

EVALUASI USER EXPERIENCE MENGGUNAKAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ) DAN PENERAPAN KANSEI ENGINEERING PADA APLIKASI CINEPOLIS CINEMAS INDONESIA

Natasha Gardenia Ameniar*, Heru Prastawa, Zainal Fanani Rosyada

Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro, Prof. Soedarto SH. Kampus Undip
Tembalang, Semarang, Indonesia, 50275

Abstrak

Pada era globalisasi saat ini, banyak kegiatan sehari-hari yang telah terbantu oleh teknologi, salah satunya adalah proses pelayanan bioskop. Cinepolis Cinemas Indonesia sebagai salah satu perusahaan bioskop di Indonesia memanfaatkan teknologi untuk mempermudah pelanggan mereka dalam menikmati layanan mereka, yaitu dengan cara penciptaan aplikasi. Walaupun demikian, banyak pengguna dari aplikasi tersebut yang menyampaikan keluhan melalui Google Play Store mengenai beberapa kekurangan aplikasi tersebut dari sisi pengalaman pengguna, salah satu keluhannya adalah workflow aplikasi yang kurang efisien. Oleh karena itu, diperlukan rekomendasi perbaikan yang berfokus kepada perasaan dan emosi pengguna saat menggunakan aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ) untuk mengetahui kesan pengguna serta Kansei Engineering untuk mengetahui emosi pengguna terhadap aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia. Setelah dilakukan penelitian, ditemukan bahwa terdapat lima buah skala UEQ yang memiliki hasil evaluasi positif serta satu buah skala UEQ yang memiliki hasil evaluasi netral. Sementara itu, hasil pengujian menggunakan benchmark UEQ menunjukkan bahwa terdapat tiga skala yang bernilai di atas rata-rata dan tiga skala lainnya bernilai di bawah rata-rata. Sementara itu, ditemukan juga kata-kata kansei sebanyak enam buah yang dianggap paling penting oleh pengguna aplikasi dan kemudian dikelompokkan dalam hierarki kebutuhan Maslow. Berdasarkan skala UEQ yang perlu diperbaiki serta kata-kata kansei yang dianggap penting oleh pengguna aplikasi, disusun empat buah usulan perbaikan bagi aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia. Dengan diberikannya usulan-usulan perbaikan tersebut, diharapkan kualitas pengalaman pengguna aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia akan menjadi lebih baik dan pelanggan bioskop Cinepolis Cinemas Indonesia akan lebih sering menikmati layanan yang disediakan oleh perusahaan bioskop tersebut.

Kata kunci: Pengalaman pengguna, UEQ, Kansei Engineering, kata-kata Kansei

Abstract

[Title: Evaluation of User Experience Using User Experience Questionnaire (UEQ) Method and the Application of Kansei Engineering on Cinepolis Cinemas Indonesia Application] In the current globalization era, there are a lot of day-to-day activities that are helped by technology, one of them is the service process in movie theatres. Cinepolis Cinemas Indonesia as one of the movie theatre companies in Indonesia takes advantage of technology to make it easier for their costumers to enjoy their service, which is done through the creation of application. However, there are a lot of users of the application who expressed their complaints through Google Play about the flaws that are related to the user experience of this application, one of the complaints is the inefficiency of the application's workflow. Therefore, it is necessary to create recommendations that are focused on the feelings and emotions of the users when they are using Cinepolis Cinemas Indonesia application. This research uses User Experience Questionnaire (UEQ) method to find out the impression of users and Kansei Engineering to find out the emotions of users when they are using Cinepolis Cinemas Indonesia application. After the research is done, it was found out that there are five scales of UEQ that have positive evaluation and there is one UEQ scale that has neutral evaluation. Meanwhile, the testing result with benchmark shows that there are three scales that have above average results and there are three other scales that have below average results. Then, it was also found out that there are six kansei words that are most important to users of the application that are then grouped into Maslow hierarchy of needs. According to UEQ scales that need to be fixed and kansei words that are seen as most important by application users, there were four recommendations that were made for Cinepolis Cinemas Indonesia application. By giving those recommendation, hopefully the quality of user experience of Cinepolis Cinemas Indonesia would be improved and customers of Cinepolis Cinemas Indonesia movie theatre would enjoy the provided service of the movie theatre company more often.

Keywords: User experience, UEQ, Kansei Engineering, Kansei words

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, mayoritas kegiatan yang dilakukan oleh manusia telah dibantu oleh teknologi, mulai dari kegiatan pokok seperti membeli kebutuhan sehari-hari hingga kegiatan yang bersifat tersier seperti menikmati hiburan. Menonton film menjadi salah satunya. Saat ini, masyarakat tidak perlu lagi mengunjungi gedung bioskop hanya untuk melihat film apa saja yang ditayangkan di bioskop tersebut beserta jadwal tayang dan kursi yang tersedia. Keberadaan aplikasi resmi dari berbagai perusahaan bioskop di Indonesia sangat memudahkan penikmat film Indonesia karena mereka dapat melihat judul film yang akan ditayangkan beserta jadwal tayangnya. Bahkan, mereka pun dapat membeli tiket secara *online* tanpa mengantre. Hal ini terbukti meningkatkan minat masyarakat Indonesia untuk menonton film di bioskop karena dapat menghemat waktu yang harus mereka keluarkan untuk memesan tiket bioskop.

