

BAB II

KAJIAN TEORI DAN PUSTAKA

A. Kajian Teori dan Pustaka

1. *User Experience*

a. Pengertian *User Experience*

Menurut Fajri et al. (2021), *user experience* dimaknai sebagai berikut:

User experience merupakan seluruh perasaan atau pengalaman seseorang ketika menggunakan sebuah produk seperti situs web, aplikasi perangkat lunak, dan perangkat seluler yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan saat menggunakan aplikasi.

Sedangkan menurut Himawan & F (2020), *user experience* dimaknai sebagai berikut:

User experience dalam bahasa berarti “pengalaman pengguna” yaitu pengalaman yang diberikan *software* atau *website* kepada pengguna agar interaksi yang dilakukan menyenangkan dan menarik.

“*User experience* yang baik” diartikan sebagai “*user experience* yang memenuhi kebutuhan pengguna dengan keanggunan produk yang menyenangkan digunakan dan dimiliki” Aulia et al. (2020).

Sehingga *user experience* adalah segala sesuatu yang dirasakan seseorang terhadap suatu produk dan menilai tentang kemudahan, kenyamanan, kertertarikan, dan kesenangan terhadap produk yang disajikan.

b. Manfaat *User Experience*

Menurut Himawan & F (2020), manfaat dari *user experience* sebagai berikut:

- 1) Memudahkan pengguna: Penerapan *user experience* akan mempermudah pengguna dalam menggunakan aplikasi karena terdapat penilaian aspek *usability*.
- 2) Menarik minat pengguna: Penerapan *user experience* digunakan untuk menarik minat pengguna, karena apabila tidak menarik akan mudah ditinggalkan pengguna.
- 3) Menghasilkan UI yang bagus: Apabila penerapan *user experience* diperhatikan dengan benar, maka akan menghasilkan desain UI yang bagus.
- 4) Memenangkan persaingan: Penerapan *user experience* yang baik dan benar akan bisa memenangkan pasar meskipun terdapat kompetitor yang bergerak dibidang yang sama.
- 5) Berdampak pada kesuksesan: Penerapan *user experience* penting untuk dilaksanakan supaya dapat meningkatkan atau mempertahankan kesuksesan.

c. *User Experience Questionnaire* (UEQ)

Untuk mengukur dan menghasilkan *user experience* yang tepat, maka diperlukan kuesioner penelitian yaitu *User Experience Questionnaire* (UEQ). *User Experience Questionnaire* (UEQ) diciptakan oleh Laugwitz, Schrepp, dan Held pada tahun 2005 dengan lebih dari 30 bahasa, termasuk Bahasa Indonesia dan bisa digunakan tanpa biaya lisensi. “*User Experience Questionnaire*

(UEQ)” diartikan sebagai “metode evaluasi untuk mengukur *user experience*” Hartzani (2021).

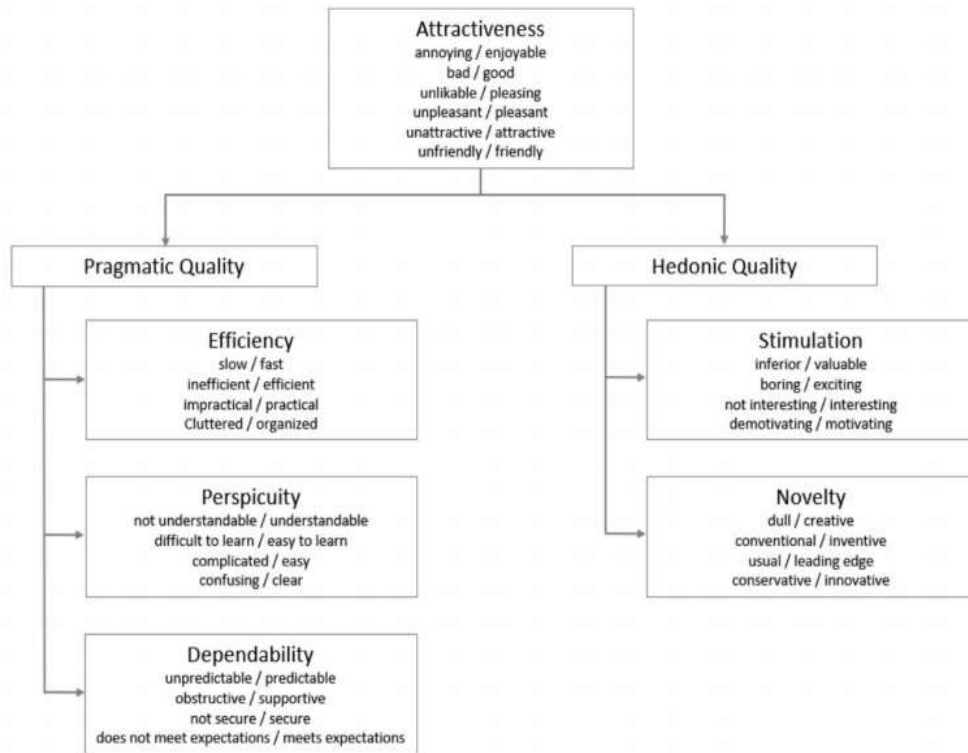
Menurut Fajri et al. (2021), terdapat beberapa aspek penilaian dalam pengujian *User Experience* sebagai berikut:

Pengujian *User Experience* ada 6 aspek penilaian yaitu *attractiveness* (kesan menggunakan produk), *perspicuity* (kemudahan menggunakan produk), *efficiency* (kecepatan), *dependability* (kontrol interaksi terhadap produk), *stimulation* (daya tarik), dan *novelty* (seberapa kreatif dan inovatif produk).

Sedangkan menurut Schrepp (2019), *User Experience Questionnaire* (UEQ) mempunyai 6 skala pengukuran yang dibagi menjadi 26 item pertanyaan sebagai berikut:

- 1) *Attractiveness*: kesan pengguna pada keseluruhan produk, suka atau tidak suka.
- 2) *Perspicuity*: mempelajari cara penggunaan dengan mudah dan menjadi familiar.
- 3) *Efficiency*: pengguna bisa menyelesaikan dengan cepat dan efisien tanpa adanya usaha yang besar.
- 4) *Dependability*: taraf kontrol pengguna dalam interaksi.
- 5) *Stimulation*: taraf motivasi dan kesenangan pengguna.
- 6) *Novelty*: taraf inovasi dan kreativitas yang dapat menarik pengguna.

Struktur skala dibagi menjadi dua yaitu *pragmatic* dan *hedonic*. *Pragmatic* yaitu seberapa sederhana, jelas, dan praktis bagi pengguna untuk mencapai tujuan. Sedangkan *hedonic* yaitu seberapa menstimulasi dan menggugah suatu interaksi bagi pengguna.



Gambar 2.1 Struktur skala UEQ

Kuesioner yang terdapat pada *User Experience Questionnaire* (UEQ) terdiri dari pasangan atribut yang bertolak belakang secara makna yang mempresentasikan produk diteliti. Terdapat lingkaran yang berada diantara atribut yang mempresentasikan gradasi antar atribut yang bertolak belakang dan responden dapat memilih yang lebih dekat dengan sudut pandang terhadap produk.

Menurut Schrepp (2019), berikut daftar pertanyaan dalam kuesioner *User Experience Questionnaire* (UEQ):

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat dipahami	2
kreatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	monoton	3
mudah dipelajari	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sulit dipelajari	4
bermanfaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	kurang bermanfaat	5
membosankan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mengasyikkan	6
tidak menarik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menarik	7
tak dapat diprediksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat diprediksi	8
cepat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	lambat	9
berdaya cipta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	konvensional	10
menghalangi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mendukung	11
baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	buruk	12
rumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sederhana	13
tidak disukai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menggembirakan	14
lazim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	terdepan	15
tidak nyaman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	nyaman	16
aman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak aman	17
memotivasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memotivasi	18
memenuhi ekspektasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memenuhi ekspektasi	19
tidak efisien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	efisien	20
jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	membingungkan	21
tidak praktis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	praktis	22
terorganisasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	berantakan	23
atraktif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak atraktif	24
ramah pengguna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak ramah pengguna	25
konservatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	inovatif	26

Gambar 2.2 Kuesioner dari UEQ

d. UEQ *Data Analysis Tool*

UEQ *Data Analysis Tool* dikembangkan oleh Dr. Martin Schrepp yang digunakan untuk mempermudah proses analisis UEQ.

Hartzani (2021), menyatakan bahwa UEQ *Data Analysis Tool* digunakan untuk mempermudah proses analisa dan pengolahan data.

Untuk memproses data, peneliti cukup memasukkan data ke dalam *worksheet excel* yang dapat diunduh pada halaman ueq-online.org.

Data statistik diolah secara otomatis untuk menginterpretasikan hasil kuesioner yang telah didapatkan.

Menurut Schrepp (2019), semakin banyak data yang dikumpulkan akan semakin baik dan lebih stabil sehingga akurat kesimpulan data. Untuk produk yang dievaluasi, banyak data yang dibutuhkan bisa sekitar 20 sampai 30 orang. Hal tersebut sudah dapat memberikan hasil yang cukup stabil dan karena tolak ukur berasal dari produk baru makaharus mencapai kategori baik di semua skala.

