

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

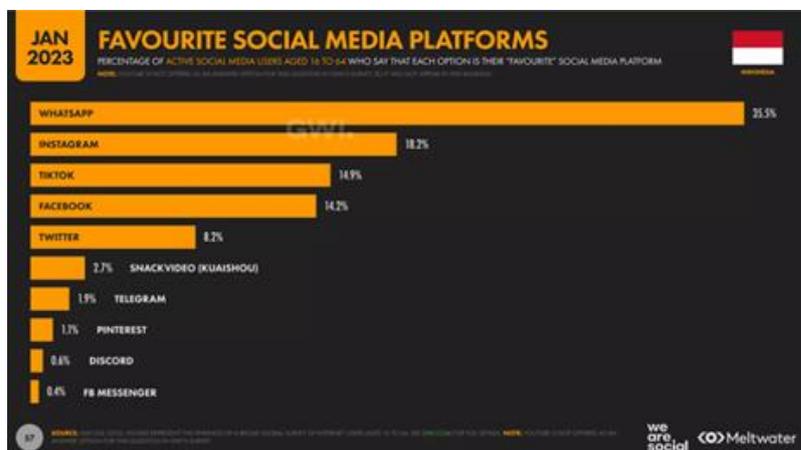
Manusia merupakan makhluk sosial yang memerlukan keberadaan individu lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu karakteristik manusia sebagai makhluk sosial adalah keterlibatannya dalam interaksi sosial dengan individu lain. Salah satu bentuk interaksi sosial tersebut adalah komunikasi. Komunikasi merupakan bentuk interaksi di mana individu saling memengaruhi, baik secara disengaja maupun tidak disengaja, dan tidak terbatas pada komunikasi verbal semata, tetapi juga mencakup ekspresi wajah, seni rupa, seni pertunjukan, serta penggunaan teknologi (Ja'far Shidiq & Warnilah, 2019).

Komunikasi berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan serta memperoleh informasi (Ja'far Shidiq & Warnilah, 2019). Informasi sangat dibutuhkan oleh manusia, tidak hanya sebagai alat untuk memperluas wawasan dan pengetahuan, tetapi juga sebagai sarana yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan. Dahulu, komunikasi cenderung bersifat satu arah, di mana informasi disampaikan oleh pihak yang berwenang kepada masyarakat. Namun, dengan munculnya teknologi interaktif seperti media sosial, komunikasi menjadi lebih demokratis, memungkinkan pengguna untuk berperan lebih aktif dalam menyebarkan dan mendapatkan informasi.

Media sosial memberikan kesempatan kepada pengguna untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara langsung maupun tertunda, kepada audiens yang luas maupun terbatas. Media ini mendorong nilai dari konten yang dihasilkan oleh pengguna serta membentuk persepsi tentang interaksi dengan orang lain (Ja'far Shidiq & Warnilah, 2019). Perkembangan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi mengalami peningkatan pesat setelah internet dapat diakses melalui smartphone. Media sosial merupakan platform di internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri serta berinteraksi dengan pengguna lain, membentuk ikatan sosial secara virtual (Setiadi, 2022). Tidak dapat disangkal bahwa media sosial telah menjadi cara baru bagi masyarakat dalam berkomunikasi, yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan. Kehadirannya telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara komunikasi dilakukan.

Lembaga *We Are Social* (2023) mempublikasikan hasil riset yang menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia tergolong tinggi. *We Are Social* merupakan perusahaan yang menyediakan wawasan global mengenai penggunaan digital dan konektivitas. Perusahaan ini bekerja sama

dengan *Meltwater*, sebuah platform yang membantu dalam mencari, memantau, dan menganalisis percakapan untuk mendapatkan wawasan mengenai audiens serta tren industri. Berikut ini disajikan gambar yang menunjukkan daftar 10 aplikasi media sosial yang paling populer digunakan di Indonesia, antara lain:



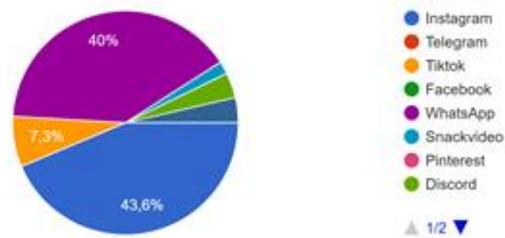
Gambar 1. Daftar 10 Aplikasi paling favorit di Indonesia

Sumber: *www.wearesocial.com*

Hasil riset tersebut menunjukkan bahwa WhatsApp menempati peringkat pertama sebagai platform media sosial yang paling favorit, diikuti oleh Instagram di peringkat kedua, dan TikTok di peringkat ketiga. Tingginya jumlah penggunaan media sosial berdasarkan platform yang populer di Indonesia membuka peluang untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai sarana komunikasi. Hal ini kemudian memunculkan pertanyaan mengenai bagaimana penggunaan media sosial dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.

