

Analisis *User Experience* pada Tiktok Menggunakan Metode *User Experience Questionnaire* (UEQ)

Yoseu Herawati¹, Yuli Maharetta Arianti², Sahni Damerianta¹ dan Nani Mintarsih¹

¹Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi, Universitas Gunadarma

²Manajemen Informatika Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi, Universitas Gunadarma

JL.Margonda Raya No. 100, Depok. 16424

E-mail: yoseuherawati18@gmail.com, yuli_maharetta@staff.gunadarma.ac.id,

sahni@staff.gunadarma.ac.id, nanim@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak

Tiktok merupakan salah satu media sosial populer yang memberikan ruang kreatifitas kepada berbagai kalangan usia untuk mengembangkan ide dalam memunculkan tren yang dapat diikuti. Fitur yang disajikan tiktok seperti fitur menyunting musik, efek, dan teks, mendukung para pencipta tren dan pengikut tren dalam menarik pengguna baru untuk mengunduh aplikasi Tiktok. Akan tetapi dari banyaknya tren yang populer, tidak semua tren bernilai positif. Ulasan yang ditemukan dalam *android market online* menunjukkan bahwa belum adanya pembatasan terkait konten yang menggiring pendapat buruk masyarakat internet dan pelaporan masih belum optimal oleh pihak Tiktok dalam menanggapi. Hal tersebut terkait dengan pengalaman pengguna selama menggunakan aplikasi Tiktok yang disebut *User Experience* (UX). Tingkat *User Experience* terhadap aplikasi Tiktok umumnya belum dilakukan penilaian, apakah termasuk dalam kategori baik ataupun tidak. *User Experience Questionnaire* (UEQ) merupakan metode yang dapat digunakan dalam menilai UX Tiktok dengan memperhatikan enam aspek penilaian dalam UEQ yaitu *Attractiveness*, *Perspiciuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*. Penggunaan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) dipilih, mengingat berdasarkan pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dinilai mudah dan cepat dalam menginterpretasikan pengalaman pengguna dari sebuah aplikasi. Pertanyaan dalam UEQ berjumlah 26, yang dikelompokkan berdasarkan aspek penilaian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi Tiktok pada aspek penilaian *Attractiveness* (1,31), *Perspiciuity* (1,34), *Stimulation* (1,29), dan *Novelty* (0,85) berada pada kategori “*Above Average*”, aspek penilaian *Efficiency* (1,04) berada pada kategori “*Below Average*”, dan aspek penilaian *Dependability* (0,40) berada pada kategori “*Bad*”. Hal ini menunjukkan bahwa diperlukan peningkatan khususnya pada aspek *Efficiency* dan *Dependability* sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para pengguna aplikasi Tiktok.

Kata kunci : Tiktok, *User Experience*, *User Experience Questionnaire*

Pendahuluan

Salah satu dampak pandemi virus COVID-19 di seluruh dunia berdampak pada peningkatan pengguna internet di berbagai negara dimana Indonesia juga mengalami peningkatan. Menurut Setyorini & Wulandari, data penduduk tahun 2019 yang memiliki *handphone* yaitu 63,53% dan yang memiliki komputer yaitu 18,78% dan ada sekitar 73,75% masyarakat memiliki akses internet [1]. Hal ini menyatakan bahwa sejak COVID-19 muncul, masyarakat mulai mengurangi kontak fisik (*offline*) saat beraktivitas. Sejak diterapkannya pembatasan kegiatan sosial, semua kegiatan dilakukan secara

online dengan memanfaatkan teknologi internet.

Tiktok merupakan aplikasi berbasis internet yang menyajikan konten berbagai video, yang memungkinkan para pengguna dapat menonton dan berbagi video secara bebas melalui jaringan internet [2]. Menurut Fitriana dan Yanti, Ulasan pengguna yang baik terhadap UX *design* dapat menjadi daya tarik bagi calon pengguna baru untuk menggunakan produk bisnis digital [3]. Akan tetapi dalam sebuah tingkat popularitas Tiktok masih memiliki fitur yang kurang baik dilihat dari salah satu ulasan masyarakat Indonesia yang bersumber pada *android market online* yang menyatakan bahwa belum adanya pembatasan terkait konten yang menggir-

ing pendapat buruk para masyarakat internet dan pelaporan masalah masih belum optimal oleh pihak Tiktok dalam menanggapi.

