

BAB I

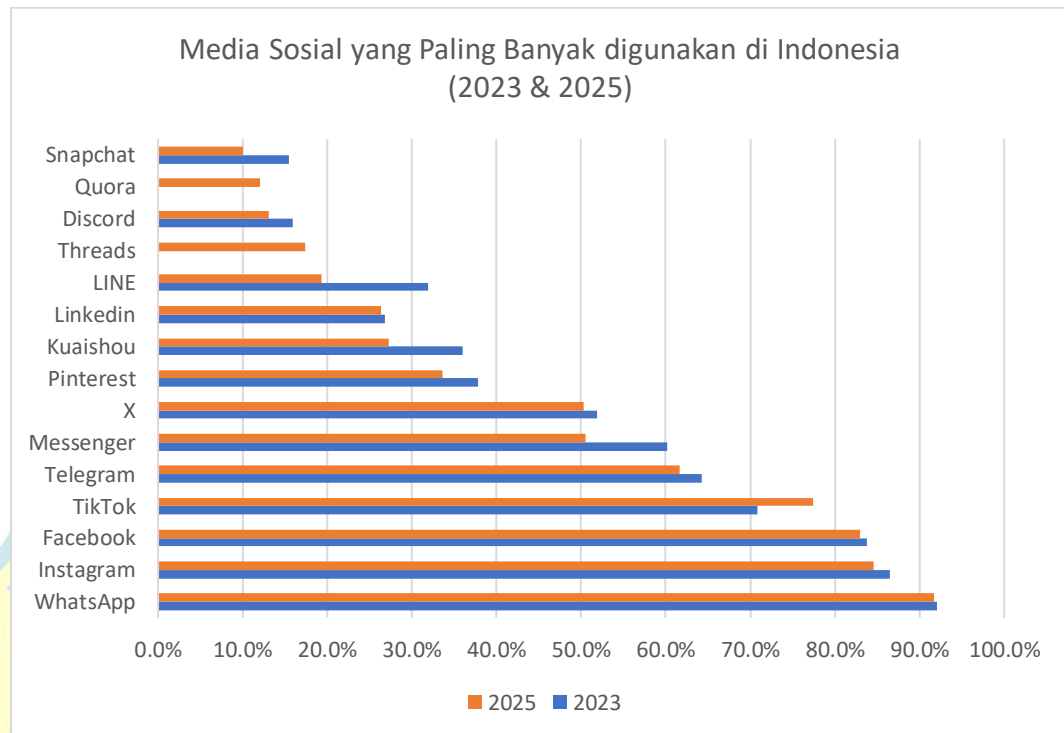
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan teknologi dan komunikasi di abad ke-21 secara fundamental telah mengubah cara interaksi manusia. Didukung oleh masifnya internet dan adopsi ponsel pintar secara universal di berbagai lapisan masyarakat termasuk Indonesia, telah menggeser cara individu berkomunikasi dari metode konvensional ke platform daring. Dihimpun dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan pengguna internet di Indonesia tahun 2025 mencapai 229.428.417 orang dari total populasi sebanyak 284.438.900 juta jiwa, atau sekitar 80% penduduk Indonesia terkoneksi dengan internet. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas seluruh masyarakat Indonesia terhubung secara daring dan sangat bergantung terhadap platform digital sebagai sarana komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan.

Tingginya pengguna internet di Indonesia juga tercermin dari pesatnya penggunaan media sosial. Media sosial adalah sarana komunikasi, baik secara verbal maupun visual, melalui jaringan internet yang dapat mempertemukan orang-orang, menyediakan koneksi instan, dan interaksi seperti *like* atau komentar (Gottlieb & Dyer, 2020). Data oleh We Are Social memperlihatkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta jiwa atau 60,4% dari total populasi. Dengan alasan utama untuk menggunakan media sosial

adalah menemukan informasi, berinteraksi dengan teman maupun anggota keluarga, memanfaatkan waktu senggang, serta berbagai aktivitas lainnya.



