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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

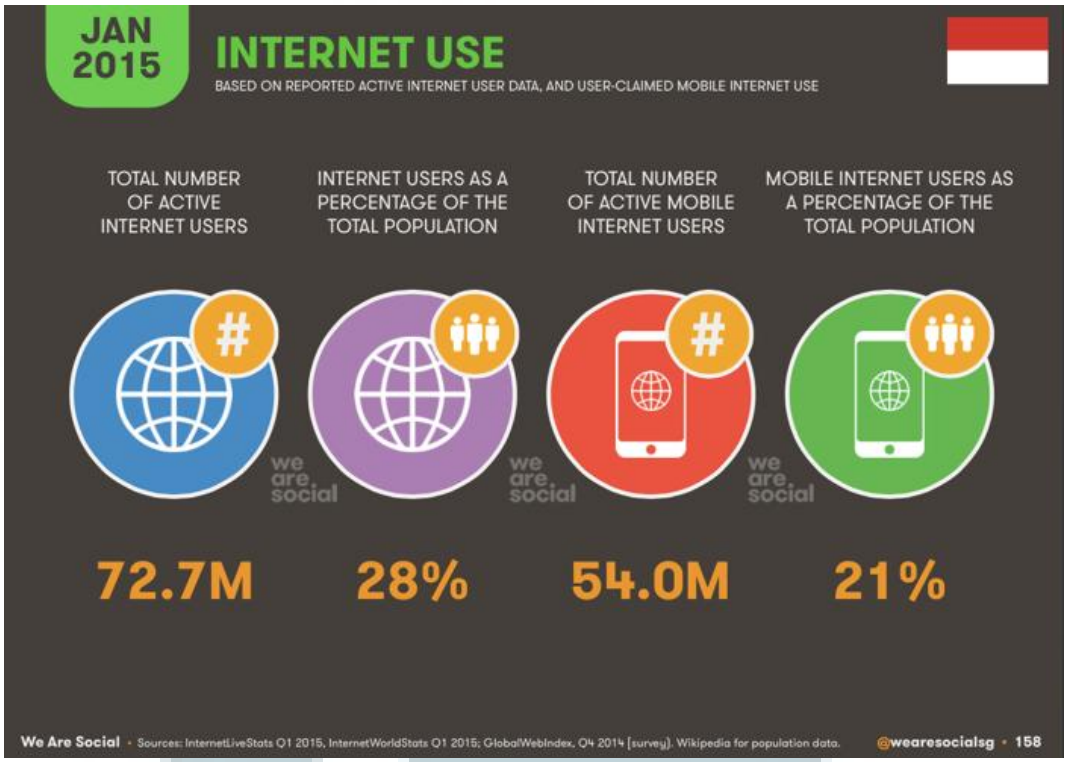
1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat cepat dan pesat dari waktu ke waktu. Adanya perubahan dan perkembangan teknologi tidak hanya terjadi di suatu bidang, tetapi dalam berbagai bidang dan berbagai segi kehidupan umat manusia. Kemajuan teknologi informasi telah melahirkan banyak perubahan mendasar dalam kehidupan manusia saat ini dan memberikan kemudahan hingga membantu pekerjaan manusia. Perkembangan teknologi internet dan perubahan budaya menjadikan media sosial menjadi suatu kebutuhan masyarakat, terutama masyarakat modern masa kini.

Seiring dengan perkembangan teknologi internet, media sosial menjadi salah satu kebutuhan masyarakat modern masa kini. Kemunculan *Facebook* pada tahun 2006 membuktikan bahwa perkembangan teknologi semakin canggih. *Facebook* dengan tampilan yang lebih modern memungkinkan orang untuk berkenalan dan mengakses informasi seluas-luasnya. Disusul oleh *Twitter* pada tahun 2009 yang ternyata menambah jumlah situs sosial bagi anak muda. Sistem yang digunakan oleh *Twitter* yaitu *follow-unfollow*, di mana kita dapat melihat status terbaru dari orang yang kita *follow*. Namun, harus diketahui bahwa fungsi dari media sosial yang sebenarnya adalah untuk *sharing* dengan sekelompok teman terpercaya dan keluarga. Hal-hal yang ingin dibagikan akan jauh lebih intim dan bersifat pribadi. Setiap orang akan membuka lebih banyak

Penentuan Tingkat ..., Iin Septiani Hadju, FTI UMN, 2015

tentang diri mereka dan lebih merasa percaya diri ketika dikelilingi oleh orang-orang yang lebih bisa dipercaya daripada orang lain. Hal inilah yang mendasari lahirnya *Path*.