Ulasan buruk terhadap UX *design* aplikasi dapat menurunkan rating rata-rata aplikasi pada *android market online*, sehingga hal ini mempengaruhi pendapat publik terhadap fitur-fitur yang ada pada aplikasi apakah berfungsi dengan baik atau tidak. Para pesaing pengembang aplikasi serupa dapat memanfaatkan hal ini dalam menawarkan layanan serupa sehingga mengancam penurunan popularitas aplikasi terkait. Penurunan popularitas ini dapat dihindari dengan meningkatkan pelayanan aplikasi.

Tiga faktor penting dalam merancang UX *design* yaitu *usability* (kegunaan aplikasi dalam mencapai tujuan yang dinilai efektif dan efisien), *look* (penampilan yang menarik pengguna sehingga mengingat aplikasi), dan *feel* (perasaan pengguna untuk menggunakan aplikasi kembali). Menurut Frank Guo, terdapat tiga elemen dalam UX yaitu *valuable* (produk dengan fungsi yang sesuai dengan penggunaannya), *adoptability* (produk mudah didapatkan), dan *desirability* (ikatan emosional dengan pengguna dimana memaksa pengguna untuk tetap menggunakan produk) [4].

Analisis terhadap aplikasi Tiktok perlu dilakukan guna mengukur tingkat *User Experience* (UX). Sebuah metode dapat digunakan dalam proses analisis, salah satunya adalah metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan metode UEQ dalam pengukuran UX yaitu pada “Evaluasi UX pada Kahoot dan Socrative menggunakan Metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) Studi pada SMKN 3 Malang”, menunjukkan hasil bahwa Kahoot lebih unggul dalam aspek penilaian *User Experience Questionnaire* dibanding Socrative. Akan tetapi pada aspek penilaian *dependability* (ketepatan) mendapatkan nilai rendah pada item tak dapat diprediksi atau dapat diprediksi [5].

Penelitian terdahulu yang berjudul “Analisis dan Evaluasi Pengalaman Pengguna PaTik Bali dengan Metode *User Experience Questionnaire* (UEQ)”, menunjukkan hasil pada aspek penilaian *attractiveness* mendapat nilai rata-rata 1.8, *perspicuity* mendapat nilai 1.7, *efficiency* mendapat nilai 1.6, *dependability* mendapat nilai 1.7, *stimulation* mendapat nilai 2, dan *novelty* mendapat nilai 1.3. Analisa menghasilkan *Pragmatic Quality* dan *Hedonic Quality* mendapat nilai yang baik masing-masing yang mendapat nilai rata-rata 1.72 dan 1.73. Hasil analisa menggunakan metode UEQ menyatakan kategori “Baik” dengan nilai rata-rata yang didapat yaitu 1 [6].

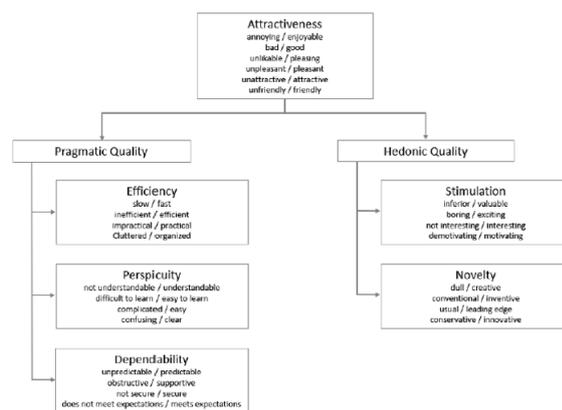
Penelitian terdahulu yang berjudul “Analisis Sistem Informasi DPMPSTSP Menggunakan Metode *User Experience Questionnaire*”, yang menunjukkan bahwa pada aspek penilaian *stimulation* (stimulasi) mendapat skor tertinggi yaitu 1,725. Sedangkan pada *perspicuity* mendapat skor terendah yaitu 1,617. Diagram *Benchmark* meny-

atakan kategori *Good*, *Excelent*, *Above Average* yang artinya situs memiliki kegunaan baik namun diperlukan peningkatan dalam *prespicuity* agar pengguna dapat dengan mudah memahami situs [7]. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengolah data kuesioner responden yang telah berusia 18 tahun menggunakan *Data Analysis Tools* (DAT) secara tepat serta melakukan analisis terhadap UX Tiktok dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) dalam memberikan solusi bagi pihak pengembang Tiktok secara analitis.