Cinopolis Cinemas Indonesia sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di industri bioskop Indonesia memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dengan perancangan aplikasi untuk memudahkan pengguna merencanakan kunjungan mereka ke bioskop. Pada aplikasi Cinopolis, pengguna dapat melakukan pembelian tiket secara cepat. Melalui aplikasi tersebut, pengguna dapat melihat film apa saja yang sedang ditayangkan, lalu pengguna dapat memesan tiket untuk menonton film yang mereka inginkan dan kursi yang akan mereka gunakan untuk menonton film selama di gedung bioskop. Melalui aplikasi tersebut, Cinopolis juga memberikan berbagai informasi lain untuk pengguna, seperti penjelasan tentang protokol kesehatan Cinopolis untuk pencegahan penyebaran virus COVID-19, info mengenai *event* dan promosi, serta kolom untuk memasukkan alamat *email* apabila pengguna ingin berlangganan *newsletter* Cinopolis.

Meskipun telah memiliki banyak fitur, aplikasi Cinopolis masih menerima banyak keluhan dari sisi pengalaman pengguna (*user experience*), khususnya sejak tahun 2018 ketika Cinemaxx mulai diakuisisi oleh Cinopolis. Banyak pengguna yang menyampaikan ketidaknyamanan mereka pada berbagai aspek dari aplikasi serta aplikasi baru bioskop Cinemaxx yang mengubah namanya menjadi Cinopolis. Pada aplikasi *Google Play Store*, dapat dilihat banyaknya keluhan pengguna pada aplikasi, Cinopolis. Keluhan-keluhan tersebut antara lain adalah dari Anthony Jaya pada tanggal 5 November 2018 yang memberikan *rating* bintang satu dari lima dengan keluhan mengenai *User Interface* (UI) yang buruk, penyajian informasi yang kurang rapi, serta tidak berfungsinya beberapa fitur pada aplikasi Cinopolis. Allmeria Melyan yang pada tanggal 12 Desember 2019 memberikan *rating* bintang satu dari lima serta menyatakan kesulitannya dalam mengakses aplikasi Cinopolis, di antaranya adalah jadwal penayangan film yang tidak lengkap serta dalam memilih kota tempat menonton bioskop karena pengguna tidak dapat mengetik nama kota dan harus

melihat semua daftar kota dari atas hingga bawah untuk menemukan kota tempat ia ingin menonton. Selain itu, Orin Setyadi pada tanggal 2 Januari 2020 memberikan *rating* bintang dua dari lima serta menyatakan bahwa meskipun ia menyukai tampilan UI dari aplikasi Cinopolis, tetapi ia juga berpendapat bahwa aplikasi ini masih belum bisa diandalkan karena sulitnya melakukan *scrolling* pada aplikasi ini. Lalu, Utami Cahya pada tanggal 25 Desember 2021 memberikan *rating* bintang satu dari lima serta menyampaikan keluhannya mengenai terjadinya *error* saat hendak membayar tiket bioskop serta halaman pemilihan tempat duduk bioskop yang seringkali tidak muncul setelah diklik. Terakhir, Abraham Irawan memberikan *rating* bintang satu dari lima pada tanggal 17 April 2022 dan memberikan komentar mengenai *user experience* (UX) serta *User Interface* (UI) aplikasi Cinopolis yang menurutnya tidak ramah untuk pengguna *smartphone*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keluhan-keluhan yang berhubungan dengan *user experience* pada aplikasi Cinopolis Cinemas Indonesia antara lain adalah tidak berfungsinya fitur-fitur pada aplikasi serta kurang efisiennya *workflow* aplikasi.

Mengingat sudah ada banyak pengguna aplikasi serta yang menyampaikan ketidaknyamanannya dalam menggunakan layanan yang ada selama empat tahun, dibutuhkan perubahan dalam bentuk inovasi yang berfokus kepada kebutuhan pengguna. Hal ini perlu dilakukan agar tidak ada banyak pengguna yang memutuskan untuk berhenti menjadi pelanggan bioskop Cinopolis, terutama mengingat Cinopolis menayangkan film-film yang tidak ditayangkan di bioskop lainnya. Perbaikan dari aplikasi Cinopolis diharapkan akan meningkatkan kemajuan industri perfilman di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Evaluasi

Evaluasi merupakan proses pengujian suatu objek atau kegiatan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dalam rangka pembuatan keputusan (Soekartawi, 1995). Evaluasi memiliki peran pada suatu desain sistem interaktif untuk memastikan sistem dapat menunjukkan perilaku sesuai dengan kehendak serta kebutuhan yang ada (Dix, 2004). Dix juga berpendapat bahwa menilai *user experience* beserta dampaknya merupakan hal yang penting untuk dilakukan selain melakukan evaluasi terhadap desain sistem dalam hal kemampuan fungsionalnya. Contoh hal-hal yang dapat dinilai pada *user experience* dan dampaknya adalah aspek kemudahan pengguna dalam mempelajari sistem serta kepuasan pengguna dalam menggunakan sistem.

Evaluasi seringkali dilakukan terhadap suatu sistem. Sistem merupakan kumpulan sumber daya atau elemen yang terhubung menjadi satu, terintegrasi dalam sebuah hubungan hierarkis, serta memiliki tujuan untuk mencapai suatu target (Gondodiyoto, 2007).

