

ANALISIS USER EXPERIENCE APLIKASI TWITTER MENGGUNAKAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ)

Eva Aulia

Jurusan Sistem Informasi, evaauliart@gmail.com, Universitas Gunadarma

ABSTRACT

Twitter is social networking site used to communicate in short messages which are often called “tweets”. The number of Twitter users in Indonesia reached 24 million in January 2023. Not long ago, Twitter underwent several changes such as changing several policies regarding blue ticks on Twitter accounts, limiting the number of characters in one Tweet upload, and changing several features in the application. These changes make the user experience worse and dissatisfied. Judging from the reviews uploaded on the Google Play Store, there are many bad reviews such as bugs after the update, the appearance being worse, and some users even give the application a 1-star rating.

This research was conducted to analyze and measure the quality of the user experience on the Twitter application using the User Experience Questionnaire (UEQ) method which consists of 26 statement items contained in 6 variables specifically attractiveness, perspicuity, efficiency, dependability, stimulation, and novelty. The results of this analysis aim to provide recommendations and suggestions on Twitter. Data collection used a Google Form questionnaire, processing and analyzing questionnaire data using the Data Analysis Tool to find out the results of data validation, average values, and benchmarks.

Based on the results of the analysis of calculating the average value, the attractiveness variable received a value of 1.733, the perspicuity variable received a value of 1.785, the efficiency variable received a value of 1.728, the dependability variable received a value of 1.605, the stimulation variable received a value of 1.308, and the novelty variable received a value of 0.395. After carrying out average calculations, the benchmark value results for the Twitter application were obtained. The variables of attractiveness, perspicuity, efficiency, and dependability are in a Good category, stimulation variables are in the Above Average category, and novelty variables are in the Below Average category.

Keywords: Analysis, Twitter, User Experience, User Experience Questionnaire, Data Analysis Tool, social media.

ABSTRAK

Twitter merupakan situs jejaring sosial yang digunakan untuk berkomunikasi dalam pesan singkat yang sering disebut “kicauan”. Jumlah pengguna Twitter di Indonesia mencapai 24 juta pengguna pada Januari 2023. Belum lama ini, Twitter mengalami beberapa perubahan seperti mengubah beberapa kebijakan mengenai centang biru pada akun Twitter, batasan jumlah karakter pada satu unggahan Tweet, dan mengubah beberapa fitur yang ada pada aplikasi tersebut. Perubahan tersebut justru membuat pengalaman pengguna menjadi buruk dan tidak puas. Dilihat dari ulasan yang diunggah pada Google Play Store, terdapat banyak ulasan buruk seperti terjadi bug setelah update, tampilannya menjadi jelek, bahkan beberapa pengguna memberikan peringkat bintang 1 pada aplikasi tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan mengukur kualitas user experience pada aplikasi Twitter menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ) yang terdiri dari 26 item pernyataan yang terdapat pada 6 variabel yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Hasil analisis ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi dan saran pada Twitter. Pengumpulan data menggunakan kuesioner Google Form, pengolahan dan analisis data kuesioner menggunakan Data Analysis Tool untuk mengetahui hasil validasi data, nilai rata-rata, dan benchmark.

Berdasarkan hasil analisis perhitungan nilai rata-rata, variabel daya tarik mendapatkan nilai 1,733, variabel kejelasan mendapatkan nilai 1,785, variabel efisiensi mendapatkan nilai 1,728, variabel ketepatan mendapatkan nilai 1,605, variabel stimulasi mendapatkan nilai 1,308, dan variabel kebaruan mendapatkan nilai 0,395. Setelah melakukan perhitungan rata-rata, didapatkan hasil nilai benchmark aplikasi Twitter. Variabel daya tarik, kejelasan, efisiensi, dan ketepatan berada pada kategori Good, variabel stimulasi berada pada kategori Above Average, variabel kebaruan berada pada kategori Below Average.

Kata Kunci: Analisis, Heuristic Evaluation, KFCKU, Usability, User Experience.

1. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, kemajuan teknologi semakin meningkat. Hampir semua bidang telah memanfaatkan teknologi, salah satunya adalah dalam penggunaan internet. Saat ini, internet sangat berperan penting bagi aktivitas manusia sehari-hari seperti mencari informasi, komunikasi, transaksi, hiburan, dan lain-lain. Laporan We Are Social mencatat, pada Januari 2023 jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212,9 juta pengguna yang artinya meningkat sebanyak 3,85% dibanding setahun lalu pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 205 juta pengguna.

Twitter merupakan situs jejaring sosial online yang digunakan orang-orang untuk berkomunikasi dalam pesan singkat yang sering disebut “kicauan”. Pengguna mengunggah Tweet, yang dapat berisi foto, video, tautan, dan teks. Pesan diunggah ke profil pengguna, terkirim ke pengikut pengguna, dan dapat dicari pada pencarian Twitter. Twitter merupakan salah satu aplikasi yang cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia. Menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna Twitter di Indonesia mencapai 24 juta pengguna pada Januari 2023. Angka tersebut menempatkan Indonesia pada peringkat kelima sebagai negara dengan pengguna Twitter terbanyak di dunia.

Belum lama ini, Twitter mengalami beberapa perubahan seperti mengubah beberapa kebijakan mengenai centang biru pada akun Twitter, batasan jumlah karakter pada satu unggahan Tweet, dan mengubah beberapa fitur yang ada pada aplikasi tersebut. Namun, ternyata justru perubahan tersebut membuat pengalaman pengguna menjadi buruk dan tidak puas. Dilihat dari ulasan yang diunggah pada Google Play Store, terdapat banyak ulasan buruk seperti terjadi bug setelah update, tampilannya menjadi jelek, bahkan beberapa pengguna memberikan peringkat bintang 1 pada aplikasi tersebut.

Untuk itu, analisis terhadap Twitter perlu dilakukan untuk mengukur tingkat pengalaman pengguna / User Experience (UX). Metode yang akan digunakan adalah metode User Experience Questionnaire (UEQ). Dalam penilaiannya, pengguna akan mengisi kuesioner yang mengacu pada 6 skala pengukuran yaitu Attractiveness (daya tarik), Perspicuity (kejelasan), Efficiency (efisiensi), Dependability (ketepatan), Stimulation (stimulasi), dan Novelty (kebaruan). Pada kuesioner, nantinya terdapat 26 atribut pertanyaan. Setiap pertanyaan memiliki rentang poin skala 1 sampai 7. Metode UEQ memberikan pengukuran yang komprehensif terhadap penilaian mengenai tingkat pengalaman pengguna dan metode ini memberikan hasil perbandingan dengan produk/layanan lainnya yang pernah dilakukan pengujian melalui UEQ. Kelebihan dari metode UEQ diantaranya, metode ini dapat mengukur aspek pengalaman pengguna dengan sangat cepat dan penerapan UEQ biasanya hanya membutuhkan waktu selama 3 – 5 menit untuk membaca dan menyelesaikan kuesioner. Selain itu, metode ini juga menyediakan alat analisis yaitu UEQ Data Analysis Tool untuk menginterpretasikan hasil analisis secara akurat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Analisis

Analisis merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, yang dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2019).

2.2. Media Sosial

Media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi informasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Rulli Nasrullah, 2017).

2.3. Media Sosial

Twitter merupakan situs jejaring sosial online yang digunakan orang-orang untuk berkomunikasi dalam pesan singkat yang sering disebut “tweet”. Twitter membatasi penggunaannya untuk mengirim sebuah tweet dengan batas 280 karakter. Twitter sendiri didirikan oleh Jack Dorsey yang merupakan seorang mahasiswa di Universitas New York.

2.4. User Experience (UX)

Menurut definisi dari ISO 9241-210, user experience adalah persepsi seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. User Experience (UX) menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, sistem, dan jasa.

2.5. User Interface (UI)

Menurut Muhyidin, et al. (2020) dalam jurnal ilmiahnya menjelaskan User Interface merupakan ilmu yang mempelajari tentang tata letak desain grafis pada tampilan sebuah website atau aplikasi. User Interface berfokus pada keindahan tampilan sebuah website atau aplikasi.

