

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan, karena peningkatan teknologi akan berjalan sesuai dengan peningkatan ilmu pengetahuan. Teknologi merupakan suatu alat bantu yang digunakan untuk mengetahui kemampuan pada diri manusia, yang justru malah menjadi perilaku seseorang dan gaya hidup manusia. Perkembangan teknologi sangat dibutuhkan karena untuk menciptakan inovasi dan untuk memberikan manfaat positif bagi penggunanya [1].

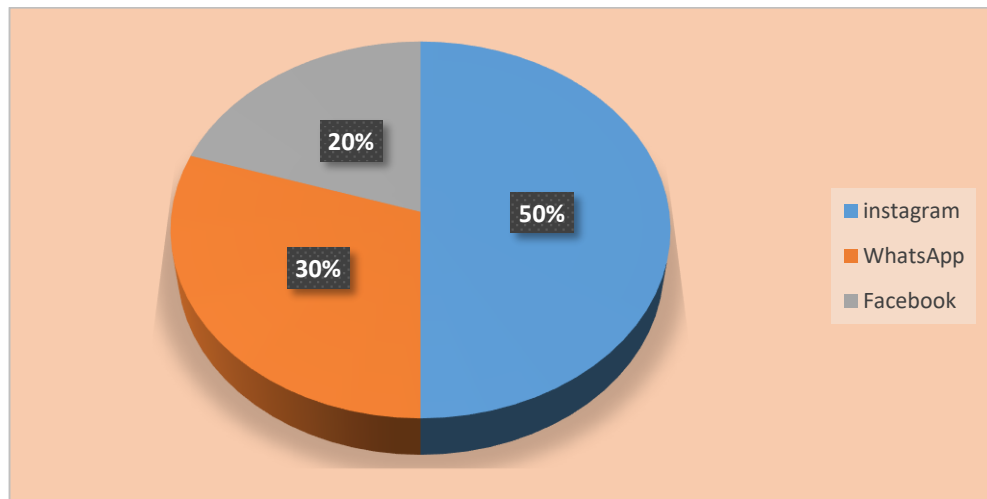
Pada era digital seperti pada saat ini, media sosial menjadi suatu kebutuhan primer untuk setiap orang. Media sosial merupakan suatu *platform* media yang berfokus pada ekstensi terhadap pengguna yang dapat menampung seorang dalam berkolaborasi dan beraktifitas. Media sosial juga disebut sebagai *fasilitator* atau penyedia *online* yang dapat memperkuat antara pengguna dengan ikatan sosial [2]. Dengan adanya media sosial akan memudahkan orang-orang untuk dapat mengakses apapun yang diinginkan, dapat mengakses dimana dan kapanpun serta dapat mempermudah untuk memenuhi dalam kebutuhan hidup. Fungsi utama dari media sosial adalah untuk memudahkan orang-orang untuk dapat berkomunikasi tanpa adanya batas ruang dan waktu serta dapat memberikan atau menerima informasi dari belahan dunia manapun [1].

Media sosial mulai berkembang dengan fungsi yang berbeda-beda, media sosial yang banyak digunakan pada saat ini yaitu seperti WhatsApp, Instagram dan Facebook [3]. Para pengguna media sosial memilih dan menggunakan media sosial sebagai pilihan media komunikasi mereka karena alasan yang berbeda-beda.

Wawancara awal terhadap alasan pengguna memilih media sosial Facebook menunjukkan bahwa Facebook cocok untuk mencari barang yang

diinginkan pada akun jual beli dan untuk mencari lowongan pekerjaan. Wawancara awal terhadap alasan pengguna memilih media sosial WhatsApp mudah digunakan sehingga banyak orang yang memiliki aplikasi tersebut sehingga memudahkan untuk dapat berkomunikasi. Selain digunakan dalam komunikasi individu WhatsApp banyak digunakan dalam komunikasi kolektif atau seperti grup kelas.

Wawancara awal terhadap alasan pengguna memilih media sosial Instagram adalah bahwa Instagram bisa menjadi media hiburan, menghilangkan *stress* karena pada *instagram* bisa ditemukan video yang lucu-lucu. Instagram bisa menjadi tempat mendapatkan informasi kebutuhan barang karena pada Instagram banyak akun *online shop*. *Instagram* bisa menjadi media *exposure* karena melalui Instagram para pengguna dapat mempublikasikan hasil karya baik dalam bentuk foto maupun video. Berikut ini merupakan gambar diagram batang hasil wawancara penggunaan media sosial



Gambar 1.1 Hasil wawancara

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada para pengguna media sosial sudah diketahui bahwa mereka lebih memilih media sosial WhatsApp, Instagram dan Facebook, tetapi pada penelitian ini membahas mengenai media sosial yang diterima oleh pengguna berdasarkan dengan faktor-faktor dari variabel *Perceived Ease of Use* (kemudahan) dan

Perceived Usefulness (kegunaan). Dimana dapat diketahui bahwa walapun media sosial tersebut yang banyak dipilih oleh para pengguna tapi belum tentu dari segi kemudahan dan kemanfaatan media sosial tersebut mendapatkan skor tinggi semuanya.

Pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan. Dari data kuantitatif tersebut diterjemahkan ke dalam data kualitatif agar penelitian ini mudah untuk dipahami. Responden pada penelitian ini adalah remaja dari rentang umur 16 sampai 25 tahun. Penelitian ini tidak dibatasi wilayah tapi sudah dibatasi secara demografi seperti umur, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan [4].

