

ANALISIS *USER EXPERIENCE* PADA PLATFORM LINKEDIN MENGUNAKAN METODE *USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE*

Siti Indriyana✉, Tasyifa Nafsiah Muthmainah, Azhari Ali Ridha

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Singaperbangsa, Karawang, Indonesia

Email: 2010631250075@student.unsika.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46880/jmika.Vol7No2.pp208-216>

ABSTRACT

LinkedIn is the largest professional networking application in the world, classified as a social networking site (SNS) application. Indonesia is one of the countries with the highest number of active LinkedIn users. To ensure user comfort, LinkedIn regularly updates their application. However, recently there have been some negative ratings regarding the LinkedIn application. To directly assess this, a research study was conducted to determine user satisfaction while interacting with the features available on LinkedIn. This research was carried out using the user experience questionnaire method, with 35 respondents participating. This method consists of 26 questions representing six assessment indicators, including attractiveness, efficiency, perspicuity, dependability, stimulation, and novelty. The indicator with the highest score is stimulation, with a score of 1.48, which is categorized as good. On the other hand, the lowest indicator score is perspicuity, which only obtained a score of 0.79, below average. Overall, LinkedIn has received predominantly positive feedback. However, it is still recommended to continue innovating, especially focusing on improving perspicuity aspects that are tailored to the needs and issues faced by users.

Keyword: *Social Networking Site, LinkedIn, User Experience, UEQ.*

ABSTRAK

LinkedIn merupakan aplikasi jaringan profesional terbesar di dunia yang tergolong kedalam aplikasi sistem social networking site (SNS). Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna LinkedIn aktif terbanyak. Untuk memastikan kenyamanan penggunanya, LinkedIn kerap melakukan pembaharuan terhadap aplikasi mereka secara berkala. Namun beberapa waktu kebelakanga ini, didapati rate yang kurang baik terhadap aplikasi LinkedIn. Untuk memastikan secara langsung maka dilakukan penelitian ini guna mengetahui kepuasan pengguna selama berinteraksi dengan fitur-fitur yang terdapat di LinkedIn. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode user experience questionnaire dimana dalam pelaksanaannya di lakukan terhadap 35 orang responden. Metode ini memiliki 26 pertanyaan yang mewakili enam indikator penilaian diantaranya daya tarik, efisiensi, kejelasan, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Indikator dengan nilai tertinggi yaitu terdapat pada indikator stimulasi dengan memperoleh nilai sebesar 1.48 yang tergolong kedalam kategori baik. Sedangkan indikator terendah terdapat pada indikator kejelasan yang hanya memperoleh nilai sebesar 0.79 yang masih dibawah rata-rata. Secara keseluruhan LinkedIn telah memperoleh feedback cenderung positif. Namun tetap disarankan untuk terus melakukan inovasi terutama yang berfokus untuk meningkatkan aspek kejelasan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi pengguna.

Kata Kunci: *Social Networking Site, LinkedIn, User Experience, UEQ.*

PENDAHULUAN

Pada era digitalisasi seperti saat ini, semua kegiatan manusia tak luput dari penggunaan produk digital. Pada penggunaan produk digital sangat erat kaitannya dengan penggunaan internet. Penggunaan internet di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Tercatat bahwa menurut laporan yang bersumber dari We Are Social, pada Januari 2023 jumlah pengguna internet di Indoneisa mencapai 212,9 juta atau sekitar 77% dari populasi Indonesia telah

menggunakan internet. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 3,85% dari tahun sebelumnya yang hanya berjumlah 205 juta jiwa (Rizaty, 2023).

Diantara banyaknya pengguna internet di Indonesia, 78% diantaranya merupakan pengguna media sosial (Muhtar, 2023). Salah satu media sosial yang digandrungi masyarakat di Indonesia adalah LinkedIn. Terlebih lagi pada awal tahun 2023 berdasarkan laporan We Are Social dan Hootsuite Indonesia menjadi pengguna LinkedIn terbanyak

nomor 7 dengan jumlah pengguna mencapai 23 juta pengguna (Mutia, 2023). Pengguna LinkedIn di Indonesia didominasi oleh generasi milenial dengan rentang usia berkisar antara 18 hingga 24 tahun.

Dikutip dari halaman resminya, LinkedIn merupakan jaringan profesional online yang digunakan untuk menemukan lowongan pekerjaan ataupun kegiatan magang, memperkuat hubungan profesional, serta dapat digunakan pula untuk mempelajari keahlian yang dibutuhkan. LinkedIn dapat diakses menggunakan media elektronik apapun baik melalui desktop, aplikasi mobile, ataupun web browser (LinkedIn, 2023).

Untuk memberikan pengalaman terbaik bagi para penggunanya, LinkedIn terus meningkatkan fitur-fitur yang mereka miliki dengan secara berkala melakukan pembaharuan pada versi aplikasi mereka. Namun, beberapa waktu kebelakang ini, banyak diantara para pengguna yang mengalami kendala saat menggunakan aplikasi ini. Hal itu terlihat dari banyaknya rating rendah yang diberikan oleh pengguna pada aplikasi LinkedIn. Rata-rata pengguna yang memberikan rating rendah memiliki permasalahan yang similar dimana mereka mengalami kesulitan saat melakukan log in serta verifikasi. Hal ini sangatlah menjadi sebuah permasalahan yang cukup krusial bagi aplikasi profesional social networking dengan predikat terbesar di dunia. Untuk itu, berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti ingin melakukan pendekatan dengan menggunakan metode user experience questionnaire (UEQ) kepada para pengguna LinkedIn secara langsung untuk mengetahui bagaimana pengalaman pengguna selama berinteraksi menggunakan LinkedIn dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden yang akan dikemas dalam bentuk kuisioner yang berdasarkan pedoman UEQ (User Experience Questionnaire).