2.6. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berarti dapat “dipercaya” artinya, instrumen dapat memberikan hasil yang tepat. Alat ukur instrumen dikategorikan reliabel jika menunjukkan konstanta hasil pengukuran dan mempunyai ketetapan hasil pengukuran sehingga terbukti bahwa alat ukur itu benar-benar dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

2.7. User Experience Questionnaire

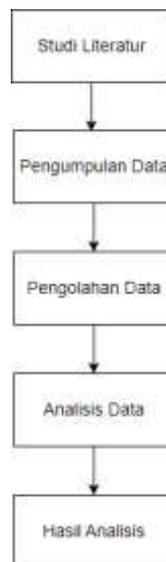
User Experience Questionnaire (UEQ) merupakan suatu metode pengukuran user experience yang dikembangkan oleh Dr. Martin Schrepp. UEQ mengizinkan melakukan proses penilaian yang cepat atas pengalaman pengguna terhadap produk interaktif..

2.8. Data Analysis Tool

Data Analysis Tool (DAT) dikembangkan oleh Dr. Martin Schrepp untuk mempermudah proses penelitian data UEQ. DAT merupakan alat berbasis Microsoft Excel yang diprogram oleh tim UEQ untuk menganalisis dan mengolah data responden UEQ. DAT tersedia dan dapat diunduh secara gratis pada halaman <https://www.ueq-online.org/>.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dapat dideskripsikan, dibuktikan, dikembangkan, dan ditemukan pengetahuan, teori, untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam kehidupan manusia (Sugiyono, 2012). Tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 1. Alur Metode Penelitian

3.1 Studi Literatur

Sebelum melakukan penelitian, perlu dilakukan kajian tentang hal yang berkaitan dengan analisis pengalaman pengguna dengan membaca ebook, jurnal ilmiah, artikel-artikel, dan mempelajari berbagai referensi serta hasil dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait User Experience Questionnaire (UEQ) guna mendukung penyelesaian masalah pada penelitian ini.

3.2 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik yang dilakukan dalam mengumpulkan data untuk

memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Pengumpulan data dapat berupa tes, kuesioner, wawancara, observasi, dan lain sebagainya.

a. Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengguna Twitter di Indonesia yang berjumlah 24 juta pengguna berdasarkan laporan We Are Social dan Hootsuite (Januari 2023) dan yang menjadi sumber adalah pengguna Twitter selama minimal 1-3 tahun dan berusia minimal 18 tahun keatas.

b. Sampel

Dari total jumlah populasi pengguna Twitter di Indonesia dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% maka untuk menentukan sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan rumus Slovin. Berdasarkan hasil perhitungan yang didapatkan dari rumus Slovin, maka diketahui jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebanyak 99,99 yang dibulatkan menjadi 100 responden pengguna aplikasi Twitter dengan tingkat kepercayaan 90% dan batas kesalahan sebesar 10%.

3.3 Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini digunakan User Experience Questionnaire (UEQ) yang dapat diunduh pada situs <http://www.ueq-online.org/>. Dalam UEQ terdapat 6 variabel yang diturunkan menjadi 26 atribut pertanyaan dengan 7 poin skala penilaian.

3.4 Membuat dan Menyebarkan Kuesioner

Kuesioner dibuat dengan menggunakan Google Form dan akan disebarluaskan melalui aplikasi Twitter. Format kuesioner terdiri dari 3 bagian, bagian pertama berisi pembuka, bagian kedua berisi profil responden, dan bagian ketiga berisi 26 pertanyaan UEQ. Responden dapat menjawab kuesioner dengan memilih jawaban berupa skala 1 sampai 7. Data yang terkumpul akan diolah dan dianalisis menggunakan Data Analysis Tool (DAT).

3.5 Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan akan diolah menggunakan Data Analysis Tool (DAT) yang didalamnya sudah terdapat berbagai perhitungan yang dibutuhkan. Data hasil kuesioner akan dimasukkan ke dalam Data Analysis Tool yang berupa file Microsoft Excel. Tahapan dalam melakukan pengolahan data yaitu input data responden, transformasi data, dan uji validasi data.

