

**ANALISIS MOTIVASI HIBURAN PADA PENGGUNAAN APLIKASI
MEDIA SOSIAL TIKTOK MENGGUNAKAN METODE HEDONIC
MOTIVATION SYSTEM ADAPTION MODEL**

Tugas Akhir

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana Sistem Informasi



Theovano Arthajanvian
NPM : 191710434

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

ANALISIS MOTIVASI HIBURAN PADA PENGGUANAAN APLIKASI MEDIA SOSIAL
TIKTOK MENGGUNAKAN METODE HEDONIC MOTIVATION SYSTEM ADAPTION
MODEL

yang disusun oleh

Theovano Arthajanvian

191710434

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 26 Januari 2024

Dosen Pembimbing 1
Dosen Pembimbing 2

: Dr. Fl. Spty Rahayu, S.T., M.Kom.

: Putri Nastiti, S.Kom., M.Eng.

Tim Penguji

Penguji 1

: Dr. Fl. Spty Rahayu, S.T., M.Kom.

Penguji 2

: Elisabeth Marsella, S.S., M.Li.

Penguji 3

: Emanuel Ristian Handoyo, S.T., M.Eng.

Keterangan

Telah Menyetujui

Telah Menyetujui

Telah Menyetujui

Telah Menyetujui

Telah Menyetujui

Yogyakarta, 26 Januari 2024

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Theovano Arthajanvian
NPM : 191710434
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Teknologi Industri
Judul Penelitian : "Analisis Motivasi Hiburan Pada Penggunaan Aplikasi Media Sosial Tiktok Menggunakan Metode Hedonic Motivation System Adaption Model"

Menyatakan dengan ini:

1. Skripsi ini adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak merupakan salinan sebagian atau keseluruhan dari karya orang lain.
2. Memberikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta, berupa Hak Independen Royalti non eksklusif (*Non-Exclusive-Royalty-Free Right*) atas Penelitian ini, dan berhak menyimpan, mengelola dalam pangkalan data, mendistribusikan, serta menampilkan untuk kepentingan akademis, tanpa perlu meminta izin selama tetap mencantumkan nama penulis.
3. Bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum yang mengikuti atas pelanggaran Hak Cipta dalam pembuatan skripsi ini.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, [Tanggal Bulan Tahun](#)
Yang menyatakan,

Theovano Arthajanvian
191710434

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunianya, sehingga penulisan skripsi dengan judul “Analisis Motivasi Hiburan Penggunaan Aplikasi Media Sosial Tiktok Menggunakan Metode Hedonic Motivation System Adaption Model” ini dapat diselesaikan dengan sebaik mungkin. Skripsi ini ditujukan sebagai tugas akhir dalam memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program studi Sistem Informasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Terbentuknya skripsi ini, juga disadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat di dalam penulisan ini. Oleh karena itu, keterbukaan untuk menerima kritik dan saran apabila ada untuk melengkapi kekurangan yang terdapat di dalam penulisan ini. Diluar itu, Semoga skripsi ini dapat menjadi manfaat bagi pembaca untuk menambah wawasan, serta menjadikan hasil dari skripsi ini sebagai referensi untuk penelelitian yang serupa.

Dalam proses pengerjaan skripsi ini, ucapan terima kasih disampaikan kepada banyak pihak atas bantuan secara langsung maupun tidak dalam menyelesaikan penyelesaian penulisan skripsi ini. Sehingga ucapan terima kasih terutama diberikan kepada:

1. Papa, Mama, dan Adek yang selalu memberi dukungan berupa doa, pikiran positif, motivasi baik, dan materi untuk menyemangati dalam proses penulisan.
2. Bapak Julius Galih Prima Negara, S.Kom., M.Kom. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Fl. Spty Rahayu, S.T., M.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi pertama.
4. Ibu Putri Nastiti, S.Kom., M.Eng. selaku dosen pembimbing skripsi kedua dan dosen pembimbing akademik.
5. Seluruh sahabat dan teman terdekat yang selalu mendukung dari berbagai sisi ketika proses penulisan.

Demikian penulisan skripsi yang telah diselesaikan ini, semoga hasil yang dipaparkan dalam penelitian ini dapat menjadi materi yang berguna bagi kehidupan sehari-hari.

