

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Interaksi Manusia dan Komputer

Interaksi Manusia dan Komputer (IMK) merupakan bidang ilmu yang mempelajari bagaimana manusia berinteraksi dengan sistem komputer melalui suatu antarmuka yang dirancang secara khusus. IMK tidak hanya berfokus pada aspek teknis dari sistem komputer, tetapi juga memperhatikan aspek manusia sebagai pengguna, seperti kemampuan kognitif, perilaku, kebutuhan, serta kenyamanan dalam menggunakan sistem [13], [14].

Terdapat 3 komponen utama dalam Interaksi Manusia dan Komputer, yaitu [14]:

1. Pengguna (User)

Pengguna merupakan individu yang berinteraksi langsung dengan sistem komputer. Setiap pengguna memiliki karakteristik yang berbeda, seperti tingkat pengetahuan, pengalaman, kemampuan kognitif, serta kebutuhan yang beragam. Oleh karena itu, dalam perancangan sistem perlu mempertimbangkan faktor-faktor tersebut agar sistem dapat digunakan oleh berbagai jenis pengguna dengan mudah. Sistem yang tidak memperhatikan karakteristik pengguna berpotensi sulit digunakan dan menurunkan kualitas interaksi yang terjadi.

2. Komputer (Sistem)

Komputer merupakan perangkat atau sistem yang digunakan untuk memproses data dan menjalankan perintah yang diberikan oleh pengguna. Komputer harus mampu memberikan respon yang cepat, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna agar interaksi dapat berlangsung dengan baik. Selain itu, kinerja sistem yang stabil dan efisien juga menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan interaksi antara pengguna dan komputer.

3. Antarmuka (Interface)

Antarmuka merupakan media penghubung antara pengguna dan komputer yang memungkinkan terjadinya interaksi. Antarmuka mencakup berbagai elemen visual seperti tampilan layar, tombol, ikon, dan menu yang digunakan untuk berkomunikasi dengan sistem. Desain antarmuka yang baik harus mampu menyajikan informasi secara jelas, mudah dipahami, serta konsisten, sehingga pengguna dapat menggunakan sistem tanpa mengalami kesulitan. Antarmuka yang dirancang dengan baik akan meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Tujuan utama dari IMK adalah menciptakan sistem yang mudah digunakan (*user friendly*), efektif, efisien, serta mampu memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna. Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, penerapan IMK menjadi sangat penting terutama dalam pengembangan aplikasi digital, termasuk aplikasi mobile dan media sosial, karena kualitas interaksi sangat mempengaruhi tingkat kepuasan dan keberhasilan penggunaan sistem.

2.2 User Interface

User Interface (UI) atau antarmuka pengguna merupakan bagian dari sistem yang berfungsi sebagai penghubung antara pengguna dengan komputer dalam proses interaksi. UI mencakup berbagai elemen visual seperti tampilan layar, ikon, tombol, warna, tipografi, serta tata letak (*layout*) yang dirancang untuk memudahkan pengguna dalam mengoperasikan sistem. Antarmuka yang baik harus mampu menyampaikan informasi secara jelas dan memungkinkan pengguna untuk memahami fungsi sistem tanpa mengalami kesulitan. Oleh karena itu, UI memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan suatu aplikasi karena menjadi media utama interaksi antara pengguna dan sistem [15]. Dalam perancangan UI, terdapat beberapa prinsip yang perlu diperhatikan agar sistem dapat digunakan secara optimal. Prinsip tersebut meliputi kemudahan penggunaan (*usability*), konsistensi, serta kejelasan informasi. Kemudahan penggunaan berkaitan dengan kemampuan pengguna dalam memahami dan menggunakan sistem dengan mudah, sedangkan konsistensi berkaitan dengan keseragaman tampilan dan fungsi dalam aplikasi. Kejelasan informasi diperlukan agar setiap elemen dalam antarmuka dapat dipahami dengan baik oleh pengguna. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, antarmuka yang dihasilkan dapat meningkatkan kenyamanan serta efektivitas interaksi pengguna dengan sistem [16].