3.6 Analisis Data

Pada tahap ini dilakukan analisis berdasarkan hasil data yang telah diolah. Tahap dalam melakukan analisis data sebagai berikut :

1. Perhitungan Rata-Rata

Nilai rata-rata didapatkan dari data kuesioner yang sudah dikonversi menggunakan UEQ Data Analysis Tool yang akan digunakan sebagai gambaran jawaban responden. Perhitungan nilai rata-rata dibagi menjadi 3 bagian yaitu, nilai rata-rata berdasarkan setiap item, nilai rata-rata berdasarkan setiap variabel, dan nilai rata-rata berdasarkan daya tarik, kualitas pragmatis, dan hedonis. Skala nilai rata-rata dapat dilihat pada Tabel 1. sebagai berikut :

Tabel 1. Skala Penilaian Rata-Rata Pada Kuesioner

Rentang Nilai Rata-Rata	Keterangan	Representasi Warna
> 0,8	Evaluasi Positif	Hijau
-0,8 sampai 0,8	Evaluasi Netral	Kuning
< -0,8	Evaluasi Negatif	Merah

2. Data Benchmarking

Pada tahap ini dilakukan perbandingan antara produk yang sedang dianalisis yaitu Twitter dengan produk-produk yang pernah dievaluasi melalui UEQ Data Analysis Tool. Hasil perbandingan data benchmark bertujuan untuk mendapatkan kesimpulan mengenai kualitas relatif dari layanan Twitter dengan produk lainnya.

3.7 Hasil Analisis

Hasil analisis didapatkan setelah melakukan perhitungan pada tahap pengolahan data dan analisis data. Hasil analisis akan menunjukkan hasil tingkat user experience pada aplikasi Twitter berdasarkan 6 variabel attractiveness, perspicuity, efficiency, dependability, stimulation, dan novelty.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis user experience pada aplikasi Twitter menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ). Data yang digunakan dalam penelitian diambil dari responden yang merupakan pengguna aplikasi Twitter dalam kurun waktu minimal 1-3 tahun dan berusia minimal 18 tahun. Jumlah responden yang dibutuhkan berdasarkan perhitungan rumus Slovin adalah 100 responden dan total responden yang diperoleh adalah sebanyak 100 responden.

Kuesioner yang digunakan memiliki 6 variabel pengukuran, yaitu Daya Tarik (attractiveness), Kejelasan (perspicuity), Efisien (efficiency), Ketepatan (dependability), Stimulasi (stimulation), dan Kebaruan (novelty). Data penelitian yang terkumpul dari kuesioner diolah dan dianalisis menggunakan UEQ Data Analysis Tool.

4.2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden melalui aplikasi Twitter dalam bentuk link Google Form. Periode pengumpulan data dimulai dari tanggal 23 Mei –3 Juni 2023.

a. Data Karakteristik Responden

Total seluruh responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang seluruhnya merupakan pengguna aplikasi Twitter. Berikut merupakan karakteristik seluruh responden yang terdapat pada penelitian.

b. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden perempuan berjumlah 84 orang (84%) dan responden laki-laki berjumlah 16 orang (16%). Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih mendominasi dibandingkan responden laki-laki.

c. Responden Berdasarkan Usia

Jumlah responden yang berusia 18 tahun berjumlah 4 orang (4%), usia 19 tahun berjumlah 10 orang (10%), usia 20 tahun berjumlah 12 orang (12%), usia 21 tahun berjumlah 23 orang (23%), usia 22 tahun berjumlah 33 orang (33%), usia 23 berjumlah 11 orang (11%), usia 24 tahun berjumlah 2 orang (2%), usia 25 tahun berjumlah 2 orang (2%), usia 26 tahun berjumlah 2 orang (2%), usia 36 tahun berjumlah 1 orang (1%).

d. Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Jumlah responden yang berstatus belum bekerja sebanyak 80 orang (80%) dan responden yang berstatus sudah bekerja sebanyak 20 orang (20%). Hal tersebut menunjukkan responden yang belumbekerja lebih mendominasi.

