

ABSTRAK

Aplikasi sosial media yang terus berkembang di masyarakat membuat banyak perusahaan membuat inovasi aplikasi media sosial baru, dibalik itu para pengembang aplikasi harus mengetahui faktor yang membuat aplikasi mereka diminati guna mempertahankan pemakaian jangka panjang. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengukur niat pengguna dalam penggunaan aplikasi sosial media baru serta mengeksplorasi dan menyelidiki faktor-faktor potensial yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan aplikasi media sosial baru. Metode penelitian yang digunakan dengan pendekatan kuantitatif dengan mengusulkan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan *Innovation Diffusion Theory* (IDT). Data yang dikumpulkan sebanyak 424 responden yang pernah menggunakan aplikasi media sosial baru. Dari hasil analisis yang dilakukan pada penelitian ini ditemukan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna untuk ingin menggunakan aplikasi media sosial yang baru. Adapun faktor yang mempengaruhinya yaitu adanya pengaruh dari *Complexity* (CO), *Observability* (OB), *Perceived Compatibility* (PC), *Perceived Enjoyment* (PE), *Relative Advantage* (RA) terhadap *Perceived Ease of Use* (PEU). Selain itu, adanya pengaruh dari *Observability* (OB), *Perceived Compatibility* (PC), *Perceived Enjoyment* (PE), *Trialability* (TR) terhadap *Perceived Usefulness* (PU), serta adanya pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Behaviour Intention to Use* (BIU). Dari hasil analisis penelitian ini diketahui bahwa pendekatan dalam model TAM dan IDT memberikan dukungan bahwa adanya faktor yang mempengaruhi pengguna menggunakan aplikasi media sosial baru. Penelitian ini menyarankan untuk lebih memperluas variabel pada TAM dan IDT untuk lebih mengetahui lagi faktor-faktor apasaja yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan aplikasi media sosial baru, serta mencari indikator yang lebih banyak dari variabel yang ada di penelitian ini guna memperkuat validitas dan reliabilitas dari variabel penelitian.

Kata Kunci: Aplikasi Media Sosial Baru, Faktor Penggunaan, *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Technology Acceptance Model* (TAM)