

## Analisis Faktor Faktor Pembentuk Intensi Berpartisipasi (Study Pada Pengguna WhatsApp di Indonesia)

Salman Faris Insani<sup>1</sup>, Adi Prima Putra<sup>2</sup>, Ariyani Wahyu Wijayanti<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Veteran Bangun Nusantara, Indonesia

email: Faris.uvbn@gmail.com

---

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to analyze the relationship between social media environmental dimensions consisting of perceived effectiveness of use and perceived closeness to friends, perceived interactivity dimensions consisting of action control, connectedness and responsiveness, and intention to participate. Respondents in this study were 191 users of the WhatsApp application in Indonesia. Sampling research with purposive sampling method. Hypothesis testing using Structural Equation Modeling (SEM). The results of the study indicate that the perceived effectiveness of use has a positive effect on the dimensions of action control, connectedness and responsiveness. Closeness to friends that is felt has a negative effect on the dimensions of action control, connectedness, and has no effect on responsiveness, the dimensions of action control and connectedness have no effect on the intention to participate in the future, while the responsive dimension has a positive effect on the intention to participate in the future. The results of this study also discuss implications, both theoretically and practically, as well as implications for further research.*

---

**Kata Kunci:**  
media sosial;  
intensi  
berpartisipasi;  
whatsapp

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis hubungan antara dimensi lingkungan media sosial yang terdiri dari persepsi efektivitas penggunaan dan kedekatan dengan teman yang dirasakan, dimensi interaktivitas yang dirasakan yang terdiri dari kontrol tindakan, keterhubungan dan responsif, serta intensi berpartisipasi. Responden dalam penelitian ini adalah 191 pengguna aplikasi whatsapp di indonesia. Pengambilan sampel penelitian dengan metode purposive sampling. Pengujian hipotesis menggunakan Structural Equation Modelling (SEM). Hasil studi mengindikasikan bahwa persepsi efektivitas penggunaan berpengaruh positif terhadap dimensi kontrol tindakan, keterhubungan, dan responsif. Kedekatan dengan teman yang dirasakan berpengaruh negatif pada dimensi kontrol tindakan, keterhubungan, dan tidak berpengaruh terhadap responsif, dimensi kontrol tindakan dan keterhubungan tidak berpengaruh pada niat berpartisipasi di masa depan, sedangkan dimensi responsif berpengaruh positif pada niat berpartisipasi di masa depan. Hasil studi ini juga membahas implikasinya, baik secara teoritis maupun praktis, serta implikasinya terhadap studi di masa depan.

---

## PENDAHULUAN

Intensi berpartisipasi dalam konteks penggunaan media sosial merupakan fenomena yang penting untuk diteliti. Hal ini dikarenakan eksistensi dari konstruk ini merupakan manifestasi dari niat pengguna media sosial untuk berpartisipasi aktif dalam interaksi dengan pengguna media sosial lain nya di platform tersebut (Xu *et al.*, 2018). Faktor ini menentukan perkembangan dari media sosial di masa depan, mengingat besarnya pengaruh media sosial ditentukan oleh kuantitas pengguna yang berpartisipasi aktif di dalamnya (Kwahk & Park, 2018).

Dalam dinamika nya, penelitian yang relevan dengan topik intensi berpartisipasi telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Beberapa yang penting untuk dikemukakan adalah sebagai berikut. Pertama, studi yang dilakukan oleh Lee (2005) yang mengkonsepkan model perilaku penggunaan media sosial di Korea Selatan. Penelitian ini menguji hubungan pengaruh antara faktor interaktivitas yang terdiri dari dimensi kontrol pengguna, responsivitas, personalisasi, keterhubungan, fleksibilitas koneksi, dan penawaran kontekstual terhadap kepercayaan yang pada gilirannya membentuk sikap dan intensi berpartisipasi. Hasil studi mengindikasikan bahwa kontrol pengguna, responsivitas, keterhubungan, fleksibilitas koneksi, dan penawaran kontekstual berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Di samping itu, fleksibilitas koneksi dan penawaran kontekstual juga memiliki efek positif secara langsung pada intensi berpartisipasi.