Terdapat tiga tujuan utama dalam mengevaluasi suatu sistem, yaitu sebagai berikut (Dix, 2004):

1. Mengamati serta menilai tingkat serta aksesibilitas fungsionalitas sistem
2. Menilai interaksi pengalaman pengguna terhadap suatu sistem
3. Mengidentifikasi masalah khusus yang dialami suatu sistem

2. User Experience (UX)

ISO 9241-210:2009 menyatakan bahwa *user experience* (UX) atau pengalaman pengguna merupakan pemahaman seorang individu atas pemakaian suatu produk, jasa, atau sistem. UX mencakup segala aspek interaksi antara pengguna dengan perusahaan, layanan, serta produk-produknya (Nielsen, 2012). Jadi, dapat disimpulkan bahwa UX adalah pemahaman seseorang terhadap pemakaian suatu produk, jasa, atau sistem yang mencakup semua aspek interaksi antara pengguna dengan produk, perusahaan, serta layanan yang mereka gunakan.

UX diperkenalkan oleh Donald Norman, seorang arsitek *user experience* pada pertengahan tahun 1990-an., UX merupakan interaksi antara manusia (*user*) dengan komputer yang di dalamnya terdapat pemahaman pengguna mengenai aspek-aspek yang berkaitan dengan manfaat, kemudahan akses *user*, serta efisiensi dari suatu sistem yang digunakan (Farida, 2016). UX berfungsi untuk mengukur kenyamanan dan kepuasan pengguna terhadap produk, jasa, atau sistem yang dijadikan objek dari penelitian.

Dalam melakukan pembangunan UX, terdapat prinsip yang wajib untuk dipegang, yaitu *customer rule* atau kekuasaan masyarakat dalam menentukan tingkat kepuasannya sendiri. Kualitas dari fitur yang dimiliki suatu produk, jasa, atau sistem tidak akan menunjang kualitas UX apabila tidak ada khalayak yang dituju dan yang dapat merasakan kepuasan, kaidah, serta kenyamanan dalam berinteraksi dengan produk, jasa, atau sistem tersebut.

Dalam teori Rubinoff, terdapat empat elemen pada UX, yaitu:

1. *Branding*, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan estetika dan desain produk
2. *Usability*, yaitu kemudahan pengguna dalam mengakses komponen serta fitur yang dimiliki suatu produk
3. *Functionality*, yaitu hal-hal teknis serta proses yang melatar belakangi suatu produk beserta penerapannya
4. *Content*, yaitu isi dari suatu produk (misalkan teks, gambar, video pada aplikasi beserta struktur dan arsitektur informasinya)

3. Aplikasi

Aplikasi merupakan suatu program yang dirancang untuk melaksanakan tugas atau fungsi tertentu (Kadir, 2003). Aplikasi merupakan unit perangkat lunak yang diciptakan untuk melakukan pemenuhan terhadap berbagai kebutuhan manusia dalam aspek-aspek hidup mereka dalam rangka pelaksanaan aktivitas manusia sehari-hari, di antaranya adalah hiburan, perniagaan, pelayanan

masyarakat, periklanan, dan lain sebagainya (Pramana, 2010). Aplikasi juga merupakan pemakaian dalam suatu komputer, instruksi atau pernyataan yang dibentuk agar komputer dapat mengubah suatu input menjadi output (Jogiyanto, 1999). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa aplikasi merupakan suatu program atau unit perangkat lunak yang berfungsi untuk membantu manusia melakukan berbagai macam aktivitas, mulai dari kegiatan transaksi sehari-hari, kegiatan perkantoran, hingga hiburan. Aplikasi dirancang sedemikian rupa agar dapat mengubah input dari penggunanya menjadi suatu output yang dapat membantu pengguna dalam mencapai tujuan tertentu.

Aplikasi memiliki beberapa kesamaan dengan *website*. Sama halnya dengan *website*, aplikasi dapat digunakan untuk mendukung proses bisnis dengan menciptakan aplikasi laporan finansial berbasis *web* atau laporan akuntansi. Kualitas *website* dan aplikasi didefinisikan dari seberapa baiknya *website* didesain dan seberapa baik desain tersebut dalam mencapai kepuasan pengguna. *Website* serta aplikasi yang memiliki *usability* yang baik dapat menyediakan nyaman dan peningkatan nilai dari perusahaan (Purwaningsih, Prastawa, & Puspitasari, 2018). Untuk membangun suatu *website* atau aplikasi yang baik, prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan antara lain adalah keseimbangan (baik simetris/formal maupun asimetris/informal), faktor kontras dan konsistensi, serta keberadaan ruang kosong yang cukup (Purwaningsih & Yenifi, 2015).

Sebagai suatu teknologi *mobile*, aplikasi dapat memiliki berbagai dampak positif yang signifikan kepada masyarakat, di antaranya adalah memfasilitasi pengembangan kemampuan berpikir kreatif, termasuk dalam dunia akademik. Selain itu, aplikasi juga dapat membantu penggunanya dalam mempelajari serta meningkatkan kemampuan tertentu karena aplikasi didesain dengan sudut pandang pengguna yang dituju (Du, 2022).