e. Responden Berdasarkan Lama Pemakaian Aplikasi

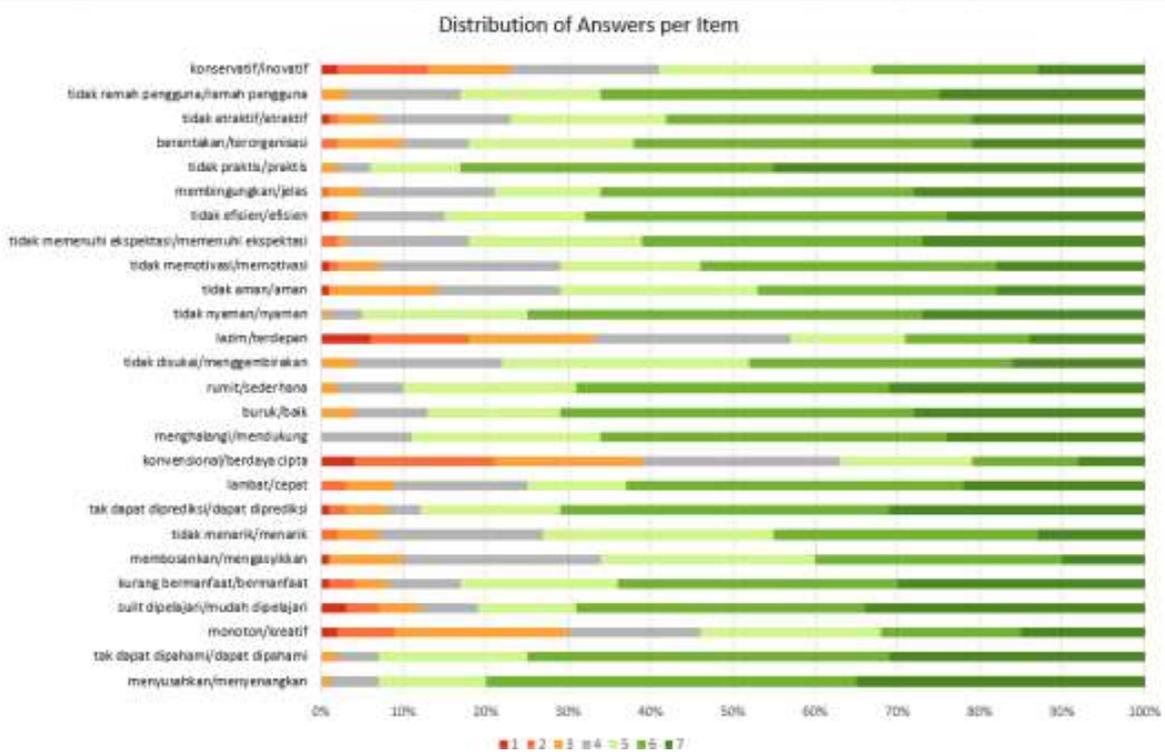
Jumlah responden yang menggunakan aplikasi Twitter selama 1-3 tahun sebanyak 22 orang (22%) dan jumlah responden yang menggunakan aplikasi Twitter selama > 3 tahun sebanyak 78 orang (78%). Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden telah menggunakan aplikasi Twitter selama lebih dari 3 tahun.

f. Responden Berdasarkan Intensitas Pemakaian Aplikasi

Jumlah responden yang menggunakan aplikasi Twitter dengan intensitas pemakaian sangat sering sebanyak 66 orang (66%), intensitas pemakaian sering sebanyak 24 orang (24%), intensitas pemakaian terkadang sebanyak 9 orang (9%), dan intensitas pemakaian jarang sebanyak 1 orang (1%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan aplikasi Twitter setiap hari.

4.3 Distribusi Jawaban Responden

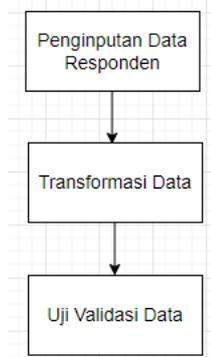
Dari 100 responden yang mengisi kuesioner penelitian, distribusi jawaban pada setiap item telah diperoleh dan dapat diamati pada lembar “answer_distributions”. Distribusi jawaban pada masing-masing item dapat diamati pada worksheet “Answer_Distributions”. Berikut grafik distribusi jawaban per item dapat dilihat pada Gambar 4.8



Gambar 2. Grafik Distribusi Jawaban Responden

4.4 Pengolahan Data

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, kuesioner ini memiliki 100 responden dan 26 pertanyaan. Langkah-langkah pengolahan data dapat dilihat pada Gambar 4.9.