Selain itu, UI juga berperan dalam mendukung pengalaman pengguna (*user experience*). Antarmuka yang dirancang dengan baik dapat membantu pengguna dalam menyelesaikan tugas dengan lebih cepat dan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan. Sebaliknya, desain antarmuka yang kurang baik dapat menyebabkan kebingungan dan menurunkan kualitas interaksi pengguna. Oleh karena itu, UI harus dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan pengguna serta karakteristik sistem agar dapat memberikan pengalaman yang optimal. Dalam penelitian ini, UI menjadi salah satu aspek penting yang mempengaruhi pengalaman pengguna pada aplikasi Instagram dan TikTok. Perbedaan dalam desain antarmuka, struktur navigasi, serta penyajian konten pada kedua aplikasi

tersebut akan menghasilkan pengalaman yang berbeda bagi pengguna. Oleh karena itu, analisis UI dilakukan untuk mengetahui bagaimana desain antarmuka mempengaruhi pengalaman pengguna yang selanjutnya diukur menggunakan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+).

2.3 User Experience

User Experience (UX) atau pengalaman pengguna merupakan keseluruhan persepsi, perasaan, dan respon yang dirasakan oleh pengguna ketika berinteraksi dengan suatu sistem atau aplikasi. UX tidak hanya mencakup aspek teknis seperti fungsi dan kinerja sistem, tetapi juga melibatkan aspek emosional, kenyamanan, serta kepuasan pengguna selama proses interaksi berlangsung. Oleh karena itu, UX menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu aplikasi, karena pengalaman yang baik akan meningkatkan minat pengguna untuk terus menggunakan sistem tersebut. Dalam konteks pengembangan sistem digital, UX memiliki peran strategis dalam memastikan bahwa aplikasi yang dikembangkan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Pengalaman pengguna yang baik akan memberikan kemudahan dalam penggunaan, meningkatkan efisiensi dalam menyelesaikan tugas, serta menciptakan interaksi yang menyenangkan. Sebaliknya, UX yang buruk dapat menyebabkan pengguna merasa kesulitan, tidak nyaman, bahkan meninggalkan aplikasi yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa UX tidak hanya berpengaruh pada aspek teknis, tetapi juga pada tingkat penerimaan dan loyalitas pengguna terhadap suatu sistem [17].

UX dapat diukur menggunakan berbagai metode evaluasi, salah satunya adalah *User Experience Questionnaire* (UEQ). Metode UEQ digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna secara kuantitatif melalui beberapa dimensi utama, yaitu daya tarik (*attractiveness*), kejelasan (*perspicuity*), efisiensi (*efficiency*), ketepatan (*dependability*), stimulasi (*stimulation*), dan kebaruan (*novelty*). Keenam dimensi tersebut menggambarkan aspek pragmatis dan hedonis dari pengalaman pengguna, sehingga dapat memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai kualitas interaksi antara pengguna dan sistem. Dengan menggunakan UEQ, peneliti dapat mengetahui tingkat kepuasan pengguna serta aspek mana yang perlu ditingkatkan dalam suatu aplikasi [18]. Selain UEQ, terdapat pengembangan metode yang dikenal sebagai *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+). UEQ+ merupakan metode evaluasi UX yang bersifat modular, sehingga peneliti dapat memilih dimensi pengukuran yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pendekatan ini memberikan fleksibilitas dalam melakukan analisis UX secara lebih spesifik dan mendalam.

Dalam penelitian sebelumnya, UEQ+ digunakan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi digital dengan hasil yang lebih komprehensif, karena mampu menggabungkan berbagai aspek pengalaman pengguna secara lebih terarah.