Berbeda dengan Lee (2005) yang mengkonsepkan model perilaku penggunaan media sosial di korea selatan, Zhao & Lu (2012) merumuskan model perilaku penggunaan dalam konteks layanan micro-blogging di China. Studi ini mengkaji bagaimana eksternalitas jaringan yang diukur melalui dua dimensi, yaitu ukuran jaringan dan persepsi komplementer, berpengaruh terhadap interaktivitas yang terdiri dari dimensi kontrol pengguna, tingkat kesenangan, keterhubungan, dan responsivitas yang berikutnya mempengaruhi tingkat kepuasan dan intensi berpartisipasi. Temuan dalam studi tersebut menunjukkan bahwa keempat dimensi interaktivitas dipengaruhi secara signifikan oleh ukuran jaringan dan persepsi komplementer. Selain itu kontrol pengguna, tingkat kesenangan, dan keterhubungan juga berhubungan positif dengan tingkat kepuasan pengguna layanan, yang selanjutnya berdampak signifikan terhadap intensi berpartisipasi.

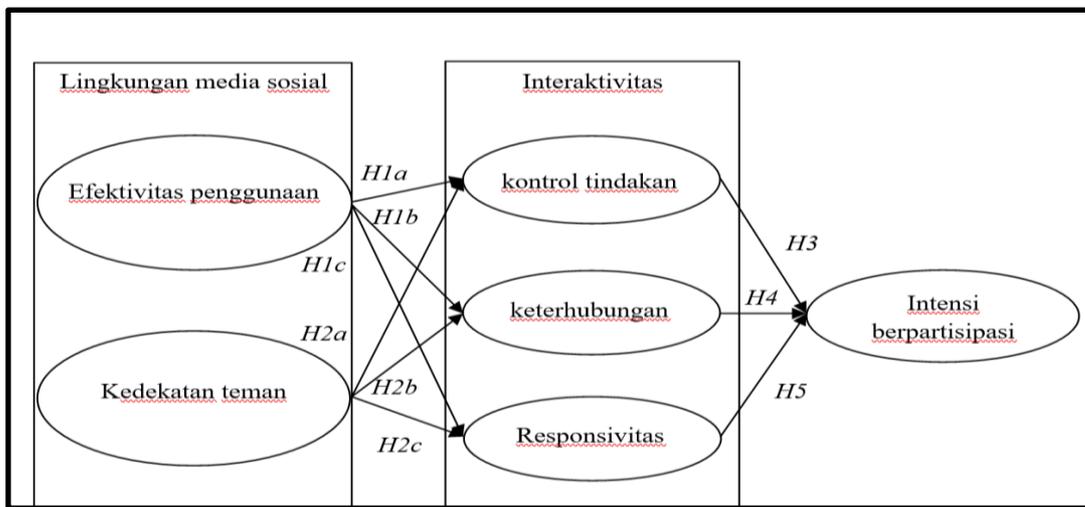
Terakhir yaitu studi yang dilakukan oleh Xu *et al.*, (2018) dalam konteks model perilaku penggunaan Aplikasi Wechat di China. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengeksplorasi keterkaitan antara lingkungan media sosial yang diukur melalui dua dimensi yaitu efektivitas penggunaan dan kedekatan teman, dengan factor interaktivitas yang diukur melalui tiga dimensi yang meliputi kontrol tindakan, keterhubungan, dan

responsivitas yang pada gilirannya mempengaruhi intensi berpartisipasi. Indikasi adanya hubungan pengaruh antara efektivitas penggunaan dan kedekatan teman terhadap ketiga dimensi interaktivitas yang dikonsepsikan merupakan hasil yang diperoleh dalam studi ini. Bukti empiris yang mengkonfirmasi hubungan signifikan antara dimensi kontrol tindakan, keterhubungan, dan responsivitas terhadap intensi berpartisipasi juga terbukti dalam studi ini.