Gambar 1.1 Media sosial terbanyak digunakan di Indonesia di tahun 2023 & 2025

Sumber: We Are Social (2023) & (2025)

Layanan media sosial yang populer seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, dan Facebook menjadi pilihan utama bagi masyarakat. Menurut survey dari We Are Social di tahun 2025 pada Gambar 1.1, aplikasi-aplikasi yang paling sering diakses adalah WhatsApp dengan persentase (91,7%), Instagram sebesar (84,6%), Facebook (83,0%), dan TikTok (77,4%). Keempat aplikasi tersebut selalu menduduki puncak teratas pilihan masyarakat di Indonesia, terlihat dari laporan We Are Social di tahun 2023, WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok juga berada di empat besar media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia.

Dari Gambar 1.1, terdapat salah satu media sosial yang mengalami penurunan cukup signifikan, yaitu aplikasi LINE. LINE merupakan aplikasi pesan instan gratis berbasis internet yang dapat diakses melalui berbagai platform seperti *smartphone*, tablet, dan komputer, serta memungkinkan pengguna mengirimkan pesan berupa teks, gambar, video, maupun pesan suara (Nathanael *et al.*, 2021). Aplikasi ini dikembangkan oleh perusahaan yang berasal dari Jepang yaitu NHN Corporation ketika terjadi gempa dan tsunami di Jepang. Di tahun 2023, LINE di Indonesia memiliki basis pengguna cukup banyak, yaitu 31,9% atau berada di peringkat 10. Namun di tahun 2025, penggunaanya hanya sebanyak 19,3% atau turun sekitar 12.6 %. Ini mengindikasikan adanya penurunan jumlah pengguna atau berkurangnya minat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut secara berkelanjutan. Penggunaan berkelanjutan atau *continuance intention* adalah keinginan pengguna untuk terus menggunakan suatu produk atau layanan setelah melalui penerimaan (Shi *et al.*, 2023).

Fenomena yang menyebabkan menurunnya retensi pengguna LINE adalah pengurangan fitur-fitur di tiga tahun terakhir yang sebelumnya menjadi keunggulan dibanding kompetitor. Pertama adalah fitur LINE Today yang ditutup pada 6 Juli 2022. LINE Today merupakan layanan berita yang terintegrasi langsung di dalam aplikasi LINE. Fitur tersebut diluncurkan pada tahun 2016 dengan tujuan untuk memberikan akses informasi langsung kepada pengguna tanpa perlu keluar aplikasi, sehingga pengguna akan lebih lama

membuka aplikasi LINE. Namun fitur tersebut dihapus di tahun 2022 karena LINE Indonesia memfokuskan bisnisnya pada teknologi keuangan (Liputan6, 2022).

Fitur kedua yang dihapus adalah LINE *Openchat*, yaitu layanan yang memungkinkan bergabungnya para pengguna dalam grup obrolan publik sesuai minat tertentu untuk bertukar informasi dan berdiskusi secara bebas. Sebagai ruang komunitas yang cukup aktif, fitur ini sebelumnya menjadi salah satu daya tarik LINE bagi pengguna yang mencari interaksi berbasis hobi atau topik tertentu. Namun, fitur tersebut ditutup oleh LINE pada 20 Juli 2022 setelah penutupan LINE *Today* di bulan yang sama (CNBC Indonesia, 2022).

Fitur ketiga yang ditutup oleh LINE adalah LINE Voom pada tanggal 14 Februari 2025. Line VOOM merupakan fitur yang memberikan kesempatan bagi pengguna untuk membagikan berbagai jenis konten seperti teks, video, foto, maupun stiker kepada pengguna lainnya. Dihapusnya fitur tersebut karena LINE ingin mengembalikan fitur dasarnya yaitu sebagai aplikasi pengirim pesan dan menganggap LINE Voom tidak relevan lagi di Indonesia (Kumparan.com, 2025).

