

RINGKASAN

Perkembangan teknologi telah mengubah cara komunikasi global, termasuk di Indonesia, di mana komunikasi berbasis teks kini menjadi standar. Internet dan aplikasi sosial menjadi sarana utama untuk mencari informasi dan berkomunikasi. Telegram, sebuah aplikasi pesan instan, menonjol dengan fitur keamanan dan elemen media sosial. Meskipun Telegram sebagai aplikasi pesan instan yang unggul serta banyak penelitian yang memanfaatkan Telegram dalam berbagai bidang, dan pertumbuhan pengguna yang signifikan, ternyata popularitasnya tidak sesuai dengan ekspektasi. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat dan perilaku penggunaan Telegram. Dengan pemahaman ini, pengembang aplikasi dapat meningkatkan fitur untuk menarik lebih banyak pengguna. Menariknya, meskipun Telegram menunjukkan potensi besar, belum ada penelitian khusus yang memeriksa faktor-faktor yang memengaruhi minat dan perilaku penggunaannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan pengetahuan tersebut dengan menggunakan pendekatan UTAUT2 untuk memberikan wawasan berharga bagi pengembangan aplikasi pesan instan, terutama Telegram, di era komunikasi digital. UTAUT 2, dikembangkan pada tahun 2013 oleh Venkatesh dan rekan peneliti, lebih fokus pada konteks konsumen individu dan menambahkan konstruk baru seperti kebiasaan, motivasi hedonis, dan nilai harga. Sebagai model penerimaan teknologi terbaru, UTAUT 2 mengintegrasikan delapan teori atau model sebelumnya.

Berbeda dengan UTAUT 1 yang lebih menitikberatkan pada konteks organisasional, UTAUT 2 lebih sesuai untuk menjelaskan penerimaan teknologi dalam konteks pengguna individu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 10 hipotesis hanya 4 hipotesis yang diterima dan 6 hipotesis ditolak, hipotesis yang diterima yaitu untuk variabel ekspektasi usaha, motivasi hedonis, dan kebiasaan pengguna, yang memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat dan perilaku penggunaan aplikasi Telegram. Di sisi lain, hipotesis yang ditolak yaitu untuk variabel ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, fasilitas yang mendukung, dan nilai harga yang belum terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan minat atau perilaku pengguna. Temuan ini dapat memberikan wawasan untuk pengembangan aplikasi yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.