Dari berbagai hasil studi yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa faktor interaktivitas merupakan variabel kunci yang berpotensi mempengaruhi intensi berpartisipasi (lihat: Kirk *et al.*, 2012; Zhao and Lu, 2012; Zhang *et al.*, 2015). Selain itu, terdapat keragaman dalam hal konseptualisasi dari dimensi interaktivitas, dimana Lee (2005) mengukur interaktivitas dengan enam dimensi yang terdiri dari dimensi kontrol pengguna, responsivitas, personalisasi, keterhubungan, fleksibilitas koneksi, dan penawaran kontekstual sedangkan Zhao & Lu (2012) mengkonsepkan interaktivitas melalui empat dimensi yang meliputi kontrol pengguna, tingkat kesenangan, keterhubungan, dan responsivitas. Terakhir, Xu *et al.*, (2018) menggunakan tiga dimensi konektivitas yaitu kontrol tindakan, keterhubungan, dan responsivitas. Mengacu pada keragaman yang ada, studi ini menggunakan tiga dimensi konektivitas yang dikonsepsikan oleh Xu *et al.*, (2018), dengan pertimbangan karena ketiga dimensi tersebut paling tepat diaplikasikan dalam konteks studi ini, yaitu Pengguna Aplikasi Whatsapp di Indonesia.

Argumen yang mendasari konteks studi yang dipilih karena di Indonesia jumlah pengguna aktif media sosial nya relatif besar, yaitu sejumlah 167 juta orang per Januari 2023. Estimasi tersebut sebanding dengan 60,4% dari keseluruhan populasi di dalam negeri. Dengan waktu penggunaan setara dengan 3 jam 18 menit per hari, hal ini menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial bagi penyedia layanan media sosial (Ferdian *et al.*, 2023). Di sisi lain, sebagai salah satu media sosial yang populer di Indonesia, Whatsapp berada di posisi pertama dengan jumlah pengguna aktif terbanyak diikuti oleh Instagram, Facebook, Tik Tok, dan media sosial lain nya (Asti & Sumarsid, 2023). Hal ini menjadi menarik untuk mengetahui factor apa yang membentuk intensi berpartisipasi pada Aplikasi *Chatting* tersebut.

Studi ini merupakan yang pertama mereplikasi model penelitian yang dikonsepsikan oleh Xu *et al.*, (2018) dengan tujuan untuk meningkatkan generalisasinya melalui penerapan pada setting studi yang berbeda, yaitu Pengguna Aplikasi Whatsapp di Indonesia. Temuan dari studi ini diharapkan mampu berkontribusi terhadap penentuan strategi bisnis yang dapat diterapkan oleh Penyedia layanan Whatsapp untuk mempertahankan kepemimpinan pasar nya di Indonesia. Model penelitian dalam studi ini disajikan pada gambar 1.



**Gambar 1.** Model Penelitian

Sumber: Xu *et al.*, (2018)

Mengacu pada model penelitian yang terdapat di gambar 1, hipotesis yang dirumuskan diantaranya adalah sebagai berikut:

H1a. Efektivitas penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol tindakan.

H1b. Efektivitas penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterhubungan.

H1c. Efektivitas penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap responsivitas.

H2a. Kedekatan teman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol tindakan.

H2b. Kedekatan teman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterhubungan.

H2c. Kedekatan teman berpengaruh positif dan signifikan terhadap responsivitas.

H3. Kontrol tindakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berpartisipasi.

H4. Keterhubungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berpartisipasi.

H5. Responsivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berpartisipasi.

## **METODE**

### **Desain Penelitian**

Berkaitan dengan desain penelitian, studi ini dikategorikan ke dalam penelitian pengujian hipotesis. Berdasarkan dimensi waktunya, penelitian ini dikategorikan kedalam penelitian *cross sectional* yang melibatkan satu waktu tertentu dengan banyak sampel (Hartono, 2013). Berdasarkan strategi penelitian, studi ini dikategorikan dalam penelitian survey menggunakan kuesioner secara *online* menggunakan *google formulir* sebagai instrument pengumpulan data (Sekaran & Bougie, 2017).

### **Populasi, sampel, dan alat analisis**

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi whatsapp di Indonesia. Melalui penggunaan desain *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, sampel yang dipilih yaitu pengguna aplikasi whatsapp di Indonesia yang aktif berinteraksi dengan pengguna lain melalui tiga fitur utama whatsapp, yaitu: chat, grup, dan status minimal 1 kali dalam kurun waktu 1 minggu terakhir. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM) menggunakan software AMOS versi 24, maka jumlah sampel yang harus dipenuhi dalam pemodelan ini sebanyak minimal 100 sampel (Ferdinand, 2014).