User Experience Questionnaire (UEQ)

UEQ yaitu salah satu metode yang digunakan untuk mengukur UX [8]. Enam aspek penilaian pada metode UEQ yang dikelompokkan dari 26 atribut pertanyaan. Berikut penjelasannya sebagai berikut [9]:

1. *Attractiveness* (daya tarik) yaitu kesan secara menyeluruh terhadap produk.
2. *Perspicuity* (kejelasan) yaitu pengguna tidak merasa bingung dalam mencapai tujuannya.
3. *Efficiency* (efisiensi) yaitu pengguna tidak memerlukan usaha besar/efisien dalam mencapai tujuannya.
4. *Dependability* (ketepatan) yaitu bagaimana perasaan pengguna dalam mengontrol produk.
5. *Stimulation* (stimulasi) yaitu motivasi pengguna dalam menggunakan produk.
6. *Novelty* (kebaruan) yaitu seberapa besar kebaruan produk tersebut.



Gambar 1: Aspek Penilaian Struktur dari Metode UEQ (Sumber : <https://www.ueq-online.org/>)

Setiap aspek penilaian yang ada pada Gambar 1, kemudian didapat kesimpulan atas kategori dari setiap skor. Kategorinya terdiri dari *Excellent*, *Good*, *Above Average*, *Below Average* dan *Bad*. Terdapat daftar pertanyaan pada survei UX menurut

metode UEQ yang dilihat pada Gambar 2 terdapat 26 atribut pertanyaan.

	1	2	3	4	5	6	7	
menyusahkan	o	o	o	o	o	o	o	menyenangkan
tak dapat dipahami	o	o	o	o	o	o	o	dapat dipahami
kreatif	o	o	o	o	o	o	o	monoton
mudah dipelajari	o	o	o	o	o	o	o	sulit dipelajari
bermanfaat	o	o	o	o	o	o	o	kurang bermanfaat
membosankan	o	o	o	o	o	o	o	mengasyikkan
tidak menarik	o	o	o	o	o	o	o	menarik
tak dapat diprediksi	o	o	o	o	o	o	o	dapat diprediksi
cepat	o	o	o	o	o	o	o	lambat
berdaya cipta	o	o	o	o	o	o	o	konvensional
menghalangi	o	o	o	o	o	o	o	mendukung
baik	o	o	o	o	o	o	o	buruk
runtut	o	o	o	o	o	o	o	sederhana
tidak disukai	o	o	o	o	o	o	o	menggembirakan
lazim	o	o	o	o	o	o	o	terdepan
tidak nyaman	o	o	o	o	o	o	o	nyaman
aman	o	o	o	o	o	o	o	tidak aman
memotivasi	o	o	o	o	o	o	o	tidak memotivasi
memenuhi ekspektasi	o	o	o	o	o	o	o	tidak memenuhi ekspektasi
tidak efisien	o	o	o	o	o	o	o	efisien
jelas	o	o	o	o	o	o	o	membingungkan
tidak praktis	o	o	o	o	o	o	o	praktis
terorganisasi	o	o	o	o	o	o	o	berantakan
atraktif	o	o	o	o	o	o	o	tidak atraktif
ramah pengguna	o	o	o	o	o	o	o	tidak ramah pengguna
konservatif	o	o	o	o	o	o	o	inovatif

Gambar 2: Dua Puluh Enam Atribut Pertanyaan UEQ (Sumber : <https://www.ueq-online.org/>)

Data Analysis Tools (DAT)

Data yang didapat menggunakan metode UEQ dapat diolah dengan menggunakan *Data Analysis Tools* (DAT). DAT ini dapat digunakan pada Microsoft Excel dan diunduh dari <https://www.ueq-online.org/>. Tiga tahapan penilaian UEQ menggunakan DAT, antara lain [10]:

1. Transformed Data

Hasil dari data responden yang di dapat, kemudian dimasukkan ke DAT untuk proses *transformed data* dengan urutan nilai (apabila atribut pertanyaan dinilai “positif” kiri atau kanan) dalam daftar kuesioner yang diaacak memiliki tujuan agar meminimalkan kecenderungan dari jawaban para responden. Responden memberikan nilai terhadap 26 atribut pertanyaan dengan poin skala 1 sampai 7.

Tabel 1: Transformed Data Skala Metode UEQ istilah negatif ke positif (Sumber: Dokumen Pribadi)

Poin Skala Penilaian	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Praktis	o	o	o	o	o	o	o	Praktis
Nilai Setelah Transformed Data	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	

Jawaban dari para responden diskala dari -3 yang artinya setuju atas istilah negatif pada atribut pertanyaan, +3 yang artinya setuju dengan istilah positif pada atribut pertanyaan. Setengah dari atribut mulai den-

gan istilah negatif dan lainnya istilah positif (dalam urutan acak) [11].

