

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Studi Sebelumnya

Sebelum melakukan penelitian mengenai Analisis *User Experience* pada Layanan *Streaming* Disney+ Hotstar dengan Metode *Heart Framework*, penulis menggunakan beberapa studi penelitian sebelumnya yang berhubungan sebagai referensi untuk penelitian ini. Berikut beberapa studi penelitian sebelumnya.

Menurut Pratama, dkk (2019) melakukan penelitian tentang analisis *user experience* pada aplikasi AIS Mobile. Pada penelitian ini permasalahan yang ada yaitu pada aplikasi AIS Mobile mendapat *review* kurang baik setelah ditelusuri pada aplikasi Playstore. Dengan begitu, penelitian ini akan mengukur tingkat *User Experience* pada AIS Mobile. Metode yang akan digunakan untuk menganalisis *user experience* yaitu *HEART Framework* supaya dapat membantu dalam menentukan keputusan peningkatan produk sesuai kebutuhan penggunanya. Hasil dari penelitian ini yaitu untuk mencapai *Goal-Signal-Metrics* pada *HEART Framework*, maka perlu melakukan desain ulang terhadap tampilan AIS Mobile pada aspek *User Experience* maupun *User Interface*, kemudian pembuatan fitur *push-notification* untuk mengetahui seputar pembaruan aplikasi, lalu sosialisasi pengoperasian AIS Mobile yang ditujukan kepada mahasiswa, serta perbaikan atau peningkatan kualitas fitur-fitur yang ada di AIS Mobile [10].

Menurut Zarkasi, dkk (2022) melakukan penelitian tentang analisis *user experience* pada aplikasi Zenius. Peneliti menggunakan aplikasi Zenius karena ingin memastikan kenyamanan pengguna selama menggunakan aplikasi tersebut. Kemudian dilakukan pengukuran *User Experience* untuk mencari tahu apakah aplikasi tersebut perlu ada perbaikan dalam penggunaannya. Penelitian ini memakai metode *HEART Framework* untuk pengukuran aplikasi Zenius serta mendapatkan data dengan penyebaran kuisioner. Hasil dari penelitian ini yaitu perlu ada beberapa perbaikan dalam bermacam aspek seperti *redesign* tampilan untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dan *UI*, inovasi, peningkatan fitur serta memberikan

sosialisasi kepada pengguna bahwa adanya pembaruan dari fitur aplikasi Zenius yang telah di *update* [6].

Menurut Putrajaya, dkk (2022) melakukan penelitian tentang analisis *user experience* pada aplikasi GOJEK. Karena aplikasi GOJEK ini telah populer dan sering digunakan untuk aktivitas sehari-hari, maka peneliti ingin mengukur tingkat kelayakan *user experience* apakah penggunaannya sudah merasa puas atau belum. Aspek *User Experience* (UX) perlu diamati ketika melakukan pengembangan aplikasi GOJEK. Metode pengukuran yang digunakan pada penelitian ini yaitu *HEART Framework* dengan menggunakan teknik kuantitatif serta memakai metode deskriptif agar dapat melihat kejadian yang telah terjadi ketika melakukan penelitian, serta akan melakukan penyebaran kuesioner secara *online*. Hasil penelitian ini yaitu aplikasi GOJEK telah berhasil membagikan pengalaman ketika menggunakan aplikasinya dengan baik dan memuaskan [11].

Menurut Nurlailah, dkk (2023) melakukan penelitian tentang analisis *user experience* pada aplikasi segari. Peneliti melakukan pengukuran *user experience* untuk mengetahui apa yang dirasakan pengguna terkait *user experience* pada saat mengakses aplikasi Segari. Lalu pengukurannya akan menggunakan *HEART Metrics* dengan tujuan untuk mengukur keberhasilan yang berfokus pada *usercentered*. Dengan dilakukan pengukuran *user experience* ini diharapkan dapat membantu pengembangan untuk memperbaiki, menciptakan atau mempertahankan UX. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa aplikasi Segari telah berhasil menciptakan pengalaman baik untuk para penggunaannya berdasarkan sub-variabel Happiness, Engagement, Adoption, Retention dan Task Success dengan skor total presentase sebesar 53%. Terdapat 2 pernyataan pada variabel Task Success yang memiliki nilai rata-rata terendah [12].

