

BAB I

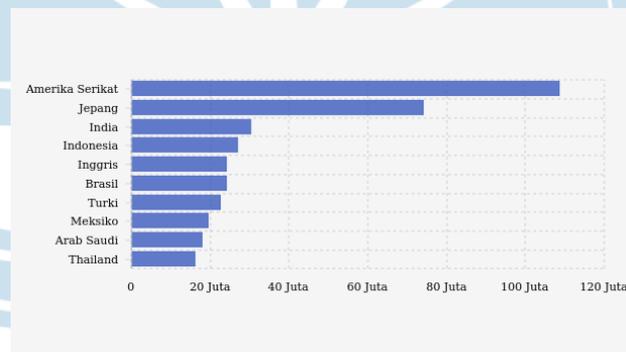
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi merupakan bentuk dari pertumbuhan ilmu pengetahuan yang dimiliki di zaman ini. Teknologi informasi diciptakan untuk tujuan meringankan pekerjaan manusia, agar dapat menciptakan hasil dengan cara yang lebih efisien dan efektif. Salah satu bentuk dari teknologi informasi tersebut hadir untuk bidang industri, informasi dan komunikasi [1]. Salah satu bentuk teknologi informasi tersebut adalah internet, yang kini hampir setiap manusia membutuhkannya mulai dari anak – anak hingga orang dewasa. Teknologi internet banyak digunakan untuk membantu meringankan hampir disetiap aspek kehidupan manusia, tentunya karena dirasa praktis dan mudah untuk penggunaannya yang bisa diakses menggunakan *gadget smartphone* yang dimiliki dan dapat mengakses internet kapan saja dan dimana saja, serta tidak ada batasan usia untuk menggunakannya. Bentuk aktivitas yang dapat ditemukan di dalam internet pun beragam seperti bermain *game online*, mendengarkan musik melalui media *streaming music*, mengakses media sosial, hingga mencari berita terbaru yang sedang tren. [2].

Generasi Z adalah generasi yang akrab dengan adanya teknologi internet, generasi ini tumbuh dan berkembang berdampingan dengan perkembangan digital dan teknologi sehingga menjadikan generasi Z sedikit berbeda dengan generasi lainnya [3]. Salah satu dampak dalam hidup generasi yang lahir pada rentang waktu 1995 sampai 2010 ini adalah pola perilaku yang berpusat pada teknologi tersebut yaitu untuk mengonsumsi dan mencari suatu informasi menggunakan teknologi internet, termasuk media sosial di dalamnya dan menjadikan generasi Z sebagai generasi yang dominan untuk menggunakan media sosial [3] karena kemudahan dalam penggunaannya baik untuk hiburan, media edukasi, maupun aktivisme dalam dunia digital [2].

Aplikasi media sosial semakin menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari – hari. Pengguna aplikasi media sosial tidak hanya sebatas untuk berinteraksi sosial saja, tetapi juga sebagai sumber informasi, hiburan, dan bahkan sebagai platform untuk berbagai keperluan bisnis. X , sebagai salah satu platform media sosial yang populer, terus mengalami kemajuan dan perkembangan dalam hal fungsionalitas dan antarmuka pengguna. Pada bulan Juli tahun 2023, Twitter mengalami transformasi dengan perubahan nama dan logo menjadi X, Sebagian dari visi pemilikinya, Elon Musk. *Rebranding* ini bertujuan untuk memperluas fungsi platform, dari sekedar media sosial menjadi layanan multifungsi, termasuk komunikasi, maupun hiburan [4]. *We Are Social* mencatat pengguna aplikasi X mencapai 666,2 juta pengguna, X menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan di seluruh dunia. Menurut laporan *We Are Social*, ada sekitar 27,5 juta pengguna aplikasi X di Indonesia per Oktober 2023. Dari jumlah itu menempatkan Indonesia di peringkat keempat global [5].



Gambar 1. 1 Demografi jumlah Pengguna Twitter tahun 2023

Keberhasilan X untuk menarik pengguna tentunya tidak lepas dari aspek kepuasan dan pengalaman yang dialami oleh para penggunanya, karena hal tersebut memegang peranan penting untuk mengembangkan aplikasi sesuai dengan tujuan yang diinginkan [6].

