



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Perkembangan teknologi di era digital seperti sekarang ini bertumbuh semakin cepat, secara tidak langsung penggunaan teknologi ini meningkat tajam. Teknologi adalah suatu sarana atau sistem yang berfungsi untuk memberikan kenyamanan serta kemudahan bagi manusia. Oleh karena itu teknologi menjadi sangat penting di era sekarang, apalagi dengan adanya teknologi digital yang berkembang pesat setiap harinya. (Ramadhani, 2020)

Teknologi adalah sebuah sarana dan prasarana yang menyediakan sebuah barang atau komponen yang diperlukan bagi kelangsungan hidup dan kenyamanan hidup umat manusia. Biasanya penggunaan teknologi oleh umat manusia diawali dengan adanya perubahan sumber daya alam menjadi berbagai macam alat-alat. Seiring perkembangannya teknologi mengalami perluasan makna, menjadi sebuah benda yang tidak berwujud seperti *software*, metode pembelajaran, metode bisnis dan lainnya. Contoh teknologi yang nyata di era sekarang sangat banyak mulai dari teknologi yang kita sering gunakan seperti komputer, laptop, handphone, mesin-mesin, mobil motor dan lainnya. (Ramadhani, 2020)

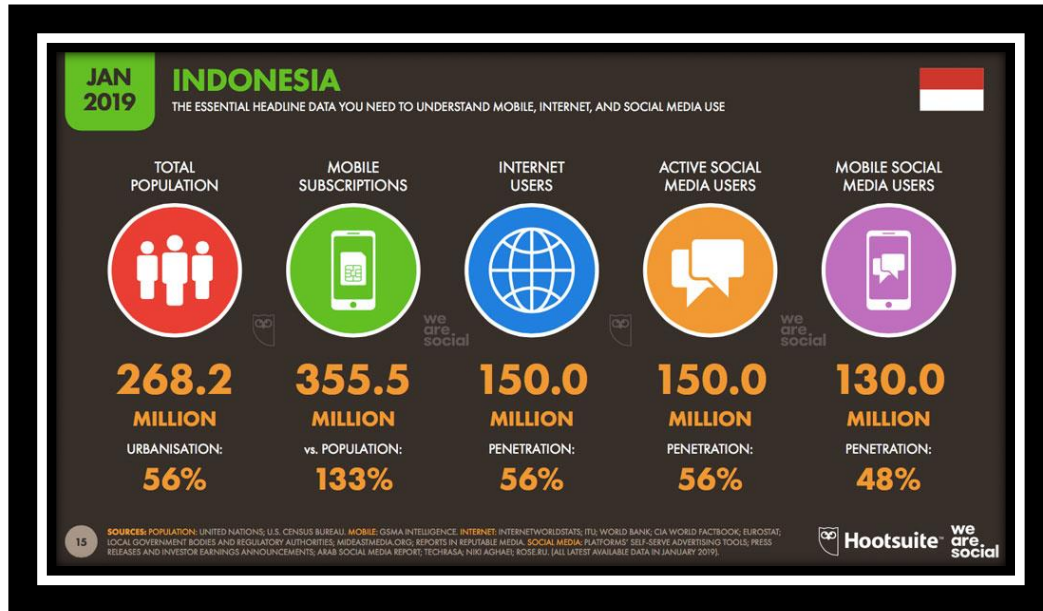
Menurut (Bakti Kofinfo, 2019), era *digital* yang sangat *modern* menjadikan teknologi komunikasi memberikan keuntungan yang tidak pernah kita bayangkan sebelumnya. Dampak Positif perkembangan teknologi komunikasi antara lain

menghubungkan orang di seluruh dunia, penyebaran informasi yang cepat, munculnya media sosial, sarana berbagi file, memajukan dunia pendidikan, dan lain-lain. Jika dahulu kita memiliki keterbatasan jarak untuk bisa berkomunikasi dengan orang lain tidak demikian dengan sekarang. Tidak terbatas antar kota dan antar wilayah saja, komunikasi saat ini dapat terjalin bahkan ke semua orang yang ada di seluruh penjuru dunia. Bukan hanya itu saja, kita pun dapat terhubung dengan sangat cepat bahkan dalam hitungan detik saja.

Perkembangan teknologi juga memberikan dampak positif pada penyebaran informasi. Jika dahulu kita mengandalkan surat kabar atau televisi untuk tahu informasi terkini, sekarang internet mengambil peran keduanya. Kehadiran internet membuat penyebaran informasi terjadi dengan sangat cepat bahkan real time. Apa yang terjadi detik ini di belahan bumi lain dapat secara langsung kita ketahui saat itu juga. Salah satu perkembangan teknologi komunikasi ditandai dengan munculnya media sosial. Media sosial adalah sarana untuk kita bisa terhubung dengan teman, keluarga, kerabat dimana saja melalui suatu platform khusus. Contoh sosial media yang banyak dipakai oleh masyarakat adalah Facebook, Instagram, dan Twitter. (Bakti Kofinfo, 2019).