KAJIAN LITERATUR

Professional Social Networking Site (SNS)

Professional Social Networking Site (SNS) merupakan platform yang berfokus pada interaksi dan jaringan profesional antara pengguna. Memungkinkan pengguna untuk terhubung, berinteraksi, dan berbagi informasi dengan profesional lain dibidang yang selaras atau terkait. Menurut Boyd dan Ellison dalam penelitian (Davis, Wolff, Forret, & Sullivan, 2020) menggambarkan SNS sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil semi publik dalam sistem terbatas, menampilkan daftar pengguna lain dengan siapa mereka memiliki koneksi,

dan menjelajahi daftar koneksi pengguna lain yang terdapat didalam sistem.

LinkedIn

LinkedIn merupakan aplikasi profesional social networking yang memungkinkan para pengguna untuk dapat menemukan lowongan dan kesempatan magang, terhubung dengan hubungan profesional, serta mempelajari skill lainnya yang diperlukan untuk menunjang karir penggunanya. LinkedIn tersedia dalam berbagai platform teknologi baik dalam aplikasi mobile, website ataupun desktop (LinkedIn, 2023).

User Experience

User experience atau yang biasa dikenal dengan UX merupakan hasil dari perasaan dan pikiran pengguna selama menggunakan suatu produk atau layanan digital (Luthfi, Adinegoro, Rokhmawati, & Az-Zahra, 2018). User Experience berfokus pada pengalaman pengguna yang mencakup segi respons, emosi, dan persepsi pengguna terhadap suatu aplikasi yang digunakan. Selain itu, user experience sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna melalui desain antarmuka yang ditampilkan (Henim & Sari, 2020). Dalam penelitian user experience yang dilakukan oleh (Al-Shamaileh & Sutcliffe, 2023; Lavie & Tractinsky, 2004), kemudahan pengguna (ease of use), kualitas layanan (utility), estetika klasik dan ekspresif telah diidentifikasi sebagai pengaruh penting pada persepsi pengguna terhadap produk.

User Experience Questionnaire

User Experience Questionnaire merupakan metode yang didasarkan pada gagasan bahwa user experience dapat diukur dengan mempertimbangkan tujuan kegunaan dan tujuan pengalaman pengguna (Kushendriawan, Santoso, Putra, & Schrepp, 2021).

Metode ini dapat digunakan membantu mengevaluasi kualitas pengalaman pengguna secara subjektif serta dapat digunakan secara praktis, andal, dan kompeten (Prasetyaningsih & Ramadhani, 2021). Pada metode UEQ jumlah minimal responden yang dapat terlibat yaitu berkisar antara 20-30 responden telah memberikan hasil evaluasi cukup stabil (Schrepp, 2016). Selain itu, metode UEQ memiliki keunggulan dibanding dengan framework analisis sejenis. Keunggulan UEQ dapat terlihat melalui gambaran aspek pengalaman pengguna serta kegunaan. Menurut (Rauschenberger, Schrepp, Perez-Cota, Olschner, & Thomaschewski, 2013) keunggulan UEQ lainnya adalah dapat digunakan menggunakan bahasa lain selain Bahasa Inggris dengan interpretasi hasil persepsi

pengguna yang sama. Oleh karenanya, UEQ kerap digunakan sebagai landasan bagi peneliti untuk melakukan perbaikan terhadap suatu aplikasi (Ratmoko & Pakereng, 2022).

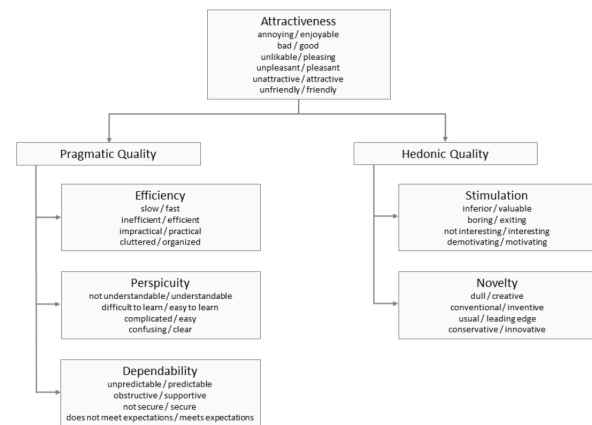
Kuisisioner pada metode UEQ memiliki format dengan 26 pertanyaan yang dikategorikan kedalam enam aspek penilaian diantaranya :