Tabel 2: Transformed Data Skala Metode UEQ istilah positif ke negatif (Sumber : Dokumen Pribadi)

Poin Skala Penilaian	1	2	3	4	5	6	7	
Kreatif	o	o	o	o	o	o	o	Monoton
Nilai Setelah Transformed Data	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	

2. Results

Hasil dari proses *transformed data*, kemudian dikelola untuk menghasilkan *results*. Hasil tersebut merupakan hasil utama dari metode UEQ dan digunakan sebagai acuan untuk perhitungan selanjutnya pada *Set Data Benchmark*. Perhitungan mean dan varians dari proses *transformed data* yang dihasilkan, skala keseluruhan dan skala asumsi dalam *Attractiveness*, *Pragmatic Quality*, dan *Hedonic Quality* ditentukan. Standar dalam penentuan skala mean yaitu nilai mean dengan evaluasi netral yaitu impresi antara -0,8 dan 0,8, sedangkan evaluasi positif yaitu nilai > 0,8 dan evaluasi negatif yaitu nilai < -0,8.

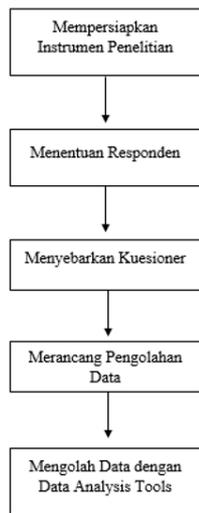
3. Set Data Benchmark

Metode UEQ menggunakan standar *Benchmark*, yang mencakup data dari 452 penilaian produk menggunakan UEQ yang berjumlah 20.190 peserta dalam semua penilaian. Perhitungan standar *Benchmark* digunakan untuk memberikan gambaran perbandingan kualitas aplikasi Tiktok dengan 452 produk dari data evaluasi pada UEQ, kemudian diperoleh nilai perbandingan dari hasil rerata analisis *results* [12].

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) dalam beberapa tahapan, seperti terlihat pada Gambar 3. Pada tahap mempersiapkan instrumen penelitian ini mencakup kuesioner untuk mengevaluasi produk digital. Pembuatan dan penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form*. Kuesioner dirancang untuk mengukur tingkat UX dalam menggunakan aplikasi Tiktok. Pertanyaan yang diajukan terdiri dari 26 atribut pertanyaan dengan 7 poin skala penilaian.

Pada tahap menentukan responden merupakan hal penting yang dilakukan untuk dengan benar menentukan responden yang memang menggunakan aplikasi Tiktok. Calon responden yang terpilih pada penelitian ini yaitu pengguna dari aplikasi Tiktok semasa pandemi Covid-19 dan telah berusia diatas 18 tahun.



Gambar 3: Tahapan Penelitian (Sumber : Dokumen Pribadi)

Pada tahap menyebarkan kuesioner meliputi kuesioner yang telah disusun dalam format *Google Form*, kemudian disebar kepada calon responden yang telah disiapkan. Kuesioner disebar melalui media sosial seperti Whatsapp, Line, dan Instagram. Data yang diperoleh dari responden dapat diunduh ke dalam bentuk *google sheet* untuk keperluan dalam mengolah data. Pada tahap merancang pengolahan data, terdapat tahapan dalam melakukan pengolahan data, antara lain:

1. Analisis Koefisien *Cronbach Alpha*

Tahap awal yaitu melihat konsistensi jawaban dari setiap atribut pertanyaan dari suatu aspek penilaian melalui *Cronbach alpha*. Menurut Schrepp Martin, Ada beberapa aturan-aturan berpendapat nilai > 0,60 atau > 0,70 sebagai tingkat yang cukup [13].

2. Interpretasi hasil

Setiap atribut pertanyaan memiliki skala penilaian dari -3 sampai +3. Dimana -3 menyatakan jawaban yang paling negatif, 0 netral, dan +3 menyatakan jawaban yang positif.

3. Analisis hasil pada setiap atribut pertanyaan.

Tahap akhir akan dilakukan adalah pengujian yang lebih komprehensif dan detail. Nilai dari setiap atribut pertanyaan dianalisis lebih lanjut. Analisis yang lebih mendetail akan membantu mengidentifikasi aspek penilaian mana yang perlu ditingkatkan.

Pada tahap mengolah data dengan *Data Analysis Tools* meliputi penyebaran kuesioner yang dilakukan dari tanggal 20 April 2022 hingga 16 Mei 2022 kepada para responden, diperoleh 200 data responden memenuhi kriteria pernah menggunakan aplikasi Tiktok semasa pandemi Covid-19 dan berusia diatas 18 tahun. Data jawaban dari setiap

atribut pertanyaan para responden di *Google Form* dimasukkan ke *Data Analysis Tools*.

