

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

LinkedIn adalah aplikasi jaringan sosial yang berdiri di tahun 2002 berorientasi bisnis dan karir, terutama digunakan untuk jaringan profesional. Membangun koneksi dengan para profesional di seluruh dunia menjadi lebih mudah dan praktis. LinkedIn memiliki lebih dari 774 juta pengguna aktif di seluruh dunia [1]. Namun, ini hanya merupakan angka yang diberikan oleh LinkedIn pada saat itu, dan jumlah unduhan mungkin berbeda tergantung pada metrik yang digunakan untuk mengukur aktivitas pengguna. Berdasarkan *update an* data dari aplikasi PlayStore terdapat 1 Miliar jumlah unduhan aplikasi LinkedIn, dilihat dari jumlah data per Oktober 2023. Sedangkan jumlah unduhan di *AppStore*, LinkedIn memiliki peringkat ke 4 dengan kategori bisnis.

LinkedIn dapat digunakan oleh semua orang baik itu individu maupun perusahaan. Bagi individu, LinkedIn berfungsi sebagai media untuk promosi diri dalam mencapai pekerjaan. Sedangkan bagi perusahaan, LinkedIn berfungsi sebagai media untuk mencari karyawan serta mempromosikan atau memperluas jaringan bisnis mereka [2]. LinkedIn memiliki peran sebagai aktor yang dapat membangun konstruksi identitas sesuai dengan tujuan yang diinginkan. melalui fitur-fitur yang disediakan oleh LinkedIn, para penggunanya mampu mengkonstruksikan identitas diri nya sesuai dengan konsep diri yang para individu inginkan [3]. Pentingnya presensi digital pada LinkedIn bisa dikaitkan dengan banyaknya manfaat yang diberikan oleh LinkedIn sebagai media sosial sekaligus portal lowongan kerja yang sudah dirasakan oleh masyarakat sejauh ini yang turut ditunjang dengan berbagai fitur yang memaksimalkan pengalaman penggunanya [4]. Kekurangan dari aplikasi LinkedIn adalah semua pengguna profesional bisnis pada saat awal bergabung membutuhkan waktu lama untuk membuat koneksi baru dalam hal membuat portofolio menarik di LinkedIn untuk mencari lowongan pekerjaan dengan cara lain dan tidak hanya sekedar menunggu, seperti pengguna menggunakan media sosial layanan yang cukup terbatas diberikan untuk dibandingkan membuat komentar, postingan dan interaksi lain nya.

Berdasarkan ulasan dari beberapa user pengguna LinkedIn terdapat keunggulan yaitu salah satu platform media sosial yang paling berguna untuk orang yang sedang mencari kerja. Dengan berbagai fitur yang ditawarkan, LinkedIn memberikan penggunanya kesempatan untuk menjalin jaringan, berbagi pemikiran, dan memperluas peluang karier. Pada penelitian ini penulis melakukan pengalaman dan keterlibatan pengguna dalam aplikasi LinkedIn. Metode ilmiah yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *User Engagement*

Scale (UES), *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) dengan menggunakan pengukuran pengalaman pengguna dan metode evaluasi kooperatif untuk menentukan masalah yang dihadapi oleh pengguna saat menggunakan aplikasi jejaring sosial LinkedIn [5]. Keterlibatan pengguna UEQ+ melibatkan Microsoft Excel dalam menganalisis data kuesioner yang didapatkan. Sebagai *online questionnaire*, skala yang akan digunakan dalam UEQ+ sesuai dengan rekomendasi skala yang relevan pada kategori *Social Networks*.

UES (*User Engagement Scale*) adalah kualitas pengalaman pengguna LinkedIn yang ditandai dengan kedalaman investasi kognitif, temporal, afektif, dan perilaku seorang pengguna ketika berinteraksi dengan sistem digital [6]. Dalam penggunaannya melibatkan skala keterlibatan pengguna sesuai dengan mengukur kualitas, kejelasan, dan nilai pengguna. Pengukuran *User Experience* kuisisioner memegang peranan penting dalam pengembangan aplikasi jejaring sosial LinkedIn dengan melibatkan pengalaman pengguna untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan pengukuran *engagement* setiap akun resmi aplikasi jejaring sosial LinkedIn [7]. Metode pengukuran statistik mengenai *User Experience* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Slovin*.

Berdasarkan uraian diatas maka dievaluasilah sebuah aplikasi LinkedIn untuk menjadi tugas akhir dengan judul **"Evaluasi Pengalaman dan Keterlibatan Pengguna Pada Aplikasi Jejaring Sosial "LinkedIn" dengan Metode UEQ+ (*User Experience Questionnaire Plus*) dan UES (*User Engagement Scale*)"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan, berikut adalah rumusan masalah yang dapat diidentifikasi untuk tugas akhir ini:

1. Bagaimana tingkat keterlibatan pengguna diukur dalam konteks LinkedIn, dan apa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat keterlibatan?
2. Bagaimana evaluasi pengalaman dan tingkat keterlibatan pengguna dapat diukur dan dianalisis dengan menggunakan metode UEQ+ (*User Experience Questionnaire Plus*) dan UES (*User Engagement Scale*)?

1.3 Tujuan

Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengukur dan menganalisis tingkat keterlibatan pengguna di LinkedIn, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat keterlibatan tersebut serta mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pengguna mengukur dan mengevaluasi pengalaman mereka di LinkedIn.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang diperoleh dari tugas akhir ini adalah:

1. Penelitian akan memberikan gambaran tentang tingkat pengalaman serta keterlibatan pengguna pada aplikasi LinkedIn yang dapat dibuktikan dengan metode ilmiah.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar evaluasi bagi pihak *developer* untuk meningkatkan kualitas aplikasi maupun pengalaman pengguna aplikasi.

1.5 Ruang lingkup

Ruang Lingkup dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Skala penilaian yang akan digunakan meliputi : *User Experience Questionnaire Plus (UEQ+)* *Trust, Identity, Dependability, Intuitive Use, Stimulation, Quality of Content, Trustworthiness of Content*, dengan *User Engagement Scale (Focused attention, Perceived usability, Aesthetic appeal, Endurability, Novelty, Felt involvement)*.
2. Objek yang diteliti adalah aplikasi LinkedIn.
3. Kuesioner dibuat dengan menggunakan Google Form serta memanfaatkan *data analysis tool* untuk pengolahan data dalam bentuk Microsoft Excel yang sudah disediakan oleh UEQ+ (*User Experience Questionnaire Plus*) dan UES (*User Engagement Scale*).
4. Responden dalam penelitian ini merupakan pengguna aplikasi LinkedIn sesuai dengan jumlah pengguna di PlayStore dan penentuan jumlah *sample* menggunakan *slovin*. Untuk jumlah *sample* yang akan digunakan dalam penelitian ini minimal 399,99 lebih responden yang dibagikan secara *random* ke seluruh masyarakat Indonesia melalui media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Microsoft Teams dan juga kepada responden umum dengan menggunakan *barcode* yang disediakan oleh peneliti dengan *confidence* 95% *error* 5% dalam perhitungan *slovin*. Serta teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*.