Internet adalah kumpulan dari beberapa komputer, yang bahkan bisa mencapai jutaan komputer di seluruh dunia yang saling berhubungan serta saling terkoneksi satu sama lainnya. Agar komputer bisa saling terkoneksi satu sama lain, maka diperlukan media untuk saling menghubungkan antar komputer. Media yang digunakan itu bisa menggunakan kabel/serat optik, satelit atau lewat sambungan telepon. Internet baru masuk ke Indonesia sekitar tahun 1994. Pada waktu itu jaringan internet di Indonesia

lebih dikenali dengan nama unik yaitu Paguyuban Network. Perkembangan internet pun berkembang pesat di tahun 2000an, hingga kini jadi salah satu kebutuhan pokok manusia untuk akses informasi dan komunikasi. (Zakky, 2019)



Sumber : We Are Social, 2019

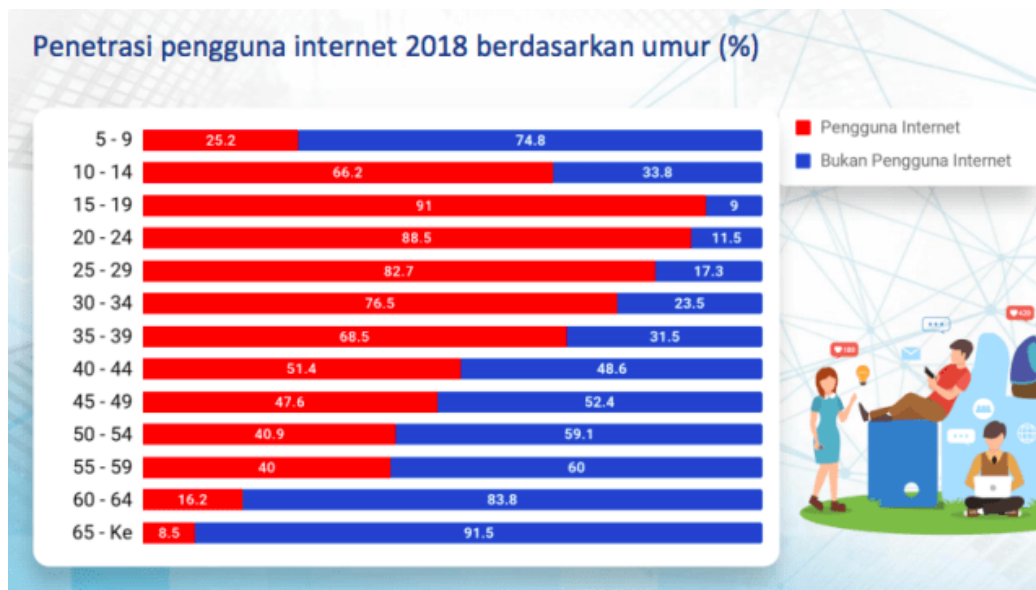
Gambar 1.2 Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia



Sumber : We Are Social, 2020

Gambar 1.3 Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Pengguna internet di Indonesia selalu mengalami peningkatan. Berdasarkan gambar 1.1 data yang diambil dari *We Are Social* tentang data pengguna internet di Indonesia, pada tahun 2019 total pengguna internet di Indonesia yaitu sebesar 150 juta pengguna dari 268,2 juta jiwa total populasi penduduk di Indonesia (*We Are Social*, 2019). Dan berdasarkan gambar 1.2 yang diambil dari *We Are Social*, pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan. Di mana pada tahun 2020, total pengguna internet di Indonesia yaitu sebesar 175,4 juta pengguna dari 272,1 juta jiwa total populasi penduduk di Indonesia.



Sumber : APJII, 2018

Gambar 1.3 : Penetrasi Pengguna Internet 2018 Berdasarkan Umur

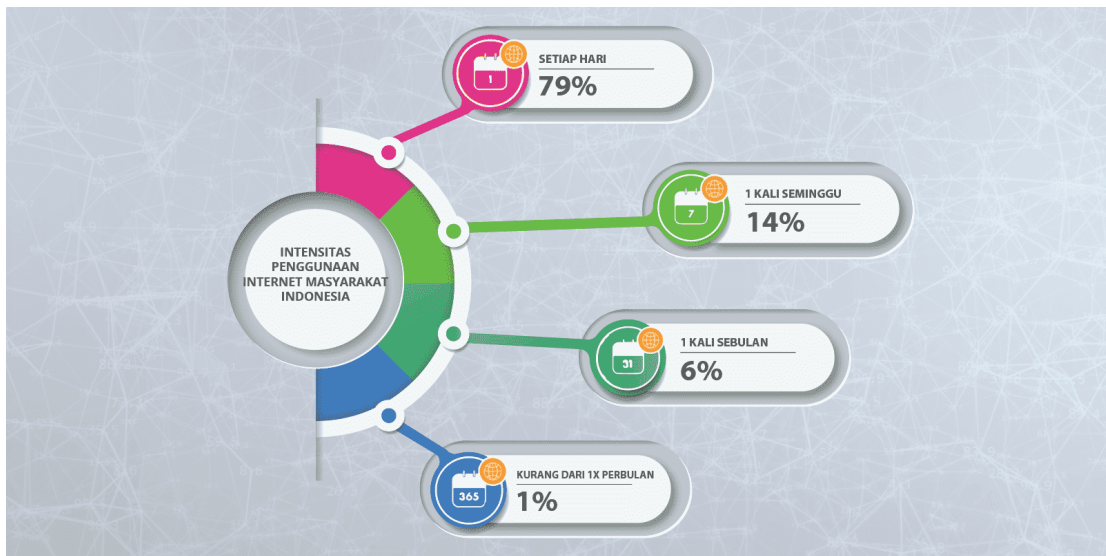
Menurut data APJII (2018) pada gambar 1.3, menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia didominasi oleh generasi milenial yang sering memakai internet untuk keperluannya masing-masing. Berdasarkan data survei dari APJII, masyarakat berusia 15 – 19 tahun memiliki penetrasi internet sebesar 91%. Kemudian di bawahnya ada usia 20 – 24 tahun memiliki persentase sebesar 88,5%, kelompok umur 25 – 29 tahun yang memiliki persentase sebesar 82,7%, kelompok umur 30 – 34 tahun sebesar 76,5%, dan umur 35 – 39 tahun mencapai 68,5%.