Analisis dan Pembahasan

200 data jawaban dari setiap atribut pertanyaan para responden di *Google Form* dimasukkan ke DAT dalam tab “Data” yang mana nilai jawaban masih menyatakan poin skala 1 sampai dengan 7, lihat Tabel 3.

Tabel 3: Sebagian Hasil dari Kuesioner UEQ (Sumber : Dokumen Pribadi)

No	Atribut Pertanyaan									
	1	2	3	4	...	23	24	25	26	
1	6	6	3	3	...	4	4	4	5	
2	6	6	2	1	...	3	3	2	6	
3	7	7	4	1	...	3	2	3	5	
4	6	4	4	4	...	6	5	5	5	
5	7	7	2	2	...	2	3	3	6	
6	7	7	1	7	...	2	2	2	6	
7	3	5	6	6	...	4	6	6	6	
8	7	6	2	1	...	3	2	2	6	
9	4	6	1	3	...	4	5	5	3	
10	5	5	5	2	...	4	4	4	4	
...	
195	6	6	2	1	...	2	2	1	7	
196	5	5	4	5	...	5	5	5	5	
197	5	4	4	3	...	2	3	3	6	
198	4	6	3	2	...	3	3	2	5	
199	5	4	5	2	...	3	3	4	4	
200	4	4	4	4	...	4	4	4	4	

Selanjutnya setiap jawaban yang memperlihatkan skala penilaian dilakukan “*Transformed Data*” pada tab “DT” yang dapat dilihat pada Tabel 4. Tab “DT” skala di *transformed* sesuai dengan atribut pertanyaan yang diajukan apakah di mulai dengan atribut pertanyaan negatif (-3, -2, -1, 0, +1, +2, +3) atau atribut pertanyaan positif (+3, +2, +1, 0, -1, -2, -3).

DAT akan melakukan proses perhitungan untuk tingkat UX dengan memanfaatkan perhitungan statistik UEQ. Akan tetapi dalam melihat hasil perhitungan diperlukan analisis terhadap data yang masuk. Proses analisis dilakukan dengan melihat realibilitas dan inkonsistensi dari data jawaban para responden. Pengujian realibilitas dilakukan untuk melihat apakah kuesioner diyakini dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dan dapat mengutarakan informasi secara aktual.

Tabel 4: Sebagian Hasil Transformed Data dari Kuesioner UEQ (Sumber : Dokumen Pribadi)

No	Atribut Pertanyaan									
	1	2	3	4	...	23	24	25	26	
1	2	2	1	1	...	0	0	0	1	
2	2	2	2	3	...	1	1	2	2	
3	3	3	0	3	...	1	2	1	1	
4	2	0	0	0	...	-2	-1	-1	1	
5	3	3	2	2	...	2	1	1	2	
6	3	3	3	-3	...	2	2	2	2	
7	-1	1	-2	-2	...	0	-2	-2	2	
8	3	2	2	3	...	1	2	2	2	
9	0	2	3	1	...	0	-1	-1	-1	
10	1	1	-1	2	...	0	0	0	0	
...	
195	2	2	2	3	...	2	2	3	3	
196	1	1	0	-1	...	-1	-1	-1	1	
197	1	0	0	1	...	2	1	1	2	
198	0	2	1	2	...	1	1	2	1	
199	1	0	-1	2	...	1	1	0	0	
200	0	0	0	0	...	0	0	0	0	

Tabel 5: Uji Realibilitas (Sumber : Dokumen Pribadi)

Aspek Penilaian	Cronbach Alpha (α)	Keterangan
<i>Attractiveness</i>	0,81	Reliabel
<i>Perspiciuity</i>	0,69	Reliabel
<i>Efficiency</i>	0,69	Reliabel
<i>Dependability</i>	0,53	Tidak Reliabel
<i>Stimulation</i>	0,72	Reliabel
<i>Novelty</i>	0,48	Tidak Reliabel

Cronbach Alpha pada setiap aspek penilaian *Attractiveness*, *Perspiciuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty* diperlukan untuk melihat hasil apakah data para responden konsisten. Apabila terdapat perbedaan jelas (inkonsistensi dari jawaban dengan nilai critical >3) antara evaluasi UX yang sejenis, hal ini membuktikan terdapat masalah dalam pengisian jawaban. Jika hal ini terjadi, maka jawaban dari responden tersebut akan lebih baik dihapus.

