



Pengaruh Teknologi AI pada Algoritma Tiktok terhadap Respons dan Penerimaan Pengguna

Anas Al Marzaq¹, Jordi Willyam Adi Kusuma², Krisna Riyandi³, Dicky Pratama⁴

^{1,2,3} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer dan Rekayasa, Universitas Multi Data Palembang, Palembang, Indonesia

¹anasalmarzaq_2226240070@mhs.mdp.ac.id, ²jordiwillyamadikusuma_2226240138@mhs.mdp.ac.id,

³krisnariyandi_2226240155@mhs.mdp.ac.id, ⁴dqpratama@mdp.ac.id

Abstract

The development of artificial intelligence (AI) has made big changes to the digital world, especially in the recommendation algorithm used by TikTok. The purpose of this article is to analyze the impact of AI-based algorithm responses and user acceptance. The quantitative approach used is by distributing online questionnaires to 106 TikTok users in Indonesia, and using the Technology Acceptance Model (TAM) framework. The variables used in this measurement include Perceived Ease Of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), Attitude Toward Using (ATU), Behavioral Intention (BI), and Actual Use (AU). The results of this study show that TikTok's AI-based content recommendations have a significant impact on user response and acceptance. The writing of this article contributes to a better understanding of how AI algorithms affect user behavior and provides knowledge about the development of broader, user-centered digital technologies.

Keywords: Artificial Intelligence; TikTok; Acceptance Model; Actual Use; Algorithm

1. Pendahuluan

Di era media sosial saat ini, algoritma rekomendasi berbasis *Artificial Intelligence (AI)* mengambil peran penting dalam membentuk cara pengguna mengonsumsi konten digital. TikTok sebagai salah satu platform video pendek paling populer di Indonesia, mengintegrasikan AI dalam sistem rekomendasinya untuk mempersonalisasi konten berdasarkan perilaku pengguna, seperti durasi menonton, jumlah interaksi, serta ketertarikan terhadap topik tertentu[1]. Penelitian lokal menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam algoritma media sosial dapat meningkatkan tingkat keterlibatan (*engagement rate*) dan memperkuat relevansi personal konten yang ditampilkan kepada pengguna. Algoritma TikTok adalah algoritma yang menentukan video mana yang akan ditampilkan pada halaman *For You Page (FYP)* aplikasi berdasarkan preferensi pengguna. Algoritma ini sangat memengaruhi penyebaran konten di TikTok, dan pembuat konten dapat memperoleh audiens yang lebih besar dengan pemahaman yang baik. Dalam penelitian ini, algoritma TikTok diukur melalui indikator seperti frekuensi tampilan konten, interaksi pengguna, dan peringkat popularitas[2]. Meskipun memberikan manfaat dalam hal efisiensi dan kepuasan pengguna, algoritma AI juga menimbulkan sejumlah tantangan, seperti efek filter bubble, kecanduan, dan penurunan keberagaman informasi yang dikonsumsi[1]. Sistem

rekomendasi TikTok juga secara signifikan meningkatkan *flow experience* enjoyment, konsentrasi, dan distorsi waktu yang selanjutnya memicu perilaku kecanduan pada pengguna muda[3]. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana algoritma AI dalam TikTok memengaruhi respons emosional, keterlibatan, serta tingkat penerimaan pengguna di Indonesia, agar dapat menjadi dasar pertimbangan dalam pengembangan teknologi digital yang lebih sehat dan beretika. Proses analisis ini menggunakan tahap *Technology Acceptance Model* atau lebih dikenal sebagai Teori TAM, yang memungkinkan untuk mencatat dan merekam tanggapan pengguna. Teori TAM kemudian digunakan untuk menganalisis tanggapan ini untuk menentukan seberapa besar penerimaan yang diberikan pengguna[4]. Dengan mempertimbangkan potensi manfaat dan tantangan tersebut, penting untuk menganalisis lebih lanjut bagaimana algoritma AI TikTok memengaruhi pengalaman emosional dan persepsi pengguna. Kajian ini menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* untuk menilai tingkat penerimaan pengguna terhadap sistem algoritma yang bekerja di balik konten yang mereka konsumsi secara rutin.