Gambar 3. Bagan Pengolahan Data

1. Penginputan Data Responden

Data yang diperoleh dari kuesioner akan dimasukkan ke dalam Data Analysis Tool yang berbentuk worksheet excel. Di dalam Data Analysis Tool terdapat beberapa worksheet salah satunya worksheet “Data”. Data kuesioner dimasukkan ke dalam tabel items yang tersedia pada worksheet “Data”. Tabel items berisi 26 nomor item yang sudah disesuaikan dengan 26 item pada UEQ.

2. Transformasi Data

Transformasi data merupakan tahap mengubah nilai yang semula berskala 1 sampai 7. Pada worksheet “DT” yang terdapat pada Data Analysis Tool, data akan bertransformasi berdasarkan jawaban responden. Nilai transformasi data terdiri dari -3, -2, -1, 0, +1, +2, +3. Nilai -3 mewakili nilai paling negatif dan +3 mewakili nilai paling positif.

3. Uji Validasi Data

Untuk melihat data para responden konsisten, nilai yang perlu digunakan pada pengujian ini

adalah nilai Cronbach's Alpha. Semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha maka data responden dinilai memiliki konsistensi yang tinggi. Sebuah variabel dikatakan reliabel jika mendapatkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ (Ghozali, 2016).

4.5 Analisis Data

Pada analisis data dilakukan perhitungan nilai rata-rata dan data benchmarking. Analisis data dilakukan untuk mengetahui hasil user experience pengguna terhadap aplikasi Twitter. Data jawaban responden dimasukkan ke dalam tabel items yang tersedia pada worksheet "Data" dan secara otomatis hasil analisis dapat dilihat pada worksheet "Results" dan worksheet "Benchmark".

1. Perhitungan Nilai Rata-Rata

Nilai rata-rata dari data kuesioner yang sudah dikonversi menggunakan UEQ Data Analysis Tool digunakan sebagai gambaran jawaban responden. Perhitungan ini terdiri dari 3 hal yaitu perhitungan nilai rata-rata berdasarkan setiap item, variabel, dan daya tarik, kualitas pragmatis dan kualitas hedonis.

2. Nilai Rata-Rata Berdasarkan Setiap Item

Rentang nilai rata-rata pada setiap item yang terdiri dari variabel attractiveness (daya tarik), perspicuity (kejelasan), efficiency (efisiensi), dependability (ketepatan), stimulation (stimulasi) mendapatkan nilai $> 0,8$ artinya responden memberikan respon positif terhadap pernyataan item, sedangkan variabel novelty (kebaruan) mendapatkan nilai $< 0,8$ artinya responden memberikan respon netral terhadap pernyataan item.

3. Nilai Rata-Rata Berdasarkan Variabel

Variabel Attractiveness (Daya Tarik), Perspicuity (Kejelasan), Efficiency (Efisiensi), Dependability (Ketepatan), dan Stimulation (Stimulasi) mendapatkan nilai $> 0,8$ yang artinya mendapatkan penilaian positif, sedangkan variabel novelty (Kebaruan) mendapatkan nilai $< 0,8$ yang artinya mendapatkan penilaian netral.

4. Nilai Rata-Rata Berdasarkan Daya Tarik, Kualitas Pragmatis dan Hedonis

Skala variabel daya tarik yang berkaitan dengan kesan sebuah produk mendapatkan nilai evaluasi positif yang menunjukkan bahwa para pengguna menyukai tampilan aplikasi Twitter. Skala variabel kualitas pragmatis yang berkaitan dengan manfaat yang dirasakan, efisiensi, dan kemudahan menggunakan suatu produk mendapatkan nilai evaluasi positif yang menunjukkan bahwa aplikasi Twitter mudah untuk dipahami, membantu pengguna untuk mencapai tujuan, dan memiliki tingkat kehandalan untuk mendukung aktivitas pengguna. Skala variabel kualitas hedonis yang berkaitan dengan stimulasi dan kebaruan juga mendapatkan nilai evaluasi positif yang menunjukkan bahwa pengguna merasa cukup termotivasi untuk menggunakan aplikasi Twitter.