1. Daya Tarik (Attractiveness): Kesan pengguna secara umum terhadap produk. Aspek daya tarik memiliki enam indikator penilaian diantaranya:
 - Menyusahkan/menyenangkan
 - Baik/buruk
 - Menggembirakan/tidak disukai
 - Atraktif/tidak atraktif
 - Ramah pengguna/tidak ramah pengguna
 - Tidak nyaman/nyaman.
2. Efisiensi (Efficiency): Kesan pengguna dalam meraih tujuan selama menggunakan produk apakah terjalin secara cepat dan efisien, serta antarmuka yang ditampilkan jelas. Pada aspek Efisiensi memiliki empat indikator diantaranya:
 - Tidak efisien/Efisien,
 - Cepat/Lambat,
 - Tidak praktis/ Praktis,
 - Terorganisir/Berantakan.
3. Kejelasan (Perspicuity): Kesan pengguna pada tingkat kemudahan dalam memahami produk. Aspek kejelasan memiliki empat indikator penilaian diantaranya:
 - Tak dapat dipahami/Mudah dipahami,
 - Mudah dipelajari/Sulit dipelajari,
 - Jelas/Membingungkan,
 - Rumit/Sederhana.
4. Ketepatan (Dependability): Perasaan pengguna terkait keamanan dan kendali interaksi dengan produk. Aspek ketepatan memiliki empat indikator penilaian diantaranya:
 - Tak dapat diprediksi/Dapat diprediksi,
 - Menghalang/Mendukung,
 - Aman/Tidak aman,
 - Memenuhi ekspektasi/Tidak memenuhi ekspektasi.
5. Stimulasi (Stimulation): Kesan pengguna apakah produk yang digunakan itu menarik dan menyenangkan. Aspek Stimulasi memiliki empat indikator penilaian diantaranya:
 - Membosankan/Mengasyikkan,
 - Bermanfaat/Tidak bermanfaat,
 - Tidak menarik/ Menarik,
 - Memotivasi/Tidak memotivasi.
6. Kebaruan (Novelty): Kesan pengguna apakah desain produk tersebut inovatif, kreatif, dan

menarik bagi pengguna. Aspek kebaruan memiliki empat indikator diantaranya:

- Konservatif/Inovatif,
- Lazim/Terdepan,
- Berdaya cipta/Konvensional,
- Kreatif/Monoton.

Menurut penelitian (Schrepp, 2016) keenam skala penilaian tersebut terbagi kedalam tiga kelompok utama, yaitu attractiveness, pragmatic quality, dan hedonic quality. Komponen yang tergolong kedalam nilai murni yaitu attractiveness karena sangat mempengaruhi keterkaitan pengguna terhadap sistem. Pragmatic quality memiliki tiga komponen yaitu Efficiency, Perspicuity, dan Dependability dimana ketiga hal tersebut berhubungan erat dengan fokus utama yaitu tujuan yang ingin dicapai pengguna melalui produk. Sedangkan hedonic quality berhubungan dengan emosi pengguna selama menggunakan produk tanpa memntingkan keharusan dalam mencapai tujuan. Skala struktur UEQ tersebut akan ditampilkan sebagaimana berikut ini yang terdapat pada Gambar 1.



Gambar 1. Skala Struktur UEQ

User Experience Questionnaire Tools

Pengolahan data pada UEQ dapat dilakukan dengan menggunakan UEQ Data Analysis Tools yang dapat diunduh melalui website resmi UEQ melalui url <https://www.ueq-online.org/> (Ratmoko & Pakereng, 2022). UEQ Data Analysis Tools merupakan file excel khusus yang digunakan untuk menganalisis data hasil kuisisioner (Prasetyaningsih & Ramadhani, 2021).

Untuk mengetahui makna dari nilai yang dihasilkan oleh setiap skala UEQ maka dapat dilakukan dengan membandingkan nilai yang dihitung dari setiap skala yang terdapat pada nilai-nilai benchmark (Umar, Ifani, Ammatulloh, & Anggriani, 2021) sebagaimana yang terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1. Benchmark untuk Skala UEQ

Kategori	Daya Tarik	Kejelasan	Efisiensi	Ketepatan	Stimulasi	Kebaruan
Excellent	≥1,75	≥1.9	≥1.78	≥1.65	≥1.55	≥1.4
Good	≥1.52	≥1.56	≥1.47	≥1.48	≥1.31	≥1.05
	<1.75	<1.9	<1.78	<1.65	<1.55	<1.4
Above Average	≥1.17	≥1.08	≥0.98	≥1.14	≥0.99	≥0.71
	<1.52	<1.56	<1.47	<1.48	<1.31	<1.05
Bellow Average	≥0.7	≥0.64	≥0.54	≥0.78	≥0.5	≥0.3
	<1.17	<1.08	<0.98	<1.14	<0.99	<0.71
Bad	<0.7	<0.64	<0.54	<0.78	<0.5	<0.3

Literatur Terdahulu

Metode user experience questionnaire telah digunakan oleh beberapa penelitian sebelumnya untuk melakukan analisis user experience terhadap suatu produk, layanan, ataupun sistem tertentu. Penelitian pertama berjudul Evaluasi Aplikasi Transportasi Mobile Yogyakarta International Airport Menggunakan User Experience Questionare (UEQ) ditulis oleh (Agustina & Sardiarinto, 2022) menghasilkan bahwa aplikasi M-YIA memiliki penilaian positif dari pengguna. Akan tetapi, tetap diperlukan adanya inovasi dari pengembang yang disesuaikan dengan keperluan pengguna.

Penelitian kedua berjudul Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Sistem Informasi Puskesmas Paperless menggunakan Metode Usability Testing dan User Experience Questionnaire (UEQ) menghasilkan bahwa pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi Sistem Informasi Puskesmas Paperless (SIMPLE) cenderung memberikan penilaian yang positif/baik (Febrianto, Putra, & Perdanakusuma, 2019).