Sumber : APJII, 2017

Gambar 1.4 : Perangkat Yang Dipakai Mengakses Internet

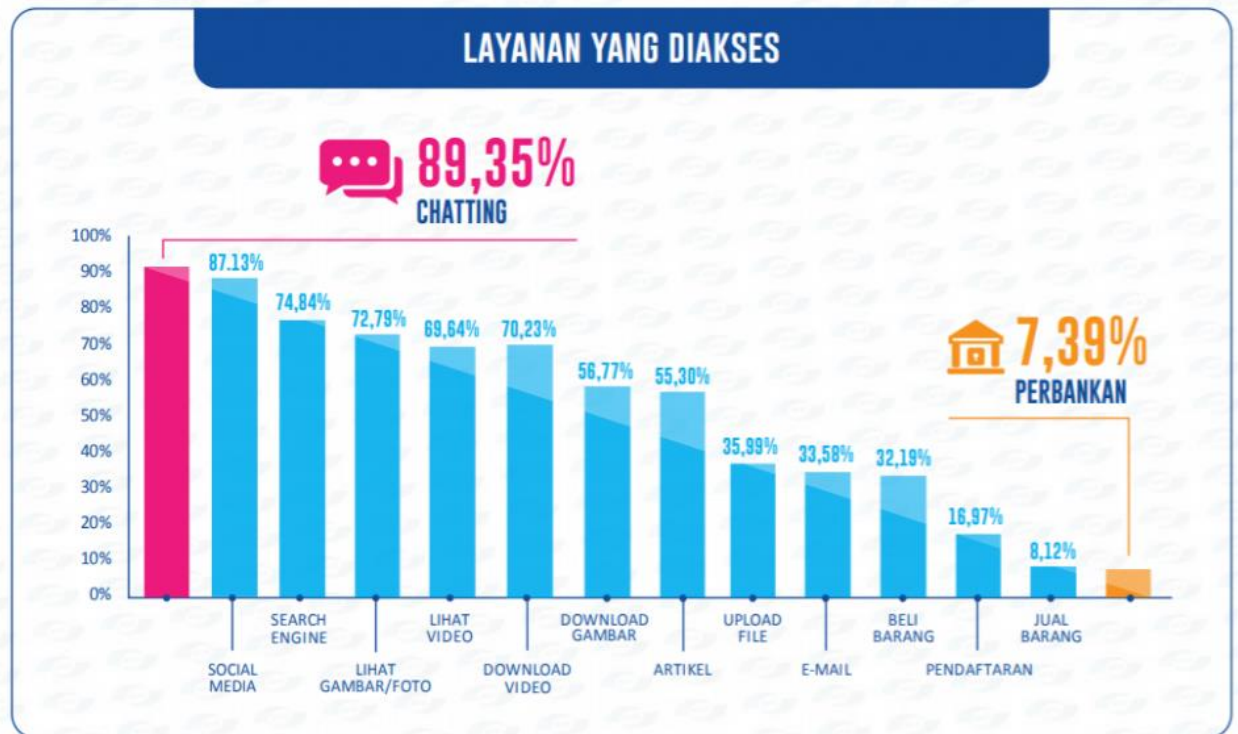
Perangkat yang dipakai untuk mengakses internet itu bermacam-macam. Berdasarkan gambar 1.4 perangkat yang digunakan dapat melalui komputer atau laptop pribadi maupun *smartphone*. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJII, penggunaan *smartphone* dalam mengakses internet merupakan yang tertinggi dengan presentase 44,16% dibandingkan dengan komputer atau laptop yang hanya sebesar 4,49%, penggunaan *smartphone* dan komputer atau laptop sebesar 39,28%, dan pengguna *platform* lainnya sebesar 12,07% (APJII, 2017).



Sumber : Tomato Digital Indonesia, 2019

Gambar 1.5 : Intensitas Penggunaan Internet Masyarakat Indonesia.