Fitur keempat yang dihentikan adalah LINE Split Bill pada 30 Juli 2025. Dengan fitur tersebut, pengguna dapat membagi pembayaran dengan mudah di dalam obrolan grup dengan cara mengunggah struk pembayaran ke aplikasi untuk diproses. Fitur ini sangat membantu terutama bagi pengguna yang sering melakukan kegiatan bersama, seperti makan di luar atau berbagi ongkos transportasi. Namun, penghentian fitur ini menunjukkan bahwa LINE kini

semakin berfokus pada layanan yang lebih sederhana dan pengembangan ekosistem *fintech* yang lebih terpisah dari fungsi *chat* utama (Katadata.co.id, 2025).



Gambar 1.2 Ulasan Pengguna LINE di Play Store

Sumber: *Play Store* (2025)

Berdasarkan pengamatan peneliti, aplikasi LINE di Indonesia tercatat memperoleh *rating* 3,8 dari 5 di Google Play Store, mengindikasikan adanya persepsi kurang memuaskan dari sebagian penggunanya. Beberapa ulasan pengguna menunjukkan kekecewaan terhadap penghapusan sejumlah fitur, khususnya LINE Voom yang sebelumnya berfungsi sebagai sarana untuk membuat unggahan dan berinteraksi secara sosial. Salah satu pengguna menuliskan bahwa ia tidak lagi memiliki alasan untuk menggunakan LINE setelah fitur Voom dihapus, karena tidak dapat lagi membuat unggahan atau cerita seperti sebelumnya. Pengguna lain menyampaikan harapan agar pihak pengembang dapat mengembalikan fitur tersebut karena dianggap sebagai salah satu daya tarik utama aplikasi LINE. Ulasan-ulasan tersebut mengindikasikan adanya penurunan persepsi kegunaan terhadap aplikasi LINE yang dapat berdampak pada niat penggunaan berkelanjutan.

Penghapusan fitur-fitur tersebut membuat pengguna kecewa karena fitur yang semula memberikan manfaat dan kegunaan kini tidak lagi tersedia. Sejak awal, keunggulan LINE dibanding aplikasi pesan instan lain terletak pada kelengkapan ekosistemnya, tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media informasi, hiburan, serta interaksi komunitas. Oleh karena itu, ketika fitur-fitur seperti LINE Today, OpenChat, LINE VOOM, dan Split Bill dihapus secara bertahap, banyak pengguna merasa kehilangan fungsi atau kegunaan yang selama ini membuat mereka ingin terus menggunakan aplikasi tersebut. Persepsi kegunaan atau *usefulness* memainkan peran penting dalam mengukur sejauh mana suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat nyata (Widhiaswara & Soesanto, 2020). Dalam aplikasi media sosial seperti LINE, manfaat dapat berupa kemudahan berkomunikasi, kelengkapan fitur, hingga efisiensi dalam berinteraksi dengan orang lain. Jika pengguna tidak lagi merasakan manfaat signifikan, mereka cenderung meninggalkan aplikasi tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil studi Lumbu & Wardana (2024) yang menyatakan *perceived usefulness* memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention* atau penggunaan berkelanjutan.

Selain itu, banyak keluhan yang disampaikan oleh para pengguna LINE terkait *system quality* aplikasi LINE. Berdasarkan ulasan di Play Store, pengguna mengeluh aplikasi sulit untuk *login* di *device* lain, notifikasi yang sering tidak muncul, dan tidak bisa *login* menggunakan nomor telepon. Keluhan tersebut dibuktikan dalam penelitian Muyarman & Kartini (2025) yang