UX juga memiliki hubungan yang sangat erat dengan *User Interface* (UI). UI yang dirancang dengan baik akan mempermudah pengguna dalam memahami sistem dan melakukan interaksi, sehingga dapat meningkatkan kualitas UX. Sebaliknya, UI yang kurang optimal dapat menyebabkan kebingungan dan menurunkan kenyamanan pengguna. Oleh karena itu, UI dan UX merupakan dua aspek yang saling melengkapi dan harus diperhatikan secara bersamaan dalam pengembangan sistem digital. Dalam penelitian ini, UX menjadi fokus utama dalam menganalisis pengalaman pengguna pada aplikasi Instagram dan TikTok. Kedua aplikasi tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dalam hal desain antarmuka, fitur, serta pola interaksi pengguna. Perbedaan tersebut akan mempengaruhi pengalaman yang dirasakan oleh pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) untuk mengukur dan membandingkan pengalaman pengguna pada kedua aplikasi tersebut secara lebih mendalam dan sistematis.

2.4 User Engagement

User Engagement merupakan tingkat keterlibatan pengguna dalam berinteraksi dengan suatu sistem atau platform digital, yang dapat dilihat dari aktivitas seperti memberikan *like*, komentar, berbagi konten, serta durasi penggunaan aplikasi. Dalam konteks media sosial, *user engagement* menjadi indikator penting untuk mengukur keberhasilan suatu platform dalam menarik dan mempertahankan pengguna[19]. Keterlibatan pengguna tidak hanya dilihat dari jumlah interaksi, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas konten, tampilan visual, serta relevansi informasi yang disajikan. Konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan preferensi pengguna cenderung menghasilkan tingkat engagement yang lebih tinggi. Selain itu, algoritma pada media sosial juga berperan dalam meningkatkan keterlibatan dengan menampilkan konten yang sesuai dengan minat pengguna.

User engagement memiliki hubungan yang erat dengan *User Experience* (UX) dan *User Interface* (UI). UX yang baik akan meningkatkan kenyamanan pengguna sehingga mendorong interaksi yang lebih aktif, sedangkan UI yang menarik dan mudah digunakan akan mempermudah pengguna dalam berinteraksi dengan sistem. Dengan demikian, UI dan UX menjadi faktor penting dalam meningkatkan keterlibatan pengguna pada suatu aplikasi [20]. Dalam penelitian ini, user engagement digunakan sebagai aspek pendukung untuk

memahami perilaku pengguna pada aplikasi Instagram dan TikTok, yang selanjutnya dianalisis melalui pengukuran *User Experience* menggunakan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+).

2.5 User Experience Questionnaire Plus (UEQ+)

User Experience Questionnaire Plus (UEQ+) merupakan sebuah kerangka kerja (*framework*) modular yang dikembangkan sebagai bentuk perluasan dari kuesioner *User Experience* (UEQ) standar guna mengukur berbagai aspek pengalaman pengguna secara lebih fleksibel dan spesifik [21]. Berbeda dengan kuesioner UEQ standar yang memiliki enam skala tetap (Daya Tarik, Efisiensi, Kejelasan, Ketepatan, Stimulasi, dan Kebaruan), UEQ+ dirancang sebagai kumpulan skala yang memungkinkan peneliti untuk memilih hanya aspek-aspek UX yang paling relevan dengan jenis produk atau sistem yang sedang dievaluasi. Pendekatan modular ini menjadi solusi atas keterbatasan kuesioner umum yang sering kali menyertakan aspek yang tidak diperlukan oleh kategori produk tertentu, sehingga dapat meningkatkan efisiensi waktu pengisian bagi responden dan akurasi data yang dihasilkan. Penggunaan UEQ+ sangat efektif untuk membandingkan level pengalaman pengguna antara dua produk dalam kategori yang sama secara objektif. Setiap skala dalam kuesioner ini terdiri dari 4 (empat) butir pernyataan dalam bentuk pasangan kata sifat berlawanan (*semantic differential items*) dan dilengkapi dengan kalimat pengantar (*introductory sentence*) singkat guna memberikan konteks penilaian yang tepat bagi responden agar tidak terjadi salah penafsiran istilah [22].

