

ANALISIS PERBANDINGAN PENGALAMAN ANTARA PENGGUNA LAKI-LAKI DAN PENGGUNA PEREMPUAN DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI TIKTOK DENGAN METODE (USER EXPERIENCE QUESTIONNARE) UEQ

Bella Priska Putri Aprillia¹
Email: bellappa344@gmail.com

Dwi Rahiatul Sela²
Email: dwirahiatulsela25@gmail.com

Helvy Aurilia³
Email: helvyaurilia.11@gmail.com

Kharisma Wahyu Wibowo⁴
Email: kharismawahyuwibowo@gmail.com

Nerissa Nikmatul Qoiriyah⁵
Email: nerissankmtul@gmail.com

^{1,2,3,4,5}Universitas Muhammadiyah Ponorogo

ABSTRAK

TikTok, sebagai platform media sosial paling populer di dunia, menarik perhatian orang dari berbagai jenis kelamin. Perbedaan pengalaman pengguna berdasarkan jenis kelamin belum diteliti secara menyeluruh, meskipun sangat populer. Enam dimensi utama pengalaman pengguna diukur melalui UEQ: Daya Tarik, Kejelasan, Efisiensi, Ketepatan, Stimulasi, dan Kebaruan. Kuesioner UEQ dibagikan kepada 100 orang, terdiri dari 50 pria dan 50 wanita yang menggunakan TikTok. Dengan menggunakan skala semantik diferensial pada dua puluh enam item yang berkaitan dengan enam dimensi, responden diminta untuk menilai pengalaman mereka dengan aplikasi. Analisis perbandingan, uji independen, dan statistik deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan signifikan antara pengalaman pengguna laki-laki dan perempuan.

Kata Kunci: Pengalaman Pengguna, TikTok, UEQ, Aplikasi Media Sosial, User Experience Questionnaire

ABSTRACT

TikTok, as the world's most popular social media platform, captures the attention of people across different genders. Despite its immense popularity, gender-based differences in user experience have not been thoroughly examined. This study measures the user experience across six main dimensions using the User Experience Questionnaire (UEQ): Attractiveness, Clarity, Efficiency, Accuracy, Stimulation, and Novelty. The UEQ was distributed to 100 participants, consisting of 50 men and 50 women who use TikTok. Respondents were asked to rate their experience with the app using a differential semantic scale on twenty-six items related to the

six dimensions. Comparative analysis, independent tests, and descriptive statistics were employed to identify significant differences between male and female user experiences.

Keywords: *User Experience, TikTok, UEQ, Social Media Application, User Experience Questionnaire.*

1. PENDAHULUAN

Aplikasi TikTok telah menjadi sangat populer, memungkinkan berbagai kalangan usia untuk mengembangkan ide dan memunculkan tren melalui fitur seperti penyuntingan musik, efek, dan teks.

Jurnal ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan pengalaman pengguna antara laki-laki dan perempuan dalam menggunakan TikTok menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ), yang mencakup enam dimensi: Daya Tarik, Kejelasan, Efisiensi, Ketepatan, Stimulasi, dan Kebaruan. Pertanyaan penelitian meliputi perbedaan pengalaman pengguna antara laki-laki dan perempuan dan apakah terdapat perbedaan signifikan dalam aspek-atribut pengalaman pengguna antara kedua kelompok.

Penelitian ini mengidentifikasi perbedaan pengalaman dan menilai aspek-atribut tersebut pada kedua kelompok, dengan hipotesis adanya perbedaan signifikan dalam pengalaman pengguna. Fokus penelitian adalah pengguna aktif di Indonesia, dengan data dikumpulkan melalui kuesioner UEQ.

Hasil penelitian diharapkan memberikan pemahaman lebih lanjut dan wawasan kepada pengembang aplikasi tentang cara meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna untuk kedua gender.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Aplikasi TikTok

TikTok adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan konten video yang disertai dengan musik, efek, dan teks. TikTok telah menjadi sangat populer di kalangan remaja dan dewasa muda, serta memiliki potensi besar untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna.

Berdasarkan data tahun 2024, TikTok terus mengalami pertumbuhan yang mengesankan. Aplikasi ini memiliki 1,5 miliar pengguna harian, dengan mayoritas penggunanya adalah perempuan. Rata-rata pengguna menghabiskan 850 menit di aplikasi setiap bulan. Selain itu, TikTok menghasilkan pendapatan iklan lebih dari \$13,2 miliar pada tahun 2023, dan belanja

konsumen di platform ini mencapai \$3,8 miliar. Semua angka ini menunjukkan betapa populer dan berpengaruhnya TikTok dalam dunia media sosial.