User experience atau yang biasa disingkat dengan UX adalah hal penting bagi pihak aplikasi atau *developer* aplikasi karena menjadi bahan pertimbangan untuk produk dapat dengan tepat menyampaikan pesan dan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari para pengguna [6]. Pengguna akan menghasilkan sebuah *feedback* atau umpan balik dari aplikasi yang telah mereka gunakan [6],

dan *feedback* tersebut dapat digunakan oleh *developer* produk atau pihak aplikasi untuk membuat aplikasi mereka menjadi lebih baik lagi dan sesuai kebutuhan dari para pengguna. Tampilan visual yang lebih menarik memegang peranan penting dalam menciptakan keterlibatan antara pengguna dan aplikasi [6]. Dari adanya hubungan interaksi, pengguna akan menghasilkan dan memberikan sudut pandang atau umpan balik terhadap suatu aplikasi, aspek tersebut terdiri dari perilaku, sudut pandang, emosi dan respon terhadap aplikasi tersebut [3]. Maka dari itu dengan *user experience* yang baik, pihak *developer* atau pengembang produk akan lebih diuntungkan dikarenakan pengguna akan bertahan menggunakan aplikasi dan berminat untuk memilih loyal terhadap aplikasi atau produk itu [6]. Untuk melakukan pengukuran terhadap *user experience* sendiri, dapat dilakukan dengan sebuah metode *Heart Metrics*. Metode ini mengukur *user experience* suatu produk berdasarkan sudut pandang pengguna yang telah menggunakan produk tersebut dan memiliki 5 variabel berdasarkan yang adalah *Happiness, Engagement, Adoption, Retention,* dan *Task Success* [6].

Dalam penelitian serupa yang telah dilakukan oleh Fahmi, dkk [7] dengan tujuan penelitian untuk mengetahui faktor yang memengaruhi *user experience* terhadap tingkat kepuasan pengguna, adapun penelitian tersebut dilakukan dengan menerapkan metode yang berbeda dan tidak dilakukan pada generasi yang spesifik (Gen Y,X,Z, dll). Penelitian serupa juga telah dilakukan oleh Nurlailah, Rusdi Ibnu [8] dengan tujuan penelitian untuk mengetahui apa yang dirasakan pengguna dengan melakukan pengukuran *user experience* pada aplikasi Segari, adapun penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian yang berbeda dan pada sebuah responden yang berbeda.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diartikan bahwa *user experience* merupakan aspek penting yang memiliki peranan dalam menentukan kebutuhan dan keinginan pengguna untuk menghasilkan pengalaman yang diinginkan dari suatu produk. Penelitian ini memiliki fokus untuk memberikan sudut pandang dan pengetahuan baru dari metode dan spesifikasi generasi yang berbeda, yaitu

Generasi Z. Namun, berdasarkan data dari Databoks, pengguna aplikasi X dari kalangan Generasi Z tergolong cukup rendah dibandingkan media sosial lainnya.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Apa saja variable yang mempengaruhi pengalaman dari pengguna aplikasi *mobile X* khususnya pada Gen Z?

1.4 Tujuan

Mengetahui variable yang memengaruhi pengalaman pengguna dari aplikasi *mobile X* khususnya pada Gen Z dengan menggunakan metode Heart Metrics.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya berfokus dalam menilai tingkat kepuasan *user experience* pengguna aplikasi *mobile X*.

1.6 Manfaat Penelitian

Bagi Perusahaan/ organisasi/ dll

Dapat dijadikan bahan pertimbangan dan evaluasi bagi pihak pengembang produk *X Mobile* dari sisi *user experience* dan bagi pihak pengembang produk serupa untuk memenuhi kebutuhan *user experience* dari para pengguna yang diukur berdasarkan metode khusus pengukuran *user experience* berdasarkan aspek emosional.

1.7 Bagan Keterikatan



Gambar 1.2 Bagan Keterkaitan