4. User Experience Questionnaire (UEQ)

User Experience Questionnaire (UEQ) sering digunakan sebagai bagian dari *usability testing* untuk mendapatkan data kuantitatif yang menunjukkan kesan beberapa peserta yang berhubungan dengan pengalaman mereka saat menggunakan suatu produk (Devy, Wibirama, & Santosa, 2017). Metode ini memungkinkan pengguna suatu produk untuk mengungkapkan sikap, kesan, serta perasaan yang timbul saat mereka menggunakan suatu produk (Laugwitz, Schrepp, & Held, 2008).

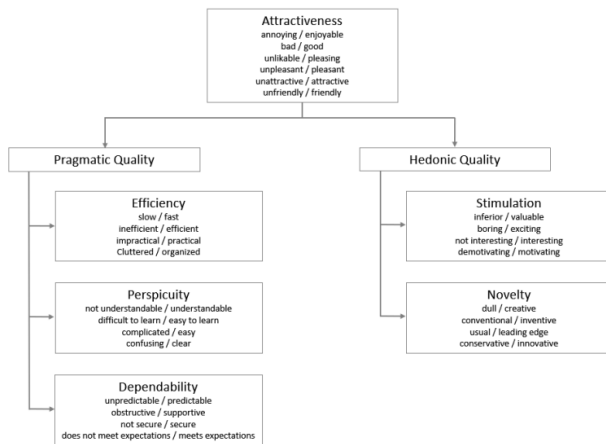
Martin Schrepp menyatakan bahwa UEQ memiliki enam skala dengan 26 *item* pernyataan, yaitu sebagai berikut:

1. *Attractiveness* (Daya Tarik): Kesan pengguna pada produk secara keseluruhan, tertarik atau tidaknya pengguna pada suatu produk.
2. *Perpiscuity* (Kejelasan): Seberapa mudah pengguna dapat mengenali dan mempelajari penggunaan produk

3. *Efficiency* (Efisiensi): Seberapa bisa pengguna menyelesaikan pekerjaan mereka dengan usaha secukupnya
4. *Dependability* (Ketergantungan): Bisa atau tidaknya pengguna mengendalikan interaksi
5. *Stimulation* (Stimulasi): Seberapa besar motivasi untuk menggunakan produk
6. *Novelty* (Kebaruan): Seberapa baru produk dibandingkan dengan produk lain yang sudah ada, seberapa kreatif serta inovatif produk tersebut

Daya tarik adalah dimensi valensi yang murni dan tidak termasuk dalam aspek kualitas apapun. Kejelasan, efisiensi, serta ketergantungan termasuk dalam aspek kualitas pragmatis yang berorientasi pada tujuan penggunaan produk sehingga pengguna harus melakukan suatu tugas untuk bisa mencapai tujuan melalui produk yang digunakan. Sementara itu, stimulasi dan kebaruan tergolong dalam aspek kualitas hedonis, yaitu aspek yang tidak berorientasi pada tujuan sehingga dalam skala ini, pengguna hanya perlu menggunakan atau mengakses produk tanpa perlu menggunakannya.

Struktur skala pengukuran pada metode UEQ adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Struktur Skala Pengukuran UEQ

UEQ adalah berupa skala pengukur *semantic differential* yang memiliki kemiripan dengan skala *Likert* yang dapat digunakan dalam pengukuran pendapat, sikap serta persepsi individu atau suatu sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial.

5. Hierarki Kebutuhan Maslow

Hierarki kebutuhan Maslow adalah suatu teori dari berbagai disiplin yang memiliki kegunaan dalam membuat prioritas dalam mengasuh dan merawat suatu produk.

Hierarki kebutuhan Maslow terdiri dari jenjang-jenjang berikut ketinggiannya (Setyaningrum, Dharma, & Ahimsa-Putra, 2014):

1. *Self-actualization*: kebutuhan untuk memperoleh kepuasan dengan diri sendiri
2. *Esteem needs*: kebutuhan untuk menghargai diri sendiri dan menerima penghargaan dari orang lain
3. *Love needs/belong-ness*: kebutuhan untuk merasa dicintai dan diperhatikan oleh orang-orang di sekitar
4. *Safety needs*: kebutuhan manusia untuk merasa aman terhadap keadaan di sekitarnya
5. *Physiological needs*: kebutuhan yang mendasar dan menjadi prioritas tertinggi dimana manusia tidak dapat hidup tanpa memenuhi kebutuhan-kebutuhan ini

Gambar 2 menggambarkan hierarki kebutuhan Maslow beserta contoh-contohnya pada setiap tingkatan.



Gambar 2. Hierarki Kebutuhan Maslow

(Sumber: Grant, 2021)

6. Kansei Engineering

Kansei berasal dari dua kata dalam bahasa Jepang, yaitu “kan” dan “sei”, kedua kata tersebut memiliki makna suatu gabungan antara kesensitifan serta kepekaan (Schutte, 2002). *Kansei Engineering* merupakan suatu bentuk teknologi yang digunakan untuk melakukan penerjemahan perasaan pengguna suatu produk ke dalam suatu spesifikasi desain (Lokman, 2010). Metode *Semantic Differential* adalah suatu metode yang paling sering dipakai oleh peneliti dalam rangka penelusuran sudut pandang seorang individu terhadap produk yang diujikan (Osgood, 1957) dalam (Cooper D. R., 2006)). Metode *Kansei* digunakan dalam penelitian yang berbasis pada emosi sehingga semua *input sensory* dibutuhkan dalam penelitian tersebut. *Input sensory* yang ada didalam tubuh sangat dibutuhkan karena akan mewakili perasaan atau emosi dari pengguna produk. Mayoritas studi terhadap pengembangan produk dengan menggunakan metode rekayasa emosional dimana penelitian mengamati seluruh indera manusia (Nagamachi, Workshop 2 On Kansei Engineering, 2001) dalam (Schutte, 2002)).