Gambar 1.1 Penggunaan Internet 2015
(Sumber : wearesocial.com, 2015)

Path merupakan situs jejaring sosial baru yang dapat digunakan untuk saling bertukar foto atau komentar dengan teman atau kerabat dekat saja. Menurut *En. Wikipedia.org*, *Path* diluncurkan pada November 2010 oleh *Dave Morin* yang merupakan *Co-Founder* sekaligus CEO *Path*. Menurutnya, *Path* dibuat untuk menjaga keamanan serta privasi penggunanya. Mereka akan terbebas dari campur tangan atau komentar orang lain yang tidak begitu akrab dengannya.

Awalnya, *Path* merupakan situs sekaligus aplikasi khusus untuk pengguna *iPhone*, tetapi telah dikembangkan untuk dapat digunakan oleh pengguna *Android*. Cara kerja *Path* mirip dengan *Facebook* dan *Twitter*. *Path* dapat

memungkinkan pengguna untuk berbagi foto secara cepat dan aman tanpa adanya gangguan tag dari pihak lain seperi yang sering dialami pengguna *Facebook*.

Tampilan *Path* sangat sederhana karena tidak terdapat banyak tulisan ataupun tombol di dalamnya. Selain itu, *Path* juga mempunyai banyak fitur yang menarik seperti berbagi foto, video, musik, status, film, acara TV, buku, dan *sleep-awake*. Adapun yang menarik dari *Path* yaitu tersedianya delapan *free filter lenses* yang dapat digunakan pengguna untuk mempercantik foto atau video yang siap diunggah untuk dibagikan ke teman terdekat. Setiap moment yang ingin dibagikan di *Path* juga dapat dibagikan ke teman *Facebook, Twitter, Tumblr, Foursquare,* dan *Wordpress*. Fitur ini secara otomatis dapat digunakan apabila pengguna melakukan izin untuk menghubungkan *Path* dengan media sosial tersebut.

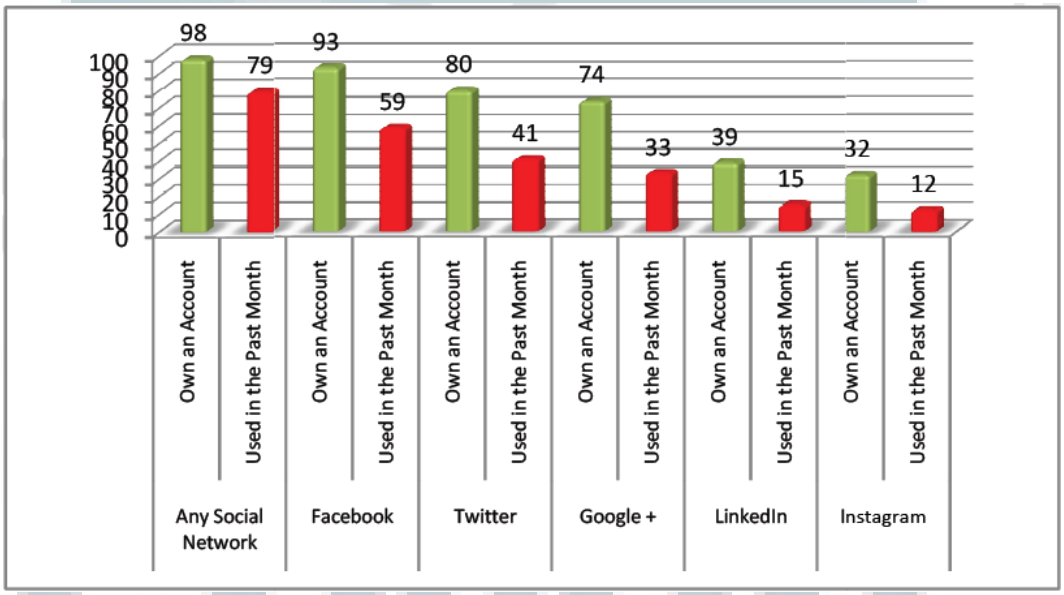
Menurut profil terkini internet industri Indonesia yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang bekerjasama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat angka pertumbuhan pengguna internet di Indonesia hingga akhir tahun 2013 sudah mencapai 71.19 juta jiwa. Survei tersebut dilakukan di 78 kabupaten/kota pada 33 provinsi di seluruh Indonesia (HarianTI.com). Sedangkan, menurut Kementrian Komunikasi dan Informatika (Komenkominfo) mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2013 mencapai 63 juta jiwa. Dari angka tersebut, 95 persen menggunakan internet untuk mengakses media sosial.

