

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Studi Sebelumnya**

Sebelum melakukan penelitian mengenai Analisis *User Experience* pada Aplikasi Steam dengan Metode Heart Framework, penulis menggunakan beberapa studi penelitian sebelumnya yang berhubungan sebagai referensi dan pedoman untuk penelitian ini. Berikut beberapa studi penelitian sebelumnya.

Menurut Ahmad Virdaury Rizky Akbar dan rekan-rekannya dalam penelitian tahun 2021, mereka mengadakan analisis tentang pengalaman pengguna pada aplikasi KAI Access. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi aspek-aspek yang perlu diperbaiki berdasarkan pengalaman pengguna. Mereka menggunakan metode yang disebut *Importance Performance Analysis* dan alat ukur yang dikenal sebagai *HEART Metrics*, yang mencakup *Happiness*, *Engagement*, *Adoption* and *Retention*, serta *Task Success*. Sebanyak 102 responden dari Surabaya yang telah menggunakan aplikasi KAI Access minimal 2 kali untuk mencari jadwal atau memesan tiket kereta api menjadi subjek penelitian.

Hasil analisis menunjukkan adanya beberapa aspek yang perlu dievaluasi, namun terdapat dua aspek yang mendesak untuk diperbaiki berdasarkan perbandingan antara pentingnya dan kinerja saat ini, serta diagram kartesius. Dua aspek tersebut adalah waktu penggunaan yang lama (dengan skor 95.50) dan pengalaman pengguna baru dalam melakukan pemesanan tiket kereta api (dengan skor 93.85). Kedua aspek ini memiliki potensi untuk memengaruhi pengalaman pengguna secara keseluruhan dalam menggunakan aplikasi KAI Access.

Menurut Auralia Miffatul Jannah, dkk (2022) melakukan penelitian tentang analisis user experience terhadap penggunaan aplikasi Simvoni dengan pendekatan metode *Heart*. Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak dari pengalaman pengguna terhadap penggunaan SIMVONI melalui website. Pada penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif berdasarkan metode *Heart* yang dianalisis

menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA). Banyaknya responden yang digunakan untuk uji sampling adalah 257 dengan ketentuan pernah berkunjung pada laman SIMVONI minimal sekali. Hasil penelitian memberikan temuan bahwa terdapat 10 dari 34 item *HEART* menyarankan untuk dilakukan perbaikan (*action*) pada SIMVONI, adapun faktor yang paling penting (*importance*) untuk mendapat perhatian perbaikan dalam waktu cepat yakni *Retention* dan *Engagement* [8].

Menurut Bagas Adil Putrajaya dan timnya dalam penelitian tahun (2022), mereka menyelidiki pengalaman pengguna pada aplikasi Gojek dengan menggunakan metode *Heart Framework*. Gojek, sebagai perusahaan transportasi online terkemuka di Indonesia, terus berupaya berinovasi dengan menambahkan fitur-fitur baru ke dalam aplikasinya untuk meningkatkan kemudahan dan memberikan pengalaman baru kepada pengguna. Tentu saja, hal ini membawa tantangan serta peluang baru dalam mengukur pengalaman pengguna secara lebih luas. Aspek Pengalaman Pengguna (*User Experience/UX*) menjadi fokus penting dalam pengembangan aplikasi Gojek. Salah satu metode pengukuran yang digunakan adalah *HEART (Happiness, Engagement, Adoption, Retention, Task Success) Framework* dengan pendekatan kuantitatif dan deskriptif, yang memungkinkan penelitian untuk memperkirakan peristiwa yang terjadi dengan menyebarkan kuesioner secara daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum, aplikasi Gojek berhasil memberikan pengalaman yang baik kepada penggunanya [9].

Menurut Ananda Vicky Pratama, dkk (2019) melakukan penelitian tentang Analisis *User Experience* aplikasi academic information (AIS) mobile untuk *user-centered metrics* menggunakan *Heart Framework*. Tujuan penelitian ini adalah melakukan pengukuran UX pada AIS Mobile untuk user-centered metric menggunakan *HEART (Happiness, Engagement, Adoption, Retention, Task Success) Framework* supaya bisa mendukung keputusan pengembangan produk sesuai kebutuhan penggunanya. Pada penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada 100 responden. Hasil data kuesioner diuji dengan pengujian validitas dan reliabilitas, kemudian diolah untuk divisualisasikan dalam bentuk dashboard.

Berdasarkan data yang sudah diolah, tidak ada satupun set *Goal-Signal-Metrics* pada *HEART framework* yang tercapai karena nilai *metrics* yang didapatkan masih di bawah nilai yang diharapkan. Nilai *metrics* yang didapatkan adalah *Happiness* sebesar 62.27%, *Engagement* sebesar 71.28%, *Adoption* sebesar 64%, *Retention* sebesar 68.48%, dan *Task Success* sebesar 61.11%. Untuk mencapai set *Goal-Signal-Metrics* pada *HEART framework*, perlu dilakukan *re-design* terhadap tampilan AIS Mobile secara *UX* maupun *UI (User Interface)*, pembuatan fitur *push-notification* untuk info update aplikasi, sosialisasi pemakaian AIS Mobile ke mahasiswa, serta perbaikan atau peningkatan kualitas fitur-fitur di AIS Mobile [10].