Lembaga *We Are Social* (2023) juga mempublikasikan hasil riset mengenai penggunaan media sosial berdasarkan kelompok usia. Berikut ini ditampilkan gambar yang menunjukkan daftar penggunaan media sosial yang paling populer berdasarkan kelompok usia:

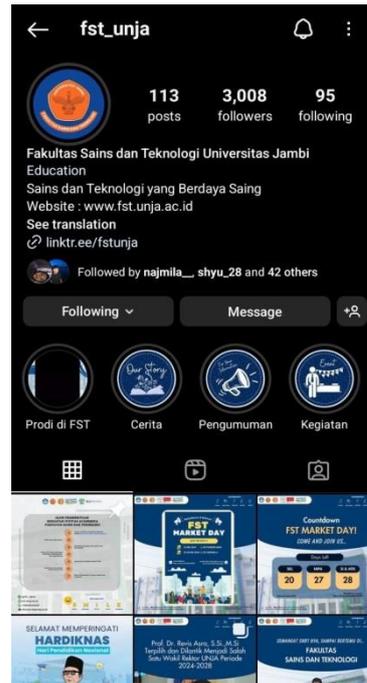
Aplikasi sosial media mana yang menjadi favorit anda saat ini sebagai media komunikasi?
55 jawaban



Gambar 3. Survey Penggunaan aplikasi Sosial Media pada Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Jambi

Hasil pra-survei menunjukkan bahwa Instagram menempati peringkat pertama dengan persentase sebesar 43,6%. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada posisi Instagram sebagai aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Jambi.

Instagram tidak hanya dapat digunakan oleh individu, tetapi juga oleh institusi, seperti universitas atau fakultas. Salah satu fakultas yang menggunakan media sosial Instagram adalah Fakultas Sains dan Teknologi. Akun Instagram @fst_unja digunakan sebagai platform untuk berkomunikasi dan membagikan informasi seputar kegiatan akademik maupun non-akademik. Melalui Instagram, mahasiswa dapat memberikan tanggapan terhadap informasi yang disampaikan dengan cara berkomentar, menyukai, membagikan unggahan, dan sebagainya.



Gambar 4. Akun Instagram @fst_unja

Meskipun memiliki 3.008 pengikut di Instagram, perlu dipahami alasan di balik penerimaan penggunaan Instagram sebagai media komunikasi. Keberhasilan Instagram sebagai platform media sosial favorit di Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Jambi merupakan pencapaian yang luar biasa. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Asra & Purwanto (2018), salah satu masalah penelitian dapat muncul dari pengamatan terhadap suatu fenomena. Fenomena tingginya jumlah pengguna Instagram sebagai media komunikasi ini mendorong peneliti untuk meneliti lebih lanjut tentang aplikasi Instagram, secara khusus terkait dengan minat dan perilaku penggunaannya.

Penelitian mengenai Instagram menjadi penting karena platform ini berperan signifikan dalam membentuk pola pikir, perilaku, dan interaksi sosial mahasiswa. Selain itu, penelitian terhadap Instagram membuka peluang untuk mengeksplorasi pengaruh algoritma dan fitur-fiturnya terhadap pola konsumsi informasi dari fakultas dan pembentukan opini di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian tentang penerimaan penggunaan aplikasi media sosial sebagai media komunikasi dalam pemanfaatannya oleh Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Jambi di kalangan mahasiswa menjadi sangat penting untuk dipahami

Salah satu pendekatan yang relevan untuk memahami penerimaan penggunaan teknologi mobile pada aplikasi Instagram berbasis mobile adalah *Mobile Technology Acceptance Model* (MTAM). MTAM merupakan model dasar

yang digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan layanan teknologi seluler (Khoiroh & Pangestyuty, 2022). Model ini relatif baru dikembangkan berdasarkan teori dan model sebelumnya, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM adalah model yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana penerimaan masyarakat terhadap penggunaan teknologi yang memengaruhi pekerjaan mereka (Davis, 1989). Model ini dikenal luas dan sering digunakan dalam penelitian terkait adopsi teknologi inovatif.