2. Metode Penelitian

2.1 Metode Analisis

Penelitian ini menerapkan model analisis penerimaan teknologi untuk menilai pengaruh teknologi AI dalam penggunaan algoritma tiktok, serta meramalkan sejauh mana pengguna akan respons dan menerima algoritma tiktok. Gambar 1 menunjukkan langkah-langkah analisis TAM, berikut adalah penjelasan tentang tahap-tahap dalam metode analisis TAM.

1. Pengumpulan Data

Pada tahap ini, peneliti menyebarkan kuesioner secara daring kepada total 106 responden yang merupakan pengguna aktif TikTok. Data dikumpulkandengan cara penyebaran kuesioner daring kepada 106 pengguna aktif TikTok di Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan yaitu *simple random sampling*, untuk menjamin bahwa tiap individu didalam populasi memiliki peluang yang sama sebagai responden, sehingga dapat meningkatkan representativitas data[5]. Instrumen kuesioner dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap berbagai aspek dari sistem aplikasi TikTok, khususnya yang berkaitan dengan penerapan algoritma kecerdasan buatan. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator dari lima variabel utama dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), guna memperoleh data yang relevan untuk dianalisis secara kuantitatif. Penyebaran dilakukan secara daring untuk menjangkau responden secara lebih luas, efisien, dan sesuai dengan konteks digital dari objek penelitian itu sendiri.

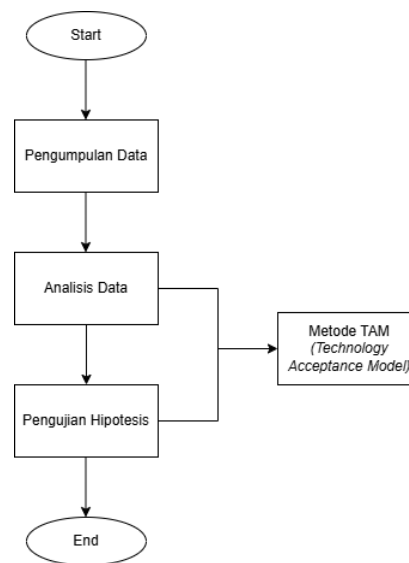
2. Analisis Data

Data yang terkumpul dari kuesioner kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Setiap respons yang diberikan oleh pengguna akan dikonversi ke dalam bentuk skala *Likert*, yang memudahkan proses kuantifikasi persepsi dan sikap responden terhadap sistem yang diteliti[6]. Pendekatan ini memungkinkan pengukuran variabel-variabel secara numerik sehingga dapat dilakukan uji statistik secara sistematis. Analisis akan difokuskan pada lima variabel utama pada *Technology Acceptance Model* (TAM), meliputi manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*), kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*), sikap pengguna (*attitude toward using*), niat penggunaan (*behavioral intention to use*), dan penggunaan aktual sistem (*actual system use*). Melalui proses ini, peneliti dapat mengidentifikasi pola hubungan antar variabel serta mengevaluasi tingkat penerimaan pengguna terhadap algoritma rekomendasi TikTok secara empiris.

3. Pengujian Hipotesis

Pada tahap analisis ini, hipotesis yang telah disusun akan dievaluasi melalui lima variabel utama yang terkandung dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Proses pengujian dilakukan

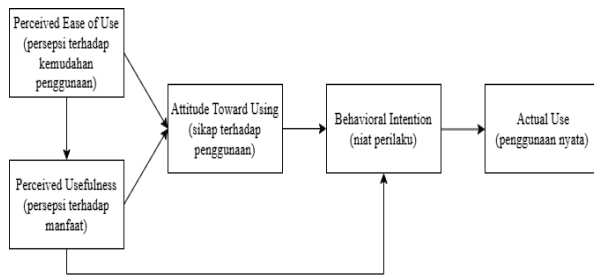
menggunakan perangkat lunak statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), yang memungkinkan analisis data secara kuantitatif, akurat, dan sistematis. Dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan analisis regresi, hubungan antar variabel seperti *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, dan *actual system use* dapat dianalisis secara empiris.[7]. Hasil dari pengolahan data ini akan menjadi dasar untuk menarik kesimpulan mengenai sejauh mana penerimaan pengguna terhadap sistem algoritma TikTok yang dianalisis, serta memberikan gambaran apakah model TAM dapat diterapkan secara efektif dalam konteks platform media sosial berbasis AI.