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Brahmantio Widyo Trenggono dan koleganya pada tahun (2022), mereka menerapkan metode *Heart Metrics* untuk menganalisis Pengalaman Pengguna pada aplikasi *E-Learning*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui prioritas perbaikan pada aplikasi *E-Learning* ILMU Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur berdasarkan pengukuran *Heart Metrics*. Data dikumpulkan menggunakan pendekatan *proportionate stratified simple random sampling*. Setelah data terkumpul, dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada item pernyataan menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil analisis menunjukkan adanya perbedaan negatif antara persepsi dan harapan, di mana nilai persepsi lebih rendah daripada harapan. Berdasarkan analisis tersebut, gap terbesar terdapat pada variabel *Task Success* dengan tingkat kesesuaian sebesar 92,30%. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi *E-Learning* ILMU masih belum mencapai harapan pengguna dalam hal *Task Success*. Oleh karena itu, pihak manajemen yang mengelola aplikasi *E-Learning* ILMU diharapkan memberikan perhatian lebih pada variabel *Task Success* untuk meningkatkan pengalaman pengguna pada *platform E-Learning* tersebut [7]. Berikut merupakan Studi sebelumnya yang menjelaskan tentang perbandingan antara beberapa jurnal HEART Framework yaitu pada Tabel 2.1.

**Tabel 2.1 Studi Sebelumnya**

No	Peneliti	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
1	Ahmad Virdaury Rizky Akbar, Tri Lathif Mardi Suryanto, Eristya Maya Safitri [6].	2021	Menganalisis hal-hal yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan berdasarkan pengalaman pengguna [6].	<i>Heart Framework</i>	Menurut hasil penelitian ini, setelah menganalisis pentingnya dan kinerja beberapa item pernyataan, teridentifikasi bahwa ada beberapa aspek yang memerlukan evaluasi. Namun, terdapat dua aspek yang perlu dievaluasi dan ditingkatkan prioritasnya segera berdasarkan perhitungan tingkat kesesuaian dan diagram kartesius. Dua aspek tersebut adalah lamanya waktu penggunaan dan pengalaman pengguna baru dalam melakukan pemesanan tiket kereta api [6].
2	Auralia Miffatul Jannah, Tri Lathif Mardi Suryanto, Arista Pratama [8].	2022	Menganalisis dampak dari pengalaman pengguna terhadap penggunaan SIMVONI melalui website [8].	<i>Heart Framework</i>	Sebanyak 257 responden digunakan dalam uji sampling dengan syarat telah mengunjungi laman SIMVONI minimal sekali. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa 10 dari 34 item HEART menyarankan untuk melakukan perbaikan pada SIMVONI. Faktor yang dianggap paling penting (pentingnya) untuk mendapatkan perhatian perbaikan dengan segera adalah Retention dan Engagement [8].

3	Bagas Adil Putrajaya, Muhammad Rizky Erlangga P, Ardianti Amalia, Almas Agung [9].	2022	Untuk mengukur tingkat kelayakan User Experience pada aplikasi GOJEK [9].	<i>Heart Framework</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi GOJEK telah berhasil memberikan pengalaman pengguna yang baik dan memuaskan saat digunakan [9].
4	Ananda Vickry Pratama, dkk [10].	2019	Tujuan penelitian ini yaitu melakukan pengukuran UX pada AIS Mobile untuk user-centered metric menggunakan Heart Framework supaya dapat mendukung keputusan pengembangan produk sesuai kebutuhan penggunanya [10].	<i>Heart Framework</i>	Hasil dari penelitian ini yaitu untuk mencapai Goal-Signal-Metrics pada <i>HEART Framework</i> , maka perlu digarap redesign terhadap tampilan AIS Mobile pada aspek <i>User Experience</i> maupun <i>User Interface</i> , kemudian pembuatan fitur <i>push-notification</i> 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].
5	Brahmantio Widyo Trenggono, Asiq	2022	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal apa yang menjadi prioritas untuk	<i>Heart Framework</i>	Hasil analisis menunjukkan adanya perbedaan negatif antara apa yang dirasakan dan harapan pengguna, di mana persepsi pengguna lebih rendah dari harapan mereka. Setelah

	Faroqi, Anita Wulansari[7].		ditingkatkan pada aplikasi e-learning ILMU Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur berdasarkan alat ukur Heart Metrics [7].		dianalisis, diketahui bahwa nilai perbedaan terbesar terjadi pada variabel <i>Task Success</i> , dengan tingkat kesesuaian sebesar 92,30%. Ini mengindikasikan bahwa <i>e-learning</i> ILMU masih belum memenuhi harapan pengguna dalam hal <i>Task Success</i> . Oleh karena itu, manajemen pengelola <i>e-learning</i> ILMU diharapkan untuk memberikan perhatian lebih pada variabel <i>Task Success</i> agar dapat meningkatkan pengalaman pengguna pada <i>platform e-learning</i> tersebut [7].
6	Ratih Aisyah, Annisa Lusyani Zahra, Dwi Shasita, Wafi Hidayatullah [11].	2023	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal apa yang akan dititikberatkan untuk pengembangan pada aplikasi Neobank [11].	<i>Heart Framework</i>	Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan area yang akan diberikan penekanan utama untuk pengembangan aplikasi Neobank, menggunakan alat ukur Heart Metrics dengan metode <i>Importance Performance Analyst</i> [11].