Penelitian ketiga berjudul Penggunaan Metode User Experience Questionnaire Untuk Menganalisis Kualitas Pengalaman Pengguna Aplikasi Myindihome Mobile menghasilkan bahwa perlu adanya perbaikan pada skala Stimulation dan Novelty dengan menghadirkan pembaharuan tampilan dan penambahan fitur untuk memperoleh kredit poin yang fleksibel (Karina & Pibriana, 2023).

Penelitian keempat berjudul Evaluating User Experience of a Mobile Health Application Halodoc using User Experience Questionnaire and Usability Testing menghasilkan bahwa berdasarkan hasil penilaian UEQ benchmark tergolong kedalam kriteria baik. Namun pada skala usability test menemukan

beberapa hal konkret yang perlu untuk diperbaiki (Kushendriawan et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan melalui beberapa tahapan sebagaimana yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Alur Kegiatan Penelitian

Rancangan Penelitian

Pada penelitian ini akan menggunakan pendekatan campuran (mixed methods approach) dimana dalam praktiknya menggabungkan analisis kualitatif dan kuantitatif secara bersamaan. Menurut Cresswell dalam (Kushendriawan et al., 2021), pendekatan kuantitatif merupakan teknik analisis pengumpulan data melalui alat penelitian standar yang telah ditentukan sebelumnya dan menghasilkan data empiris dalam bentuk skor pada skala tertentu. Sedangkan kualitatif analisis bertujuan untuk memahami fenomena sosial, perilaku, dan pengalaman manusia secara mendalam (Salladien, 2016).

Pengumpulan Data, Populasi, dan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode User Experience Questionnaire untuk mengumpulkan data empiris yang berhubungan dengan LinkedIn. Metode UEQ digunakan sebagai acuan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna (Umar et al., 2021). Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dan kuisioner. Studi literatur dilakukan guna mencari referensi yang relevan dengan topik penelitian yang dapat bersumber dari buku, jurnal, dan literatur lainnya. Sedangkan

kuisisioner dilakukan secara online dan ditunjukkan kepada para pengguna LinkedIn. Kuisisioner penelitian didasarkan pada ketentuan pertanyaan yang bersumber dari metode UEQ yang terdiri dari 26 pertanyaan. Pengumpulan data dilakukan tercatat dimulai dari 19 Mei 2023 hingga 26 Mei 2023 dengan jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjumlah 35 responden dimana jumlah tersebut telah memenuhi kebutuhan minimal responden sesuai ketentuan pedoman UEQ. Berikut merupakan daftar pertanyaan UEQ dalam versi Bahasa Indonesia yang terdapat pada Gambar 3.

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	○	○	○	○	○	○	○	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	○	○	○	○	○	○	○	dapat dipahami	2
kreatif	○	○	○	○	○	○	○	monoton	3
mudah dipelajari	○	○	○	○	○	○	○	sulit dipelajari	4
bermanfaat	○	○	○	○	○	○	○	kurang bermanfaat	5
membosankan	○	○	○	○	○	○	○	mengasyikkan	6
tidak menarik	○	○	○	○	○	○	○	menarik	7
tak dapat diprediksi	○	○	○	○	○	○	○	dapat diprediksi	8
cepat	○	○	○	○	○	○	○	lambat	9
berdaya cipta	○	○	○	○	○	○	○	konvensional	10
menghalaangi	○	○	○	○	○	○	○	mendukung	11
baik	○	○	○	○	○	○	○	buruk	12
rumit	○	○	○	○	○	○	○	sederhana	13
tidak disukai	○	○	○	○	○	○	○	menggembirakan	14
lazim	○	○	○	○	○	○	○	terdepan	15
tidak nyaman	○	○	○	○	○	○	○	nyaman	16
aman	○	○	○	○	○	○	○	tidak aman	17
memotivasi	○	○	○	○	○	○	○	tidak memotivasi	18
memenuhi ekspektasi	○	○	○	○	○	○	○	tidak memenuhi ekspektasi	19
tidak efisien	○	○	○	○	○	○	○	efisien	20
jelas	○	○	○	○	○	○	○	mbingungkan	21
tidak praktis	○	○	○	○	○	○	○	praktis	22
terorganisasi	○	○	○	○	○	○	○	berantakan	23
atraktif	○	○	○	○	○	○	○	tidak atraktif	24
ramah pengguna	○	○	○	○	○	○	○	tidak ramah pengguna	25
konservatif	○	○	○	○	○	○	○	inovatif	26

Gambar 3. Daftar Kuisisioner UEQ

Pengolahan dan Analisis Data

Data yang telah diperoleh kemudian dilakukan analisa untuk mengetahui kualitas user experience yang terdapat pada LinkedIn. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan UEQ Data Tools Analysis dalam bentuk excel sheet. Pada proses pengolahan data, dilakukan beberapa tahapan yaitu:

- Input data kuisisioner kedalam data sheet.
- Transformasi data dengan mengubah nilai 1 hingga 7 menjadi -3 hingga +3. Dimana -3 merupakan nilai terendah dan +3 merupakan nilai tertinggi.
- Perhitungan rata-rata pada masing-masing penilaian responden (mean per person).
- Konversi data sehingga memperoleh nilai Mean, Varian, dan Simpangan Baku.
- Membandingkan hasil UEQ dengan standar mean pada table benchmark.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Input Data Perolehan Kuisisioner