Menurut Hanum, dkk (2022) melakukan penelitian tentang analisis *user experience* pada aplikasi *mobile* peduli lingkungan. Peneliti melakukan pengukuran *user experience* dengan beberapa faktor apakah aplikasi tersebut sudah layak digunakan dan sesuai dengan fungsinya, atau perlu melakukan pembaruan untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan penggunaannya. Lalu pengukurannya akan menggunakan *HEART Metrics* yang merupakan salah satu *framework* yang sesuai

untuk pengukuran aplikasi Peduli Lindungi. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan adanya beberapa hal yang perlu dilakukan pembaruan dalam berbagai sisi seperti *redesign* tampilan Peduli Lindungi dengan mengamati dari segi *UX* maupun *UI*, melakukan pengembangan fitur, sosialisasi fitur, sampai peningkatan dalam segi efisiensi dan efektifitas pada aplikasi Peduli Lindungi [13].

Menurut Aisyah, dkk (2023) melakukan penelitian tentang analisis *user experience* pengguna aplikasi neobank. Peneliti melihat dari ulasan review yang ditujukan untuk aplikasi neobank terdapat beberapa hal mengenai aspek *UX* yaitu pengguna kurang puas ketika menjalankan aplikasi neobank dan tingkat kepuasan pengguna juga menurun setelah menggunakan aplikasi tersebut. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hal apa yang akan menjadi opsi untuk pengembangan pada aplikasi Neobank berdasarkan alat ukur *HEART Metrics*. Hasil dari penelitian ini adalah dari hasil perhitungan tingkat kesesuaian dan diagram kartesius, yaitu pengalaman pengguna yang mendapati *error* saat menjalankan aplikasi Neobank dengan tingkat kesesuaian 91.91% [5].

Berikut merupakan perbandingan Tabel studi sebelumnya yang dapat dilihat pada Tabel 2.1.

**Tabel 2.1 Perbandingan Tabel Studi Sebelumnya**

No	Peneliti	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
1.	Pratama, dkk [10]	2019	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur <i>UX</i> dari <i>User-centric metrics</i> pada AIS Mobile menggunakan <i>HEART Framework</i> sehingga dapat mendukung keputusan pengembangan produk berdasarkan kebutuhan pengguna.	<i>HEART Framework</i>	Hasil dari penelitian ini adalah pada bagian set Goal-Signal-Metrics tidak ada satupun yang tercapai karena nilai metrics yang didapat masih dibawah nilai yang diharapkan. Nilai metrics yang didapatkan yaitu Happiness (62.27%), Engagement (71.28%), Adoption (64%), Retention (68.48%), dan Task Success (61.11%). Dengan hasil yang didapat maka perlu melakukan desain ulang terhadap tampilan AIS Mobile dari sisi UX maupun UI, kemudian membuat fungsi push-notification untuk mengetahui update aplikasi, kemudian mensosialisasikan pengoperasian AIS

No	Peneliti	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
					Mobile ke mahasiswa, serta perbaikan atau peningkatan kualitas fitur-fitur di AIS Mobile.
2.	Zarkasi, dkk [6]	2022	Untuk mencari tahu apakah aplikasi tersebut perlu ada perbaikan dalam penggunaannya.	<i>HEART Framework</i>	Hasil dari penelitian ini yaitu setelah dilakukan pengujian dengan HEART Framework, aplikasi tersebut mendapat kategori baik dengan nilai diatas 80% yaitu Happiness sebesar 81% dan Engagement sebesar 84% dimana pengguna merasa puas untuk aspek User Experience karena tampilan pengguna dirasa nyaman sehingga membuat pengguna senang dan mudah dipahami.
3.	Putrajaya, dkk [11]	2022	Untuk mengukur tingkat kelayakan <i>User Experience</i> pada aplikasi GOJEK.	<i>HEART Framework</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi GOJEK telah berfungsi dengan baik, diperkuat dengan penilaian performa yang mencakup

No	Peneliti	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
					<p>tingkat <i>User Experience</i> pada berbagai aspek layanan GOJEK. Aplikasi GOJEK dinilai berada pada tingkat <i>Very High</i> yang mencakup <i>Happiness, Engagement, Adoption, Retention</i>, dan <i>Task Success</i>, menandakan bahwa <i>user experience</i> aplikasi GOJEK telah mencapai tingkat yang sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi GOJEK telah berhasil memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi penggunanya.</p>
4.	Nurlailah, dkk [12]	2023	<p>Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengukur keberhasilan yang berfokus pada usercentered.</p>	<i>HEART Metrics</i>	<p>Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa aplikasi Segari telah berhasil menciptakan pengalaman baik untuk para penggunanya berdasarkan sub-variabel <i>Happiness, Engagement, Adoption, Retention</i>, dan <i>Task Success</i></p>