mengevaluasi *user experience* pada aplikasi LINE, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa LINE memiliki keluhan terkait *bug*, kendala registrasi, dan kualitas layanan. Diperkuat lagi pada penelitian Nathanael *et al.* (2021) yang menunjukkan temuan bahwa aspek *satisfaction* dan *error* memiliki respons negatif pada item pertanyaan kuesioner. Keluhan ini menegaskan adanya masalah dalam *system quality* aplikasi LINE. *System quality* adalah karakteristik informasi yang melekat pada suatu sistem mencakup aspek seperti kemudahan penggunaan, keandalan, tingkat kecanggihan, serta kecepatan dalam memberikan respons (Dube & Humbani, 2024). *System quality* seharusnya menjadi fondasi utama agar para pengguna terus menggunakan aplikasinya di masa depan. Pernyataan tersebut diperkuat melalui penelitian oleh Maharani *et al.* (2023) yang menjelaskan bahwa *system quality* berimplikasi secara positif dan terhadap *continuance intention*.

Meskipun *system quality* dan *perceived usefulness* berperan sebagai faktor pendorong, keputusan akhir pengguna untuk terus menggunakan aplikasi LINE juga sangat dipengaruhi *satisfaction* pengguna. *Satisfaction* merepresentasikan sejauh mana pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi mampu memenuhi atau ekspektasi yang dimiliki, baik dari segi kemudahan, keandalan, maupun kenyamanan penggunaan (Aprilia & Andarini, 2023). Dalam konteks aplikasi media sosial, layanan yang berkualitas dan memberikan manfaat nyata bagi pengguna akan lebih efektif dalam menciptakan *satisfaction* apabila pengguna merasa pengalaman yang diperoleh memberikan nilai kegunaan serta kenyamanan dalam berinteraksi. Berdasarkan

penelitian yang dilakukan Li & Wang (2021) menunjukkan bahwa *satisfaction* dapat menjadi mediator pengaruh *system quality* terhadap *continuance intention*, karena pengguna yang merasa puas cenderung akan terus menggunakan aplikasi terus menerus. *Satisfaction* dapat dijadikan variabel mediasi karena *satisfaction* pada tahap pasca penggunaan merupakan hasil penilaian dalam sikap sebelum penggunaan, niat menggunakan, dan *continuance intention* (Al-Hattami & Almaqtari, 2023). Dengan demikian, peran *satisfaction* penting untuk dipertimbangkan dalam memahami hubungan mediasi antara *system quality* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara *system quality*, *perceived usefulness*, *satisfaction*, dan *continuance intention* pada berbagai konteks. Uzun *et al.* (2024) mendapati bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction* yang selanjutnya berdampak pada *continuance intention use e-learning*. Temuan serupa ditunjukkan oleh Liu *et al.* (2025), Ali & Kim (2024), hingga Nuraeni & Evangelista (2024) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* dari suatu aplikasi atau layanan digital berkontribusi langsung terhadap *satisfaction*. Faktor *system quality* juga terbukti berperan penting. Susilowati (2020) dan Li & Zhu (2022) mengungkapkan bahwa *system quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *satisfaction*, sementara Maharani *et al.* (2023) serta Al-Hattami & Almaqtari (2023) membuktikan bahwa variabel *system quality* berdampak pada *continuance intention*. Selain itu, penelitian Lombu & Wardana (2024) dan J.

Liu *et al.* (2024) menekankan bahwa *satisfaction* merupakan mediator yang memiliki hubungan yang signifikan antara persepsi *usefulness* dengan niat penggunaan berkelanjutan.

Selain itu, sejumlah penelitian memperlihatkan hasil yang tidak konsisten. Misalnya, penelitian Novira *et al.* (2024) menemukan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan pada *continuance intention*, sedangkan Uzun *et al.* (2024) serta Lumbu & Wardana (2024) membuktikan sebaliknya. Inkonsistensi hasil ini menunjukkan adanya kesenjangan mengenai peran *perceived usefulness* dan *satisfaction* dalam menjelaskan niat penggunaan berkelanjutan, terutama pada konteks aplikasi media sosial seperti LINE. Adapun sebagian besar studi dilakukan pada konteks *e-learning*, *e-wallet*, atau layanan digital tertentu, sementara penelitian di Indonesia pada aplikasi media sosial seperti LINE masih sangat terbatas.