Tabel 6: Sebagian Hasil Uji Skala Inkonsistensi (Sumber : Dokumen Pribadi)

No ^o	Scales with inconsistent answers ^o						Critical? ^o
	Attractiveness ^o	Perspiciuity ^o	Efficiency ^o	Dependability ^o	Stimulation ^o	Novelty ^o	
1 ^o	o	o	o	o	o	1 ^o	1 ^o
2 ^o	o	1 ^o	o	o	o	o	1 ^o
3 ^o	o	o	o	o	o	o	0 ^o
4 ^o	o	1 ^o	1 ^o	o	o	o	2 ^o
5 ^o	o	o	o	o	o	1 ^o	1 ^o
6 ^o	o	1 ^o	o	o	o	o	1 ^o
7 ^o	o	o	o	o	o	1 ^o	1 ^o
8 ^o	o	o	o	o	o	o	0 ^o
9 ^o	o	o	o	o	o	1 ^o	1 ^o
10 ^o	o	o	o	o	o	o	0 ^o
... ^o	... ^o	... ^o	... ^o	... ^o	... ^o	... ^o	... ^o
195 ^o	o	o	o	o	o	o	0 ^o
196 ^o	o	o	o	o	o	o	0 ^o
197 ^o	o	o	o	o	o	o	0 ^o
198 ^o	o	o	o	o	o	o	0 ^o
199 ^o	o	o	o	o	o	o	0 ^o
200 ^o	o	o	o	o	o	o	0 ^o

Tabel 5 menunjukkan masih terdapat nilai *Cronbach Alpha* yang <0,60, sehingga yang berkaitan dengan aspek penilaian *Dependability* dan *Nov-*

elty yang tidak reliabel harus dihapuskan agar keseluruhan data menjadi reliabel. Penghapusan data tersebut menggunakan bantuan *Inconsisten-*

cies Tools (Inkonsistensi Data) pada DAT. Hasil uji analisis inkonsistensi data dapat dilihat pada Tabel 6 untuk aplikasi Tiktok.

Hasil awal uji realibilitas aplikasi Tiktok, aspek penilaian *Dependability* dan *Novelty* tidak reliabel. Hal ini disebabkan oleh beberapa data pada aspek penilaian *Dependability* dan *Novelty* yang tidak konsisten. Penjelasan ketidakkonsistenan pada aspek penilaian *Dependability* dan *Novelty*, antara lain:

1. *Dependability*

Atribut pertanyaan menghalangi/mendukung, responden menjawab aplikasi Tiktok merupakan produk yang mendukung. Akan tetapi pada atribut pertanyaan memenuhi ekpektasi/tidak memenuhi ekpektasi, responden menjawab aplikasi Tiktok tidak memenuhi ekspektasi.

2. *Novelty*

Atribut pertanyaan konservatif/inovatif, responden menjawab aplikasi Tiktok meru-

pakan produk yang inovatif. Akan tetapi pada atribut pertanyaan kreatif/monoton, responden menjawab aplikasi Tiktok monoton.

Tabel 7: Uji Reliabilitas Setelah Data Dihapus (Sumber : Dokumen Pribadi)

Aspek Penilaian	Cronbach Alpha (α)	Keterangan
<i>Attractiveness</i>	0,85	Reliabel
<i>Perspiciuity</i>	0,73	Reliabel
<i>Efficiency</i>	0,76	Reliabel
<i>Dependability</i>	0,65	Reliabel
<i>Stimulation</i>	0,73	Reliabel
<i>Novelty</i>	0,60	Reliabel

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* setelah beberapa data yang inkonsisten dihapus dan data secara keseluruhan sudah reliabel. Dari 200 data yang dimiliki sebelumnya, sekarang berkurang menjadi 179 data sehingga terdapat 10,5% data yang dihilangkan, lihat Tabel 8.

Tabel 8: Sebagian Hasil Uji Skala Inkonsistensi Setelah Data Dihapus (Sumber : Dokumen Pribadi)

No	Scales with inconsistent answers						
	Attractiveness	Perspiciuity	Efficiency	Dependability	Stimulation	Novelty	Critical?
1						1	1
2		1					1
3							0
4		1	1				2
5						1	1
6		1					1
7						1	1
8							0
9						1	1
10							0
...
195							0
196							0
197							0
198							0
199							0
200							0

Sesudah melakukan konfirmasi terhadap skala inkonsistensi jawaban para responden, selanjutnya dilakukan perhitungan *mean* dan *variance* pada data jawaban responden. Hasil perhitungan *mean* dan *variance* dapat dilihat pada Gambar 4. *Mean* adalah hasil perhitungan rata-rata dari semua tanggapan para responden yang telah dikelompokkan

pada setiap aspek penilaian pada UEQ. *Variance* memperlihatkan variasi sebaran data dari hasil kuesioner. *Mean* dengan rentang antara -0,8 dan 0,8 adalah merupakan nilai evaluasi netral, nilai < -0,8 merupakan evaluasi negatif, dan nilai > 0,8 merupakan evaluasi positif.

