram Stories dan Snapchat ?
3. Bagaimana pengaruh *Social Presence* dan *Perceived Enjoyment* terhadap minat generasi Z dalam menggunakan Instagram Stories dan Snapchat?
4. Faktor apakah yang paling mempengaruhi minat penggunaan Instagram Stories dan Snapchat berdasarkan analisis TAM dan SEM?

1.3 Batasan Masalah

1. Penulis akan melakukan penelitian yang berfokus pada fitur *ephemeral messaging* yang dimiliki Instagram dan Snapchat yaitu *Stories*.
2. Responden valid untuk kuisioner penelitian adalah 100 orang yang berdomisili di Tangerang atau Jakarta, lahir pada tahun 1995 dan tahun-tahun setelahnya (generasi Z), serta pernah menggunakan Snapchat maupun Instagram Stories.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Instagram Stories dan Snapchat di kalangan generasi Z dengan

meninjau variabel *Perceived usefulness* dan *Perceived Ease of Use* serta *Perceived Enjoyment* dan *Social Presence* sebagai variabel tambahan. Penelitian ini juga dimaksudkan agar dapat menjadi referensi bagi perusahaan aplikasi yang penulis teliti atau perusahaan serupa yang ingin mempelajari perilaku dan penerimaan masyarakat terhadap aplikasi *ephemeral messaging*.

1.5 Waktu Perencanaan Penelitian

Tahap-tahap penelitian ini direncanakan dengan garis waktu sebagai berikut

Aktivitas	Minggu						
	1	2	3	4	5	6	7
Penyusunan Kuesioner							
Survei/pengumpulan data							
Filter data							
Goodness of Fit Test Measurement Model							
Uji Validitas & Realibilitas							
GoF test Structural Model dan Uji hipotesis							

Estimasi pengerjaan penelitian ini adalah 7 minggu dimulai dari 13 Maret 2017. Tahap penyusunan kuesioner, penyebaran/survei, dan filter data masing-masing membutuhkan waktu 1 minggu. Kemudian dilanjutkan perancangan *measurement model* dan melaksanakan *uji goodness of fit* selama 2 minggu. Tahap berikutnya adalah uji validitas dan realibilitas selama 1 minggu. Diakhiri dengan *goodness of fit test structural model* dan uji hipotesis yang dapat diselesaikan dalam 1 minggu.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi terbagi menjadi lima bab yang secara sistematis akan menjelaskan setiap langkah yang diambil oleh penulis.

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini membahas tentang latar belakang, masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI. Bab ini menjelaskan teori-teori dari literatur yang digunakan sebagai referensi penulis untuk mengerjakan skripsi ini

BAB III METODE PENELITIAN. Bab ini menggambarkan secara ringkas profil perusahaan/aplikasi yang menjadi bahan penelitian dan menjelaskan metode yang digunakan untuk menghimpun data dan memproses data yang diperlukan untuk analisis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN. Bab ini merincikan tahap penelitian berupa penjelasan analisis dengan memanfaatkan aplikasi tertentu atau menerapkan metode tertentu. Kemudian, penulis meninjau hasil yang diperoleh.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN. Bab terakhir ini menyimpulkan tahap yang dilalui hingga memperoleh hasil penelitian yang valid. Penulis juga memberikan saran apabila ada penelitian sejenis berikutnya.