Berdasarkan wawancara kepada para pengguna memilih media sosial menunjukkan adanya alasan yang berbeda-beda. Mengetahui alasan mengapa suatu media sosial cenderung dipilih oleh pengguna menjadi menarik, karena akan dapat memberikan kontribusi pengetahuan mengenai ciri-ciri masing-masing media sosial, sehingga dapat mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan media sosial dimata pengguna. Untuk menganalisa faktor-faktor yang menjadi alasan pengguna cenderung memilih suatu teknologi (media sosial) telah banyak dikembangkan berbagai metode.

Salah satu metode yang banyak digunakan adalah TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan *model* yang pertama kali dipublikasikan oleh Fred Davis yaitu pada tahun 1989, TAM merupakan suatu adaptasi dari TRA (*Theory of Reason*). Tujuan utama dari TAM yaitu untuk mencari faktor *eksternal* terhadap kepercayaan, tujuan dan juga sikap pengguna. TAM memiliki dua konsep utama yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* [5]. Kegunaan dari *Perceived Usefulness* adalah penggunaan suatu teknologi yang dapat memberikan manfaat untuk penggunaannya sedangkan *Perceived Ease of Use* adalah tingkat seberapa besar suatu teknologi mudah untuk dipahami dan mudah untuk digunakan [6]. Alasan menggunakan metode TAM (*Technology Acceptance Model*)

adalah TAM merupakan model yang sederhana tetapi valid, metode TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat, TAM telah diuji dengan banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik. [7]. Metode TAM pada penelitian ini digunakan untuk mengukur akseptasi dari media sosial WhatsApp, Instagram dan Facebook dengan mengambil beberapa butir kuesioner yang terdapat pada TAM, kemudian nilai akseptasinya dibandingkan sehingga di dapatkan informasi mengenai sosial media mana yang paling diterima oleh pengguna.

Banyak penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode TAM beberapa diantaranya adalah, hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Prasetio (2020) mengenai penerimaan penggunaan *google task*. Pada penelitian ini metode TAM digunakan untuk menganalisis *google task* dapat diterima oleh penggunanya yang digunakan untuk mendukung pada sarana pembelajaran. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using* dan *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap sikap penggunaan sedangkan *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh terhadap variabel *Attitude Toward Using* [8].

Selanjutnya penelitian yang telah dilakukan oleh Kurniawati (2017) mengenai penerapan metode TAM tentang minat penggunaan *mobile banking*. Pada penelitian ini metode TAM yang digunakan adalah yang sudah dimodifikasi untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi minat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* yang berfungsi untuk mendukung pada kegiatan sehari hari. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa gender tidak mempengaruhi *Perceived Usefulness* atau kegunaan dan juga tidak berpengaruh kepada *Perceived Ease of Use* yaitu kemudahan pada penggunaan dan *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking* [9].

Berdasarkan penelitian sebelumnya belum pernah dilakukan penelitian dalam menganalisis faktor – faktor yang berpengaruh terhadap pilihan pengguna atas media sosial WhatsApp, Instagram dan Facebook menggunakan pendekatan TAM. Sehingga penelitian ini akan dilakukan dengan judul “ **Analisis perbandingan tingkat penerimaan media sosial oleh pengguna menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM)** “

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka dapat disusun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu

Belum pernah dilakukan penelitian yang menganalisis faktor – faktor yang berpengaruh terhadap pilihan pengguna atas media sosial Instagram, WhatsApp dan Facebook menggunakan pendekatan metode TAM (*Technology Acceptance Model*) untuk mencari media sosial mana yang paling diterima oleh pengguna media sosial diantara WhatsApp, Instagram, Facebook.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengimplementasikan instrumen TAM dalam melakukan penilaian terhadap parameter *Perceived Usefulness* dan *Perceived Easy of Use* terhadap para pengguna media sosial WhatsApp, Instagram dan Facebook
2. Untuk membandingkan media sosial WhatsApp, Instagram dan Facebook, mana yang lebih diterima oleh pengguna berdasarkan parameter *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*.

1.4 Batasan Masalah/Ruang Lingkup

Berdasarkan dari pertanyaan penelitian, untuk membuat penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah maka dibuat batasan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini menggunakan metode TAM (*Technology Acceptance Model*) sebagai metode mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap media sosial
2. Subjek pada penelitian ini adalah remaja dengan rentang umur 16 tahun sampai 25 tahun.
3. Media sosial yang diteliti adalah WhatsApp, Instagram dan Facebook

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang, maka manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Pengguna
 - a Memberikan informasi mengenai media sosial Facebook, WhatsApp, Instagram mana yang paling diterima pengguna berdasarkan parameter *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*
 - b Dari ketiga *platform* Facebook, WhatsApp, Instagram, dapat digunakan sebagai saran bagi pengguna media social.
2. Bagi penulis
 - a Dapat mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan selama kuliah ke dalam praktik nyata
 - b Menambah pengetahuan mengenai analisis dengan menggunakan suatu metode yang tepat
3. Bagi pihak lain yang berkepentingan

Diharapkan dari hasil penelitian yang telah dapat dijadikan sebagai referensi penelitian mengenai analisis perbandingan. Pihak yang dimaksud disini adalah para peneliti yang akan menggunakan penelitian ini sebagai referensi.