Gambar 1. Metode Penelitian

2.2 Hipotesis

Penelitian ini mendasarkan kajiannya pada kerangka teori *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai dasar teori untuk menganalisis dan menjawab permasalahan yang telah ditetapkan. Model TAM dipilih karena telah banyak digunakan dalam berbagai studi untuk menganalisa perilaku individu dalam menerima dan memanfaatkan teknologi informasi. Model ini memuat lima variabel utama, yakni *Perceived Usefulness* (persepsi terhadap manfaat), *Perceived Ease of Use* (persepsi terhadap kemudahan penggunaan), *Attitude Toward Using* (sikap terhadap penggunaan), *Behavioral Intention* (niat penggunaan), dan *Actual Use* (penggunaan aktual)[8]. Seluruh variabel tersebut saling berinteraksi dalam memengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi, termasuk dalam konteks media sosial seperti TikTok. Untuk memperjelas hubungan antar variabel tersebut, struktur TAM disajikan dalam bentuk diagram pada Gambar 2.



Gambar 2. Model TAM

Berdasarkan ilustrasi pada Gambar 2, penelitian ini merumuskan sejumlah hipotesis yang bertujuan untuk mengidentifikasi keterkaitan antar variabel utama dalam kerangka kerja Technology Acceptance Model (TAM). Pengujian dilakukan guna mengevaluasi pengaruh faktor-faktor seperti persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, niat perilaku, serta penggunaan aktual terhadap sikap individu dalam memanfaatkan teknologi, khususnya pada kasus penggunaan aplikasi TikTok di Indonesia. Berikut adalah rincian hipotesis yang dikembangkan dalam studi ini:

1. H0: Semua variabel independen (PEOU, PU, BI, AU) secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ATU.
2. H1: PEOU memiliki pengaruh individu terhadap ATU.
3. H2: PU berkontribusi secara signifikan terhadap ATU.
4. H3: BI mempengaruhi ATU secara terpisah.
5. H4: *Actual Use* menunjukkan pengaruh signifikan secara individu terhadap *Attitude Toward Using*.
6. H5: Seluruh variabel independen (PEOU, PU, BI, AU) secara simultan memengaruhi ATU secara signifikan

3. Hasil dan Pembahasan

Untuk menganalisis respons dan tingkat penerimaan pengguna terhadap algoritma TikTok yang berbasis kecerdasan buatan (AI), penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner serta menerapkan kerangka kerja *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai dasar analisis. Kuesioner disebarikan kepada 106 responden yang berasal dari berbagai latar belakang demografis dan wilayah, guna memperoleh data yang lebih representatif terhadap populasi pengguna TikTok. Instrumen kuesioner terdiri atas 25 item pertanyaan yang dirancang untuk mengukur lima variabel utama dalam model TAM, yaitu: *Perceived Ease Of Use* (PEOU) yang mencerminkan persepsi kemudahan penggunaan aplikasi, *Perceived Usefulness* (PU) yang mengukur persepsi manfaat algoritma rekomendasi, *Attitude Toward Using* (ATU) untuk menilai sikap pengguna

terhadap sistem algoritma TikTok, *Behavioral Intention* (BI) yang mencerminkan niat pengguna untuk terus menggunakan platform tersebut, serta *Actual Use* (AU) yang menunjukkan seberapa sering dan sejauh mana aplikasi benar-benar digunakan. Pemilihan kelima variabel ini didasarkan pada relevansinya dalam menilai penerimaan pengguna terhadap sistem digital berbasis AI yang semakin mendominasi interaksi di media sosial.