### **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### **Intensi berpartisipasi**

Intensi berpartisipasi dalam studi ini didefinisikan sebagai kecenderungan untuk tetap menggunakan aplikasi whatsapp di masa mendatang dan berpartisipasi secara aktif dalam interaksi dengan pengguna aplikasi whatsapp lain nya di platform tersebut melalui pemanfaatan fitur chat, grup, dan status. Indikator nya yaitu: “bermaksud tetap menggunakan”, “kemungkinan tinggi untuk berpartisipasi”, dan “ketertarikan untuk melakukan follow up”. Ketiga indikator tersebut diperoleh dari penelitian Zhang *et al.*, (2015).

#### **Interaktivitas**

Interaktivitas menunjukkan sejauh mana pengguna aplikasi whatsapp saling berkomunikasi dan merespon satu sama lain ketika menggunakan aplikasi tersebut. Konstruk ini diukur melalui 3 dimensi, yaitu: kontrol tindakan, keterhubungan, dan responsif. Kontrol tindakan mencerminkan sejauh mana individu merasa memegang kendali atas proses interaksi yang terjadi ketika menggunakan aplikasi whatsapp. Variabel ini diukur melalui: “kebebasan memilih”, “kemampuan kendali”, “kebebasan bertindak”, & ”paham konsekuensi” yang diambil dari studi Liu (2003). Keterhubungan menggambarkan kedekatan hubungan yang dirasakan oleh sesama pengguna aplikasi whatsapp. Variabel ini diukur melalui: “kecenderungan saling berbagi pengalaman dan

cerita dengan sesama pengguna”, “perolehan manfaat melalui interaksi”, & “membentuk ikatan antar pengguna” yang diadaptasi dari Lee (2005). Adapun Yang dimaksud dengan responsivitas adalah sejauh mana pengguna merasakan seberapa cepat dan sering teman mereka merespons chat atau postingan mereka di aplikasi whatsapp. Variabel ini diukur melalui: “kecepatan respon sesama pengguna”, “jumlah tanggapan”, & “keandalan tanggapan” dan bersumber dari penelitian Ridings *et al.*, (2002).

### Lingkungan media sosial

Lingkungan media sosial adalah karakteristik yang memungkinkan pengguna aplikasi whatsapp untuk secara bebas dan mudah berbagi pikiran, pendapat, pengalaman, perspektif, informasi, dan pengetahuan melalui penggunaan platform tersebut. Konstruk ini diukur melalui 2 dimensi, yaitu: efektivitas penggunaan dan kedekatan teman. Efektivitas penggunaan yaitu sejauh mana pengguna aplikasi whatsapp percaya bahwa penggunaan aplikasi tersebut dapat memfasilitasi aktivitas komunikasi, kolaborasi, dan berbagi ide di antara sesama pengguna. Variabel ini diukur melalui: “efektivitas berkomunikasi”, “persepsi positif terhadap aplikasi”, “membantu mengenal sesama pengguna”, “ketersediaan saluran komunikasi untuk mencari dan berbagi informasi” yang diambil dari indikator yang dikembangkan oleh Ou *et al.*, (2014). Kedekatan teman yaitu tingkat keakraban yang dirasakan oleh sesama pengguna aplikasi whatsapp yang dihasilkan dari interaksi social di platform tersebut. Pengukuran variabel ini meliputi “respon terhadap fitur status”, “kesediaan untuk berbagi cerita”, “kemudahan akses status pengguna lain”, merasakan kedekatan ketika melihat konten pengguna lain”, merasakan keakraban ketika melihat konten pengguna lain” yang mengacu pada pengukuran dalam studi Ng (2013) dan Xu *et al.*, (2018). Keseluruhan item dalam studi ini diukur dengan Skala Likert lima poin mulai dari sangat tidak setuju (1) sampai dengan sangat setuju (5).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis deskriptif

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang diperoleh dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2017). Kuesioner yang di dapat dalam studi ini sebanyak 200 responden dan sampel yang memenuhi kriteria sebanyak 191 responden. Distribusi karakteristik responden disajikan pada tabel 1.

