

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Canva adalah *platform* desain dan komunikasi visual *online* yang mudah digunakan dan cocok untuk pemula dan profesional untuk membuat berbagai desain. Canva dapat dengan mudah digunakan pada aplikasi *mobile*. Pendiri Canva, yakni Melanie Perkins yang bekerja sampingan sebagai pengajar program desain untuk siswa. Melanie Perkins mengajarkan bagaimana mengoperasikan program-program desain seperti *InDesign* dan *Photoshop*. Akan tetapi, kemudian para siswa mengalami kesulitan dalam menggunakan perangkat lunak tersebut [1]. Permasalahan inilah yang kemudian membuat Melanie Perkins merasa harus ada sebuah program atau aplikasi desain. Ide untuk membuat Canva ketika Melanie Perkins sedang belajar di Universitas Perth.

Canva diluncurkan secara publik pada tahun 2013, pada tahun pertamanya Canva mencatatkan jumlah pengguna sebanyak 750,000 orang dan mendapatkan perhatian positif dari berbagai kalangan. Aplikasi Canva yang merupakan aplikasi *online* yang bisa dimanfaatkan untuk membuat desain grafis untuk berbagai keperluan seperti *flyer*, *poster*, *infografik*, *banner*, kartu ucapan, sertifikat, presentasi dan lain-lain. Aplikasi ini juga dapat digunakan untuk mengubah foto dan membuat ikon produk [2]. Pada tahun 2017 Canva telah meresmikan produknya di Indonesia, peluncurannya Canva di Indonesia mengikuti rangkaian promosi internasional besar-besaran di berbagai negara. Indonesia telah menjadi salah satu pasar yang tumbuh pesat bagi Canva dan melihat ini sebagai potensi luar biasa untuk menjadi lebih besar lagi. Aplikasi ini diakses secara *online* dan gratis dengan banyak pilihan gambar dan *template* desain yang menarik, atau apabila memerlukan fitur tambahan lain, bisa membayar biaya berlangganan per bulan [3]. Hal tersebut yang membuat Canva digunakan di kalangan pendidikan, pengusaha besar dan kecil, pengguna media sosial, dan lain-lain.

Aplikasi Canva memberikan pengaruh yang cukup baik bagi pengguna, dalam kebutuhan desain untuk produk, tugas, pekerjaan, murid, guru, mahasiswa, pengusaha besar dan kecil, dan lain-lain. Canva mengalami kenaikan pengguna di masa pandemi *Covid-19*, dimana peningkatan tersebut sangat besar, kurang lebih 100 juta pengguna, lebih dari 13 miliar desain dibuat, 190 negara, dan lebih dari 100 bahasa [4]. Aplikasi Canva saat ini termasuk dalam *Top*

1 pada kategori *Art* dan *Design* dengan *rating* 4.7 [5]. Berdasarkan dari hasil *review* dari tanggapan pengguna aplikasi Canva yang ada di *Play Store*, terdapat banyak *review* yang positif dan juga tidak terlepas dari *review* yang negatif. Beberapa pengguna aplikasi Canva mengalami masalah teknis saat memperbarui *versi* terbaru, masalah koneksi internet, dan internet pengguna tidak berfungsi dengan baik. Melihat bahwa adanya *rating* yang baik dan buruk oleh pengguna aplikasi Canva, hal tersebut mendorong dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini ditujukan untuk mendapatkan pengalaman dan keterlibatan pengguna dengan menggunakan metode ilmiah. Dalam melakukan pengukuran pengalaman dan keterlibatan pengguna terdapat beberapa metode ilmiah yang dapat digunakan seperti *Questionnaire for User Interacton Satisfaction* (QUIS), *System Usability Scale* (SUS), *The Standardized User Experience Percentile Rank Questionnaire* (SUPR-Q), *Modular Evaluation of Key Components of User Experience* (MECUE) 2.0, *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+), *Software Usability Measurement Inventory* (SUMI), dan *User Engagement Scale* (UES). Pada penelitian ini akan menggunakan dua metode ilmiah yaitu *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) dan *User Engagement Scale* (UES).