Pengalaman pengguna adalah faktor yang sangat penting dalam aplikasi media sosial seperti TikTok. Pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan kesadaran merek, loyalitas pengguna, dan potensi pengembangan bisnis.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam pengalaman pengguna antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki cenderung lebih suka menggunakan teknologi yang lebih kompleks dan memiliki preferensi yang lebih besar terhadap fitur-fitur yang lebih teknis, sedangkan perempuan lebih suka menggunakan teknologi yang lebih sederhana dan memiliki preferensi yang lebih besar terhadap fitur-fitur yang lebih estetis.

User Experience

UEQ (User Experience Questionnaire) merupakan metode untuk mengukur pengalaman pengguna dengan sistem interaktif. Dimana metode ini memiliki 26 item pertanyaan dengan 6 skala pengukuran, yaitu:

1. **Attractiveness (Daya Tarik)**
Mengukur kesan keseluruhan pengguna terhadap produk, apakah pengguna menganggap produk tersebut menyenangkan atau tidak.
2. **Perspiciuity (Kejelasan)**
Mengukur seberapa mudah pengguna memahami dan belajar menggunakan produk.
3. **Efficiency (Efisiensi)**
Mengukur apakah pengguna dapat menyelesaikan tugas dengan cepat dan efisien menggunakan produk.
4. **Dependability (Keandalan)**
Mengukur seberapa dapat diandalkannya produk dalam hal mendukung pengguna dalam mencapai tujuan tanpa kesalahan atau kegagalan.
5. **Stimulation (Stimulasi)**
Mengukur seberapa menarik dan memotivasi produk bagi pengguna.
6. **Novelty (Kebaruan)**
Mengukur seberapa inovatif dan menarik produk dalam hal fitur dan desain baru

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain komparatif untuk membandingkan pengalaman

pengguna TikTok antara laki-laki dan perempuan di Indonesia dengan data yang dikumpulkan melalui survei UEQ. Data tersebut mencakup enam dimensi: daya tarik, kejelasan, efisiensi, akurasi, stimulasi, dan kebaruan.

Partisipan terdiri dari pengguna aktif TikTok yang direkrut melalui teknik convenience sampling menggunakan survei Google Forms. Survei UEQ digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna dan data dikumpulkan secara online.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji statistik dan mengidentifikasi perbedaan signifikan dalam pengalaman pengguna laki-laki dan perempuan. Metode User Experience Questioner ini memiliki beberapa tahapan yang dapat dilihat pada gambar 1:



Gambar 1. Metode Penelitian.

Dilihat dari gambar di atas merupakan tahapan dari metode penelitian yang akan dilaksanakan. Ada beberapa tahapan yang mesti dilakukan agar mendapatkan hasil penelitian yang ingin dicapai. Dimulai dari studi pendahuluan, dimana merupakan tahapan awal dari sebuah penelitian yang bertujuan untuk memahami konteks, mendefinisikan masalah, dan menentukan arah penelitian. Kemudian menyiapkan kuesioner online seperti google form lalu disebarkan kepada responden dengan jumlah yang telah ditentukan, sebagai media untuk mengumpulkan data-data yang mesti dikumpulkan. Mengolah data menggunakan UEQ sebagai metode acuan untuk menghitung data dari responden. Menganalisis hasil data guna untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis. Langkah terakhir menyusun kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian.