Berikut ini merupakan tiga fokus dalam *Kansei Engineering* (Nagamachi, Workshop 2 On Kansei Engineering, 2001) dalam (Schutte, 2002)).

1. Bagaimana cara peneliti melakukan pemahaman terhadap pengguna secara akurat?
2. Bagaimana cara peneliti melakukan pencerminan serta penerjemahan dari pemahaman *Kansei* ke dalam suatu desain produk?

3. Bagaimana cara peneliti melakukan penciptaan sistem serta pengaturan desain yang mengarahkan klibat kepada *Kansei*?

Sementara itu, berikut ini merupakan teknik pengukuran *Kansei* ((Nagamachi, Workshop 2 On *Kansei Engineering*, 2001) dalam (Schutte, 2002)).

1. Perkataan
2. Fisiologi respon, di antaranya adalah denyut jantung, *electromyogram* (EMG) dalam pengukuran tingkat kesehatan pada otot manusia, *electroencephalogram* untuk melakukan pengukuran serta pencatatan aktivitas listrik dalam otak manusia dengan memakai sensor tertentu
3. Perilaku serta tindakan seorang individu
4. Ekspresi wajah dan gerakan tubuh manusia

Berikut ini merupakan proses dalam menerapkan *kansei engineering*.

1. *Choice of domain*, yaitu proses dimana target kelompok yang dipilih dari suatu produk yang akan dirilis. Produk tersebut umumnya akan dikelompok dalam spesifikasi fungsi, jenis dan lain sebagainya (Nagamachi, 2003) dalam (Lokman, 2010))
2. *Span of semantic space*, yaitu langkah dimana peneliti melakukan pengumpulan terhadap *kansei words* untuk kemudian dilakukan pengelompokan atau dilakukan strukturasi serta direkapitulasi
3. *Span the space of product properties*, yaitu tahap dimana peneliti melakukan pengelompokan dan pemberian faktor pada setiap *kansei words* yang terpilih melalui hasil penelitian untuk kemudian dihitung keterkaitannya
4. *Synthesis*, yaitu tahap dimana peneliti melakukan penghubungan secara bersamaan pada proses tahap *span the space of product properties* dan *span of semantic space*

Berikut ini merupakan beberapa jenis dari *kansei engineering* (Nagamachi, 2001) dalam (Schutte, 2002)).

1. *Kansei Engineering Type-I Category Classification*, yaitu jenis *kansei* dimana peneliti melakukan penentuan strategi produk serta melakukan penciptaan konsep rancangan sebelum melakukan pengumpulan kata-kata dalam *kansei* yang memiliki hubungan terhadap konsep tersebut. Kata-kata dalam *kansei* tersebut diperoleh melalui studi literatur, kuesioner, wawancara, dan sebagainya. *Kansei words* tersebut lalu dikelompokkan serta dikolektifkan menurut sifatnya sebelum direduksi berdasarkan levelnya. *Kansei words* yang terpilih berada pada level tertinggi dan menjadi perwakilan dari kelompoknya. Jenis *kansei* ini sering disebut juga dengan istilah konsep *zero level* dengan beberapa sub konsep yang dimilikinya
2. *Kansei Engineering Type-II Kansei Engineering System* (KES), yaitu jenis *kansei* yang bersistem matematis dan statistik yang bertujuan menyambungkan *kansei* dengan

sifat produk yang dibahas. Sistem komputerisasi yang isinya berupa *database* mengenai kata-kata *Kansei* dipakai dalam metode jenis ini

3. *Kansei Engineering Type-III Hybrid Kansei Engineering System*, yaitu jenis *kansei* yang hampir sama dengan tipe II, hanya saja jenis *kansei* ini dapat melakukan prediksi sifat produk yang dikenali terhadap sistem hybrid, sementara untuk tipe II hanya bisa melakukan perubahan terhadap *kansei* konsumen yang menjadi parameter dari tiap perancangan
4. *Kansei Engineering Type-IV Kansei Engineering Modeling*, yaitu yang digunakan untuk melakukan implementasi model matematika dengan tujuan melakukan prediksi terhadap perasaan pengguna produk ke dalam perkataan. Sistem yang lebih memiliki pengalaman terhadap *kansei engineering* yaitu dengan menggabungkan dan mengukur fuzzy diterapkan dalam *kansei* jenis ini. Sistem yang dimaksud tadi akan membantu pengguna melakukan penilaian segenap rangkaian kata terhadap suatu perasaan. Sistem ini berfungsi untuk melakukan diagnosis perasaan terhadap nama dari suatu merek produk
5. *Kansei Engineering Type-V Virtual Kansei Engineering*, *kansei* jenis ini ialah lanjutan dari tipe II, dimana peneliti memanfaatkan suatu teknologi yang dapat menempatkan pengguna dalam lingkungan virtual tiga dimensi bernama *virtual reality* (VR)
6. *Kansei Engineering Type-VI Collaborative Kansei Engineering Designing*, yaitu merupakan bentuk *kansei* yang bisa didukung dengan sistem internet. Pada metode ini, dipublikasikan *Kansei Engineering System* (KES) untuk dilakukan penilaian oleh suatu kelompok yang ditawarkan di internet. Cara ini dapat mempercepat serta menyederhanakan tahap pengembangan produk

METODE PENELITIAN

1. Objek dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada pengguna aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia. Waktu yang diperlukan dalam melakukan penelitian ini adalah pada periode Juni 2022 hingga selesai.