Berikut adalah skala UEQ+ yang relevan terhadap masing-masing kategori pro[9]:

Tabel 2.1 Skala UEQ+

Product Category	Relevant Scales
Word Processing	Dependability, Usefulness, Efficiency, Clarity, Perspicuity
Spreadsheet	Usefulness, Dependability, Efficiency, Perspicuity, Clarity
Messenger	Trust, Intuitive Use, Dependability, Efficiency, Identity
Social Networks	Trust, Identity, Dependability, Intuitive Use, Stimulation, Quality of Content, Trustworthiness of Content
Video Conferencing	Trust, Dependability, Efficiency, Intuitive Use, Usefulness
Web Shops	Trust, Quality of Content, Trustworthiness of Content, Dependability, Clarity, Value, Intuitive Use, Visual Aesthetics

News Portals	Quality of Content, Content Reliability, Clarity
Booking Systems	Trust, Dependability, Quality of Content, Trustworthiness of Content, Efficiency, Clarity, Intuitive Use, Value, Usefulness
Info-Web-Sites	Content Quality, Trustworthiness of Content, Clarity
Learning Platforms	Quality of Content, Trustworthiness of Content, Usefulness, Clarity, Perspicuity, Efficiency, Trust, Dependability
Programming Tools	Dependability, Usefulness, Efficiency, Adaptability, Clarity, Perspicuity
Drawing Tools	Dependability, Usefulness, Efficiency, Adaptability, Clarity, Perspicuity
Online-Banking	Trust, Dependability, Quality of Content, Trustworthiness of Content, Value, Clarity, Intuitive Use, Efficiency, Usefulness
Video Portals	Intuitive Use, Immersion, Clarity, Quality of Content, Trustworthiness of Content, Trust
Games	Immersion, Stimulation, Visual Aesthetics, Novelty, Dependability, Intuitive Use
Household Appliances	Usefulness, Intuitive Use, Efficiency, Haptics, Acoustics
Complex Medical Devices	Dependability, Efficiency, Usefulness, Clarity, Result Quality, Trust, Risk Handling, Hardware Security, Perspicuity, Trustworthiness of Content

Berdasarkan topik penelitian mengenai perbandingan aplikasi Instagram dan TikTok yang termasuk dalam kategori produk *Social Networks* (Jaringan Sosial), pemilihan skala dalam UEQ+ difokuskan pada dimensi yang memiliki relevansi tertinggi bagi pengguna platform tersebut. Adapun penjelasan mengenai masing-masing skala yang digunakan adalah sebagai berikut [9] :

1. Trust (Kepercayaan): Mengukur kesan pengguna bahwa data pribadi dan informasi sensitif yang dimasukkan ke dalam sistem berada di tangan yang aman dan tidak akan disalahgunakan untuk merugikan mereka.
2. Identification (Identitas): Mengukur kesan subjektif pengguna mengenai dampak penggunaan atau kepemilikan produk tersebut terhadap status sosial mereka atau bagaimana mereka dipersepsikan oleh orang lain.