Berikut merupakan instrumen UEQ yang digunakan.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | | |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|----|
| menyusahkan | <input type="radio"/> | menyenangkan | 1 |
| tak dapat dipahami | <input type="radio"/> | dapat dipahami | 2 |
| kreatif | <input type="radio"/> | monoton | 3 |
| mudah dipelajari | <input type="radio"/> | sulit dipelajari | 4 |
| bermanfaat | <input type="radio"/> | kurang bermanfaat | 5 |
| membosankan | <input type="radio"/> | mengayikkan | 6 |
| tidak menarik | <input type="radio"/> | menarik | 7 |
| tak dapat diprediksi | <input type="radio"/> | dapat diprediksi | 8 |
| cepat | <input type="radio"/> | lambat | 9 |
| berdaya cipta | <input type="radio"/> | konvensional | 10 |
| menghalangi | <input type="radio"/> | mendukung | 11 |
| baik | <input type="radio"/> | buruk | 12 |
| rumit | <input type="radio"/> | sederhana | 13 |
| tidak disukai | <input type="radio"/> | menggemblakan | 14 |
| lazim | <input type="radio"/> | terdepan | 15 |
| tidak nyaman | <input type="radio"/> | nyaman | 16 |
| aman | <input type="radio"/> | tidak aman | 17 |
| memotivasi | <input type="radio"/> | tidak memotivasi | 18 |
| memenuhi ekspektasi | <input type="radio"/> | tidak memenuhi ekspektasi | 19 |
| tidak efisien | <input type="radio"/> | efisien | 20 |
| jelas | <input type="radio"/> | membingungkan | 21 |
| tidak praktis | <input type="radio"/> | praktis | 22 |
| terorganisasi | <input type="radio"/> | berantakan | 23 |
| atraktif | <input type="radio"/> | tidak atraktif | 24 |
| ramah pengguna | <input type="radio"/> | tidak ramah pengguna | 25 |
| konservatif | <input type="radio"/> | inovatif | 26 |

Gambar 2. Tabel instrument metode UEQ

Data yang dikumpulkan dari responden kemudian dimasukkan ke dalam struktur analisis data UEQ dan digunakan sebagai panduan untuk menentukan skor pengalaman pengguna dalam menggunakan fitur aplikasi TikTok

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini meneliti perbedaan pengalaman pengguna TikTok antara laki-laki dan perempuan. Menggunakan kuesioner User Experience Questionnaire (UEQ) dengan enam dimensi, 100 responden (50 laki-laki dan 50 perempuan) disurvei untuk mengukur daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan platform. Berdasarkan penelitian sebelumnya tentang preferensi teknologi gender, dihipotesiskan bahwa laki-laki lebih menyukai fitur teknis, sedangkan perempuan lebih menyukai fitur estetis dan mudah digunakan. Analisis statistik akan dilakukan untuk mengidentifikasi perbedaan signifikan dalam pengalaman pengguna antara kedua kelompok. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu platform dalam mengembangkan fitur yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi penggunanya.

Dari data kuesioner yang telah dikumpulkan sebanyak 100 responden (50 laki-laki dan 50 perempuan) berikut adalah tabel yang telah dihimpun berdasarkan skala penilaian yaitu nilai 1 untuk mewakili nilai terkecil, 0 untuk nilai netral/tidak punya pilihan, dan nilai 4 untuk

mewakili nilai terbesar.

| NO | Item | 1 | 2 | 0 | 3 | 4 | Skala |
|----|-------------------------------------|---|---|----|----|----|-------|
| 1 | Enjoyable - Annoying | 1 | 1 | 13 | 20 | 15 | Puas |
| 2 | Not Understandable - Understandable | 1 | 1 | 13 | 20 | 15 | Puas |
| 3 | Creative - Dull | 0 | 1 | 13 | 20 | 15 | Puas |
| 4 | Easy to Learn - Difficult to Learn | 0 | 1 | 13 | 20 | 14 | Puas |
| 5 | Valuable - Inferior | 0 | 1 | 13 | 19 | 15 | Puas |
| 6 | Boring - Exciting | 0 | 1 | 12 | 20 | 15 | Puas |
| 7 | Not Interesting - Interesting | 0 | 1 | 12 | 21 | 14 | Puas |
| 8 | Unpredictable - Predictable | 0 | 1 | 12 | 21 | 14 | Puas |
| 9 | Fast - Slow | 0 | 1 | 12 | 21 | 14 | Puas |
| 10 | Organized - Cluttered | 0 | 1 | 12 | 20 | 15 | Puas |
| 11 | Easy to Use - Complicated | 0 | 1 | 12 | 21 | 14 | Puas |
| 12 | Inefficient - Efficient | 0 | 1 | 13 | 20 | 14 | Puas |
| 13 | Not Secure - Secure | 0 | 1 | 12 | 21 | 14 | Puas |
| 14 | Encouraging - Discouraging | 0 | 1 | 12 | 21 | 14 | Puas |
| 15 | Clear - Confusing | 0 | 1 | 13 | 20 | 14 | Puas |
| 16 | Professional - Amateurish | 0 | 1 | 13 | 19 | 15 | Puas |
| 17 | Obstructive - Supportive | 0 | 1 | 12 | 20 | 15 | Puas |
| 18 | Not Stimulating - Stimulating | 0 | 1 | 12 | 19 | 16 | Puas |
| 19 | Unattractive - Attractive | 0 | 1 | 11 | 20 | 18 | Puas |
| 20 | Unreliable - Reliable | 0 | 1 | 12 | 19 | 16 | Puas |
| 21 | Motivating - Demotivating | 0 | 1 | 11 | 20 | 16 | Puas |
| 22 | Clear - Ambiguous | 0 | 1 | 10 | 21 | 16 | Puas |
| 23 | Practical - Impractical | 0 | 1 | 10 | 21 | 18 | Puas |
| 24 | Bad - Good | 0 | 1 | 10 | 21 | 16 | Puas |
| 25 | User-friendly - Not User-friendly | 0 | 1 | 9 | 22 | 16 | Puas |
| 26 | Confusing - Clear | 0 | 1 | 8 | 22 | 17 | Puas |