2. Desain Penelitian

Pada tahapan ini, diperlukan 20 hingga 30 responden, hal ini sesuai dengan syarat jumlah minimal responden pada metode UEQ (Schrepp M., 2019). Evaluasi desain lama dengan metode UEQ menggunakan teknik *sampling purposive* dengan beberapa syarat yang telah ditentukan sebelumnya untuk mendapatkan responden dalam rangka mencapai tujuan tertentu (Bernard, 2006).

Pada penelitian ini, ditentukan kriteria inklusi dan eksklusi untuk mempermudah peneliti dalam menentukan individu-individu yang akan dijadikan responden dari kuesioner yang akan diberikan.

Berikut ini merupakan kriteria inklusi dari penelitian ini.

1. Orang yang berusia minimal 15 tahun
2. Orang yang pernah menggunakan aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia minimal satu kali

Sementara itu, berikut ini merupakan kriteria eksklusi dari penelitian ini.

1. Orang yang berusia di bawah 15 tahun
2. Orang yang belum pernah menggunakan aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Reliabilitas Data UEQ

Berikut ini merupakan hasil perhitungan nilai reliabilitas data dengan menggunakan metode *cronbach's alpha*. Pengerjaan dari hasil perhitungan ini memakai formula *correlation* pada Microsoft Excel. Nilai *cronbach's alpha* dinyatakan valid apabila lebih dari 0,7 (Schrepp D. M., 2019).

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas di Semua Skala UEQ

Skala UEQ	Nilai <i>coefficient alpha</i>
Daya tarik (<i>attractiveness</i>)	0,86
Kejelasan (<i>perpiscuity</i>)	0,83
Efisiensi (<i>efficiency</i>)	0,80
Ketertanggung (<i>dependability</i>)	0,88
Stimulasi (<i>stimulation</i>)	0,85
Kebaruan (<i>novelty</i>)	0,76

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, dapat dilihat bahwa semua skala memiliki nilai *coefficient alpha* di atas 0,7 sehingga variabel di semua skala UEQ sudah reliabel.

2. Hasil Evaluasi UEQ

Berikut ini merupakan hasil evaluasi UEQ pada pengguna aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia dengan data yang diolah menggunakan formula dari *official website* UEQ (ueq-online.org) pada Microsoft Excel.

Tabel 2. Hasil Evaluasi UEQ

Scale	Mean	Result
Daya tarik	1,133	<i>Positive evaluation</i>
Kejelasan	1,300	<i>Positive evaluation</i>
Efisiensi	1,375	<i>Positive evaluation</i>
Ketertanggung	0,900	<i>Positive evaluation</i>
Stimulasi	1,163	<i>Positive evaluation</i>
Kebaruan	0,375	<i>Neutral evaluation</i>

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa skala daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketertanggung, serta stimulasi memiliki hasil evaluasi yang positif karena bernilai lebih dari 0,8. Hal ini menandakan bahwa responden merasa aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia sudah memiliki nilai-nilai yang direpresentasikan oleh

skala-skala tersebut. Sementara itu, skala kebaruan memiliki hasil evaluasi yang netral karena bernilai di antara -0,8 dan 0,8. Hal ini menandakan bahwa responden berpendapat bahwa sisi kebaruan dari aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia sudah cukup baik, namun belum sempurna.

3. Hasil *Benchmark* UEQ Aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia

Hasil *benchmark* adalah hasil dari pengolahan data yang berupa perbandingan rata-rata penilaian produk yang didapatkan dalam penelitian dengan rata-rata penilaian produk yang didapatkan data *benchmark*. Data *benchmark* diperoleh dari situs resmi UEQ berupa batasan rata-rata produk lain dari segala macam penilaian produk dengan tujuan untuk digunakan dalam perbandingan antara rata-rata penilaian pengguna terhadap produk secara umum dengan rata-rata penilaian responden pada penelitian terhadap produk yang diteliti agar diperoleh kesimpulan hasil *comparison to benchmark*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rata-rata *benchmark* UEQ tahun 2020.

Tabel 3 menampilkan hasil *benchmark* UEQ dari aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia.