3. **Dependability (Keandalan):** Mengukur kesan bahwa sistem merespons input dan perintah secara konsisten serta dapat diprediksi, sehingga pengguna merasa memiliki kendali penuh atas interaksi tersebut.
4. **Intuitive Use (Penggunaan Intuitif):** Mengukur kesan bahwa produk dapat langsung digunakan dengan mudah tanpa memerlukan pelatihan khusus, instruksi, atau bantuan dari pihak lain.
5. **Stimulation (Stimulasi):** Mengukur sejauh mana penggunaan produk terasa menarik, menyenangkan, memberikan kegembiraan, dan memotivasi pengguna untuk terus berinteraksi dengan sistem.
6. **Quality of Content (Kualitas Konten):** Mengukur kesan pengguna bahwa informasi atau konten yang disajikan oleh platform bersifat aktual, menarik secara visual, dan dipersiapkan dengan baik.
7. **Trustworthiness of Content (Kepercayaan Konten):** Mengukur kesan bahwa informasi atau konten yang disediakan oleh produk memiliki kualitas yang baik, reliabel, dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Proses pengolahan data pada kuesioner UEQ+ dilakukan menggunakan alat analisis resmi berbasis Microsoft Excel guna memastikan akurasi hasil perhitungan statistik secara otomatis. Tahapan analisis data dimulai dengan mentransformasi nilai mentah dari rentang 1–7 menjadi rentang -3 (sangat buruk) hingga +3 (sangat baik) guna memberikan standar interpretasi yang konsisten dengan format laporan UEQ asli. Evaluasi terhadap konsistensi internal setiap skala diukur menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, di mana nilai yang melebihi ambang batas 0,7 umumnya dianggap menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai. Selain itu, kuesioner ini menyertakan peringkat kepentingan (*importance ratings*) untuk setiap skala yang digunakan untuk menghitung *Key Performance Indicator* (KPI) sebagai representasi kualitas UX produk secara menyeluruh. Melalui perpaduan antara analisis deskriptif dan penilaian KPI, peneliti dapat mengidentifikasi area perbaikan secara spesifik dan melakukan perbandingan kualitas pengalaman pengguna antara dua aplikasi yang berbeda secara sistematis.

2.6 Media Sosial

Media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, serta berinteraksi dengan konten secara digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media untuk menyebarkan

informasi, membangun relasi sosial, serta mendukung berbagai aktivitas seperti pendidikan, bisnis, dan hiburan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah menjadikan media sosial sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah pengguna serta intensitas penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari [23]. Media sosial dapat dipahami sebagai medium yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial berbasis teknologi digital yang melibatkan partisipasi aktif dari pengguna. Media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi satu arah, tetapi juga memungkinkan komunikasi dua arah bahkan multi-arah, di mana setiap pengguna dapat berperan sebagai produsen sekaligus konsumen informasi (*prosumer*). Dengan demikian, media sosial memiliki peran penting dalam membentuk pola komunikasi, perilaku, serta budaya masyarakat digital.

Media sosial memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari media konvensional. Karakteristik tersebut meliputi partisipasi pengguna, keterbukaan, interaktivitas, konektivitas, serta keberlanjutan konten. Partisipasi pengguna memungkinkan setiap individu untuk berkontribusi dalam pembuatan konten. Keterbukaan memberikan akses yang luas terhadap informasi. Interaktivitas memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah secara real-time. Konektivitas memungkinkan terbentuknya jaringan sosial yang luas tanpa batas geografis, sedangkan keberlanjutan konten memungkinkan informasi dapat diakses kembali dalam jangka waktu tertentu [24]. Seiring dengan perkembangannya, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga berkembang menjadi platform yang berorientasi pada pengalaman pengguna (*user experience*) dan keterlibatan pengguna (*user engagement*). Platform media sosial modern dirancang untuk menarik perhatian pengguna melalui berbagai fitur interaktif seperti tombol *like*, komentar, berbagi konten, serta sistem rekomendasi berbasis algoritma. Fitur-fitur tersebut bertujuan untuk meningkatkan interaksi pengguna serta memperpanjang durasi penggunaan aplikasi. Selain itu, media sosial juga berperan dalam membentuk loyalitas pengguna terhadap suatu platform [25].