3.1 Karakteristik Responden

A. Jenis Kelamin

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	52	49,1%
Perempuan	54	50,9%
Total	106	100%

Merujuk pada data Tabel 1, responden laki-laki tercatat sebanyak 52 orang (49,1%), sedangkan responden perempuan berjumlah 54 orang (50,9%). Hal ini memperlihatkan bahwa partisipasi perempuan mendominasi dalam studi ini. Dominasi tersebut mengindikasikan kemungkinan bahwa perempuan lebih tertarik atau lebih sering terpapar konten yang diatur oleh sistem rekomendasi berbasis kecerdasan buatan (AI) di TikTok.

B. Usia

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
< 18 tahun	26	24,5%
18-24 tahun	71	67%
25-34 tahun	8	7,5%
35-44 tahun	1	0,9%
Total	106	100%

Data dari Tabel 2 menunjukkan bahwa responden berusia di bawah 18 tahun berjumlah 26 orang (24,5%). Kelompok usia 18–24 tahun mendominasi dengan total 71 orang (67%). Sementara itu, responden berusia 25–34 tahun sebanyak 8 orang (7,5%), dan sisanya adalah kelompok usia 35–44 tahun yang hanya diwakili oleh 1 responden (0,9%).

C. Lama Waktu Penggunaan Tiktok

Tabel 3. Lama Waktu Penggunaan Tiktok oleh Responden

Lama Penggunaan	Jumlah	Presentase						
TikTok				3	PEOU3	0.662	0.191	Valid
< 6 bulan	11	10.4%		4	PEOU4	0.838	0.191	Valid
6 bulan - 1 tahun	8	7.5%		5	PEOU5	0.674	0.191	Valid
1-2 tahun	25	23.6%		6	PEOU6	0.663	0.191	Valid
> 2 tahun	62	58.5%		7	PEOU7	0.522	0.191	Valid
Total	106	100%		8	PEOU8	0.760	0.191	Valid
				9	PEOU9	0.781	0.191	Valid
				10	PU1	0.652	0.191	Valid
				11	PU2	0.745	0.191	Valid
				12	PU3	0.650	0.191	Valid
				13	PU4	0.735	0.191	Valid
				14	PU5	0.780	0.191	Valid
				15	PU6	0.696	0.191	Valid
				16	PU7	0.349	0.191	Valid
				17	ATU1	0.797	0.191	Valid
				18	ATU2	0.705	0.191	Valid
				19	ATU3	0.819	0.191	Valid
				20	BI1	0.762	0.191	Valid
				21	BI2	0.760	0.191	Valid
				22	BI3	0.712	0.191	Valid
				23	AU1	0.579	0.191	Valid
				24	AU2	0.584	0.191	Valid
				25	AU3	0.691	0.191	Valid

Berdasarkan data pada Tabel 3, sebanyak 11 responden tercatat telah menggunakan TikTok kurang dari 6 bulan, atau sekitar 10,4%. Kelompok pengguna dengan durasi antara 6 bulan hingga 1 tahun terdiri atas 8 orang (7,5%). Sementara itu, 25 responden (23,6%) telah menggunakan TikTok selama 1 hingga 2 tahun. Kelompok dengan waktu penggunaan lebih dari 2 tahun mencatat jumlah terbanyak, yaitu 62 orang (58,5%). Dengan demikian, sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan pengguna yang telah aktif menggunakan TikTok selama lebih dari dua tahun.

3.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen yang tidak valid dan reliabel berpotensi menghasilkan data yang kurang akurat serta menurunkan kualitas temuan penelitian. Oleh sebab itu, pengujian validitas dan reliabilitas merupakan tahapan yang harus dilakukan dalam penelitian ini. Semakin tinggi validitas dan reliabilitas suatu instrumen, semakin besar pula tingkat kepercayaan terhadap hasil pengukuran yang dilakukan. Menurut referensi [9], uji validitas dan reliabilitas ini diperlukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan mencerminkan kondisi sebenarnya.