Pengguna *Path* terbesar nomor satu merupakan negara Indonesia dengan jumlah kurang lebih 4 juta pengguna aktif dari 20 juta pengguna aktif seluruh dunia. Jumlah ini lebih besar dari jumlah pengguna aktif di Amerika Serikat.

Penentuan Tingkat ..., Iin Septiani Hadju, FTI UMN, 2015

Rata-rata pengguna *Path* aktif di Indonesia sekitar 19-20 tahun dengan jumlah Perempuan lebih banyak dibandingkan Laki-laki. Jumlah ini semakin membesar setelah diberitakan bahwa Bakrie Global Group membeli sebagian saham *Path*.

Berdasarkan *Survei Data Global Web Index* (2014), Indonesia adalah negara yang memiliki pengguna media sosial yang paling aktif di Asia. Indonesia memiliki 79,7 % user aktif di media sosial mengalahkan Filipina 78%, Malaysia 72%, dan Cina 67%. Menurut data dari *Webershandwick*, perusahaan layanan jasa komunikasi untuk wilayah Indonesia ada sekita 65 juta penggunaan Facebook aktif. Sebanya 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkan mobile dalam pengaksesannya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna yang memakai perangkat mobile per harinya.



Gambar 1.2 Penggunaan Media Sosial di Indonesia Januari 2014 (%)
(Sumber : kominfo.go.id)

UNICEF bersama dengan Kementrian Komunikasi dan Informasi, *The Berkman Center for Internet and Society*, dan Harvard University melakukan survey nasional mengenai penggunaan dan tingkah laku internet para remaja

Indonesia (id.techinasia.com). Studi ini memperlihatkan bahwa ada setidaknya 30 juta orang remaja di Indonesia yang mengakses internet secara reguler.

Penggunaan media sosial saat ini memang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat di segala kalangan, baik mahasiswa, pegawai, pengusaham dan lain sebagainya. Banyaknya akses masyarakat pada media sosial diasumsikan bahwa media sosial terkait dimanfaaatkan untuk komunikasi antar jaringan mereka, baik itu jaringan komunitas, bisnis, hobi, dan lain-lain. Dengan semakin maraknya penggunaan media sosial *Path*, peneliti tertarik untuk melakukan kajian tentang penerimaan dan penggunaan media sosial *Path*.

Beberapa peneliti sebelumnya yang meneliti tentang penerimaan dan penggunaan teknologi sistem informasi, baik itu sebagai perangkat media sosial maupun perangkat lunak untuk mempermudah berjalannya sistem organisasi maupun bisnis ternyata menggunakan model pendekatan yang sama. Model yang mereka gunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM), di antara dari beberapa peneliti tersebut seperti *Rosen & Sherman* (2006); *Shan, Tay Kai* (2014); *Ernst et al.* (2013); *Kurnia, Sherah* (2006). Model yang akan digunakan dalam penelitian ini mengadopsi dari beberapa penelitian terdahulu, yaitu TAM.