Dalam penelitian ini, media sosial yang menjadi objek utama adalah aplikasi Instagram dan TikTok. Kedua platform ini merupakan media sosial populer yang memiliki karakteristik serta pendekatan yang berbeda dalam menyajikan konten dan membangun interaksi dengan pengguna. Instagram merupakan platform berbagi foto dan video yang berfokus pada aspek visual serta interaksi sosial. Fitur-fitur seperti *feed*, *stories*, *reels*, dan *direct message* memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berbagi konten, serta membangun hubungan sosial dengan pengguna lain. Instagram cenderung menekankan pada

estetika konten, di mana kualitas visual menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi pengalaman pengguna. Selain itu, Instagram juga menyediakan fitur eksplorasi (*explore*) yang memungkinkan pengguna menemukan konten baru berdasarkan minat mereka. Di sisi lain, TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang lebih berfokus pada hiburan dan personalisasi konten. TikTok menggunakan algoritma yang canggih untuk menampilkan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna melalui fitur *For You Page* (FYP). Sistem ini memungkinkan pengguna untuk mendapatkan konten yang relevan secara otomatis tanpa perlu melakukan pencarian. Selain itu, TikTok juga menyediakan berbagai fitur kreatif seperti *filter*, efek, dan musik yang mendorong pengguna untuk berpartisipasi dalam pembuatan konten.

Perbedaan karakteristik antara Instagram dan TikTok memberikan dampak yang signifikan terhadap pengalaman pengguna. Instagram lebih menekankan pada interaksi sosial dan kualitas visual konten, sedangkan TikTok lebih berfokus pada hiburan, kecepatan konsumsi konten, serta personalisasi pengalaman pengguna. Perbedaan ini menyebabkan cara pengguna berinteraksi dengan masing-masing platform menjadi berbeda, baik dari segi intensitas penggunaan, tujuan penggunaan, maupun tingkat keterlibatan pengguna. Oleh karena itu, analisis terhadap media sosial dalam penelitian ini tidak hanya berfokus pada fungsi dasar sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sistem digital yang dirancang untuk memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Pemahaman yang mendalam mengenai karakteristik media sosial menjadi landasan penting dalam melakukan evaluasi menggunakan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+), sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai kualitas pengalaman pengguna pada kedua platform yang diteliti.

2.7 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan metode yang digunakan untuk menentukan sebagian anggota populasi yang akan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian. Penggunaan teknik sampling sangat penting dalam penelitian kuantitatif karena tidak semua anggota populasi dapat dijangkau, terutama populasi memiliki jumlah yang besar dan tidak terbatas [26]. Oleh karena itu, teknik sampling digunakan untuk memperoleh data yang representatif sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi populasi secara umum. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh pengguna aplikasi Instagram dan TikTok. Dengan jumlah pengguna yang sangat besar, diperlukan teknik sampling yang tepat agar data yang

diperoleh tetap relevan dengan tujuan penelitian, yaitu mengevaluasi pengalaman pengguna menggunakan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+).

2.7.1 Probability Sampling

Probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Teknik ini digunakan untuk menghasilkan sampel yang representatif sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi [27], [28]. Dalam *probability sampling*, pemilihan sampel dilakukan secara acak (*random*), sehingga dapat meminimalkan bias yang mungkin terjadi dalam penelitian. Karakteristik utama *probability sampling* adalah adanya peluang yang sama bagi setiap anggota populasi, penggunaan metode acak dalam pemilihan sampel, serta kemampuan untuk menghasilkan data yang dapat digeneralisasikan. Oleh karena itu, teknik ini banyak digunakan dalam penelitian yang bersifat survei besar atau penelitian yang membutuhkan representasi populasi secara luas.