User Experience (UX) atau pengalaman pengguna adalah persepsi dan respon dari pengguna sebagai reaksi dari pengguna sebuah produk, sistem, atau jasa, baik itu berupa aplikasi, atau perangkat lainnya. Dalam suatu aplikasi, *User Experience* (UX) adalah salah satu bagian penting untuk meningkatkan kemudahan dan kepuasan pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi. *User Experience* (UX) terdiri dari beberapa elemen yakni, *Usability* (kegunaan), *Valueable* (bernilai), *Adoptability* (kemudahan untuk mengakses), *Desirability* (kesukaan) [6]. *User Engagement* (UE) atau keterlibatan pengguna adalah pengalaman pada tingkat emosional, kognitif dan perilaku pengguna dengan suatu produk ketika berinteraksi. *User Engagement* (UE) adalah indikator penting untuk mengukur seberapa efektif suatu produk dalam menarik dan mempertahankan perhatian pengguna. Semakin tinggi tingkat keterlibatan pengguna terhadap produk, pengguna akan terus menggunakan dan berinteraksi dengan produk tersebut [7]. *User Experience* (UX) dan *User Engagement* (UE) adalah dua konsep kunci dalam aplikasi desain dan pengembangan *platform*. UX dan UE saling terkait dan sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna dalam aplikasi desain.

User Experience Questionnaire Plus (UEQ+) adalah kerangka kerja modular yang dapat

digunakan untuk menyiapkan kuesioner UX dengan memiliki keunggulan dapat membuat kuesioner yang berisi aspek UX yang bisa dipilih dengan menyesuaikan kebutuhan sebagai skala yang memiliki relevan tertinggi untuk produk yang harus dievaluasi. UEQ+ juga menggunakan *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 produk *Dependability, Usefulness, Efficiency, Adaptability, Clarity, Perspicuity* [8].

User Engagement Scale (UES) adalah salah satu alat yang dikembangkan untuk mengukur UE dan telah digunakan dalam berbagai bidang domain digital. Cara penerapan UES dalam penelitian menunjukkan bahwa diperlukan versi kuesioner yang lebih singkat dan lebih efektif. Penelitian yang menggunakan subskala UES mengungkapkan bahwa kuesioner tersebut, reliabilitas dan validitas yang baik. Luas pengguna UES di berbagai domain *Human Computer Interaction* (HCI) menunjukkan adanya kebutuhan akan UE dari sudut pandang pengguna, bahwa konseptualisasi UES tentang UE sebagai konstruksi multidimensi dapat diterima oleh pengguna. *User Engagement Scale* (UES) terdiri dari enam dimensi, *Focused Attention* (FA), *Perceived Usability* (PU), *Aesthetic Appeal* (AE), *Endurability* (EN), *Novelty* (NO), *Felt Involvement* (FI) [7].

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulisan tugas akhir ini akan dilakukan dengan mengangkat topik: **“Evaluasi Pengalaman dan Keterlibatan Pengguna pada Aplikasi Desain dan Publikasi *Online Canva* dengan Metode UEQ+ (*User Experience Questionnaire Plus*) dan UES (*User Engagement Scale*)”** sebagai judul tugas akhir.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari tugas akhir ini adalah bagaimana menganalisis dan mengevaluasi pengalaman dan keterlibatan pengguna pada aplikasi Canva dengan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) dan *User Engagement Scale* (UES).

1.3 Tujuan

Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengevaluasi pengalaman dan keterlibatan pengguna pada aplikasi Canva dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) dan *User Engagement Scale* (UES).

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang diperoleh dari penilaian tugas akhir adalah:

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

1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Objek penelitian dari penulisan tugas akhir adalah aplikasi Canva.
2. Skala untuk mengukur pengalaman pengguna menggunakan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) terdiri dari *Dependability*, *Usefulness*, *Efficiency*, *Adaptability*, *Clarity*, *Perspiciuity*. Skala pengukuran keterlibatan pengguna menggunakan metode *User Engagement Scale* (UES) terdiri dari *Focused Attention* (FA), *Perceived Usability* (PU), *Aesthetic appeal* (AE), *Endurability* (EN), *Novelty* (NO), *Felt Involvement* (FI).
3. Kuesioner dibuat dengan menggunakan *Google Form* dengan memanfaatkan *data analysis tools*. *Tools* yang digunakan *Microsoft Excel* dan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) dan *User Engagement Scale* (UES) yang disebarluaskan melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Microsoft Teams*.
4. Besaran populasi dalam penelitian ini berdasarkan jumlah pengunduhan di *Play Store* kurang lebih 100 juta.
5. Responden yang digunakan berdasarkan rumus *slovin* dengan *margin of error* 5% minimal 399,997 (400) responden dengan teknik pengambilan *Probability Sampling*.