**Tabel 1.** Distribusi Karakteristik Responden

Karakteristik	Frekuensi	Presentase (%)
<b>Jenis kelamin</b>		
Laki-laki	47	24,6%
Perempuan	144	75,4%

<b>Usia</b>		
17 - 20	65	34,0%
21 - 25	126	66,0%
<b>Pekerjaan</b>		
Wiraswasta	30	15,7%
Mahasiswa/mahasiswi	113	59,1%
Ibu rumah tangga	5	2,6%
Karyawan swasta	43	22,5%
<b>Provinsi</b>		
Jawa Tengah	76	40%
Jawa Barat	16	8,3%
Jawa Timur	20	10,4%
DIY	11	5,7%
DKI Jakarta	5	2,6%
Aceh	7	3,6%
Kalimantan Selatan	16	8,3%
Nusa Tenggara Barat	5	2,6%
Bali	35	18,3%
<b>Aktif di fitur chat</b>		
Ya	191	100%
<b>Aktif di fitur grup</b>		
Ya	191	100%
<b>Aktif di fitur Status</b>		
Ya	191	100%

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa responden didominasi jenis kelamin perempuan (75,4%) dengan rentang usia antara 21 tahun hingga 25 tahun (66,0%), berstatus mahasiswi (59,1%), dan mayoritas dari provinsi Jawa Tengah 40%. Keseluruhan responden aktif berinteraksi dengan pengguna lain melalui tiga fitur utama whatsapp, yaitu: chat, grup, dan status minimal 1 kali dalam kurun waktu 1 minggu terakhir sehingga sesuai dengan kriteria yang dipersyaratkan dalam penelitian ini.

### Hasil uji validitas

Hasil uji validitas terhadap enam variabel dalam penelitian ini melalui *Confirmatory Faktor Analysis* (CFA) menunjukkan bahwa dari total 22 item kuesioner terdapat lima item yang tidak valid yaitu item pertama dan kedua dari variabel efektivitas penggunaan serta item pertama, kedua, dan ketiga dari variabel kedekatan teman, selebihnya bisa dikatakan valid karena sudah di ekstrak sempurna dan mempunyai *factor loading* >0,5 (Ferdinand, 2014). Hasil uji validitas disajikan pada tabel 2.

**Tabel 2.** Hasil uji validitas

Item	Loading faktor	keterangan
<b>Lingkungan media sosial</b>		
Efektivitas penggunaan		
PEP3	0,706	Valid
PEP4	0,716	Valid
Kedekatan teman		
KDT4	0,824	Valid
KDT5	0,905	Valid
<b>Interaktivitas</b>		
Kontrol Tindakan		
KA1	0,657	Valid
KA2	0,557	Valid
KA3	0,567	Valid
KA4	0,589	Valid
Keterhubungan		
KT1	0,665	Valid
KT2	0,765	Valid
KT3	0,803	Valid
Responsivitas		
RE1	0,743	Valid
RE2	0,907	Valid
RE3	0,751	Valid
<b>Intensi berpartisipasi</b>		
NB1	0,810	Valid
NB2	0,865	Valid
NB3	0,815	Valid

### Hasil uji reliabilitas

Tahap selanjutnya setelah uji validitas adalah uji reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 3. Dapat disimpulkan bahwa secara umum semua variabel penelitian dinyatakan reliabel karena mempunyai nilai *cronbach's alpha* > 0,60 (Sekaran & Bougie, 2017).

**Tabel 3.** Hasil uji reliabilitas

Variabel	Construct reliability
Lingkungan media sosial	
Efektivitas penggunaan	0,672
Kedekatan teman	0,856
Interaktivitas	
Kontrol tindakan	0,684
keterhubungan	0,845
responsivitas	0,865
Intensi berpartisipasi	0,790