Menurut gambar 1.5 menunjukkan sebanyak 79% dari 150 juta pengguna internet selalu menggunakan internet setiap hari untuk menunjang kehidupannya. Lalu, ada juga sekitar 14% pengguna internet yang biasa mengakses internet hanya seminggu sekali. Lalu, sekitar 6% pengguna internet mengaku menggunakannya hanya sekitar sebulan sekali. Dan yang paling sedikit, atau sekitar 1% pengguna internet mengklaim menggunakan internet sangat jarang atau kurang dari sebulan sekali dalam setahun (Tomato Digital Indonesia, 2019).



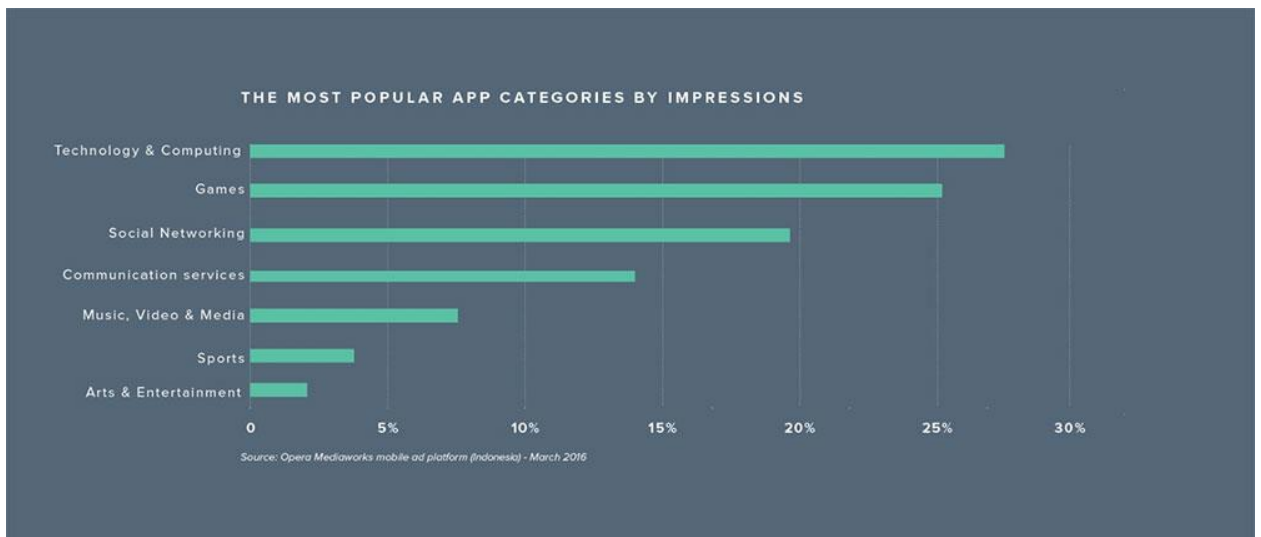
Sumber : APJII, 2017

Gambar 1.6 : Kategori Layanan Yang Diakses Pengguna Internet di Indonesia

Menurut data dari APJII (2017) pada gambar 1.6 menunjukkan jumlah pengguna jenis layanan *chatting* sebesar sebagai layanan yang sering diakses pengguna internet di Indonesia dengan jumlah total 89,35%, sosial media sebesar 87,13%, *search engine* sebesar 74,84%, lihat gambar atau foto sebesar 72,79%, lihat video sebesar 69,64%, download video sebesar 70,23%, download gambar sebesar 56,77%, membaca artikel

sebesar 55,30%, upload file sebesar 35,99%, mengirim dan melihat *e-mail* sebesar 33,58%, dan aktivitas layanan lainya.

Aplikasi adalah suatu program yang berbentuk perangkat lunak (Software) yang berjalan di suatu sistem tertentu yang saat sangat berguna dalam membantu berbagai aktivitas yang dilakukan oleh manusia yang sengaja dibuat dan dirancang untuk memenuhi kebutuhan akan berbagai kegiatan atau pekerjaan, seperti kegiatan periklanan, pelayanan masyarakat, perniagaan, permainan, dan berbagai aktivitas lainnya (Ilham, 2020). Sedangkan *mobile application* adalah proses pengembangan aplikasi untuk perangkat genggam seperti PDA, telepon genggam atau system *digital* perusahaan. Aplikasi ini sudah terdapat di *smartphone* pada saat proses manufaktur atau telah di *download* dari aplikasi toko yang ada di setiap *smartphone* dan juga distribusi perangkat lunak *mobile platform* lainnya (Anastasya, 2019).



Sumber : Opera Mediaworks Mobile Ad Platform (Indonesia), 2016

Gambar 1.7 : Jenis Kategori Aplikasi Yang Sering Digunakan

Berdasarkan data yang diambil dari *Opera Mediaworks Mobile Ad Platform* (2016) yang terdapat di gambar 1.7 menunjukkan bahwa kategori yang paling populer digunakan adalah aplikasi *technology & computing*, aplikasi *games* adalah aplikasi populer kedua, lalu di tempat ketiga diikuti oleh kategori aplikasi *social networking*, lalu di tempat keempat diikuti oleh kategori aplikasi *communication services*, lalu di tempat kelima diikuti oleh kategori aplikasi *music, video, & media*, lalu di tempat keenam diikuti oleh kategori aplikasi *sports*, dan di posisi terakhir diikuti oleh kategori aplikasi *art & entertainment*.