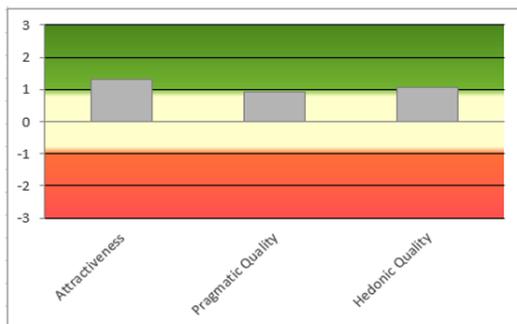
UEQ Scales (Mean and Variance)		
Attractiveness	↑ 1,309	0,77
Perspicuity	↑ 1,345	1,06
Efficiency	↑ 1,041	0,95
Dependability	→ 0,402	0,90
Stimulation	↑ 1,291	0,87
Novelty	↑ 0,851	1,07

Gambar 4: Mean Impresi dan Variance Aspek Penilaian (Sumber : Dokumen Pribadi)

Penyajian hasil perhitungan dapat dibagi menjadi tiga kelompok meliputi *Attractiveness*, *Pragmatic Quality*, dan *Hedonic Quality* yang ditunjukkan pada Tabel 9 dan Gambar 5. *Pragmatic Quality* menunjukkan aspek kualitas terkait tugas aplikasi, sedangkan *Hedonic Quality* menunjukkan aspek kualitas yang tidak berhubungan dengan tugas-tugas aplikasi. Kelompok *Attractiveness* dan *Hedonic Quality*, *Pragmatic Quality* mendapat evaluasi positif dengan nilai 1,31 untuk *Attractiveness*, nilai 0,93 untuk *Pragmatic Quality*, dan nilai 1,07 untuk *Hedonic Quality*. Hal ini menandakan hasil penelitian yang membuktikan aplikasi Tiktok berada pada level positif.

Tabel 9: *Pragmatic* dan *Hedonic Quality* UEQ (Sumber : Dokumen Pribadi)

Pragmatic and Hedonic Quality	
<i>Attractiveness</i>	1,31
<i>Pragmatic Quality</i>	0,93
<i>Hedonic Quality</i>	1,07

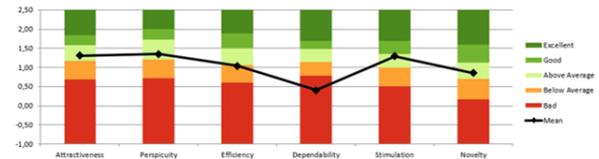


Gambar 5: Mean Impresi dan Variance Aspek Penilaian (Sumber : Dokumen Pribadi)

Hasil perbandingan antara evaluasi UX pada aplikasi Tiktok dengan benchmark dataset yang terdapat pada <https://www.ueq-online.org/> yang disajikan pada Gambar 5 dan Gambar 6.

Scale	Mean	Comparison to benchmark
Attractiveness	1,31	Above average
Perspicuity	1,34	Above Average
Efficiency	1,04	Below Average
Dependability	0,40	Bad
Stimulation	1,29	Above Average
Novelty	0,85	Above Average

Gambar 6: UEQ Benchmark Aplikasi Tiktok (Sumber : Dokumen Pribadi)



Gambar 7: Visualisasi UEQ Benchmark Aplikasi Tiktok (Sumber : Dokumen Pribadi)

Benchmark menginterpretasikan skor yang diperoleh [14]. Gambar 6 nilai mean diperoleh dari tabel Skala UEQ (mean dan variance). Gambar 7 garis hitam menunjukkan rata-rata nilai setiap aspek penilaian. Gambar 6 dan Gambar 7 membuktikan bahwa dari enam aspek penilaian *Attractiveness* (1,31), *Perspicuity* (1,34), *Stimulation* (1,29), dan *Novelty* (0,85) berada pada kategori “Above Average”, aspek penilaian *Efficiency* (1,04) berada pada kategori “Below Average”, dan aspek penilaian *Dependability* (0,40) berada pada kategori “Bad”.

Penutup

Hasil penelitian yang telah dilaksanakan, tab “*benchmark*” pada DAT menunjukkan aplikasi Tiktok dari aspek penelitian *Attractiveness*, *Perspicuity*, *Stimulation*, dan *Novelty* berada dalam kategori “Above Average”. Aplikasi Tiktok secara keseluruhan mendapat nilai yang baik, akan tetapi aspek penilaian *Efficiency* berada dalam kategori “Below Average”, dan aspek penilaian *Dependability* berada dalam kategori “Bad”. Hal ini menunjukkan bahwa diperlukan peningkatan khususnya pada aspek *Efficiency* dan *Dependability* sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para pengguna aplikasi Tiktok.

