

# BAB I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada zaman yang terus berkembang di era digital ini, aplikasi media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Salah satu contohnya adalah TikTok, sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk membuat video musik berdurasi pendek. Popularitas pesat TikTok telah menarik perhatian pengguna di seluruh dunia berdasarkan data *Business of Apps*, TikTok telah mencapai 1,67 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) di seluruh dunia hingga kuartal I-2023. Jumlah tersebut naik 4,37% dari kuartal sebelumnya (*quarter-to-quarter/qtq*). Pada kuartal IV-2022, jumlah pengguna aktif bulanan TikTok tercatat sebanyak 1,6 miliar pengguna [1].

Namun, meskipun popularitasnya terus meningkat, aplikasi TikTok tidak terlepas dari sejumlah keluhan yang terungkap melalui ulasan pengguna di *platform play store*. Per Februari 2024 didapatkan salah satu pengguna TikTok, axel farerra menyatakan kurang puas terhadap fitur *slide show* yang sering menghilang serta tampilan UI sering terganti-ganti dan sebanyak 19.485 dari 126 juta pengguna TikTok di Indonesia atau sekitar 0,015% pengguna merasa ulasan ini berguna. Kemudian berdasarkan Analisis Sentimen Pada *Review* Pengguna Tiktok Di *Google Play Store* yang dilakukan oleh I Gusti De Ayu pada tahun 2024 dengan data yang digunakan bersumber dari situs web *Google Play Store* dan teknik pengambilan datanya menggunakan *scrapping* pada aplikasi Octoparse, menghasilkan 1.102 data ulasan pengguna TikTok. Dalam analisis distribusi sentimen berdasarkan kamus lexicon pada penelitiannya terdapat *anger* atau kemarahan sebanyak 161 ulasan atau sekitar 6,7% menunjukkan adanya pengguna yang merasa frustrasi atau tidak puas dengan beberapa aspek dari TikTok. Kemudian *disgust* atau rasa jijik sebanyak 138 ulasan atau sekitar 5,7% menunjukkan bahwa adanya pengguna yang merasa jijik atau tidak suka terhadap konten ataupun fitur yang ada di TikTok [2].

Selanjutnya, Analisis sentimen ulasan pengguna TikTok pada Google *Play Store* yang dilakukan oleh Ragil Mustikosari, dkk terdapat beberapa kasus terbaca sebagai ulasan negatif pengguna pada Google *Play Store* seperti yang dinyatakan oleh jefry agustinus alexander dan yuni astika bahwa kebingungan pada fitur unggah *stories* yang sering menghilang dan memakan waktu dalam mengklik opsi atau fitur apapun [3].

Semua keluhan ini menjadi aspek penting yang harus dipahami dan dievaluasi guna meningkatkan kualitas pengalaman pengguna TikTok. Salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna adalah *usability evaluation*, dan salah satu teknik di dalamnya adalah *cognitive walkthrough*. *Cognitive walkthrough* merupakan metode evaluasi *usability* dimana satu atau lebih responden bekerja melalui serangkaian skenario tugas dan meminta sejumlah pertanyaan dari perspektif pengguna. Metode ini sering digunakan karena berkonsentrasi pada kemudahan serta pemahaman pengguna dengan eksplorasi [4]. Dengan menggunakan metode ini dapat memeriksa kegunaan dari sebuah produk untuk melihat apakah pengguna baru bisa menggunakan produk tersebut dengan mudah [5].

Studi sebelumnya oleh Nurul Islah dengan judul *Evaluasi User Interface Dan User Experience Pada Aplikasi BCA Mobile Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode User Centered Design* disimpulkan bahwa dengan menerapkan metode *cognitive walkthrough* sebagai salah satu jenis *usability testing* untuk mengevaluasi *BCA Mobile*, partisipan diminta menyelesaikan 10 skenario tugas, yang kemudian berhasil diselesaikan sebanyak 85% dari keseluruhan skenario oleh partisipan. Tidak ada partisipan yang gagal menyelesaikan skenario, tetapi 11 dari 12 partisipan membutuhkan bantuan dalam beberapa skenario untuk menyelesaikannya [6]. Studi lain oleh Daffa Asyraf, yang juga menggunakan uji coba *cognitive walkthrough* untuk menguji pengembangan aplikasi I-Star, memperoleh hasil yang memuaskan. Pengujian yang dilakukan oleh empat partisipan berjalan dengan baik karena berhasil melewati semua skenario tanpa mengalami masalah [7]. Adanya penelitian-penelitian sebelumnya

menjelaskan penggunaan *cognitive walkthrough* ini mampu mengidentifikasi hambatan-hambatan yang dihadapi oleh pengguna saat menggunakan antarmuka sistem, sehingga dapat menentukan sejauh mana kegunaan sistem tersebut bagi pengguna.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka akan dilakukan penelitian terkait evaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi TikTok dengan metode *cognitive walkthrough*. Dengan menggunakan pendekatan ini, penulis berharap dapat mengidentifikasi potensi masalah lainnya lebih mendalam yang mungkin timbul dan memberikan saran perbaikan yang dapat meningkatkan kualitas aplikasi TikTok bagi penggunanya.

## **1.2. Batasan Masalah Penelitian**

Batasan masalah dalam penelitian ini ialah :

1. Penelitian menentukan efektivitas metode *cognitive walkthrough* dalam mengidentifikasi masalah-masalah yang mungkin dialami pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi TikTok versi *mobile app* bukan *web base*.
2. Fokus pada navigasi dan usability antarmuka TikTok sehingga menyediakan wawasan yang komprehensif mengenai pengalaman pengguna.
3. Persona pengguna berjenis kelamin laki-laki dan perempuan berusia 18-55 tahun, berasal dari kalangan mahasiswa, pekerja, dan ibu rumah tangga yang belum familiar menggunakan TikTok, tetapi menggunakan media sosial lain saat di rumah, sekolah, maupun tempat kerja.

### 1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Bagaimana navigasi dan *usability* antarmuka TikTok mempengaruhi kemudahan pengguna?
2. Bagaimana membuat desain perbaikan antarmuka TikTok pada bagian login, beranda, notifikasi, pencarian, pembuatan dan unggah video, pengaturan, halaman poin, halaman tren, dan halaman FYP berdasarkan hasil *cognitive walkthrough*?
3. Bagaimana mengukur efektivitas dan efisiensi hasil redesain antarmuka TikTok berdasarkan metode *cognitive walkthrough*?

### 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengevaluasi faktor navigasi dan *usability* pada antarmuka TikTok menggunakan *cognitive walkthrough*
2. Menghasilkan desain antarmuka aplikasi TikTok berdasarkan rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan pengalaman pengguna TikTok
3. Mengukur efektivitas dan efisiensi antarmuka hasil redesain aplikasi TikTok berdasarkan metode *cognitive walkthrough*

### 1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan mengetahui masalah-masalah utama yang dihadapi pengguna TikTok, perbaikan yang diimplementasikan dapat meningkatkan kualitas pengalaman pengguna secara keseluruhan.

2. Dengan mengetahui kelemahan aplikasi, pengembang TikTok dapat menggunakan temuan dari evaluasi ini sebagai panduan untuk memperbaiki aplikasi.
3. Pengujian metode *cognitive walkthrough* pada aplikasi TikTok juga dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan metode evaluasi *usability* lainnya, sehingga metode-metode tersebut dapat ditingkatkan ke depannya.