2. Metode *Design Thinking*

a. Pengertian Metode *Design Thinking*

Menurut Prasetyo et al. (2021), *design thinking* dimaknai sebagai berikut:

Design thinking merupakan metode yang digunakan untuk menemukan solusi dari suatu masalah melalui proses kolaboratif dengan pengguna sehingga menghasilkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna.

Menurut Rusanty et al. (2019), *design thinking* dimaknai sebagai berikut:

Design thinking merupakan salah satu metode perancangan sistem yang membutuhkan konsep berpikir dalam menemukan

dan mencari permasalahan yang terjadi dan memiliki beberapa tahapan untuk menemukan masalah.

Sedangkan Aditama et al. (2021), menyatakan bahwa *design thinking* adalah sebuah proses perancangan iteratif yang berpusat pada keinginan, kebutuhan dan masalah dari pengguna.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *design thinking* merupakan metode atau pendekatan untuk memecahkan masalah baik secara praktis maupun kreatif dengan berfokus kepada pengguna untuk menghasilkan sesuatu yang memenuhi kebutuhan pengguna.

b. Tahapan-Tahapan Metode *Design Thinking*

Menurut Prasetyo et al. (2021), terdapat 5 tahapan dalam metode *design thinking* antara lain sebagai berikut:

- 1) *Empathize*
Empathize merupakan tahapan pertama *design thinking* yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang masalah yang dihadapi. Biasanya pada tahap ini dilakukan wawancara, observasi dan cara lain untuk mendapatkan data akurat dari calon pengguna.
- 2) *Define*
Tahapan *define* digunakan untuk mengumpulkan semua informasi pada tahap *empathize* kemudian menggolongkan masalah dan menganalisa data menjadi sebuah sudut pandang.
- 3) *Ideate*
Tahap *ideate*, akan mengumpulkan informasi dari tahapan sebelumnya untuk menghasilkan ide. Ide yang muncul

ditampung untuk mencari solusi dan ide diuji untuk menemukan ide terbaik untuk menyelesaikan masalah pengguna.

4) *Prototype*

Tahapan ini digunakan untuk mengimplementasikan ide yang sudah didapatkan pada tahapan sebelumnya menjadi produk atau aplikasi uji coba. Pada tahapan ini bisa terjadi penemuan masalah sehingga bisa menjadi sarana untuk memperbaiki produk atau aplikasi sehingga menjadi lebih baik.

5) *Test*

Pada tahapan *test*, *prototype* akan diuji coba untuk melihat apakah *prototype* sudah dapat menyelesaikan masalah pengguna atau belum. Uji coba digunakan untuk mendapatkan *feedback* sehingga memungkinkan terjadi perubahan atau perbaikan produk atau aplikasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2.1