Tabel 3. Hasil *Benchmark* UEQ

Scale	Mean	<i>Comparison to benchmark</i>	<i>Interpretation</i>
Daya tarik	1,13	<i>Below average</i>	50% of benchmark better than results, 25% of benchmark worse than results
Kejelasan	1,30	<i>Above Average</i>	25% of benchmark better than results, 50% of benchmark worse than results
Efisiensi	1,38	<i>Above Average</i>	25% of benchmark better than results, 50% of benchmark worse than results
Ketertanggung	0,90	<i>Below Average</i>	50% of benchmark better than results, 25% of benchmark worse than results
Stimulasi	1,16	<i>Above Average</i>	25% of benchmark better than results, 50% of benchmark worse than results
Kebaruan	0,38	<i>Below Average</i>	50% of benchmark better than results, 25% of benchmark worse than results

Berdasarkan tabel hasil *benchmark*, dapat dilihat bahwa terdapat tiga dari enam skala yang memiliki nilai di bawah rata-rata (*below average*), yaitu skala daya tarik

(*attractiveness*), ketergantungan (*dependability*), serta kebaruan (*novelty*). Hal ini diinterpretasikan sebagai hasil bahwa 50% data *benchmark* lebih baik daripada data UEQ aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia dan 25% data *benchmark* sisanya lebih buruk dari data UEQ aplikasi tersebut. Sementara itu, skala kejelasan (*perpiscuity*), efisiensi (*efficiency*), serta stimulasi (*stimulation*) memiliki nilai di atas rata-rata (*above average*). Hal ini diinterpretasikan sebagai hasil bahwa 25% data *benchmark* lebih baik daripada data UEQ aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia dan 50% data *benchmark* sisanya lebih buruk dari data UEQ aplikasi tersebut.

4. Pemilihan *Kansei Words*

Pada tahap pengumpulan data dalam penelitian ini, telah dipilih 15 *kansei words* yang berhubungan dengan produk aplikasi. Berdasarkan data yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh responden, diperoleh beberapa *kansei words* yang dominan. Penelitian ini menggunakan hierarki kebutuhan Maslow untuk mengelompokkan *Kansei Words* berdasarkan tingkat kebutuhan pengguna.

Tabel 4. *Kansei Words* Aplikasi Pada Hierarki Kebutuhan Maslow

<i>Psychological Needs</i>	<i>Safety Needs</i>	<i>Love Needs</i>	<i>Esteem Needs</i>	<i>Self-Actualization</i>
Dinamis (24,888%)	Mudah (32,661%)	Indah (100%)	Modern (32,087%)	Inovatif/kreatif (25,684%)
Sederhana (25,187%)	Formal (33,266%)		Elegan (34,646%)	Unik (24,316%)
Informatif (25,187%)	Serasi (34,073%)		<i>Fun</i> (33,268%)	Bersemangat (25,532%)
Alami (24,738%)				<i>Colorful</i> (24,468%)

Berdasarkan persentase jawaban responden, dapat disimpulkan bahwa *kansei words* yang terpilih adalah sederhana dan informatif (pada hierarki *psychological needs*), serasi (pada hierarki *safety needs*), indah (pada hierarki *love needs*), elegan (pada hierarki *esteem needs*), dan inovatif/kreatif (pada hierarki *self-actualization*). *Kansei words* tersebut mewakili aspek-aspek pada aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia yang dianggap penting oleh penggunanya.

5. Rekapitulasi Skala UEQ dan *Kansei Words* yang Diperbaiki

Setelah dilakukan evaluasi terhadap *user experience* aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia, ditemukan beberapa skala pada *User Experience Questionnaire* (UEQ) yang masih perlu ditingkatkan serta beberapa *kansei words* yang

dianggap paling penting oleh pengguna aplikasi tersebut. Oleh karena itu, telah diberikan usulan-usulan yang diharapkan akan mencapai peningkatan yang berhubungan dengan skala UEQ dan *kansei words* tersebut.

Setelah disusun beberapa usulan perbaikan, maka perlu dipastikan bahwa semua skala UEQ yang memerlukan perhatian dan *kansei words* yang perlu untuk diprioritaskan. Tabel 5 memaparkan daftar usulan perbaikan yang telah diberikan beserta contoh perbaikannya dan skala UEQ serta *kansei words* yang menjadi fokus pada usulan-usulan tersebut.

Tabel 5 Skala UEQ, *Kansei Words*, dan Usulan Perbaikan Beserta Contohnya

No	Usulan Perbaikan	Skala UEQ yang Diperbaiki	<i>Kansei words</i> yang Dijadikan Fokus
1	Menambah ragam warna pada tampilan aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia	Daya tarik (<i>attractiveness</i>)	Indah Serasi
2	Penambahan fitur pada aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia	Kebaruan (<i>novelty</i>)	Inovatif/kreatif
3	Memperbaiki tampilan agar lebih dipahami pengguna	Ketergantungan (<i>dependability</i>)	Informatif Elegan
4	Memperbaiki alur registrasi dan pembelian tiket	Ketergantungan (<i>dependability</i>)	Sederhana

KESIMPULAN

Berikut ini merupakan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian Tugas Akhir berjudul *Evaluasi User Experience Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ) dan Penerapan Kansei Engineering pada Aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia*.