Kuisisioner penelitian dibuat dengan bantuan google form, disebarikan melalui media sosial maupun dengan menggunakan sistem broadcast. Responden yang terlibat pada penelitian ini berjumlah sebanyak 35 orang. Berdasarkan ketentuan UEQ, maka responden yang terlibat diharuskan menjawab 26 butir pertanyaan dimana setiap pertanyaan memiliki rentang skala penilaian 1 hingga 7. Berikut merupakan tabel distribusi hasil kuisisioner yang terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Distribusi Kuisisioner Responden

Items																									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
4	4	3	2	2	4	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	5	2	3	4	3	4	3	2	2	2
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	2	2	3	5	4	4	4	3	4	3	3
4	7	1	3	1	6	7	6	1	2	7	1	6	6	6	6	2	1	2	7	2	6	1	1	2	2
4	4	3	4	3	4	5	4	3	4	6	3	6	5	3	6	4	4	3	6	3	5	2	4	3	3
4	5	2	2	1	6	6	4	3	2	7	1	5	6	6	7	2	1	1	5	1	7	2	2	2	2
4	7	2	3	2	4	5	4	4	3	7	1	5	5	5	5	3	1	3	5	3	6	3	3	3	3
6	7	2	3	1	6	5	6	2	5	6	2	5	5	5	6	1	2	2	6	3	5	3	2	2	2
5	5	1	4	1	4	7	4	4	5	7	4	4	7	7	4	2	1	2	5	3	7	2	4	4	4
6	6	2	2	2	6	6	4	2	2	6	2	6	6	6	6	2	2	2	6	2	6	2	2	2	2
6	6	2	2	1	5	6	4	2	3	6	1	5	4	6	6	2	1	3	6	2	6	3	4	2	2
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	7	5	1	6	7	7	4	1	7	3	3	6	6	5	1	1	3	5	5	6	1	4	5	5
7	6	2	2	2	5	5	4	2	2	6	2	4	6	6	6	3	3	2	6	3	5	3	3	5	5
7	6	3	3	1	7	7	4	3	4	7	1	5	7	7	7	1	1	1	7	1	6	1	1	1	1
1	1	1	7	3	3	6	1	4	3	7	1	1	4	2	4	4	1	7	4	7	4	4	4	4	4
7	6	1	2	1	6	7	7	1	7	7	1	6	7	7	7	1	1	1	7	1	6	3	1	1	1
6	6	1	1	1	7	6	1	3	1	5	2	3	5	4	5	2	3	4	3	2	4	4	5	3	3
6	6	4	2	3	4	5	4	2	4	6	2	6	4	4	6	4	2	4	4	2	4	5	4	3	3

3	4	3	4	2	3	5	4	3	3	6	3	3	4	5	4	4	2	4	5	4	4	3	3	3
6	6	5	5	5	5	5	4	5	2	5	2	6	5	5	5	4	3	4	4	3	5	5	4	4
4	4	4	4	2	4	4	6	3	3	6	2	4	6	6	4	4	3	4	4	3	6	3	4	4
5	5	2	3	2	5	6	5	3	3	5	2	5	6	5	6	2	2	3	6	2	5	2	2	2
2	2	1	1	1	7	7	7	1	7	7	1	7	7	7	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1
5	5	3	2	1	6	6	5	3	3	6	1	5	5	6	5	2	1	2	6	1	7	1	1	1
5	4	5	5	1	3	3	3	3	4	6	2	2	3	4	3	3	1	3	3	7	1	2	3	6
4	3	3	6	1	3	3	4	3	5	5	1	2	4	3	3	5	5	4	6	7	3	4	5	5
5	7	1	1	1	7	7	7	1	7	7	1	7	7	7	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1
6	6	1	2	1	6	7	5	2	2	7	2	3	5	6	6	2	2	3	6	2	6	2	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	7	2	1	1	5	5	3	3	5	6	2	6	5	5	5	2	1	2	6	2	6	1	2	2
5	3	2	4	1	7	5	7	4	3	6	4	3	5	3	4	5	4	4	3	7	3	7	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	5	5	6	5	5	5	3	5	3	7	2	2	3
6	6	6	6	6	2	6	4	6	6	6	1	6	6	5	6	6	7	5	6	2	6	3	3	1
4	7	1	4	1	4	7	1	4	4	7	2	4	7	7	7	1	1	1	7	1	7	1	1	1
4	7	3	5	4	4	3	4	1	6	7	1	2	4	5	6	1	7	5	6	7	2	3	5	6
4	5	2	2	1	6	6	4	3	2	7	1	5	6	6	7	2	1	1	5	1	7	2	2	2

Transformasi Data

Selanjutnya dilakukan transformasi data untuk menghasilkan skor positif dan negative pada setiap Tabel 3.

item masing-masing penilaian responden. Berikut merupakan table transformasi data yang terdapat pada