Beberapa jenis *probability sampling* antara lain [28]:

1. *Simple Random Sampling*: Teknik ini dilakukan dengan memilih sampel secara acak tanpa mempertimbangkan karakteristik tertentu dari populasi. Teknik ini membutuhkan daftar populasi yang jelas agar setiap anggota memiliki peluang yang sama untuk terpilih.
2. *Stratified Sampling*: Teknik ini dilakukan dengan membagi populasi ke dalam beberapa kelompok (*strata*) berdasarkan karakteristik tertentu, seperti usia atau tingkat penggunaan aplikasi, kemudian sampel diambil dari setiap kelompok tersebut.
3. *Cluster Sampling*: Teknik ini dilakukan dengan membagi populasi ke dalam kelompok wilayah atau unit tertentu, kemudian memilih beberapa kelompok sebagai sampel penelitian.

Meskipun *probability sampling* memiliki kelebihan dalam hal representativitas dan kemampuan generalisasi, teknik ini memiliki keterbatasan dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan penelitian berfokus pada pengalaman pengguna, sehingga membutuhkan responden yang memiliki kriteria khusus. Jika *probability sampling* digunakan, terdapat kemungkinan responden yang terpilih tidak memiliki pengalaman menggunakan salah satu atau kedua aplikasi yang diteliti, sehingga data yang diperoleh menjadi kurang relevan.

2.7.2 Non-Probability Sampling

Non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Teknik ini lebih menekankan pada pemilihan responden berdasarkan pertimbangan atau

kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian [28]. Dengan demikian, teknik ini lebih fokus pada relevansi dan kualitas data dibandingkan dengan generalisasi terhadap populasi. Karakteristik utama *non-probability sampling* adalah tidak menggunakan metode acak dalam pemilihan sampel, pemilihan responden dilakukan secara selektif oleh peneliti, serta data yang diperoleh lebih bersifat spesifik dan mendalam. Teknik ini sangat sesuai digunakan dalam penelitian yang berfokus pada pengalaman pengguna, persepsi, dan evaluasi sistem.

Beberapa jenis *non-probability sampling* antara lain [28]:

1. *Purposive Sampling*: Teknik ini dilakukan dengan memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Teknik ini sangat cocok digunakan dalam penelitian yang membutuhkan responden dengan pengalaman khusus.
2. *Accidental Sampling*: Teknik ini dilakukan dengan memilih responden yang secara kebetulan ditemui dan memenuhi kriteria penelitian.
3. *Snowball Sampling*: Teknik ini dilakukan dengan meminta responden awal untuk merekomendasikan responden lain yang memiliki karakteristik yang sama.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena penelitian ini berfokus pada evaluasi pengalaman pengguna (*user experience*), sehingga responden harus memiliki pengalaman nyata dalam menggunakan kedua aplikasi yang diteliti. Teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh responden yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, dibandingkan *probability sampling* yang berpotensi menghasilkan responden yang tidak memenuhi karakteristik penggunaan aplikasi Instagram dan TikTok.

Pemilihan teknik ini didasarkan untuk memastikan responden memenuhi kriteria penelitian, dilakukan proses *screening* melalui pertanyaan penyaringan pada awal kuesioner. *Screening* dilakukan untuk memastikan responden merupakan pengguna aktif kedua aplikasi, memahami fitur utama, serta pernah berinteraksi dengan konten pada kedua platform.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdomisili di Kota Medan
2. Pengguna aktif aplikasi Instagram dan TikTok

2.8 Lemeshow

Penentuan jumlah sampel merupakan salah satu tahapan penting dalam penelitian kuantitatif karena memengaruhi tingkat ketelitian dan representativitas hasil penelitian. Pada penelitian ini, populasi yang menjadi sasaran adalah pengguna aktif aplikasi Instagram dan TikTok di Kota Medan. Jumlah populasi tersebut tidak dapat diketahui secara pasti karena tidak tersedia data resmi mengenai jumlah pengguna kedua aplikasi pada tingkat kota. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow, yang direkomendasikan untuk penelitian dengan populasi yang tidak diketahui (*unknown population*) atau sangat besar [29].

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1 - P)}{d^2}$$

Rumus Lemeshow.