4.6 Data Benchmarking

Hasil benchmark aplikasi Twitter pada variabel Attractiveness (Daya Tarik), Perspicuity (Kejelasan), Efficiency (Efisiensi), dan Dependability (Ketepatan) mendapatkan penilaian good (baik). Pada variabel Stimulation (Stimulasi) mendapatkan penilaian above average (di atas rata-rata). Pada variabel Novelty (Kebaruan) mendapatkan penilaian below average (di bawah rata-rata).

4.7 Hasil Analisis

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata per item pada variabel Attractiveness (Daya Tarik), semua item mendapatkan penilaian positif. Hasil data benchmarking pada variabel Attractiveness (Daya Tarik) mendapatkan penilaian Good (baik). Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata per item pada variabel Perspicuity (Kejelasan), semua item mendapatkan penilaian positif. Hasil data benchmarking pada variabel Attractiveness (Daya Tarik) mendapatkan penilaian Good (baik).

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata per item pada variabel Efficiency (Efisiensi), semua item mendapatkan penilaian positif. Hasil data benchmarking pada variabel Efficiency (Efisiensi) mendapatkan penilaian Good (baik). Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata per item pada variabel Dependability (Ketepatan), semua item mendapatkan penilaian positif. Hasil data benchmarking pada variabel Dependability (Ketepatan) mendapatkan penilaian good (baik).

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata per item pada variabel Stimulation (Stimulasi), semua item mendapatkan penilaian positif. Hasil data benchmarking pada variabel Stimulation (Stimulasi) mendapatkan penilaian above average (di atas rata-rata). Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata per item pada variabel Novelty (Kebaruan), semua item mendapatkan penilaian netral. Hasil data benchmarking pada variabel Novelty (Kebaruan) mendapatkan penilaian below average (bawah rata-rata).