A. Uji Validitas

Pengujian validitas ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah item-item dalam kuesioner benar-benar mampu merepresentasikan variabel yang diteliti. Setiap item akan diuji terhadap total skor menggunakan korelasi Pearson. Berdasarkan perhitungan statistik, suatu item dianggap valid apabila nilai korelasinya lebih besar daripada nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), dengan derajat kebebasan (df) sebesar $n-2$, di mana n merupakan jumlah total responden dalam penelitian dan jumlah responden sebanyak 106 orang yang menghasilkan nilai r tabel sebesar 0,191.

Tabel 4. Uji Validitas

No.	Komponen	rHitung	rTabel	Keterangan
1	PEOU1	0.735	0.191	Valid
2	PEOU2	0.711	0.191	Valid

Berdasarkan hasil dalam Tabel 4, diperoleh bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,191. Hal ini menunjukkan bahwa ke-25 butir pernyataan yang diuji memiliki keterkaitan yang memadai dengan skor total masing-masing variabel. Dengan jumlah responden sebanyak 106 orang, hasil ini mencerminkan bahwa seluruh variabel dalam instrumen kuesioner memiliki validitas yang baik karena telah memenuhi kriteria nilai korelasi minimum yang telah ditetapkan.

B. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, tahap selanjutnya adalah uji reliabilitas, yang bertujuan mengevaluasi konsistensi internal alat ukur[10]. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner mampu

menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya ketika digunakan oleh 106 responden. Sebuah instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha yang didapat melebihi 0,70. Dalam penelitian ini, hasil uji reliabilitas menunjukkan angka sebesar 0,721, yang berarti bahwa kuesioner memiliki konsistensi yang sangat baik. Oleh karena itu alat ukur ini dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang dimaksud tanpa adanya kesalahan pengukuran yang berarti.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha	rTabel	Keterangan
1	PEOU	0.901	0.70	Reliabel
2	PU	0.853	0.70	Reliabel
3	ATU	0.842	0.70	Reliabel
4	BI	0,845	0.70	Reliabel
5	AU	0.742	0.70	Reliabel

Merujuk pada data Tabel 5, diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Ini berarti bahwa seluruh variabel yang digunakan telah memenuhi kriteria reliabilitas dan layak digunakan dalam pengumpulan data. Nilai koefisien alpha tertinggi sebesar 0,901 dimiliki oleh variabel Kemudahan dalam penggunaan (PEOU), diikuti oleh Manfaat yang dirasakan (PU), Sikap pengguna (ATU), Niat penggunaan (BI), dan penggunaan aktual (AU), yang semuanya menunjukkan nilai di atas 0,70. Artinya, seluruh indikator dari variabel diatas memiliki konsistensi internal yang kuat dalam mengukur konstruk yang dimaksud.

3.3 Hasil Uji Hipotesis

A. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Pengujian signifikansi parsial dilakukan untuk mengidentifikasi apakah masing-masing variabel independen berpengaruh secara individual terhadap variabel dependen. Perhitungan nilai t-tabel dalam uji ini menggunakan rumus:

$$t\text{-tabel} = (\alpha/2 ; n - k - 1)$$

Dengan jumlah responden (n) sebanyak 106 dan jumlah variabel independen (k) sebanyak 4, maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,984 pada tingkat signifikansi

0,025.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,113	,233		,485
	PEOU	,381	,104	,340	3,657
	PU	,286	,091	,265	3,139
	BI	,315	,079	,332	3,997
	AU	,008	,065	,009	,128

Gambar 3. Hasil Uji Partial (t)

Berdasarkan Gambar 3 di atas, diperoleh hasil analisis terhadap uji hipotesis sebagai berikut:

- 1) H1: Variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU) memiliki signifikansi sebesar 0,000 dan t-hitung sebesar 3,657, yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Using*.
- 2) H2: *Perceived Usefulness* (PU) dengan signifikansi 0,002 dan t-hitung 3,139, berpengaruh secara signifikan terhadap *Attitude Toward Using*.
- 3) H3: *Behavioral Intention* (BI) menunjukkan pengaruh signifikan dengan signifikansi 0,000 dan t-hitung 3,997 pada *Attitude Toward Using*.
- 4) H4: Sementara itu, *Actual Use* (AU) memiliki signifikansi sebesar 0,898 dan t-hitung 0,128, sehingga tidak berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using*.

B. Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji f)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Penentuan hasil uji F didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$) dengan F-hitung. Apabila F-hitung lebih besar dari F-tabel, maka hipotesis alternatif (Ha) diterima.

Nilai F-tabel dihitung dengan ketentuan:

- $df1 = k = 4$ (jumlah variabel independen)
- $df2 = n - k - 1 = 106 - 4 - 1 = 101$

Dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), diperoleh F-tabel sebesar 2,46. Berdasarkan hasil pengujian, F-hitung bernilai 70,165, yang jauh melebihi F-tabel. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa seluruh variabel independen secara simultan memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	42,378	4	10,594	70,165
	Residual	15,250	101	,151	
	Total	57,628	105		

Gambar 4. Hasil Uji Simultan (f)

Pengujian Hipotesis H5 dilakukan menggunakan uji F, yang bertujuan untuk mengevaluasi apakah variabel independen yaitu *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Perceived Usefulness (PU)*, *Behavioral Intention (BI)*, dan *Actual Use (AU)* secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen *Attitude Toward Using (ATU)*. Berdasarkan hasil output yang ditampilkan pada Gambar 4, diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000, lebih kecil dari batas signifikansi $\alpha = 0,05$. F-hitung tercatat sebesar 70,165, yang jauh melampaui nilai F-tabel sebesar 2,46 ($df_1 = 4$; $df_2 = 101$). Karena F-hitung > F-tabel, dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Dengan demikian, hipotesis H5 diterima, sedangkan H0 ditolak, yang menandakan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan variabel dependen dalam penelitian ini.

3.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa tiga dari empat variabel independen, yaitu *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Behavioral Intention*, menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Sementara itu, variabel *Actual Use* tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap sikap penggunaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat dari algoritma TikTok menjadi faktor utama dalam membentuk sikap positif pengguna. Hal ini sesuai dengan kebiasaan pengguna TikTok di Indonesia yang lebih menyukai konten yang mudah diakses dan relevan dengan minat pribadi mereka. Kemudahan penggunaan TikTok seperti fitur *scroll* vertikal otomatis dan personalisasi FYP (For You Page) menjadi salah satu alasan kuat mengapa pengguna terus meningkatkan durasi penggunaan aplikasi. Menariknya, meskipun *Actual Use* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap penggunaan, sebagian besar responden dalam penelitian ini justru merupakan pengguna aktif TikTok dengan durasi penggunaan lebih dari dua tahun. Fenomena ini dapat disebabkan oleh faktor kebiasaan atau kebutuhan hiburan, yang tidak selalu berbanding lurus dengan persepsi positif terhadap algoritma yang digunakan. Artinya, meskipun pengguna aktif menggunakan aplikasi, belum tentu mereka sepenuhnya menyadari atau menilai positif algoritma yang bekerja di balik layar.

Selain itu, dominasi kelompok usia 18-24 tahun dalam populasi responden mempertegas karakteristik generasi digital native yang lebih responsif terhadap teknologi berbasis AI, terutama dalam platform hiburan seperti TikTok. Preferensi kelompok usia ini terhadap fitur personalisasi menjadi indikator penting bagi pengembangan sistem rekomendasi yang lebih etis dan transparan di masa mendatang. Temuan ini juga memberikan implikasi praktis bagi pengembang aplikasi, di mana faktor *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* harus menjadi fokus utama dalam