Tabel 3. Transformasi Data

Items																									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	
0	0	1	2	2	0	0	-1	1	2	0	1	0	0	0	-1	2	1	0	1	0	1	2	2	0	
0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	-2	0	0	-1	2	2	1	1	0	0	0	1	0	
0	3	3	1	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	
0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	2	1	2	1	-1	2	0	0	1	2	1	1	2	0	1	
0	1	2	2	3	2	2	0	1	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	1	3	3	2	2	2	
0	3	2	1	2	0	1	0	0	1	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	1	1	1	
2	3	2	1	3	2	1	2	2	-1	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	1	1	1	2	2	
1	1	3	0	3	0	3	0	0	-1	3	0	0	3	3	0	2	3	2	1	1	3	2	0	0	
2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
2	2	2	2	3	1	2	0	2	1	2	3	1	0	2	2	2	3	1	2	2	2	1	0	2	
1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
1	1	-3	-1	3	2	3	3	0	3	3	1	-1	2	2	1	3	3	1	1	-1	2	3	0	-1	
3	2	2	2	2	1	1	0	2	2	2	2	0	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	-1	
3	2	1	1	3	3	3	0	1	0	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	
-3	-3	3	-3	1	-1	2	-3	0	1	3	3	-3	0	-2	0	0	3	-3	0	-3	0	0	0	0	
3	2	3	2	3	2	3	3	3	-3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	
2	2	3	3	3	3	2	-3	1	3	1	2	-1	1	0	1	2	1	0	-1	2	0	0	-1	1	
2	2	0	2	1	0	1	0	2	0	2	2	2	0	0	2	0	2	0	0	2	0	-1	0	1	
-1	0	1	0	2	-1	1	0	1	1	2	1	-1	0	1	0	0	2	0	1	0	0	1	1	1	
2	2	-1	-1	-1	1	1	0	-1	2	1	2	2	1	1	1	0	1	0	0	1	1	-1	0	0	
0	0	0	0	2	0	0	2	1	1	2	2	0	2	2	0	0	1	0	0	1	2	1	0	0	
1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	
-2	-2	3	3	3	3	3	3	3	-3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
1	1	1	2	3	2	2	1	1	1	2	3	1	1	2	1	2	3	2	2	3	3	3	3	3	

1	0	-1	-1	3	-1	-1	-1	1	0	2	2	-2	-1	0	-1	1	3	1	-1	-3	-3	2	1	-2
0	-1	1	-2	3	-1	-1	0	1	-1	1	3	-2	0	-1	-1	-1	-1	0	2	-3	-1	0	-1	-1
1	3	3	3	3	3	3	3	3	-3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	2	3	2	3	1	2	2	3	2	-1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	3	2	3	3	1	1	-1	1	-1	2	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	2	3	2	2
1	-1	2	0	3	3	1	3	0	1	2	0	-1	1	-1	0	-1	0	0	-1	-3	-1	-3	-1	0
0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	1	1	2	1	-1	-1	1	1	1	3	2	2	1
2	2	-2	-2	-2	-2	2	0	-2	-2	2	3	2	2	1	2	-2	-3	-1	2	2	2	1	1	3
0	3	3	0	3	0	3	-3	0	0	3	2	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
0	3	1	-1	0	0	-1	0	3	-2	3	3	-2	0	1	2	3	-3	-1	2	-3	-2	1	-1	-2

Scale Mean Per Person

Pada metode UEQ akan dilakukan perhitungan untuk menghasilkan skor rata-rata untuk setiap dimensi UEQ berdasarkan penilaian setiap responden. Scale mean per person dihitung dengan mengambil rata-rata dari semua item yang terkait dengan dimensi tertentu pada setiap responden. Berikut merupakan hasil scale mean per person yang dapat terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Scale Mean Per Person

Scale Mean per Person					
Daya Tarik	Kejelasan	Efisiensi	Ketepatan	Stimulasi	Kebaruan
0,83	0,75	0,50	-0,25	1,00	0,75
0,00	-0,25	0,50	0,75	0,75	-0,25
2,00	2,00	2,75	2,25	2,75	2,25
0,83	0,75	1,50	0,75	0,50	0,00
2,00	1,75	1,75	2,00	2,50	2,25
1,17	1,50	1,00	1,25	1,50	1,00
1,83	1,50	1,50	2,25	2,00	0,25
0,67	0,50	1,50	1,75	2,25	1,50
2,00	2,00	2,00	1,50	2,00	2,00
1,50	1,75	1,75	1,25	2,25	1,75
0,33	0,25	0,50	0,50	0,50	0,00
0,67	-0,50	1,50	2,50	2,75	0,50
1,50	1,25	1,50	1,25	1,25	1,75
3,00	1,75	2,25	2,25	3,00	1,50
0,00	-3,00	0,00	-0,75	1,25	0,50
3,00	2,25	2,25	3,00	2,75	1,50
1,00	1,50	0,00	0,00	2,25	1,75
1,17	2,00	0,25	0,50	1,00	0,00
0,33	-0,25	0,75	0,50	1,00	1,00
1,00	1,00	-0,25	0,25	0,50	0,75
0,67	0,25	1,00	1,00	0,75	1,00
1,83	1,25	1,50	1,25	1,75	1,50
2,17	1,75	3,00	3,00	3,00	1,50
2,00	1,75	2,25	1,75	2,50	1,50
0,00	-1,50	-0,25	0,75	1,00	0,00
0,00	-2,00	0,50	0,00	0,00	0,25
2,67	3,00	3,00	3,00	3,00	1,50
1,67	1,25	2,00	1,75	2,50	2,25
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,83	2,50	2,00	1,25	2,00	0,25
0,17	-1,25	-1,25	1,00	1,75	1,25
1,17	0,50	1,75	0,00	-0,25	1,25
2,17	1,00	0,75	-0,25	-1,25	0,00
2,33	1,50	2,25	1,50	2,25	0,75
0,33	-0,75	1,00	1,25	-1,00	0,75