Theovano Arthajavian

191710434

INTISARI

Tiktok merupakan aplikasi media sosial berbasis *audio visual* yang memungkinkan penggunanya melihat dan mendengar suatu *user-generated content*. Di Indonesia, Tiktok menjadi media sosial yang sangat populer dapat dibuktikan dengan perkembangan penggunaannya yang cukup pesat dibandingkan dengan kompetitornya pada tahun 2023. Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor hedonis yang mempengaruhi penggunaan aplikasi media sosial Tiktok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Hedonic Motivation System Adaption Model*, dengan mengambil sampel responden sebanyak 123 orang. Dalam mengolah data kuisisioner, penelitian ini menggunakan metode regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini menguji hipotesis yang membuktikan bahwa variabel *curiosity*, dan *joy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *focused immersion* sedangkan untuk variabel *behavioral intention to use*, variabel yang berpengaruh positif dan signifikan ialah *curiosity*, *joy*, dan *control*. Dapat disimpulkan rasa penasaran dan perasaan senang yang diperoleh oleh pengguna media sosial Tiktok dapat membuat pengguna merasa terlarut dalam aplikasi media sosial Tiktok, serta rasa penasaran, senang, dan kemampuan pengguna untuk mengendalikan setiap fitur, konten, dan interaksi yang dapat dilakukan di media sosial Tiktok membuat penggunaannya merasa ingin menggunakan aplikasi media sosial Tiktok secara terus menerus. Pengujian motivasi hiburan untuk menilai nilai hedonis aplikasi media sosial Tiktok harus dilakukan dengan metode yang lain supaya hasil yang diperoleh dapat mencakup lebih luas aspek yang tidak tercakup di dalam metode *Hedonic Motivation System Adaption Model*, dengan demikian hasil yang diberikan dapat lebih akurat.

Kata Kunci: *Hedonic Motivation System Adaption*; Hedonis; Tiktok; Regresi Linear Sederhana

ABSTRACT

TikTok is an audiovisual-based social media application that allows users to view and create user-generated content. In Indonesia, TikTok has become an immensely popular social media platform, evident in its rapid user growth compared to its competitors in 2023. The aim of this research is to identify and analyze hedonic factors influencing the use of the TikTok social media application. The research methodology employed is the Hedonic Motivation System Adaption Model, with a sample size of 123 respondents. In processing the questionnaire data, this research utilizes the simple linear regression method. The results of this study test hypotheses that prove curiosity and joy variables have a positive and significant influence on the focused immersion variable. As for the behavioral intention to use variable, the variables that have a positive and significant influence are curiosity, joy, and control. It can be concluded that the curiosity and joy experienced by TikTok users make them feel immersed in the TikTok social media application. Additionally, the curiosity, joy, and users' ability to control features, content, and interactions in TikTok contribute to users' continuous desire to use the social media application. Testing entertainment motivation to assess the hedonic value of the TikTok social media application should be conducted with other methods so that the obtained results can encompass a broader range of aspects not covered in the Hedonic Motivation System Adaption Model. Consequently, the provided results can be more accurate.

Keywords: *Hedonic Motivation System Adaption; Hedonis; Tiktok; Simple Linear Regression Method*

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR GAMBAR.....	8
DAFTAR TABEL	9
BAB I.....	10
PENDAHULUAN	10
1.1 Latar Belakang.....	10
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitia	13
1.4 Batasan Masalah	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Bagan Keterkaitan.....	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
Studi Sebelumnya	15
Dasar Teori.....	22
1.1.1 Aplikasi	22
1.1.2 Media Sosial	22
1.1.3 Hedonic-Motivation System Adaption Model	24
Perumusan Hipotesis	28
Pengembangan Hipotesis	29
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
Tahapan Penelitian	31
Studi Literatur	33
Populasi dan Sampel Penelitian.....	33
Insturmen Penelitian	34
Metode Pengumpulan Data.....	35
Pengolahan Data.....	35
1.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	35
1.1.5 Uji Normalitas.....	36
1.1.6 Uji Multikolinearitas.....	36
1.1.7 Uji Heteroskedastisitas.....	36
1.1.8 Uji Autokorelasi	37
1.1.9 Uji Regresi Linear.....	37
1.1.10 Uji Koefisien Korelasi.....	38
1.1.11 Uji Koefisien Determinasi	38
Analisis Hasil.....	38
BAB IV.....	39
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
Penyusunan Kuisisioner dan Penentuan Variabel.....	39
Penyebaran Kuisisioner	39
Karakteristik Responden	39
1.1.12 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
1.1.13 Berdasarkan Usia.....	40
1.1.14 Berdasarkan Regional.....	40