Teori TAM menyatakan bahwa perilaku dalam menggunakan sebuah sistem baru ditentukan oleh dua faktor, yaitu kegunaan yang dirasakan dalam definisinya seperti sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi kemudahan penggunaan dalam definisinya seperti sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan sistem baru tersebut tergolong memudahkan. Konsep TAM juga menyatakan bahwa kegunaan yang dirasakan dipengaruhi oleh persepsi kemudahaan penggunaan. Oleh karena itu,

Penentuan Tingkat ..., Iin Septiani Hadju, FTI UMN, 2015

penelitian ini lebih ditekankan pada penerimaan dan penggunaan aplikasi media sosial dengan menggunakan *Path* sebagai studi kasus yang menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diidentifikasikan pokok permasalahan yang adalah "Bagaimanakah Penerimaan dan penggunaan aplikasi media sosial *Path* berbasis pada pengguna akhir ?". Pokok permasalahan dirumuskan melalui pertanyaan berikut.

H1. Apakah *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* (PU) ?

H2. Apakah *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *Perceived Enjoyment* (PE) ?

H3. Apakah *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* (Sat) ?

H4. Apakah *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* (Sat) ?

H5. *Perceived Enjoyment* (PE) berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* (Sat).

Penentuan Tingkat ..., Iin Septiani Hadju, FTI UMN, 2015

1.3. Batasan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini, penulis memberikan batasan masalah agar dalam penjelasannya nanti akan lebih mudah, terarah, dan sesuai dengan yang diharapkan serta terorganisir dengan baik. Pembuatan skripsi ini dibatasi hanya pada masalah sebagai berikut.

a) Penelitian ini dilakukan pada *end user* yang aktif menggunakan aplikasi media sosial *Path*.

b) Penelitian ini mengadopsi model dari penelitian sebelumnya yaitu Tay Kai Shan et al. (2014) yang berjudul *E-Satisfaction in the Usage of Social Networking Sites; Contribution from Utulitarian and Hedonic Information System* di Malaysia.

c) Variabel penelitian yang digunakan seperti persepsi kegunaan (PU), persepsi kemudahan penggunaan (PEOU). pesepsi kesenangan (PE), dan kepuasan (Sat).

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang disebutkan pada sub bab sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1 Menganalisis pengaruh positif *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Perceived Usefulness* (PU)

2 Menganalisis pengaruh positif *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Perceived Enjoyment* (PE)

3 Menganalisis pengaruh positif *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Satisfaction* (Sat)

4 Menganalisis pengaruh positif *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Satisfaction* (Sat)

5 Menganalisis pengaruh positif *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Satisfaction* (Sat)

1.5. Manfaat Penelitian

Tentunya penelitian ini memiliki beberapa manfaat sebagai berikut.

a) Manfaat Akademis

Penelitian ini merupakan replika yang dilakukan di Indonesia, karena studi ini diadopsi dari penelitian Shan, Kay Tai et al. (2014) yang dilakukan di Malaysia. Oleh karena itu, besar harapan akan memberikan informasi dan pengetahuan untuk para akademisi tentang penerimaan dan penggunaan media sosial, khususnya pada media sosial *Path*.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan, pedoman, dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi fokus utama dalam penerimaan dan penggunaan media sosial *Path.* Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi penggiat usaha media sosial dalam memperbaiki kualitas media sosial yang diciptakan untuk memberikan fitru-fitur tampilan maupun kemudahan akses yang diharapkan oleh masyarakat, dan mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakan media sosial.

c) Manfaat Bagi Penulis

Bagi penulis, penelitian ini memiliki beberapa manfaat seperti :

- Penulis dapat mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki selama masa pembelajaran ke dalam dunia kerja.
- Sebagai acuan pengalaman keilmuan dan keahlian dalam melakukan penelitian terhadap permasalahan yang terjadi di bidang media sosial.

1.6. Sistematika Penulisan

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

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

BAB II LANDASAN TEORI. Bab ini menguraikan landasan teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN. Bab ini berisikan tentang alat dan bahan yang digunakan dalam melakukan penelitian, desain penelitian, instrumen penelitian, dan implementasi.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN. Bab ini menjelaskan pembahasan terhadap masalah-masalah yang telah dirumuskan dan hasil penelitian yang telah dilakukan.

Penentuan Tingkat ..., Iin Septiani Hadju, FTI UMN, 2015

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN. Bab ini menguraikan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk pengembangan lebih lanjut.