



ABSTRAK

Kesepian adalah masalah yang semakin mengemuka di kalangan remaja dan dewasa muda terutama di perkotaan. Dipengaruhi oleh gaya hidup modern dan dampak pandemi COVID-19. Di era digital khususnya aplikasi seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan Twitter, Tinder, Bumble, berperan untuk memfasilitasi interaksi sosial yang dapat mengatasi perasaan kesepian, meskipun ada keterbatasan dalam efektivitas aplikasi karena fragmentasi layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab kebutuhan pengguna bahwa perlunya aplikasi yang fokus pada pertemanan daripada kencan. Dalam menghadapi tantangan ini, aplikasi "Hy! I'm NexSphere" mengusung fokus pada pertemanan, bertujuan untuk membantu pengguna menemukan teman baru dan komunitas yang mendukung tanoa batasan topik tertentu.

Metode yang digunakan meliputi metode kualitatif yaitu wawancara dan metode kuantitatif yaitu survei dan analisa kelayakan finansial. Survei dilakukan selama enam hari pada tanggal 25-31 Mei 2024 terhadap 96 orang responden, bertujuan untuk memahami preferensi dan kesulitan bagi pengguna aplikasi dalam pencarian teman untuk berinteraksi. Wawancara dilakukan pada 31 Mei 2024 dan 4 Juni 2024 dengan perwakilan dari perusahaan yang menjalankan aplikasi gratis di Indonesia untuk memperoleh bagaimana menjalankan aplikasi gratis di Indonesia yang digunakan sebagai dasar perancangan model bisnis dari perusahaan "Hy! I'm NexSphere".

Dari hasil penelitian, tergambar bahwa terdapat keluhan serta kebutuhan dari pengguna aplikasi jejaring sosial saat ini. "Hy! I'm NexSphere" diharapkan dapat menjadi solusi atas keluhan dan kebutuhan pengguna aplikasi karena memiliki model bisnis yang mengakomodir hal tersebut. Analisis keuangan dilakukan dengan memperhitungkan *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Payback Period (PP)*. Hasil analisis keuangan menunjukkan NPV positif sebesar Rp7.685.303.339, IRR sebesar 32% dan PP pada 4 tahun 3 bulan, menandakan bahwa bisnis ini layak dijalankan.

Kata Kunci : Aplikasi, Kesepian, Model Bisnis



ABSTRACT

Loneliness is an increasingly prevalent issue among adolescents and young adults, particularly in urban areas, influenced by modern lifestyles and the impact of the COVID-19 pandemic. In the digital era, applications such as Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, Tinder, and Bumble play a crucial role in facilitating social interactions to alleviate feelings of loneliness, despite limitations in their effectiveness due to service fragmentation. This study aims to address user needs for applications focusing on friendship rather than dating. In response to these challenges, the "Hy! I'm NexSphere" application emphasizes friendship, aiming to help users find new friends and supportive communities without specific topic restrictions.

Methods employed include qualitative methods such as interviews and quantitative methods such as surveys and financial feasibility analysis. The survey was conducted over six days from May 25 to May 31, 2024, involving 96 respondents to understand user preferences and challenges in finding friends for interaction through the application. Interviews were conducted on May 31, 2024, and June 4, 2024, with representatives from companies running free applications in Indonesia to gather insights into operating free applications in Indonesia, which served as the basis for designing the business model of "Hy! I'm NexSphere."

From the research findings, it is evident that there are complaints and needs from current social networking application users. "Hy! I'm NexSphere" is expected to address these user complaints and needs through a business model that accommodates them. Financial analysis, considering Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and Payback Period (PP), indicated positive NPV amounting to Rp7,685,303,339, an IRR of 32%, and a PP of 4 years and 3 months, demonstrating the viability of this business venture.

Keywords: Application, Loneliness, Business Model