Keterangan:

- n = jumlah sampel minimum
- Z = nilai Z pada tingkat kepercayaan 95% (1,96)
- P = proporsi populasi yang diperkirakan (0,5)
- 1 – P = proporsi komplement
- d = tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 5% (0,05)

Karena tidak terdapat informasi mengenai proporsi pengguna Instagram dan TikTok di Kota Medan, maka nilai P = 0,5 digunakan untuk menghasilkan ukuran sampel maksimum sehingga penelitian memiliki tingkat representativitas yang lebih baik.

2.9 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	Rahma, F. R., & Huda, M. (2026)	Analisis User Experience (UX) Menggunakan Metode User Experience	UEQ+	Semua item dinyatakan valid dan reliabel. Variabel Attractiveness memperoleh skor tertinggi, sedangkan Value dan Visual Aesthetics menjadi prioritas

		Questionnaire Plus (UEQ+) pada Aplikasi iPusnas		perbaikan [30].
2	Fahikra Faisal, Muhammad Jazman, Inggih Permana, Mona Fronita, & Syaifullah (2025)	Analisis Pengalaman Pengguna Game Mobile Legend Menggunakan Metode User Experience Questionnaire Plus (UEQ+)	UEQ+	Penelitian menggunakan UEQ+ untuk mengidentifikasi aspek yang memengaruhi pengalaman pengguna saat memainkan Mobile Legends. Hasil penelitian memberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan persepsi pengguna terhadap setiap skala UEQ+ [31].
3	Regita Ceza Dara Denanta & Mardiana Andarwati (2025)	Evaluation of UI/UX in the myXL and myIM3 Applications Using the UEQ+ Method (Case Study: Users in Malang)	UEQ+	Penelitian menunjukkan kedua aplikasi memiliki kualitas UI/UX yang baik, namun masih terdapat beberapa dimensi UEQ+ yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pengguna [32].
4	Muhammad Ghozy Alkhairi & Dhani Ariatmanto (2025)	Evaluasi Pengalaman Pengguna Aplikasi Presensi Digital SIHADIR Polnep Menggunakan User Experience Questionnaire Plus (UEQ+)	UEQ+	Penelitian menggunakan empat dimensi UEQ+ (Perspicuity, Efficiency, Dependability, dan Attractiveness). Hasil evaluasi digunakan untuk mengidentifikasi aspek antarmuka dan pengalaman pengguna yang perlu diperbaiki [33].
5	Devi Indriyani, Masayu Reghina Ilma Maulani, & Maulida Alfia Syifa (2025)	Analysis of User Experience of MyBCA Application Using the User Experience Questionnaire (UEQ+) Method and Its Impact on User Behavior	UEQ+	Penelitian menunjukkan aspek efficiency dan trust memperoleh penilaian paling tinggi. Pengalaman pengguna yang baik berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan layanan digital MyBCA [34].

6	Zulpa Salsabila, Fandi Halim, Ronaldi Damanik, & Talenta Purnama Cinta (2024)	Using UEQ+ Method in Analyzing and Evaluating JKN Mobile User Experience	UEQ+	Penelitian mengevaluasi aplikasi JKN Mobile menggunakan sembilan skala UEQ+. Hasil menunjukkan seluruh skala memperoleh penilaian positif dan nilai KPI berada di atas standar deviasi, sehingga pengalaman pengguna dinilai sangat baik [35].
7	Setia Sandi Ariyanto, D. N. Triwibowo, & I. Trivilia (2025)	Analisis Pengalaman Pengguna terhadap Platform Konferensi Video untuk Mendukung Perkuliahahan: Studi Evaluasi Menggunakan UEQ+	UEQ+	Penelitian menggunakan UEQ+ untuk mengevaluasi platform konferensi video dalam pembelajaran. Hasil menunjukkan UEQ+ mampu mengidentifikasi dimensi pengalaman pengguna yang menjadi kelebihan maupun aspek yang masih perlu ditingkatkan [36].