#### Analisis kesesuaian model (*Goodness-of-Fit*)

Hasil *goodness-of-fit* dari model penelitian mengindikasikan tingkat kesesuaian yang relatif baik, sehingga tidak memerlukan modifikasi pada model penelitian. Dalam pengujian ini, nilai  $\chi^2$  menghasilkan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 dengan nilai sebesar 182,381 menunjukkan bahwa model penelitian yang diajukan belum memenuhi. Hair, *et al.* (2017) menyatakan bahwa bukti kesesuaian model selain dapat dilihat dari nilai *Chi-square* dan *degree freedom* dapat menggunakan 3 (tiga) atau 4 (empat) indeks *goodness of fit* yaitu CFI, TLI dan RMSEA, dimana biasanya akan memberikan informasi yang cukup untuk mengevaluasi suatu model. Kesesuaian model dalam penelitian ini dapat dikatakan baik. Hal ini diketahui pada Tabel 4 yang menunjukkan bahwa *Goodness-of-fit Indices* telah terpenuhi, dimana nilai CMIN/DF sebesar  $1,673 \leq 2$ , nilai TLI sebesar  $0,933 \geq 0,90$ , nilai CFI sebesar  $0,947 \geq 0,90$ , dan nilai RMSEA sebesar  $0,060 \leq 0,08$ . Dengan demikian, analisis selanjutnya dapat dilakukan.

**Tabel 4.** Analisis kesesuaian model (*Goodness-of-Fit*)

<i>Goodness-of-Fit indices</i>	<i>Cut-off Value</i>	Hasil	Evaluasi model
Chi-square ( $\chi^2$ )	Diharapkan kecil	182,381	-
Degrees freedom	Positif	109	Fit
Significance probability (p)	$\geq 0,05$	,000	Belum memenuhi
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,673	Fit
GFI	$\leq 0,90$	0,898	Belum memenuhi
AGFI	$\geq 0,90$	0,856	Belum memenuhi
TLI	$\geq 0,90$	0,933	Fit
CFI	$\geq 0,90$	0,947	Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,060	Fit

#### Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui analisis koefisien jalur dengan cara melihat dari signifikansi besaran *regression weight* model pada Tabel 5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa dari sembilan jalur yang dianalisis memiliki empat

jalur pengaruh yang signifikan, terlihat dari besarnya tingkat signifikansi (p) uji hipotesis yang lebih kecil dari 5%. Pengaruh signifikan terdapat pada hubungan antara efektivitas penggunaan terhadap kontrol tindakan, keterhubungan, dan responsif sehingga H1a, H1b, H1c didukung. Pengaruh positif dan signifikan dari responsivitas terhadap intensi berpartisipasi juga terbukti dalam studi ini sehingga H5 didukung. Di sisi lain, terdapat lima jalur yang memiliki pengaruh tidak signifikan, terlihat dari besarnya tingkat signifikansi (p) uji hipotesis yang lebih besar dari 5%. Hubungan pengaruh antara kedekatan teman terhadap kontrol tindakan, kedekatan teman terhadap keterhubungan, kedekatan teman terhadap responsivitas, kontrol tindakan terhadap intensi berpartisipasi, serta keterhubungan terhadap intensi berpartisipasi tidak terkonfirmasi dalam studi ini. Dapat disimpulkan bahwa H2a, H2b, H2c, H3, dan H4 tidak didukung.

**Tabel 5.** *Regression weight*

	Estimate	S.E.	C.R.	P
Kontrol tindakan <-- Efektivitas penggunaan	<b>1,349</b>	<b>0,306</b>	<b>4,408</b>	<b>,000</b>
Keterhubungan <--- Efektivitas penggunaan	<b>1,383</b>	<b>0,314</b>	<b>4,397</b>	<b>,000</b>
Responsivitas <--- Efektivitas penggunaan	<b>,949</b>	<b>,261</b>	<b>3,636</b>	<b>,000</b>
Kontrol tindakan <-- - Kedekatan teman	<b>-,503</b>	<b>,219</b>	<b>-2,299</b>	<b>,022</b>
Keterhubungan <--- Kedekatan teman	<b>-,533</b>	<b>,228</b>	<b>-2,336</b>	<b>,019</b>
Responsivitas <--- Kedekatan teman	<b>-,148</b>	<b>,191</b>	<b>-,775</b>	<b>,438</b>
Intensi berpartisipasi <--- Kontrol tindakan	<b>,329</b>	<b>,211</b>	<b>1,559</b>	<b>,119</b>
Intensi berpartisipasi <--- Keterhubungan	<b>,219</b>	<b>,184</b>	<b>1,187</b>	<b>,235</b>
Intensi berpartisipasi <--- Responsivitas	<b>,223</b>	<b>,085</b>	<b>2,628</b>	<b>,009</b>