Nilai Mean, Variance, dan Standar Deviation

Kemudian selanjutnya data yang sudah diproses akan menghasilkan nilai Mean, Variance, dan Simpangan Baku. Rata-rata (Mean) merupakan nilai rata-rata yang diperoleh dari rata-rata setiap respons yang diberikan oleh responden pada setiap item (pertanyaan) kuisioner. Variasi (Variance) digunakan untuk mengukur penyebaran evaluasi yang diberikan oleh responden pada setiap item kuisioner. Sedangkan Standar Deviation (Simpangan Baku) berguna untuk mengukur tingkat variasi dalam pengguna (Oliphant, 2006). Berdasarkan ketiga perhitungan tersebut, maka diperoleh data sebagaimana yang terdapat pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai Mean, Variance, dan Simpangan Baku

Item	Mean	Variance	Std Dev.	No	Left	Right	Scale
1	↑ 0,9	1,9	1,4	35	menyusahkan	menyenangkan	Daya tarik
2	↑ 1,1	2,3	1,5	35	tidak dapat dipahami	dapat dipahami	Kejelasan
3	↑ 1,3	2,4	1,5	35	kreatif	monoton	Kebaruan
4	→ 0,7	2,4	1,5	35	mudah dipelajari	sulit dipelajari	Kejelasan
5	↑ 2,0	1,9	1,4	35	bermanfaat	kurang bermanfaat	Stimulasi
6	↑ 0,9	1,9	1,4	35	memboreskan	mengasyikkan	Stimulasi
7	↑ 1,4	1,6	1,3	35	tidak menarik	menarik	Stimulasi
8	→ 0,4	2,5	1,6	35	tidak dapat diprediksi	dapat diprediksi	Ketepatan
9	↑ 1,1	1,4	1,2	35	cepat	lambat	Efisiensi
10	0,3	2,6	1,6	35	berdaya cipta	konvensional	Kebaruan
11	↑ 2,0	1,0	1,0	35	menghancurkan	mendukung	Ketepatan
12	↑ 2,0	1,1	1,0	35	baik	buruk	Daya tarik
13	→ 0,4	2,4	1,6	35	rumit	sederhana	Kejelasan
14	↑ 1,2	1,3	1,1	35	tidak disukai	menggemblirakan	Daya tarik
15	↑ 1,2	1,8	1,3	35	lazim	terdepan	Kebaruan

16	↑ 1,3	1,5	1,2	35	tidak nyaman	nyaman	Daya tarik	
17	↑ 1,2	2,2	1,5	35	aman	tidak aman	Ketepatan	
18	↑ 1,6	2,9	1,7	35	memotivasi	tidak memotivasi	Stimulasi	
19	↑ 1,1	1,9	1,4	35	memenuhi ekspektasi	tidak memenuhi ekspektasi	Ketepatan	
20	↑ 1,3	1,5	1,2	35	tidak efisien	efisien	Efisiensi	
21	↑ 0,9	3,7	1,9	35	jelas	mbingungkan	Kejelasan	
22	↑ 1,2	2,3	1,5	35	tidak praktis	praktis	Efisiensi	
23	↑ 1,3	2,0	1,4	35	terorganisasi	berantakan	Efisiensi	
24	↑ 1,1	1,8	1,3	35	atraktif	tidak atraktif	Daya tarik	
25	↑ 1,1	2,2	1,5	35	ramah pengguna	tidak ramah pengguna	Daya tarik	
26	↑ 1,2	2,2	1,5	35	konser vatif	inovatif	Kebaruan	

Perolehan Hasil UEQ

Selanjutnya akan menghasilkan perolehan hasil UEQ sebagaimana yang terdapat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil UEQ

	UEQ Scales (Mean and Variance)		
<i>Attractiveness</i>	Daya Tarik	↑ 1,252	0,81
<i>Pragmatical Quality</i>	Kejelasan	→ 0,793	1,79
	Efisiensi	↑ 1,2292	1,02
	Ketepatan	↑ 1,164	0,98
<i>Hedonic Quality</i>	Stimulasi	↑ 1,479	1,30
	Kebaruan	↑ 0,986	0,57

Benchmark

Perolehan nilai rata-rata dari setiap aspek kemudian dilakukan perbandingan dengan nilai yang berdasarkan pada Benchmark UEQ sebagai acuan untuk memperoleh kesimpulan evaluasi pada penelitian yang telah dilakukan . Sebagaimana yang terdapat pada tabel 7.

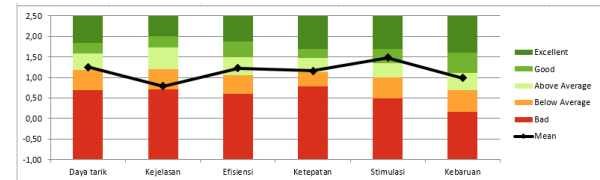
Tabel 7. Benchmark Comparison

Scale	Mean	Comparison to Benchmark	Interpretation
Daya Tarik	1,25	Above average	25% of results better, 50% of results worse
Kejelasan	0,79	Below Average	50% of results better, 25% of results worse
Efisiensi	1,23	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Ketepatan	1,16	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Stimulasi	1,48	Good	10% of results better, 75% of results worse
Kebaruan	0,99	Above Average	25% of results better, 50% of results worse

Berdasarkan perolehan perbandingan skala Benchmark diketahui bahwa secara keseluruhan setiap skala memperoleh nilai yang berstatus diatas rata-rata

(above average). Sedangkan skala Kejelasan (perspicuity) masih berstatus dibawah rata-rata (below average) dengan perolehan nilai rata-rata sebesar 0.79.