1. Hasil evaluasi dengan metode UEQ yang telah dilakukan kepada pengguna aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia menunjukkan hasil evaluasi yang positif (*positive evaluation*) pada skala daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketergantungan, dan stimulasi, sementara skala kebaruan

memiliki hasil evaluasi yang netral (*neutral evaluation*), Sementara itu, hasil pengujian menggunakan *benchmark* sedikit berbeda, dimana skala kejelasan, efisiensi, serta stimulasi memiliki nilai di atas rata-rata (*above average*) yang berarti performansi *user experience* pada skala-skala tersebut bernilai di atas rata-rata standar produk yang ditetapkan oleh penyusun UEQ, sedangkan skala daya tarik, ketergantungan, dan kebaruan memiliki nilai di bawah rata-rata (*below average*) yang berarti performansi *user experience* pada skala-skala tersebut bernilai di bawah rata-rata standar produk yang ditetapkan oleh penyusun UEQ. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa skala daya tarik, ketergantungan, serta kebaruan perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas *user experience* pada aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia.

2. Berdasarkan hasil perhitungan dan pengelompokan ke dalam hierarki kebutuhan Maslow, *kansei words* yang dianggap paling penting oleh pengguna adalah sederhana dan informatif (pada hierarki *psychological needs*), serasi (pada hierarki *safety needs*), indah (pada hierarki *love needs*), elegan (pada hierarki *esteem needs*), serta inovatif/kreatif (pada hierarki *self-actualization*). Hal ini memiliki arti bahwa *kansei words* tersebut dianggap paling penting untuk *user experience* aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia menurut pengguna aplikasi tersebut sehingga perlu dijadikan perhatian dalam menyusun usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas *user experience* aplikasi tersebut.
3. Berdasarkan skala UEQ yang bernilai kurang baik serta *kansei words* terpilih, rekomendasi perbaikan yang dapat diberikan melalui penelitian ini untuk meningkatkan kualitas *user experience* aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia antara lain adalah menambahkan ragam warna pada tampilan aplikasi (untuk meningkatkan skala daya tarik pada UEQ dan *kansei words* “indah” dan “serasi”), menambahkan fitur baru pada aplikasi (untuk meningkatkan skala kebaruan pada UEQ dan *kansei words* “inovatif/kreatif”), membuat alur registrasi serta pembelian tiket menjadi lebih efisien (untuk meningkatkan skala ketergantungan pada UEQ dan *kansei words* “sederhana”), serta mengubah tampilan aplikasi menjadi lebih dipahami oleh pengguna (untuk meningkatkan skala ketergantungan pada UEQ dan *kansei words* “informatif” dan “elegan”)

REFERENSI

- Bernard, H. R. (2006). *Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches*. Lanham: Altamira Press.
- Cooper, D. R. (2006). *Business Research Methods, 8th Edition*. Tata: McGraw Hill.
- Devy, N. P., Wibirama, S., & Santosa, P. I. (2017). Evaluating User Experience of English Learning Interface using Experience Questionnaire and System Usability Scale (Online).
- Dix, A. e. (2004). *Human Computer Interaction, Third Edition*. Prentice Hall.
- Du, D. (2022). Using Mobile Apps in Vocal Training to Develop Creative Thinking. *Thinking Skills and Creativity*. doi:https://doi.org/10.1016/j.tsc.2022.101020
- Farida, L. D. (2016). Pengukuran User Experience dengan Pendekatan Usability (Studi Kasus: Website Pariwisata di Asia Tenggara). *SEMNASTEKNOMEDIA ONLINE*.
- Gondodiyoto, S. (2007). *Audit Sistem Informasi: Pendekatan Cobit, Edisi Revisi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Jogiyanto, H. M. (1999). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kadir, A. (2003). *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Laugwitz, B., Schrepp, M., & Held, T. (2008). Construction and evaluation of a user experience questionnaire.
- Lokman, A. M. (2010). *Design & Emosi: The Kansei Engineering Methodology*. Malaysia: Universiti Teknologi MARA.
- Nagamachi, M. (2001). Workshop 2 On Kansei Engineering. *Proceedings of International Conference on Affective Human Factors Design*. Singapore.
- Nagamachi, M. (2003). *The Story of Kansei Engineering (In Japanese)*. Tokyo: Japanese Standards Association.
- Nielsen, J. (2012). Usability 101: Introduction to Usability.
- Osgood, C. E. (1957). *The measurement of meaning*. Urbana: University of Illinois Press.
- Pramana, H. W. (2010). Pengertian Aplikasi. *Jurnal WendyStia*.
- Purwaningsih, R., & Yenifi, I. (2015). Usability Assessment of International Office Website of Diponegoro University with Scenario-Based Usability Evaluation Method and WAMMI Method. *Computer, Mathematics, and Engineering Applications (CoMTech)*.
- Purwaningsih, R., Prastawa, H., & Puspitasari, A. H. (2018). Usability measurement of telecommunications testing website PT. Telkom Indonesia using user centered design. *ICENIS*. doi:https://doi.org/10.1051/e3sconf/2018730
- Schrepp, D. M. (2019). *User Experience Questionnaire Handbook*. [Online]. Retrieved from <http://www.ueq-online.org/>
- Schrepp, M. (2019). Developing a UX KPI based on the user experience questionnaire.
- Schutte, S. (2002). *Designing Feelings Into Product*. Linkoping: Linkopings University.
- Setyaningrum, R., Dharma, I. G., & Ahimsa-Putra, H. S. (2014). Kata-kata Kansei pada Produk Berbasis Budaya untuk Pemenuhan Kebutuhan Maslow. *Jurnal Teknosains*.
- Soekartawi. (1995). *Monitoring dan Evaluasi Proyek Pendidikan*. Jakarta: Dunia Pustaka Jaya.