## Pembahasan

Hubungan pengaruh antara efektivitas penggunaan terhadap ketiga dimensi interaktivitas yang meliputi kontrol tindakan, keterhubungan, dan responsivitas telah terkonfirmasi dalam studi ini. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi efektivitas penggunaan yang dipersepsikan oleh pengguna maka akan semakin tinggi pula persepsi

interaktivitas yang dirasakan oleh pengguna tersebut. Dapat disimpulkan bahwa dalam konteks Pengguna Aplikasi Whatsapp di Indonesia, sejauh mana tingkat kepercayaan pengguna terhadap keandalan dari aplikasi tersebut sebagai sarana pendukung aktivitas komunikasi, kolaborasi, dan berbagi ide di antara sesama pengguna dapat mempengaruhi sejauh mana persepsi mereka sebagai individu merasa memegang kendali atas proses interaksi yang terjadi ketika menggunakan aplikasi *chatting* tersebut. Di samping itu, adanya pengaruh efektivitas penggunaan terhadap keterhubungan juga mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan pengguna terhadap keandalan dari aplikasi Whatsapp dapat memperkuat kedekatan hubungan yang dirasakan oleh sesama pengguna aplikasi whatsapp yang ditandai oleh adanya kecenderungan saling berbagi pengalaman dan cerita serta saling berinteraksi dan membentuk ikatan di antara sesama pengguna. Selanjutnya, apabila dibandingkan dengan hubungan pengaruh antara efektivitas penggunaan terhadap kontrol tindakan dan keterhubungan, hubungan pengaruh antara efektivitas penggunaan dengan responsivitas yang terbukti dalam studi ini, perlu mendapat perhatian khusus. Hal ini dikarenakan responsivitas juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap pembentukan Intensi berpartisipasi yang merupakan konstruk utama dalam studi ini. Dengan kata lain, terdapat rantai hubungan antara efektivitas penggunaan, responsivitas, dan Intensi berpartisipasi. Secara keseluruhan, hasil studi ini sejalan dengan penelitian dari Ou *et al.*, (2014) dan Xu *et al.*, (2018).

Berbeda dengan efektivitas penggunaan yang terbukti berperan krusial dalam mempengaruhi ketiga dimensi interaktivitas dan membentuk Intensi berpartisipasi melalui variable responsivitas, Kedekatan teman sebagai bagian dari dimensi lingkungan media social tidak terbukti berpengaruh terhadap kontrol tindakan, keterhubungan, dan responsivitas yang merupakan dimensi dari interaktivitas. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya tingkat keakraban yang dirasakan oleh sesama pengguna aplikasi whatsapp tidak mempengaruhi tinggi rendahnya tingkat kendali yang dirasakan, tingkat keintiman yang dipersepsikan, serta kualitas dan kuantitas respon chat dari sesama pengguna Aplikasi Whatsapp.

Kondisi ini terjadi dimungkinkan karena apabila seorang individu sebagai pengguna Aplikasi Whatsapp sudah merasa akrab terhadap teman yang menggunakan aplikasi yang sama, mereka akan cenderung secara otomatis terus menerus untuk memberikan respon terhadap fitur status dan saling berbagi cerita. Situasi tersebut tentunya berpotensi menimbulkan kebosanan, apabila interaksi tersebut terjadi diantara individu yang sama dalam jangka waktu yang lama. Akibatnya, untuk mengatasi kejenuhan yang muncul, interaksi yang ada akan mengalami pergeseran dari ranah *online* menuju ke *offline* atau bertemu secara langsung di lingkungan nyata sehingga aspek interaktivitas yang terdapat pada Aplikasi Whatsapp menjadi terabaikan.