Gambar 3. Tabel data kuesioner laki-laki.

| No | Kategori | Jumlah |
|----|-------------------|--------|
| 1 | Sangat Tidak Puas | 9 |
| 2 | Sangat Puas | 4 |
| 3 | Tidak Puas | 15 |
| 4 | Puas | 21 |

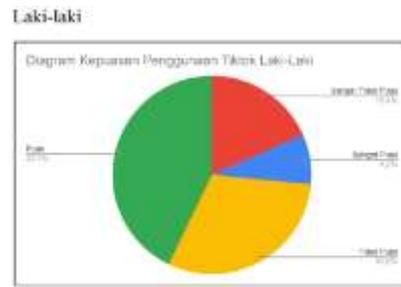
Gambar 4. Tabel jumlah kepuasan laki-laki.

| NO | Item | 1 | 2 | 0 | 3 | 4 | Skala |
|----|-------------------------------------|---|---|---|----|----|-------|
| 1 | Enjoyable - Annoying | 0 | 1 | 7 | 28 | 13 | Puas |
| 2 | Not Understandable - Understandable | 0 | 1 | 7 | 29 | 12 | Puas |
| 3 | Creative - Dull | 0 | 1 | 7 | 29 | 12 | Puas |
| 4 | Easy to Learn - Difficult to Learn | 0 | 1 | 7 | 28 | 12 | Puas |
| 5 | Valuable - Inferior | 0 | 1 | 7 | 27 | 12 | Puas |
| 6 | Boring - Exciting | 0 | 1 | 7 | 27 | 11 | Puas |
| 7 | Not Interesting - Interesting | 0 | 1 | 7 | 27 | 10 | Puas |
| 8 | Unpredictable - Predictable | 0 | 1 | 7 | 26 | 10 | Puas |
| 9 | Fast - Slow | 0 | 1 | 6 | 26 | 10 | Puas |
| 10 | Organized - Cluttered | 0 | 1 | 6 | 25 | 10 | Puas |
| 11 | Easy to Use - Complicated | 0 | 1 | 6 | 24 | 10 | Puas |
| 12 | Inefficient - Efficient | 0 | 1 | 5 | 24 | 10 | Puas |
| 13 | Not Secure - Secure | 0 | 1 | 5 | 24 | 9 | Puas |
| 14 | Encouraging - Discouraging | 0 | 1 | 5 | 23 | 9 | Puas |
| 15 | Clear - Confusing | 0 | 1 | 5 | 23 | 8 | Puas |
| 16 | Professional - Amateurish | 0 | 1 | 5 | 22 | 8 | Puas |
| 17 | Obstructive - Supportive | 0 | 1 | 4 | 22 | 8 | Puas |
| 18 | Not Stimulating - Stimulating | 0 | 1 | 4 | 21 | 8 | Puas |
| 19 | Unattractive - Attractive | 0 | 1 | 4 | 20 | 8 | Puas |
| 20 | Unreliable - Reliable | 0 | 1 | 4 | 19 | 8 | Puas |
| 21 | Motivating - Demotivating | 0 | 1 | 4 | 18 | 8 | Puas |
| 22 | Clear - Ambiguous | 0 | 1 | 4 | 17 | 8 | Puas |
| 23 | Practical - Impractical | 0 | 1 | 4 | 17 | 7 | Puas |
| 24 | Bad - Good | 0 | 1 | 4 | 17 | 6 | Puas |
| 25 | User-friendly - Not User-friendly | 0 | 1 | 4 | 16 | 6 | Puas |
| 26 | Confusing - Clear | 0 | 1 | 4 | 15 | 6 | Puas |