Kajian Penelitian Terdahulu

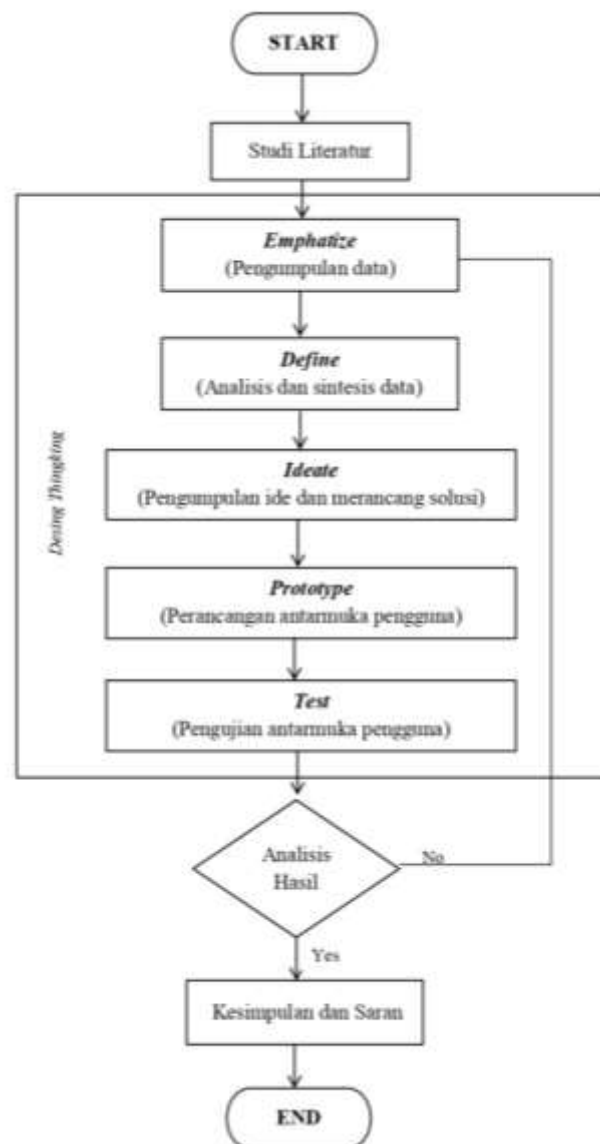
No	Nama Peneliti	Karya Ilmiah	Kesimpulan Karya Ilmiah
1	Aditama et al. (2021)	Perancangan <i>User Experience</i> Aplikasi Pembelajaran Investasi Pasar Modal berbasis <i>Mobile</i> menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	Hasil <i>usability testing</i> menunjukkan nilai dari aspek efektivitas sebesar 93,47%, aspek efisiensi 87,63%, aspek kepuasan 71,25% dan nilai tersebut golongan B (<i>Good</i>) dengan nilai akhir <i>usability</i> 84,41%.
2	Kurniawan et al. (2021)	Perancangan <i>User Experience</i> Modul Dosen pada Aplikasi Bimbingan Akademik menggunakan metode <i>Design Thinking</i>	<i>Usability testing</i> menunjukkan aspek efektivitas 88%, efisiensi 86,04%, dan kepuasan 85,5% sedangkan menggunakan <i>user experience questionnaire</i> menunjukkan hasil nilai <i>attractiveness</i> sebesar 2,30, <i>perspicuity</i> 1,85, <i>efficiency</i> 2,00, <i>dependability</i> 2,45, <i>stimulation</i> 2,35 dan <i>novelty</i> 2,10

Lanjutan

No	Nama Peneliti	Karya Ilmiah	Kesimpulan Karya Ilmiah
3	Fajri et al. (2021)	Perancangan Pengalaman Pengguna Aplikasi Survei <i>Online</i> Berbayar Antar Mahasiswa berbasis <i>Mobile</i> menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	Hasil pengujian <i>usability</i> menunjukkan aspek efektivitas baik dengan nilai diatas 78%, efisiensi dengan <i>overall relative efficiency</i> 100%, <i>time based efficiency</i> 0,034 sec, dan aspek kepuasan sebesar 74,5%. Sedangkan pengujian UEQ menunjukkan hasil pengalaman pengguna baik karena pada setiap aspek memiliki nilai 0,8.
4	Aulia et al. (2020)	Perancangan <i>User Experience</i> Aplikasi <i>Mobile Charity</i> Menggunakan <i>Design Thinking</i>	Nilai rata-rata pada aspek <i>effectiveness</i> sebesar 85, <i>efficiency</i> 0,117533 detik dan <i>satisfaction</i> 73,3 dalam kategori tingkat <i>acceptability</i> tinggi, <i>grade scale C</i> dan <i>adjective ratings</i> baik.
5	Rusanty et al. (2019)	Perancangan <i>User Experience</i> Aplikasi <i>Mobile Lelensesia (Marketplace Penjualan Lele)</i> Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	Halsil pengujian untuk sistem konsumen diperoleh nilai 85 masuk dalam karakteristik <i>acceptability</i> tinggi, <i>grade scale B</i> , <i>adjective rating</i> tergolong <i>excellent</i> dan sistem penjual olahan serta sistem pembudidaya memperoleh karakteristik yang sama.

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kajian teori dalam penelitian ini, maka kerangka berpikir yang disusun sebagai berikut:



Gambar 2.3 Kerangka Berpikir

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, penelitian diawali dengan studi literatur yaitu mengumpulkan data pustaka, membaca, mencatat dan

mengolah bahan penelitian. Kemudian melakukan pengumpulan data dan identifikasi permasalahan (*Empathize*) yang sedang dihadapi masyarakat atau pengguna yang dilakukan melalui proses wawancara. Kemudian peneliti menganalisis kebutuhan dan permasalahan (*Define*) dengan *Business Model Canvas* (BMC). Proses selanjutnya membuat ide dan solusi (*Ideate*) dengan strategi pelaksanaan *Business Model Canvas* (BMC) dan *user flow* dalam perancangan aplikasi. Solusi diwujudkan dalam bentuk perancangan aplikasi PETLYFE (*Prototype*) dan langkah terakhir dengan melakukan uji coba (*Testing*) terhadap rancangan aplikasi PetLyfe (*Prototype*) serta menganalisis hasil dan membuat kesimpulan saran dari setiap proses yang dilakukan.