desain dan pengembangan fitur-fitur baru TikTok. Ke depannya, perlu dilakukan penelitian lanjutan terkait bagaimana transparansi algoritma dapat mempengaruhi persepsi dan sikap pengguna, mengingat algoritma rekomendasi yang sangat personal dapat menimbulkan risiko filter bubble dan kecanduan digital.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini algoritma berbasis AI pada platform TikTok memiliki dampak yang signifikan terhadap bagaimana pengguna berinteraksi dan menerima konten. Selain itu mereka menunjukkan hubungan yang kuat antara sikap pengguna saat menggunakan platform TikTok. Hasil analisis ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang menunjukkan bahwa data yang digunakan dapat dipertanggungjawabkan. Hasil menunjukkan bahwa interaksi pengguna dengan algoritma TikTok berkontribusi positif terhadap intensi penggunaan platform secara berkelanjutan. Penelitian ini mempertegas bahwa algoritma AI TikTok berperan dalam membentuk pola perilaku digital pengguna melalui pengalaman yang dipersonalisasi. Penelitian ini tidak hanya memperkuat penggunaan model TAM dalam platform berbasis AI, tetapi juga memberi pengetahuan teknologi informasi penting untuk membuat sistem rekomendasi yang lebih transparan, dan berfokus pada kenyamanan dan kebutuhan pengguna.

References

- [1] P. Hikmah Febryan dkk., "ANALISIS PENGGUNAAN AI DALAM ALGORITMA SOSIAL MEDIA : SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW," *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, vol. 9, no. 1, hlm. 1095, Feb 2025.
- [2] A. Santi Putri, S. Nurhayati, dan -Pengaruh Algoritma TikTok dan Konten Kreatif Pada TikTok Shop Terhadap Keputusan Pembelian, "Pengaruh Algoritma TikTok dan Konten Kreatif Pada TikTok Shop Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, vol. XI, no. 1, hlm. 2715–8594, Mar 2024.
- [3] Y. Qin, B. Omar, dan A. Musetti, "The addiction behavior of short-form video app TikTok: The information quality and system quality perspective," *Front Psychol*, vol. 13, Sep 2022, doi: 10.3389/fpsyg.2022.932805.
- [4] M. H. Subowo, S.Kom., M.T.I., "Pengaruh Prinsip Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Ojek Online Xyz," *Walisono Journal of Information Technology*, vol. 2, no. 2, hlm. 79,

- Des 2020, doi: [8] S. Widaningsih dan A. Mustikasari, "Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived enjoyment terhadap penerimaan teknologi informasi web SMB Universitas Telkom," *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, vol. 4, no. 12, Jul 2022.
- [5] S. I. Sri, Adam Bachtiar, Indriaturrahmi, dan Akbar Juliansyah, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Mahasiswa Terhadap QRIS Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)," *Infotek: Jurnal Informatika dan Teknologi*, vol. 7, no. 2, hlm. 533–543, Jul 2024, doi: <https://dx.doi.org/10.29408/jit.v7i2.26489>.
- [6] N. Wati, "Analisis Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan TikTok," *JTII*, vol. 7, no. 1, Mei 2022.
- [7] K. A. Ramadhan, A. Meiriza, N. R. Oktadini, P. Putra, dan P. E. Sevtiyuni, "Penerapan Metode Technology Acceptance Model Untuk Mengetahui Tingkat Penerimaan Pengguna Aplikasi Vidio," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, vol. 6, no. 2, hlm. 266–274, Apr 2024, doi: <https://doi.org/10.47233/jteksis.v6i2.1319>.
- [9] U. Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen Yulia Utami, P. Muslim Rasmanna, Y. Utami, dan S. Pelita Nusantara Medan, "Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen," *Jurnal Sains dan Teknologi*, vol. 4, no. 2, hlm. 21–24, Feb 2023.
- [10] H. Puspasari dan W. Puspita, "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19," *Jurnal Kesehatan*, vol. 13, no. 1, hlm. 65–71, Apr 2022, doi: [10.26630/jk.v13i1.2814](https://doi.org/10.26630/jk.v13i1.2814).