Berikut merupakan grafik perbandingan mean UEQ berdasarkan nilai Benchmark yang terdapat pada Gambar 4.



Gambar 4. Grafik Perbandingan N

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kepada 35 responden pengguna LinkedIn dengan menggunakan metode UEQ, didapati perolehan nilai keenam aspek secara berturut-turut yaitu daya tarik (1.25), efisiensi(1.23), ketepatan(1.16), stimulasi(1.48), dan kebaruan(0.99) dengan nilai pembading benchmark berada diatas rata-rata (above average) dengan predikat skala berstatus baik (good). Sedangkan kejelasan (0.79) masih berstatus dibawah rata-rata (below average).

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, C., & Sardiarinto, S. (2022). Evaluasi Aplikasi Transportasi Mobile Yogyakarta International Airport Menggunakan User Experience Questionare (UEQ). *EVOLUSI: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 10(2). <https://doi.org/10.31294/evolusi.v10i2.13908>

Al-Shamaileh, O., & Sutcliffe, A. (2023). Why people choose Apps: An evaluation of the ecology and user experience of mobile applications. *International Journal of Human-Computer Studies*, 170, 102965. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2022.102965>

Davis, J., Wolff, H.-G., Forret, M. L., & Sullivan, S. E. (2020). Networking via LinkedIn: An examination of usage and career benefits. *Journal of Vocational Behavior*, 118, 103396. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103396>

Febrianto, W. A., Putra, W. H. N., & Perdanakusuma, A. R. (2019). Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Sistem Informasi Puskesmas Paperless menggunakan Metode Usability Testing dan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi Kasus : Puskesmas Tarik Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(6), 6099–6106.

Henim, S. R., & Sari, R. P. (2020). Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire. *Jurnal Komputer Terapan*, 6(1), 69–78.

- Karina, K., & Pibriana, D. (2023). PENGGUNAAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE UNTUK MENGANALISIS KUALITAS PENGALAMAN PENGGUNA APLIKASI MYINDIHOME MOBILE. *METHOMIKA Jurnal Manajemen Informatika Dan Komputerisasi Akuntansi*, 7(1), 10–19. <https://doi.org/10.46880/jmika.Vol7No1.pp10-19>
- Kushendriawan, M. A., Santoso, H. B., Putra, P. O. H., & Schrepp, M. (2021). Evaluating User Experience of a Mobile Health Application Halodoc using User Experience Questionnaire and Usability Testing. *Jurnal Sistem Informasi*, 17(1), 58–71.
- Lavie, T., & Tractinsky, N. (2004). Assessing dimensions of perceived visual aesthetics of web sites. *International Journal of Human-Computer Studies*, 60(3), 269–298. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2003.09.002>
- LinkedIn. (2023). Apa itu LinkedIn dan bagaimana cara menggunakannya? LinkedIn Help. Retrieved from <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a548443/apa-itu-linkedin-dan-bagaimana-cara-menggunakannya-?lang=in>
- Luthfi, A., Adinegoro, T., Rokhmawati, R. I., & Az-Zahra, H. M. (2018). Analisis Pengalaman Pengguna pada Website E-commerce Dengan Menggunakan Usability Testing dan User Experience Questionnaire (UEQ)(Studi pada Lazada. co. id, Blibli. com dan JD. id). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(11), 5862–5870.
- Muhtar. (2023, April 4). Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia. *Uici.Ac.Id*. Retrieved from <https://uici.ac.id/ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia/>
- Mutia, C. A. (2023). 10 Negara dengan Pengguna LinkedIn Terbanyak Dunia, Ada Indonesia. *Databoks.Katadata.Co.Id*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/index.php/datapublish/2023/05/09/10-negara-dengan-pengguna-linkedin-terbanyak-dunia-ada-indonesia>
- Prasetyaningsih, S., & Ramadhani, W. P. (2021). Analisa User Experience pada TFME Interactive Learning Media Menggunakan User Experience Questionnaire. *Jurnal Integrasi*, 13(2), 147.
- Ratmoko, E., & Pakereng, M. (2022). ANALISIS USER EXPERIENCE MAHASISWA TERHADAP SISTEM INFORMASI SIASAT MENGGUNAKAN USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE. *Jurnal Teknik Informasi Dan Komputer (Tekinkom)*, 5(1), 11–18. <https://doi.org/10.37600/tekinkom.v5i1.498>
- Rauschenberger, M., Schrepp, M., Perez-Cota, M., Olschner, S., & Thomaschewski, J. (2013). Efficient Measurement of the User Experience of Interactive Products. How to use the User Experience Questionnaire (UEQ). Example: Spanish Language Version. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 2(1), 39. <https://doi.org/10.9781/ijimai.2013.215>
- Rizaty, A. M. (2023, February 3). Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023. *DataIndonesia.Id*. Retrieved from <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Salladien. (2016). Memahami Penelitian Kualitatif.
- Schrepp, M. (2016). User Experience Questionnaire Handbook Version 2 No Project View project Cultural Usability and User Experience View project. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/303880829>
- Umar, R., Ifani, A. Z., Ammatulloh, F. I., & Anggriani, M. (2021). Analisis Sistem Informasi Web Lsp Uad Menggunakan User Experience Questionnaire (Ueq). *METHOMIKA Jurnal Manajemen Informatika Dan Komputerisasi Akuntansi*, 4(2), 173–178. <https://doi.org/10.46880/jmika.vol4no2.pp173-178>