## **2.2. Dasar Teori**

### **2.2.1 Steam**

Steam adalah salah satu platform distribusi game digital milik Perusahaan Valve yang populer dikalangan masyarakat Indonesia bahkan di dunia. Sampai saat ini Steam telah memperoleh lebih dari 30.000 game dan pengguna aktif mencapai 120 juta di seluruh dunia [2]. Steam memungkinkan pengguna untuk membeli dan menyimpan game yang dibuat oleh berbagai penyedia. Steam memiliki beberapa informasi di setiap game nya antara lain tahun rilis, genre, tag, daftar ulasan pengguna, dan peringkat pengguna yang diperoleh dari ulasan pengguna [3].

### **2.2.2 Platform Digital**

Platform digital adalah suatu sistem atau wadah yang menyediakan layanan atau aplikasi di lingkungan online. Platform digital dapat berupa situs web, aplikasi mobile, atau sosial media yang memungkinkan interaksi antara pengguna dan menyediakan berbagai fitur seperti transaksi online, komunikasi, pembelian produk, dan berbagi informasi. Contoh platform digital yang populer adalah Facebook, Instagram, Twitter, Steam, dan Amazon. Platform digital juga dapat digunakan untuk pemasaran online, penjualan produk, dan penyediaan layanan kepada pelanggan [12].

Platform digital juga mempunyai dua peran yang utama. Pertama, sebagai tempat memfasilitasi pertemuan dan interaksi antar pengguna. Misalnya, *platform E-Commerce* seperti aplikasi Steam yang mewadahi pembeli lisensi untuk membeli lisensi tersebut agar bisa digunakan dan pembuat lisensi yang melakukan penjualan lisensi demi keuntungan Perusahaan [12].

### 2.2.3 User experience

*User Experience* adalah berhasil atau tidaknya suatu produk atau jasa menurut pandangan penggunanya. *User Experience* memberikan gambaran tentang kemungkinan memenuhi requirements melalui desain interaksi. Kinerja dan respons seseorang akan penggunaan suatu sistem, produk dan jasa sebagai salah satu aspek sentral dalam bisnis disebut sebagai UX [13]. Pengalaman pengguna dapat mengevaluasi produk yang mencakup area aplikasi untuk mengetahui bagaimana mengukut bisnis dalam hal layanan. Pengalaman pengguna yang perlu ditiru adalah memenuhi kebutuhan pelanggan yang tepat tanpa harus repot atau mengganggu aktifitas lain. Berikutnya adalah kesederhanaan dan keanggunan yang menghasilkan produk yang menyenangkan untuk dimiliki, menyenangkan untuk digunakan. Pengalaman pengguna yang sebenarnya dapat melampaui memberi pelanggan apa yang mereka inginkan, apa yang mereka katakan atau menyediakan fitur daftar periksa, Untuk mencapai pengalaman pengguna berkualitas tinggi dalam penawaran Perusahaan, itu harus merupakan penggabungan layanan antara berbagai disiplin ilmu, termasuk Teknik, pemasaran, desain grafis dan industri, dan desain antarmuka [14].

### 2.2.4 HEART Framework

*HEART Framework* adalah sebuah metode yang digunakan untuk menilai kualitas *User Experience (UX)* dengan fokus pada pengguna. Metode ini memiliki proses terstruktur untuk mengelola variabel yang harus dievaluasi, yang dimulai dengan mengidentifikasi serangkaian *Goals, Signal, dan Metrics*. *Metrics* dalam *HEART Framework* dapat diuraikan sebagai berikut seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2. *Metrics* yang digunakan dalam *HEART Framework* dijelaskan sebagai berikut [15]:

#### 1. *Happiness*

*Happiness* atau *Metrics* kebahagiaan merupakan *metrics* yang digunakan untuk menggambarkan sikap yang terkait dengan aspek subjektif dari pengalaman

pengguna, seperti kepuasan, daya tarik visual dan kemungkinan pengguna merasakan kenyamanan pengguna.

## 2. *Engagement*

*Metrics Engagement* merupakan interaksi atau keterlibatan pengguna terhadap suatu produk. *Metrics engagement* ini berkaitan dengan frekuensi, intensitas, atau seberapa sering pengguna berinteraksi selama periode waktu tertentu.

## 3. *Adoption*

*Metrics Adoption* merupakan *metrics* yang 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 suatu produk.

## 4. *Retention*

*Metrics Retention* merupakan *metrics* yang dapat digunakan sebagai referensi untuk mengukur seberapa aktif atau seberapa sering pengguna 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. *Task Success*

*Metrics Task Success* merupakan *metrics* yang berfokus pada analisis 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.