TAM menguji faktor-faktor penentu penerimaan pengguna dan perilaku yang meliputi *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Attitude to Using*. Meskipun model ini memiliki landasan teoritis yang sederhana, yang membuatnya populer dalam penelitian, kesederhanaan ini juga menjadi kelemahan utama, sehingga dianggap kurang relevan untuk beberapa aplikasi teknologi yang lebih kompleks (Ooi & Tan, 2016).

MTAM dipilih sebagai alternatif untuk mengatasi keterbatasan dalam penerapan model TAM, terutama karena pengguna merespons teknologi elektronik dan seluler secara berbeda. Sebagai contoh, persepsi kemudahan penggunaan oleh pengguna ponsel berbeda dengan pengguna komputer desktop, terutama terkait dengan faktor-faktor seperti masa pakai baterai dan ukuran layar. Oleh karena itu, MTAM dikembangkan dengan menambahkan konstruksi baru seperti *Mobile Usefulness* (MU) dan *Mobile Ease of Use* (MEoU) yang lebih mencerminkan karakteristik teknologi mobile (Lew et al., 2020).

Tujuan MTAM adalah untuk mengidentifikasi tiga konstruksi penting dalam penelitian tentang penerimaan dan penggunaan teknologi mobile, dengan memodifikasi beberapa hubungan yang ada pada TAM dan memperkenalkan landasan baru yang lebih kuat (Ooi & Tan, 2016). Konstruksi variabel yang ditambahkan pada MTAM meliputi *Mobile Usefulness*, *Mobile Ease of Use*, *Mobile Perceived Trust*, *Mobile Perceived Security Risk*, *Mobile Perceived Compatibility*, dan *Technology Self-Efficacy*. Penelitian ini juga akan menggunakan satu variabel terikat, yaitu *Behavioral Intention*.

Dengan menerapkan *Mobile Technology Acceptance Model* (MTAM) pada konteks penggunaan aplikasi Instagram di kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Jambi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan mahasiswa terhadap penggunaan aplikasi Instagram sebagai media komunikasi dengan fakultas. Melalui pendekatan MTAM, penelitian ini bertujuan untuk menyajikan informasi substansial mengenai penerimaan teknologi di kalangan mahasiswa, dengan fokus pada aplikasi media sosial.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan signifikan tentang dampak dan penerimaan teknologi dalam penggunaan aplikasi Instagram, serta memberikan wawasan mendalam mengenai peran teknologi dalam kehidupan mahasiswa. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian sosial. Menurut Seltiz dalam Asra & Purwanto (2018), salah satu tujuan penelitian sosial adalah untuk mengevaluasi teori, hubungan sosial, kebiasaan, dan konsep, serta metodologi yang digunakan untuk menguji kebiasaan, konsep, dan teori tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap **“Analisis Penerimaan Sosial Media Sebagai Media Komunikasi Mahasiswa Menggunakan Metode Mobile Technology Acceptance Model (MTAM)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan masalah yang akan dikaji lebih lanjut adalah:

1. Apakah faktor dari *Mobile Usefulness*, *Mobile Ease of Use*, *Mobile Perceived Trust*, *Mobile Perceived Security Risk*, *Mobile Perceived Compatibility*, dan *Technology Self-Efficacy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dalam menggunakan aplikasi Instagram sebagai media komunikasi antara Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Jambi terhadap mahasiswa?

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini memiliki beberapa batasan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini sebagai media untuk melihat apakah penerimaan penggunaan Aplikasi Sosial media sebagai media komunikasi pada mahasiswa dipengaruhi oleh variabel dari 6 konstruk dari model MTAM, yaitu *Mobile Usefulness*, *Mobile Ease of Use*, *Mobile Perceived Trust*, *Mobile Perceived Security Risk*, *Mobile Perceived Compatibility*, dan *Technology Self-Efficacy*.
2. Dalam penelitian ini dilakukan terbatas pada pengguna aktif aplikasi Instagram berbasis Mobile pada Mahasiswa aktif Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Jambi.

1.4 Tujuan Masalah

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan mahasiswa terhadap penggunaan aplikasi Instagram, khususnya dalam konteks komunikasi yang dilakukan pada Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Jambi terhadap mahasiswa

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat menjadi acuan maupun bahan literatur dalam penyusunan penelitian bagi peneliti yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna dalam berkomunikasi dengan menggunakan aplikasi Instagram bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu penyelarasan antara pilihan sosial media yang dipilih oleh mahasiswa dengan pengembangan aplikasi sosial media yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.