Aplikasi *mobile* saat ini berhasil menjadi perhatian banyak pecinta teknologi di seluruh dunia khusus di Indonesia. Keberadaanya telah mengubah cara banyak orang dalam berkomunikasi, menikmati hiburan, berbelanja dan banyak lagi aktivitas lainnya (Satrianti, 2017). Banyak orang yang sudah mengguna aplikasi *mobile* untuk menikmati hiburan dari musik, kendati cara menampakkannya berbeda-beda. Beberapa di antaranya menunjukkan kecintaan akan musik hanya dengan mendengarkannya baik melalui radio, televisi, MP3 player atau *smartphone*. Dan sebagian lainnya lebih ekspresif dengan menyanyikannya. bahkan tidak jarang sambil bergoyang. Untuk tipe ini, biasanya memilih tempat-tempat karaoke untuk menyalurkan hobinya itu. Atau bahkan tidak sedikit yang rela mengeluarkan uangnya dalam-dalam untuk membeli perlengkapan elektronik pendukung. Padahal sebenarnya cukup dengan menggunakan aplikasi yang ada di *smartphone* kita. Tentunya selain *smartphone*, kita juga perlu memasang aplikasi *mobile* yang bertebaran di toko aplikasi online seperti *google play* dan *app store* (Selular.Id, 2017)



Sumber : Google.com

Gambar 1.8 : Aplikasi TikTok

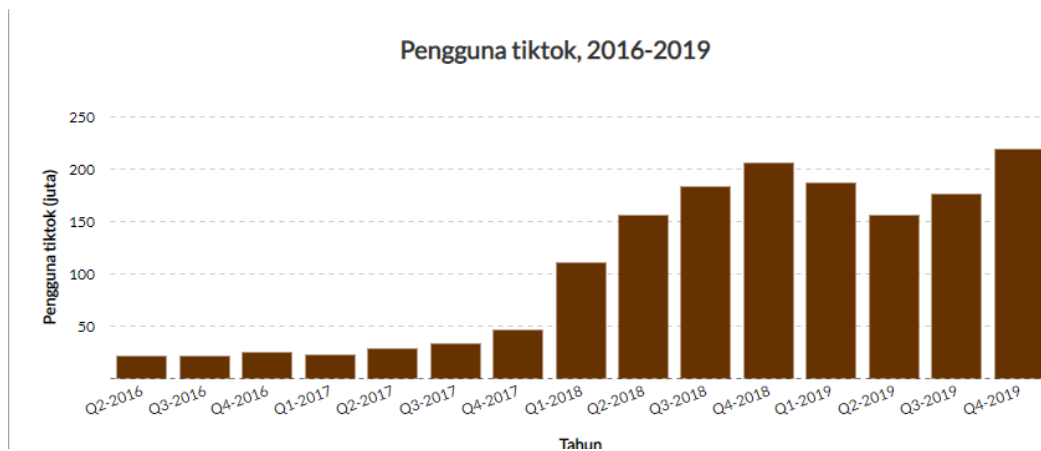
Sekarang banyak sekali konten berupa *video* yang tersebar di media sosial di berbagai negara termasuk Indonesia. Pertumbuhan dari konten video ini sangat pesat karena sekarang kecepatan akses internet sudah sangat cepat, sehingga kita bias *upload* konten video yang ukurannya tidak kecil dengan cepat. Banyak sekali *platform* ataupun aplikasi yang menyediakan fitur untuk membuat *video* dengan fitur-fitur yang menarik di *smartphone*. Salah satu aplikasi sekarang yang sedang digemari dan banyak sekali digunakan adalah aplikasi TikTok yang berasal dari negara tirai bambu atau Cina. Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang dapat digunakan oleh para pengguna. Aplikasi yang ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang menarik dan dapat menarik perhatian banyak orang

yang melihat. Hasil dari video pendek ini bisa kita sebar juga di sosial media dan pengguna Tiktok lainnya. (Sari, 2018)

Selain itu aplikasi untuk membuat *video* pendek ini juga dilengkapi dengan dukungan music yang cukup banyak sehingga para pengguna dapat membuat *video* pendek disertai dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi. Hal ini dapat mendorong kreatifitas seseorang untuk membuat *video* pendek sebagus mungkin dan menarik perhatian banyak orang. Dengan adanya dukungan dari perusahaan teknologi kecerdasan yaitu ByteDance, membuat aplikasi Tiktok bisa memahami keinginan dan hal-hal yang sering dilakukan oleh para pengguna sehingga bisa melakukan sugesti yang baik dan bisa meningkatkan peminat yang menggunakan aplikasi Tiktok. Pembuat aplikasi Tiktok ini berpendapat bahwa aplikasi ini dapat melakukan pengenalan wajah dengan kecepatan yang tinggi yang akan disugestikan pada fitur wajah yang menarik. Bukan Cuma itu saja, aplikasi ini menyediakan *backsound* music dari berbagai artis yang terkenal dari berbagai kategori music mulai dari *Dance*, *DJ*, *Western*, *R&B*, *KKC*, *Cute*, *Poppuler*, *Addict*, dan masih banyak *backsound* music yang bisa membuat video tiktok menjadi lebih menarik untuk dilihat dan didengar (Mastekno, 2019).