Dengan demikian, terdapat kesenjangan studi baik secara faktual maupun konseptual. Secara faktual, terjadi penurunan signifikan pada jumlah pengguna aktif LINE di Indonesia akibat penghapusan fitur-fitur utama. Secara konseptual, hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan antara *System Quality*, *Perceived Usefulness*, *Satisfaction*, dan *Continuance Intention* masih menunjukkan ketidakkonsistenan, terutama pada konteks media sosial. Oleh karena itu, studi ini hadir untuk mengisi *research gap* pengaruh *system quality* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* yang diuji secara empiris dengan *satisfaction* sebagai mediator pada pengguna LINE di Indonesia.

Melihat paparan latar belakang dan kebaruan di atas, studi penelitian ini difokuskan guna meneliti bagaimana *service quality* dan *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *continuance intention* dengan *satisfaction* sebagai variabel mediator pada pengguna platform LINE. Secara akademis, penelitian ini diproyeksikan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku keberlanjutan penggunaan aplikasi media sosial di era digital, khususnya dalam konteks hubungan antara kualitas layanan, persepsi *usefulness*, dan *satisfaction*. Sementara secara praktis, temuan studi ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi pengembang platform LINE untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna, sehingga mampu memperpanjang retensi pengguna serta memicu niat pengguna untuk terus menggunakan sistem secara berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, rumusan penelitian dapat ditetapkan sebagai berikut:

1. Apakah *system quality* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*?
2. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*?
3. Apakah *system quality* berpengaruh positif terhadap *continuance intention*?
4. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *continuance intention*?
5. Apakah *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *continuance intention*?

6. Apakah *system quality* berpengaruh positif terhadap *continuance intetion* melalui *satisfaction*?
7. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *continuance intention* melalui *satisfaction*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan penelitian dapat ditentukan sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *system quality* terhadap *satisfaction*.
2. Mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *satisfaction*.
3. Mengetahui pengaruh *system quality* terhadap *continuance intention*.
4. Mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*.
5. Mengetahui pengaruh *satisfaction* terhadap *continuance intention*.
6. Mengetahui *satisfaction* dalam memediasi pengaruh *system quality* terhadap *continuance intention*.
7. Mengetahui *satisfaction* dalam memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan sejumlah manfaat yang dapat dihasilkan dari temuan-temuan yang dihasilkan, di antaranya:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi literatur di bidang perilaku pengguna. Jika sebagian besar studi lebih banyak

menjelaskan hubungan langsung *system quality* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*, penelitian ini menghadirkan pendekatan baru dengan menempatkan *satisfaction* sebagai variabel perantara. Pendekatan ini diproyeksikan dapat menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana kualitas layanan dan persepsi manfaat berperan dalam membangun *satisfaction* serta mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi LINE.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini menyajikan kegunaan praktis bagi pengembang aplikasi maupun pengguna aplikasi dalam konteks penggunaan berkelanjutan sebagai berikut:

1. Bagi pengembang aplikasi

Studi ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat praktis bagi perusahaan pengembang aplikasi agar dapat meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna. Dengan memahami bagaimana *service quality* dan *perceived usefulness* berimplikasi terhadap *satisfaction* serta *continuance intention*, pengembang dapat merancang strategi pengembangan fitur, antarmuka dan sistem dukungan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna, sehingga dapat meningkatkan *satisfaction* dan loyalitas pengguna.

2. Bagi pengguna Aplikasi LINE

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas perspektif bagi pengguna agar lebih memahami aspek-aspek yang memengaruhi *satisfaction* dan keputusan mereka dalam menggunakan sebuah sistem.