No	Peneliti	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
					dengan skor total presentase sebesar 53%. Terdapat 2 pernyataan pada variabel Task Success yang memiliki nilai rata-rata terendah.
5.	Hanum, dkk [13]	2022	Peneliti melakukan pengukuran <i>user experience</i> dengan beberapa faktor apakah aplikasi tersebut sudah layak digunakan dan sesuai dengan fungsinya, atau perlu melakukan pembaruan untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan penggunaannya.	<i>HEART Metrics</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat <i>user experience</i> pada aplikasi <i>mobile</i> Peduli Lindungi memperoleh hasil di bawah metrik pada beberapa indikator, yang meliputi H1, H2, H3, H6, E4, E5, A2, R1, R4, R5, R6, T1, dan T3. Hal ini mengindikasikan bahwa perlu dilakukan beberapa perbaikan pada berbagai aspek aplikasi Peduli Lindungi, seperti merancang ulang tampilan Peduli Lindungi dengan memperhatikan elemen UI dan UX, mengembangkan fitur baru, meningkatkan sosialisasi fitur, serta

No	Peneliti	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
					meningkatkan efisiensi dan efektivitas keseluruhan aplikasi Peduli Lindungi.
6.	Aisyah, dkk [5]	2023	Penelitian ini bertujuan untuk menentukan opsi pengembangan pada aplikasi Neobank berdasarkan alat ukur <i>HEART Metrics</i> .	<i>HEART Metrics</i>	Hasil dari penelitian ini yaitu aplikasi neobank mudah untuk digunakan. Lalu terdapat pada salah satu variabel <i>Task Success</i> nomor 20 terkait kendala error saat menggunakan aplikasi tersebut sehingga memberikan perhatian lebih pada item pernyataan tersebut guna meningkatkan pengalaman pengguna pada Neobank.



## **2.2. Dasar Teori**

### **2.2.1. Layanan *Streaming Video***

Layanan *streaming* video merupakan salah satu sumber hiburan yang menyajikan berbagai macam pilihan seperti acara TV, film dan media *streaming* lainnya. Layanan *streaming* video biasanya berfokus pada konten yang dibuat dan diproduksi. Layanan ini memberikan alternatif bagi para pengguna yang ingin mencari hiburan dengan mudah dan dapat dilakukan dengan mengakses salah satu platform layanan *streaming* video yang tersedia. Untuk dapat mengakses layanan *streaming* video tersebut pengguna juga memerlukan biaya, bisa berupa per penayangan maupun langganan. Pengguna dapat mengakses melalui browser atau aplikasi [14].

### **2.2.2. Layanan SVOD (*Subscription video-on-demand*)**

Layanan *Subscription video-on-demand* (SVOD) merupakan salah satu layanan *streaming* video yang menyajikan cara untuk menonton secara interaktif dengan menggunakan algoritma yang ditujukan untuk menampilkan katalog konten seperti film, serial, dan dokumenter [15]. Layanan SVOD yang cukup populer di kalangan penonton Indonesia dan saling bersaing yaitu Netflix, Disney+ Hotstar, Viu, YouTube Premium, dan Iflix. Layanan SVOD dapat diakses oleh pengguna kapanpun dan dimanapun. Ketika pengguna menggunakan layanan SVOD, nantinya akan dikenakan biaya berlangganan. Biaya berlangganan tersebut dapat dikenakan biaya secara bulanan maupun tahunan. Setelah itu pengguna dapat memilih dan menikmati konten secara bebas yang telah disediakan oleh penyedia layanan dan selama pengguna terhubung dengan internet [16].

### 2.2.3. Disney+ Hotstar

Disney+ Hotstar merupakan platform penyedia layanan streaming film yang memfokuskan pada konten dari Marvel, Disney, Pixar, dan film eksklusif dari berbagai negara, termasuk Indonesia. Jumlah pelanggan berlangganan untuk layanan *video on-demand* Disney+ Hotstar terus mengalami peningkatan, dengan mencapai 73,7 juta pengguna di seluruh dunia sejak awal Oktober 2020, menunjukkan pertumbuhan selama satu tahun terakhir. Pada tanggal 5 September 2020, Disney+ Hotstar mulai masuk ke Indonesia untuk pertama kalinya dan menurut laporan terbaru dari Media Partners Asia (MPA) per 16 Januari 2021, jumlah pelanggan layanan *streaming* ini di Indonesia mencapai 2,5 juta pengguna, menjadikannya sebagai platform *streaming* film dengan jumlah pelanggan terbanyak di Indonesia [17].