## KESIMPULAN

Temuan dalam studi ini berhasil memberikan kontribusi terhadap generalisasi model penelitian yang dikonsepsikan oleh Xu *et al.*, (2018) dimana efektivitas penggunaan sebagai bagian dari dimensi lingkungan media social merupakan variable yang penting untuk digarisbawahi. Hal ini dikarenakan variable tersebut terbukti mempengaruhi responsivitas pengguna, dan pada gilirannya membentuk intensi berpartisipasi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan intensi berpartisipasi dari pengguna Aplikasi Whatsapp, Penyedia Layanan perlu mengembangkan fitur-fitur terbaru yang tidak hanya terbatas

pada fitur-fitur standar seperti chat, grup, dan status saja. Penyedia Layanan Whatsapp perlu menyediakan saluran komunikasi yang lebih variatif dan inovatif untuk membantu pengguna agar semakin mudah berbagi pendapat, pengalaman, informasi, dan pengetahuan melalui platform tersebut. Contohnya melalui penggunaan fitur chatbot melalui optimalisasi teknologi *Artificial Intelligence* (AI) agar mampu memberikan respon yang lebih personal. Melalui penerapan dari strategi tersebut, Penyedia layanan Whatsapp diharapkan mampu untuk mempertahankan kepemimpinan pasarnya di Indonesia untuk jangka panjang. Berkaitan dengan saran untuk studi ke depan, beberapa hipotesis yang dikonsepsikan dalam studi ini masih menunjukkan hasil prediksi yang kurang memuaskan. Perlu adanya studi lebih lanjut untuk mengetahui penyebab hipotesis yang tidak terdukung tersebut. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan menambahkan variabel moderasi dukungan social. Hal ini dikarenakan variabel tersebut berpotensi meningkatkan intensi berpartisipasi bagi pengguna media social (Xu et al, 2018).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Asti, E. G., & Sumarsid, S. (2023). Analisis Konseptual Faktor-Faktor Penggunaan Aplikasi WhatsApp pada Manajemen Pendidikan. *Labs: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 28(2), 33-45.
- Ferdian, M., Laila, R., & Muzdalifah, L. (2023). Pemanfaatan Teknologi Digital Menggunakan Whatsapp Business Dan Go-Food Bagi Umkm. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(6), 1870-1875.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Buku Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair Jr, J. F., Babin, B. J., & Krey, N. (2017). Covariance-based structural equation modeling in the Journal of Advertising: Review and recommendations. *Journal of Advertising*, 46(1), 163-177.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: Badan Penerbitan Fakultas Ekonomi
- Kirk, C.P., Chiagouris, L. and Gopalakrishna, P. (2012), "Some people just want to read: the roles of age, interactivity, and perceived usefulness of print in the consumption of digital information products", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 19 No. 1, pp. 168-178.
- Kwahk, K.Y. and Park, D.H. (2018), "Leveraging your knowledge to my performance: the impact of transactive memory capability on job performance in a social media environment", *Computers in Human Behavior*, Vol. 80 No. 1, pp. 314-330.
- Lee, T. (2005), "The impact of perceptions of interactivity on customer trust and transaction intentions in mobile commerce", *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 6 No. 3, pp. 165-180.
- Liu, Y. (2003), "Developing a scale to measure the interactivity of websites", *Journal of Advertising Research*, Vol. 43 No. 2, pp. 207-216.

- Ng, C.S.P. (2013), "Intention to purchase on social commerce websites across cultures: a cross-regional study", *Information & Management*, Vol. 50 No. 8, pp. 609-620.
- Ou, C.X., Pavlou, P.A. and Davison, R.M. (2014), "Swift guanxi in online marketplaces: the role of computer-mediated communication technologies", *MIS Quarterly*, Vol. 38 No. 1, pp. 209-230.
- Ridings, C.M., Gefen, D. and Arinze, B. (2002), "Some antecedents and effects of trust in virtual communities", *The Journal of Strategic Information Systems*, Vol. 11 No. 3, pp. 271-295.
- Sekaran, U & Bougie, Roger. (2017), *Buku Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jilid 1 Edisi 6. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Xu, Zhong Yao, Qing Sun, (2018) "Social media environments effect on perceived interactivity: An empirical investigation from WeChat moments", *Online Information Review*, <https://doi.org/10.1108/OIR-12-2016-0344>
- Zhang, H., Lu, Y., Wang, B. and Wu, S. (2015), "The impacts of technological environments and co-creation experiences on customer participation", *Information & Management*, Vol. 52 No. 4, pp. 468-482.
- Zhao, L. and Lu, Y. (2012), "Enhancing perceived interactivity through network externalities: an empirical study on micro-blogging service satisfaction and continuance intention", *Decision Support Systems*, Vol. 53 No. 4, pp. 825-834.