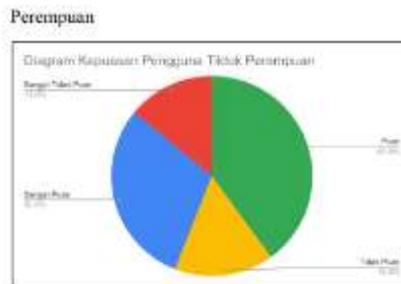
Gambar 5. Tabel data kuesioner perempuan.

| No | Kategori | Jumlah |
|----|-------------------|--------|
| 1 | Sangat Tidak Puas | 8 |
| 2 | Sangat Puas | 7 |
| 3 | Tidak Puas | 15 |
| 4 | Puas | 20 |

Gambar 6. Tabel jumlah kepuasan perempuan.



Gambar 7. Tabel diagram laki-laki



Gambar 8. Tabel diagram perempuan:

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam pengalaman pengguna TikTok antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki cenderung lebih fokus pada efisiensi, sedangkan perempuan lebih menghargai aspek daya tarik, kejelasan, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa perempuan lebih menyukai fitur yang estetis dan mudah digunakan, sementara laki-laki lebih menyukai fitur yang teknis dan efisien.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, perempuan cenderung lebih menikmati tampilan dan fitur estetis yang disediakan oleh TikTok, serta merasa aplikasi ini mudah digunakan dan memberikan pengalaman yang menyenangkan. Di sisi lain, laki-laki lebih menghargai kecepatan dan responsivitas aplikasi dalam penggunaan sehari-hari.

Kesimpulan dari penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pengembang aplikasi untuk dapat merancang fitur-fitur yang lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan masing-

masing gender. Dengan mengintegrasikan aspek-aspek yang dihargai oleh kedua kelompok pengguna, TikTok dapat lebih efektif dalam meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas penggunanya. Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pengalaman pengguna bervariasi berdasarkan gender, pengembang aplikasi dapat menciptakan pengalaman yang lebih inklusif dan memuaskan bagi semua pengguna, sehingga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan platform di masa mendatang. Temuan ini bukan hanya relevan bagi TikTok, tetapi juga bagi pengembangan aplikasi media sosial lainnya yang ingin mengoptimalkan pengalaman pengguna dan menciptakan produk yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan preferensi demografis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Iqbal, M. (2021). TikTok revenue and usage statistics (2021). *Business of apps*, 1(1).
- Schellewald, A. (2021). Communicative forms on TikTok: Perspectives from digital ethnography. *International journal of communication*, 15, 21.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share Social Work Journal*, 10(2), 199-208.
- Klug, D., Qin, Y., Evans, M., & Kaufman, G. (2021, June). Trick and please. A mixed-method study on user assumptions about the TikTok algorithm. In *Proceedings of the 13th ACM Web Science Conference 2021* (pp. 84-92).
- Bhandari, A., & Bimo, S. (2020). TikTok and the “algorithmized self”: A new model of online interaction. *AoIR Selected Papers of Internet Research*.
- Bulele, Y. N. (2020, November). Analisis fenomena sosial media dan kaum milenial: studi kasus tiktok. In *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology* (Vol. 1, No. 1, pp. 565-572).
- Faltese, D., Graalum, E., Breving, B., Knudsen, E., Lucas, J., Young, S., & Varas Zambrano, F. E. (2023). TikTok as television. *Social Media+ Society*, 9(3), 20563051231194576.
- Sharabati, A. A. A., Al-Haddad, S., Al-Khasawneh, M., Nababteh, N., Mohammad, M., & Abu Ghoush, Q. (2022). The impact of TikTok user satisfaction on continuous intention to use the application. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 125.
- Weimann, G., & Masri, N. (2023). Research note: Spreading hate on TikTok. *Studies in conflict & terrorism*, 46(5), 752-765.

Arswanda, M. A. P., Caesar, C., Sihombing, J., Andri, A., & Laia, A. P. (2022). Evaluasi Pengalaman Mahasiswa Mikroskil pada Aplikasi OneDrive Menggunakan UEQ. *J. SIFO Mikroskil*, 23(1), 61-72.