Aplikasi yang dulunya dicibir sebagai platformnya anak-anak yang tidak keren, kini malah merambah ke banyak kalangan. Mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang tua tak ketinggalan menikmati aplikasi ini. Bahkan tak jarang kalangan selebritas pun ikut andil bermain Tik Tok. Platform sosial berbasis video saat ini telah menarik hati banyak orang, terutama para remaja. Aplikasi ini menjadi tempat bagi mereka untuk

menunjukkan bakat mereka seperti acting, *lipsync*, menari, bernyanyi, dan lain-lain. Tiktok menjadi salah satu aplikasi atau *platform* yang sangat populer dan digunakan oleh banyak orang di seluruh dunia. Seiring berkembangnya waktu, kini mulai mermunculan aplikasi mirip tik tok. Aplikasi ini memiliki fungsi yang hampir sama dengan tiktok, namun dengan nama yang berbeda. Fitur dan cara penggunaanya juga berbeda, terkadang dari penggunaan aplikasi tersebut, banyak orang menjadi terkenal. Bahkan hingga menjadi *trending* di berbagai sosial media. Beberapa contoh aplikasi yang berbasis *video* adalah Vigo Video, Like, Dubsmash, Firework, dan masih banyak lagi (Harapan Rakyat, 2020).



Sumber : LokaData, 2019

Gambar 1.9 : Pengguna Tiktok Di Indonesia Tahun 2016 – 2019

Walaupun Tiktok adalah aplikasi yang digemari oleh para penggunanya sehingga pengguna semakin banyak sekali masalah yang pernah dihadapi oleh aplikasi Tiktok. Salah satu masalah yang pernah dihadapi tiktok antara lain sempat di *blokir* oleh Pemerintah Indonesia di tahun 2018. Alasan pemerintah melakukan *blokir*

terhadap aplikasi Tiktok karena terdapat konten negatif di *platform* tersebut. Pelanggaran konten yang ditemukan antara lain pornografi, asusila, pelecehan agama, dan lain-lain (Kompas, 2018). Menurut data dari lokadata yang ada di gambar 1.9 menunjukkan sejak diluncurkan pada kuartal kedua tahun 2016, pengguna tiktok terus meningkat setiap tahunnya. Meskipun untuk pertama kalinya Tiktok dilaporkan mengalami penurunan jumlah pengguna.pada awal kuartal pertama sejumlah 185 juta pengguna dan kuartal kedua sejumlah 150 juta pengguna di tahun 2019, namun Tiktok kembali mengalami pertumbuhan di kuartal ketiga sejumlah 167 juta pengguna dan kuartal keempat sejumlah 220 juta pengguna. Tiktok juga dilihat semakin mendekati batas popularitasnya. Media sosial berbasis *video* asal Tiongkok ini mengalami penurunan pertama yang dialami Tiktok sejauh ini. Data dari Lokadata mencatat bahwa unduhan pertama di akhir kuartal sebelumnya, yang berakhir pada 30 september berjumlah 177 juta. Jumlah ini menurun empat persen dari periode yang sama tahun lalu. (LokaData, 2019).

Untuk di Indonesia sendiri, Internet merupakan salah satu kebutuhan yang bagi beberapa orang sangatlah penting. Internet bisa dibilang merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat di seluruh pelosok dunia pada saat ini, bahkan ada sebagian orang yang merasa bahwa internet merupakan kebutuhan nomor satu bagi dirinya yang tak tergantikan.

Dalam hal ini, bagian dari internet yang paling berpengaruh salah satunya adalah kecepatan, namun seringkali kekecewaan bahkan kemarahan muncul akibat kecepatan internet yang lambat khususnya di indonesia. Banyak faktor yang

mempengaruhi hal tersebut, diantaranya adalah kondisi Geografis di Indonesia. Indonesia adalah Negara kepulauan terbesar di dunia dengan lebih dari 13 ribu pulau yang tersebar pada area seluas 1.9 juta kilometer persegi, terlebih lagi dengan medan yang sulit dijangkau. Dengan bentuk Negara kepulauan mengakibatkan Indonesia kesulitan dalam hal akses untuk memberikan layanan internet secara menyeluruh serta dengan terpisah oleh lautan membuat hal ini menjadi semakin buruk. Hal ini berakibat pada rendahnya kecepatan internet di setiap daerah (Shani, 2018)

Di saat Tiktok menjadi sebuah fenomena global, penurunan ini disebabkan juga oleh beberapa tantangan dari sektor hukum dan kritik yang datang dari para kompetitornya. Bahkan, Mark Zuckerberg termasuk di antaranya. Dia pernah menyatakan bahwa Facebook akan berkomitmen pada kebebasan berekspresi, tidak seperti perusahaan asal Tiongkok tersebut. Aplikasi ini juga dikritik karena persoalan data para penggunanya yang dikirimkan ke Pemerintah China tanpa adanya persetujuan pengguna. (Patardo, 2019)