### 2.2.4. User Experience

*User Experience* merupakan salah satu aspek penting yang memiliki peran keberhasilan atau kegagalan pada suatu produk atau layanan menurut persepsi penggunanya. *User Experience* memberikan gambaran mengenai sejauh mana desain interaksi dapat memenuhi *requirements* penggunanya. Kinerja dan respons pengguna terhadap penggunaan suatu sistem, produk atau layanan merupakan salah satu aspek utama dalam konteks bisnis, yang dikenal sebagai *UX* [18]. *User experience* dapat mengevaluasi produk yang mencakup area aplikasi untuk mengukur kinerja bisnis dalam layanan. *User Experience* yang ideal adalah memenuhi kebutuhan pelanggan yang tepat tanpa menimbulkan kesulitan atau mengganggu kegiatan lainnya. Kesederhanaan dan estetika juga penting, menghasilkan produk yang menyenangkan dan mudah digunakan. *User experience* yang efektif dapat melampaui sekedar memenuhi apa yang diinginkan pengguna atau menawarkan fitur tertentu. Untuk mencapai kualitas *user experience* yang tinggi dalam penyediaan produk atau layanan perusahaan, maka perlu

melakukan kolaborasi antara berbagai disiplin ilmu, termasuk teknik, pemasaran, desain grafis dan industri, serta desain antarmuka. [19].

### 2.2.5. HEART Framework

*HEART Framework* adalah salah satu metode yang digunakan untuk mengukur kualitas *User Experience (UX)* yang dirancang untuk menentukan kesuksesan yang berpusat pada pengguna. Dalam metode *HEART Framework* terdapat proses terstruktur untuk menilai variabel mana yang harus digunakan dalam melakukan evaluasi, yang dimulai dengan menentukan rangkaian *Goals*, *Signal* dan *Metrics* seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2.2 [6]. Penentuan *goals* dapat dilakukan dengan menentukan tujuan produk atau layanan fitur. Dengan menggunakan kerangka *HEART* dapat membantu untuk memutuskan aspek mana yang menjadi fokus tujuan pada suatu produk atau layanan [12]. Indikator yang digunakan untuk menilai variabel dari *HEART Framework* yaitu *signal*. Agar dapat menganalisis masing-masing indikator, maka diperlukan skala penilaian yang digunakan untuk menilai *signal* yang disebut dengan *metrics*. *Metrics* tersebut dapat berupa nilai atau angka (1-5). *Metrics* pada *HEART Framework* dapat digunakan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna melalui perspektif pengguna, mengenai pengalaman pengguna setelah menggunakan suatu produk atau layanan dalam periode waktu tertentu [20]. Variabel yang digunakan dalam *HEART Framework* dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. *Happiness*

Merupakan *metrics* kebahagiaan yang digunakan sebagai alat ukur yang berhubungan dengan aspek subyektif pada *user experience* seperti kepuasan pengguna, daya tarik visual dan kemudahan penggunaan pada suatu produk [21].

#### 2. *Engagement*

Merupakan keterlibatan pengguna terhadap suatu produk. *Metrics* ini berkaitan dengan frekuensi, intensitas, atau seberapa sering pengguna berinteraksi dengan produk [6].

### 3. *Adoption*

Berfokus pada produk dan fitur baru seperti menghitung berapa banyak pengguna baru yang menggunakan produk dalam satu waktu. Atau dapat menjelaskan kecepatan pengguna memahami dan berinteraksi dengan produk [6].

### 4. *Retention*

Merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui berapa banyak pengguna yang aktif atau masih sering menggunakan suatu produk selama periode waktu tertentu. Memungkinkan para pengguna untuk mengidentifikasi langkah pengambilan keputusan yang tepat dan terus meningkatkan layanan yang akan membuat pengguna tetap menggunakan produk [5].

### 5. *Task Success*

Menganalisis perilaku pengguna saat menggunakan fungsi produk dalam hal efisiensi, efektivitas, dan tingkat kesalahan. Atau secara umum dapat diartikan mengukur seberapa mudah seorang pengguna menggunakan suatu produk dalam rangka mewujudkan fungsi dari produk tersebut [6].

Berikut merupakan Tabel metrik *HEART Framework* dengan menentukan rangkaian *Goals*, *Signal*, dan *Metrics* yang dapat dilihat pada Tabel 2.2.

**Tabel 2.2 Metrik HEART Framework**

<b>H E A R T</b>	<i>Goal</i>	<i>Signal</i>	<i>Metrics</i>
	Awal mulanya yaitu mengidentifikasi tujuan dari produk atau fitur, terutama dalam hal pengalaman pengguna atau <i>user experience</i> [6].	Kemudian mempertimbangkan tentang bagaimana menilai kesuksesan dan kegagalan dalam <i>goal</i> , ini dapat diperumpamakan pada perilaku pengguna terhadap produk [6].	Lalu yang terakhir yaitu memikirkan bagaimana signal ini bisa diartikan ke dalam <i>metrics</i> , sehingga dapat dibaca oleh para <i>stakeholder</i> dan divisualisasikan [6].