1.1.15	Berdasarkan Intensitas Penggunaan Aplikasi Media Sosial Tiktok	41
	Uji Kualitas Instrumen.....	42
1.1.16	Uji Validitas.....	42
1.1.17	Uji Reliabilitas.....	44
	Penyajian Data Penelitian	44
1.1.18	Variabel Curiosity	44
1.1.19	Variabel Joy	45
1.1.20	Variabel Control	46
1.1.21	Variabel Focused Immersion.....	46
1.1.22	Variabel Behavioral Intention to Use	47
	Uji Hipotesis	48
1.1.23	Uji Asumsi Klasik.....	48
1.1.24	Uji T	52
1.1.25	Uji Analisis Linear Sederhana	56
1.1.26	Uji Koefisien Korelasi.....	62
1.1.27	Uji Koefisien Determinasi	64
	Analisis Hasil dan Pembahasan Hipotesis.....	65
1.1.28	<i>Curiosity</i> media sosial Tiktok berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention to Use</i> media sosial Tiktok.....	65
1.1.29	<i>Joy</i> media sosial Tiktok berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention to Use</i> media sosial Tiktok.....	66
1.1.30	<i>Control</i> media sosial Tiktok berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention to Use</i> media sosial Tiktok.....	67
1.1.31	<i>Curiosity</i> media sosial Tiktok berpengaruh positif terhadap <i>Focused Immersion</i> media sosial Tiktok.....	68
1.1.32	<i>Joy</i> media sosial Tiktok berpengaruh positif terhadap <i>Focused Immersion</i> media sosial Tiktok	69
1.1.33	<i>Control</i> media sosial Tiktok berpengaruh positif terhadap <i>Focused Immersion</i> media sosial Tiktok.....	70
	BAB V.....	72
	KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
	DAFTAR PUSTAKA	74
	LAMPIRAN	1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Keterkaitan	14
Gambar 2.1 Model HMSAM oleh Van der Heijden's [19].....	25
Gambar 2.2 Model HMSAM usulan Lowry et al. [19].....	27
Gambar 2.3 Model HMSAM oleh Lowrey et al. [19]	29
Gambar 2.4 Model usulan penelitian [20][19]	29
Gambar 2.5 Hipotesis Pertama	29
Gambar 2.6 Hipotesis Kedua	30
Gambar 2.7 Hipotesis Ketiga.....	30
Gambar 2.8 Hipotesis Keempat	30
Gambar 2.9 Hipotesis Kelima.....	30
Gambar 2.10 Hipotesis Keenam	30
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	32
Gambar 4.6 Uji Normalitas Variabel <i>Focused Immersion</i>	48
Gambar 4.7 Uji Normalitas Variabel <i>Behavioral Intention to Use</i>	49
Gambar 4.8 Uji Multikolinearitas Variabel <i>Focused Immersion</i>	50
Gambar 4.9 Uji Multikolinearitas Variabel <i>Behavioral Intention to Use</i>	50
Gambar 4.10 Grafik Scatterplot Variabel <i>Focused Immersion</i> Pada Uji Heteroskedastisitas.....	51
Gambar 4.11 Grafik Scatterplot Variabel <i>Behavioral Intention to Use</i> Pada Uji Heteroskedastisitas.....	52
Gambar 4.12 Uji T Pada H1	54
Gambar 4.13 Uji T Pada H2	54
Gambar 4.14 Uji T Pada H3	55
Gambar 4.15 Uji T Pada H4	55
Gambar 4.16 Uji T Pada H5	56
Gambar 4.17 Uji T Pada H6	56
Gambar 4.18 Uji Regresi Linear Sederhana H1.....	57
Gambar 4.19 Uji Regresi Linear Sederhana H2.....	58
Gambar 4.20 Uji Regresi Linear Sederhana H3.....	59
Gambar 4.21 Uji Regresi Linear Sederhana H4.....	60
Gambar 4.22 Uji Regresi Linear Sederhana H5.....	61
Gambar 4.23 Uji Regresi Linear Sederhana H6.....	61
Gambar 4.24 Uji Koefisien Korelasi Variabel <i>Focused Immersion</i>	62
Gambar 4.25 Uji Koefisien Korelasi Variabel <i>Behavioral Intention to Use</i>	62
Gambar 4.26 Uji Koefisien Korelasi Berganda Variabel <i>Focused Immersion</i> ...	63
Gambar 4.27 Uji Koefisien Korelasi Berganda Variabel <i>Behavioral Intention to Use</i>	63
Gambar 4.28 Uji Koefisien Determinasi Variabel <i>Focused Immersion</i>	64
Gambar 4.29 Uji Koefisien Determinasi Variabel <i>Behavioral Intention to Use</i>	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Studi Sebelumnya.....	17
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian.....	34
Tabel 3.2 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Regional	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Dalam Sehari.....	41
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Dalam Seminggu	41
Tabel 4.6 Uji Validitas R Tabel.....	42
Tabel 4.7 Uji Validitas Nilai Signifikansi	43
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.9 Evaluasi Statistik Variabel <i>Curiosity</i>	45
Tabel 4.10 Evaluasi Statistik Variabel <i>Joy</i>	45
Tabel 4.11 Evaluasi Statistik Variabel <i>Control</i>	46
Tabel 4.12 Evaluasi Statistik Variabel <i>Focused Immersion</i>	47
Tabel 4.13 Evaluasi Statistik Variabel <i>Behavioral Intention to Use</i>	47
Tabel 4.14 Pembahasan Hipotesis.....	65