Dari data-data yang ada diatas, Tiktok harus menciptakan strategi untuk meningkatkan jumlah pengguna yang dimana banyak sekali *platform* sejenis yang menjadi pesaing Tiktok dan meningkatkan keamanan data pengguna sehingga tidak adanya keraguan calon pengguna dan pengguna untuk memakai terus aplikasi Tiktok. Sehingga Tiktok tidak mengalami penurunan pengguna dan tidak berada di batas popularitasnya. Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian tentang faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan dan terus

berkelanjutan untuk menggunakan aplikasi Tiktok sebagai *platform* sosial berbasis video. Dalam hal ini peneliti ingin memberikan saran agar aplikasi Tiktok tidak mengalami penurunan kembali di masa yang akan datang, maka perlunya penelitian ini

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya semakin meningkat sehingga menciptakan potensi yang cukup besar untuk masuk ke pasar internet di Indonesia. Dengan pertumbuhan pengguna internet yang semakin pesat, banyak sekali kategori aplikasi yang bermunculan seperti aplikasi *games*, *Social Networking*, *Music*, *E-Commerce* dan lain-lain. Salah satu kategori aplikasi yang hadir adalah *platform* sosial berbasis *video*.

Tiktok merupakan *platform* sosial berbasis video dengan menawarkan layanan hiburan dengan memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang dapat digunakan oleh para pengguna. Seperti yang sudah dijelaskan di latar belakang saat ini Tiktok memiliki banyak sekali pesaing yang bergerak di bidang yang sama Tiktok juga dihadapkan dengan bocornya data pengguna ke pemerintah China sehingga terjadinya penurunan pengguna di kuartal ketiga dan kuartal keempat tahun 2019. Maka dari itu, diperlukan penelitian untuk menemukan faktor – faktor apa saja yang membuat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Tiktok.

Penting bagi Tiktok untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Tiktok. Berdasarkan penelitian Lai, I. K. W., & Shi, G (2015), dalam jurnal “The Impact Of Privacy Concerns On The Intention For Continued Use Of An Integrated Mobile Instant Messaging And Social Network Platform” menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi *Continuance Intention* seseorang yaitu *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Habit*, dan *Privacy Concerns*.

Menurut Venkatesh et al.(2003), *Effort Expectancy* adalah sejauh mana aplikasi itu mudah digunakan tanpa adanya usaha yang lebih untuk menggunakannya (Lai & Shi, 2015). *Effort Expectancy* menggambarkan bagaimana individu mempersepsikan tingkat kemudahan menggunakan teknologi (Peng, Yuan, & Ma, 2018)

Social Influence didefinisikan sebagai sejauh mana individu mempersepsikan orang lain itu penting dalam menumbuhkan kepercayaan mereka untuk harus menggunakan teknologi (Peng, Yuan, & Ma, 2018). Menurut Venkatesh et al (2003), *Social Influence* mencerminkan pengaruh pendapat orang – orang penting yang berpengaruh terhadap individu yang menjadi pengguna. (Lai & Shi, 2015)

Menurut Venkatesh et al.(2003), *Facilitating Conditions* mencerminkan sejauh mana pengguna memiliki kemampuan dan sumber daya diperlukan untuk menggunakan suatu system. (Lai & Shi, 2015). *Facilitating Conditions* memiliki keterbatasan yang membatasi keseluruhan ruang lingkup dalam menangkap efek faktor eksternal. (Venkatesh, Brown, Maruping, & Bala., 2014).

Habit adalah suatu tingkah laku yang diulangi secara teratur oleh seseorang dan sejauh mana individu cenderung melakukan suatu perilaku secara otomatis (Lai & Shi, 2015). Menurut Kim (2012), *Habit* telah ditemukan sebagai faktor terhadap penggunaan aktual pengguna di ponsel umum, layanan data, dan aplikasi (Peng, Yuan, & Ma, 2018)

Menurut Gosten & Nass (2009), *Privacy Concern* didefinisikan sebagai menjaga informasi pribadi dari yang tidak sah atau pengungkapan yang tidak dapat dibenarkan. *Privacy Concerns* juga menjadi masalah pengguna dalam hal informasi pribadi yang diberikan dan menjadi salah satu masalah penting di lingkungan atau aplikasi *online* karena kurangnya upaya empiris untuk menentukan efek dari kekhawatiran pada aplikasi *online* (Lai & Shi, 2015). *Privacy Concern* mencerminkan masalah mereka kebutuhan dan sikap yang melekat dalam menjaga privasi (Choi, 2016)

Continuance Intention adalah kepuasan seseorang yang ditentukan oleh persepsi kegunaan, persepsi kualitas, persepsi nilai, dan diskonfirmasi kegunaan (Lin et al., 2005). Menurut Kang (2014), faktor kunci *Continuance Intention* suatu aplikasi adalah aplikasi itu mudah digunakan (Roca, Chiu, & Martinez, 2006).

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah, yang akan diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *Continuance Intention*?

2. Apakah *Social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap *Continuance Intention*?
3. Apakah *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *Continuance Intention*?
4. Apakah *Habit* memiliki pengaruh positif terhadap *Continuance Intention*?
5. Apakah *Privacy Concerns* memiliki pengaruh positif terhadap *Continuance Intention*?