Saran dari hasil penelitian ini yaitu penelitian ini masih dapat dikembangkan menggunakan metode UX lainnya. Untuk menghindari ketidakkonsistenan jawaban para responden pada setiap atribut pertanyaan metode UEQ, penyebaran kuesioner disarankan untuk bertemu secara langsung dengan responden dan memberikan penjelasan pada setiap atribut pertanyaan sehingga responden dapat dengan mudah memahaminya.

Daftar Pustaka

- [1] N. Septantiningtyas & U. Hafidzah, “Pelaksanaan Pembelajaran Melalui Youtube; Upaya dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa pada Masa Pandemi di Madrasah Ibtidaiyah”, *Jurnal Basicedu*. Vol. 6, No. 4, pp. 5801-5808, 2022.
- [2] Abdulhakim Arrofi, “Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua – Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-anak di Media Sosial Tiktok”, Institutional Repository (UNDIP-IR) Website, 2019.
- [3] Raka Rizaldy & Raden Teduh Dirgahayu. “Pengembangan *Front-End* Sistem Informasi Pendataan Pendar Foundation Yogyakarta”, *AUTOMATA: Informatics Departemen Universitas Islam Indonesia*. Vol. 1, No. 2, pp. 1-10, 2020.
- [4] F. W. Joaldrik, H. Martani, Y.S. Kinkin dan A. Rosita, “Pengaruh *User Experience* (UX) *Design* Terhadap Kemudahan Pengguna Dalam Menggunakan Aplikasi *Carsworld*”, *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*. Vol. 17, No. 1, pp. 53-71, 2021.
- [5] Fauzan Fitrandi, Hanifah Muslimah Az-Zahra dan Admaja Dwi Herlambang, “Evaluasi *User Experience* pada Kahoot dan Socrative menggunakan Metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) (Studi pada SMKN 3 Malang)”, *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. Vol 3, No 11, pp. 10701-10704, 2020.
- [6] I Nyoman Saputra Wahyu Wijaya, Putu Praba Santika, Ida Bagus Ary Indra Iswara dan I Nyoman Alit Arsana, “Analisis dan Evaluasi Pengalaman Pengguna PaTik Bali dengan Metode *User Experience Questionnaire* (UEQ)”, *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* (JTIK). Vol 8, No 2, pp. 217-226, 2021.
- [7] Ni Kadek Risma Juniantari dan I Nyoman Tri Anindia Putra, “Analisis Sistem Informasi DPMPSTSP Menggunakan Metode *User Experience Questionnaire*”, *Jurnal Informatika dan Komputer* (JIKO). Vol 4, No 1, pp. 31-37, 2021.
- [8] Silvana R. Henim dan Rika P. Sari, “Evaluasi *User Experience* Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Menggunakan *User Experience Questionnaire*”, *Jurnal Komputer Terapan*. Vol. 6, No. 1, pp. 69-78, 2020.
- [9] Wibiansya A. Febrianto, Widhy H. N. Putra dan Andi R. Perdanakusuma. “Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Sistem Informasi Puskesmas *Paperless* menggunakan Metode *Usability Testing* dan *User Experience Questionnaire* (UEQ) Studi Kasus : Puskesmas Tarik Kabupaten Sidoarjo”, *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* e-ISSN 2548, 964X, 2019.
- [10] U. Rusydi, Aulyah Z. Ifani, Fathia I. Ammatulloh dan A. Maya, “Analisis Sistem Informasi Web LSP Menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ)”, *Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akutansi*. Vol. 4, No. 2, pp. 173-178, 2020.
- [11] S. Gede N. K. S. A. J., I. Putu S. dan I. Nyoman Y. A. “Analisis Sistem Informasi Akademik STIMK Primakara Menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ)”, *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, Vol. 8, No. 3, pp. 95-106, 2019.
- [12] Schrepp Martin, “*User Experience Questionnaire Handbook Version 8*”. Pp.1-15, 2019.
- [13] Diana Khuntari. “Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek dan Grab dengan Pendekatan *User Experience Questionnaire*”, *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*. Vol. 8, No. 1, pp. 275-286, 2022.
- [14] Martin Schrepp, Jorg Thomaschewski and Andreas Hinderks, “Design and Evaluation of a Short Version of the *User Experience Questionnaire* (UEQ-S)”, *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 4(6): 103, 2017.