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Analisis user experience (UX) pada aplikasi Twitter telah berhasil dilakukan. Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata (mean), variabel Attractiveness (Daya Tarik) mendapatkan skor 1,733 berada pada area positif, variabel Perspicuity (Kejelasan) mendapatkan skor 1,785 berada pada area positif, variabel Efficiency (Efisiensi) mendapatkan skor 1,728 berada pada area positif, variabel Dependability (Ketepatan) mendapatkan skor 1,605 berada pada area positif, variabel Stimulation (Stimulasi) mendapatkan skor 1,308 berada pada area positif, dan variabel Novelty (Kebaruan) mendapatkan skor 0,395 berada pada area netral. Setelah melakukan perhitungan rata-rata (mean), didapatkan hasil nilai benchmark. Variabel Daya Tarik (attractiveness), Kejelasan (perspicuity), dan Efisien (efficiency) berada pada kategori Good (baik) yang memiliki interpretasi 10% produk pada dataset memiliki skor yang lebih tinggi, sedangkan 75% lainnya lebih rendah. Variabel Stimulasi (stimulation) berada pada kategori Above Average (di atas rata-rata) yang memiliki interpretasi 25% produk pada dataset lebih tinggi, sedangkan 25% lainnya lebih rendah. Variabel Kebaruan (novelty) berada pada kategori Below Average (di bawah rata-rata) yang memiliki interpretasi 50% produk pada dataset memiliki skor yang lebih tinggi, sedangkan 25% lainnya lebih rendah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat saran yang dapat dipertimbangkan oleh pihak Twitter yaitu area yang terkait dengan aspek variabel Daya Tarik (attractiveness), Kejelasan (perspicuity), Efisien (efficiency), dan Stimulasi (stimulation) dapat dipertahankan atau ditingkatkan untuk mendapatkan nilai Excellent (sangat baik). Untuk meningkatkan nilai benchmark pada aspek Kebaruan (novelty), pada area yang terkait dengan aspek tersebut perlu diperbaiki dengan cara menciptakan inovasi agar aplikasi Twitter terasa lebih unggul dibandingkan dengan aplikasi lain yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Ghifari Hartzani, "Evaluasi User Experience Pada Dompot Digital Ovo Menggunakan User Experience Questionnaire (Ueq)," Uin Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2021.
- [2] A. Wahyuni Purbohastuti, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Tirtayasa Ekonomika*, Pp. 212-230, 2017.
- [3] A. R. Suardi And W. Widhiarso, "Memetakan Pengalaman Pengguna Dengan Menggunakan User Experience Questionnaire (Ueq)," In *Mdp Student Conference (Msc) 2023*, 2023, Pp. 590-595.
- [4] C. Sylvia, A. Angela, And F. Halim, "Evaluasi User Experience Platform Video Communication Dengan User Experience Questionnaire (Ueq)," *Jurnal Media Informatika Budidarma*, Pp. 1412-1421, 2021.
- [5] C. M. Annur, "Pengguna Twitter Di Indonesia Capai 24 Juta Hingga Awal 2023, Peringkat Berapa Di Dunia?" [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-24-juta-hingga-awal-2023-peringkat-berapa-di-dunia>. [Accessed: 20 March 2023].
- [6] E. A. Batu Bara Et Al., "Penelitian Tentang Twitter," *Jurnal Edukasi Nonformal*, Pp. 167-172, 2022.
- [7] F. Kurnia, "Analisis Data," [Online]. Available: <https://dailysocial.id/post/analisis-data>. [Accessed: 14 May 2023].
- [8] M. A. Maricar, D. Pramana, And D. R. Putri, "Evaluasi Penggunaan Slims Pada E- Library Dengan Menggunakan User Experience Questionnaire (Ueq)," *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (Jtiik)*, Pp. 319-328, 2021.
- [9] M. A. Rizaty, "Pengguna Internet Di Indonesia Sentuh 212 Juta Pada 2023," [Online]. Available: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>. [Accessed: 20 March 2023].
- [10] M. H. Zulfahmi And D. F. Suyatno, "Pengukuran Dan Perbaikan User Experience Siakadu Mobile Web (Studi Kasus: Universitas Negeri Surabaya)," *Jurnal Manajemen Informatika*, Pp. 129-135, 2019.
- [11] R. Y. A. Wibowo, S. H. Wijoyo, And R. I. Rokhmawati, "Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Banking Di Indonesia Dengan Menggunakan Usability Testing Dan User Experience Questionnaire (Ueq) (Studi Pada Jakone Mobile Dan Bca Mobile)," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, Pp. 5666-5673, 2019.
- [12] R. Auliazmi, G. Rudyanto, And R. D. Widi Utomo, "Kajian Estetika Visual Interface Dan User Experience Pada Aplikasi Ruangguru," *Jurnal Seni & Reka Rencang*, Pp. 21-36, 2021.
- [13] Sasmito And E. Adi, "Analisis Pengalaman Pengguna Pada Layanan Pesan Antar Makanan Studi

- Kasus Go-Food Dan Grab Food," Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh September, 2018.
- [14] S. R. Henim And R. P. Sari, "Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire," *Jurnal Politeknik Caltex Riau*, Pp. 69-78, 2020.
- [15] S. Rohmah And M. Ary, "Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Pinjaman Online Menggunakan Metode Usability Testing Dan User Experience Questionnaire (Studi Kasus: Pada Akulaku Dan Kredivo Indonesia)," *Jurnal Sistem Informasi*, Pp. 2230-2244, 2021.
- [16] S. Elisurya, H. M. Az-Zahra, And N. H. Wardani, "Evaluasi Pengalaman Pengguna Menggunakan Usability Testing Dan User Experience Questionnaire (Ueq) (Studi Pada E-Commerce Fashion)," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, Pp. 4327-4332, 2019.
- [17] Twitter, "Pertanyaan Umum Pengguna Baru," [Online]. Available: <https://help.twitter.com/id/resources/new-user-faq>. [Accessed: 20 March 2023].
- [18] Y. S. Jamilah And A. C. Padmasari, "Perancangan User Interface Dan User Experience Aplikasi Say.Co," *Jurnal Tanra*, Pp. 73-87, 2022.