Sehingga berdasarkan rumusan masalah di atas judul dari penelitian ini adalah “Analisis Pengaruh *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Habit*, dan *Privacy Concern* terhadap *Continuance Intention* pada perilaku pengguna dalam melakukan penggunaan kembali aplikasi Tiktok di Indonesia”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Effort Expectancy* terhadap *Continuance Intention* pengguna dalam melakukan penggunaan kembali aplikasi Tiktok di Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Social Influence* terhadap *Continuance Intention* pengguna dalam melakukan penggunaan kembali aplikasi Tiktok di Indonesia.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Facilitating Conditions* terhadap *Continuance Intention* pengguna dalam melakukan penggunaan kembali aplikasi Tiktok di Indonesia.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Habit* terhadap *Continuance Intention* pengguna dalam melakukan penggunaan kembali aplikasi Tiktok di Indonesia.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh negatif *Privacy Concerns* terhadap *Continuance Intention* pengguna dalam melakukan penggunaan kembali aplikasi Tiktok di Indonesia.

1.4 Batasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menetapkan Batasan – batasan ruang lingkup penelitian yang didasari atas masalah dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya. Adapun Batasan penelitiannya sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini variable yang digunakan oleh peneliti hanya terbatas dengan enam variable yaitu *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Habit*, *Privacy Concern*, dan *Continuance Intention*.
2. *Sampling unit* yang ada dalam penelitian ini laki – laki dan perempuan dengan usia diatas 15 tahun yang mengetahui dan pernah menggunakan aplikasi Tiktok sebagai *platform* sosial berbasis *video*.
3. Penyebaran kuesioner akan dilakukan secara *online*, dengan membuat kuesioner melalui *Google Form*. Dengan menggunakan *link Google Form*,

kuesioner akan disebar melalui beberapa media sosial seperti Instagram, Whatsapp dan Line.

4. Peneliti akan menggunakan *software* SPSS versi ke-25 yang bertujuan untuk melakukan uji validitas, uji reabilitas, uji kecocokan model, dan uji hipotesis penelitian.
5. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari hingga Mei 2020

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka peneliti mengharapkan temuan dari penelitian ini dapat bermanfaat baik secara akademis maupun praktis bagi berbagai pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi pembaca untuk menambah literature terkait dengan pengaruh *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Habit*, dan *Privacy Concern* serta implikasinya terhadap *Continuance Intention* pada aplikasi Tiktok.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini akan bermanfaat untuk aplikasi Tiktok. Di samping itu, dengan adanya penelitian ini peneliti berharap Tiktok dapat mengetahui perilaku dari penggunanya dan mengetahui faktor – faktor apa saja yang membuat penggunanya melakukan penggunaan kembali aplikasi Tiktok kedepannya.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab yang dimana antara bab yang satu dengan bab – bab lainnya memiliki keterikatan satu sama lainnya. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam penelitian ini, BAB I berisi tentang latar belakang yang menjelaskan tentang perkembangan internet di Indonesia, mengetahui faktor – faktor apa saja yang menjadikan internet semakin berkembang, dan mengetahui fenomena yang sedang terjadi dalam *platform* sosial berbasis video. Dengan latar belakang tersebut maka muncul pokok permasalahan yang diangkat, pertanyaan, serta tujuan terhadap pentingnya penelitian ini untuk dilakukan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam penelitian ini, BAB II berisikan mengenai teori – teori pendukung yang bertujuan untuk mendukung variabel yang digunakan didalam penelitian ini seperti *Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Habit, Privacy Concern, dan Continuance Intention*. Pada akhirnya konsep – konsep yang ada akan digunakan sebagai fondasi dasar untuk membentuk suatu hipotesis yang akan diteliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

BAB III dalam penelitian ini akan diisi dengan metodologi penelitian yang akan dibuka dengan gambaran secara umum terkait dengan objek penelitian yang akan digunakan dalam hal ini adalah *platform* sosial berbasis video yaitu Tiktok. Setelah menjelaskan

gambaran umum dari objek penelitian tersebut maka akan dilanjutkan dengan desain penelitian, ruang lingkup penelitian, identifikasi variabel penelitian, tabel definisi operasional, dan teknik untuk menganalisis data yang ada.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

BAB IV dalam penelitian ini akan berisi tentang gambaran umum objek penelitian, kemudian membahas mengenai hasil kuesioner yang dikumpulkan. Dan akan dimulai dengan deskripsi hasil penelitian yang membahas tentang profil responden yang *valid* melalui analisis data secara teknis dan mendalam serta secara umum menjelaskan tentang hasil dari kuesioner yang dibagikan dan akan dikaitkan dengan teori yang pada akhir akan dimpilkasikan kedalam aspek manajerial.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

BAB V dalam penelitian ini berisikan mengenai kesimpulan peneliti yang didasari BAB sebelumnya, baik dari pengolahan data dan hal yang lainnya, selain berisi tentang kesimpulan yang didapat, pada BAB ini peneliti juga akan memberikan saran untuk objek yang diteliti khususnya *platform* sosial berbasis video Tiktok dan saran untuk penelitian selanjutnya agar penelitian ini dapat dikembangkan.