

Analisis Usability Website Komunitas Game Online Menggunakan Metode UEQ

¹Vian Ardhana, ²Ahmad Rasyid T.R., ³Adinda Rahmayani Putri, ⁴Damar Aryoseto Nugroho, ⁵Satria Kharisma A.S., ⁶Muhammad Adityayogis Wara

^{1, 2, 3, 4, 5, 6}Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Nusantara PGRI Kediri

E-mail: ¹vianardhanaa23@gmail.com, ²Ahmadrasyid2005@gmail.com,
³adindaputri210106@gmail.com, ⁴damararyo2006@gmail.com, ⁵satriasaputra2733@gmail.com,
⁶may.wara323@gmail.com

Penulis Korespondensi: Vian Ardhana

Abstrak—Perkembangan komunitas *game online* di Indonesia yang pesat menuntut kehadiran platform monitoring yang *user-friendly*. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi kualitas pengalaman pengguna (user experience) pada landing page GameComm menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Evaluasi mencakup enam dimensi: daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berbasis *User Experience Questionnaire* (UEQ) yang diadaptasi skala Likert 1–5 dan disebarluaskan kepada 53 responden (mayoritas berusia 18–24 tahun dan berstatus pelajar/mahasiswa). Hasil analisis menunjukkan rata-rata keseluruhan sebesar 4,37 dari skala 5,00 (kategori Sangat Baik). Aspek Daya Tarik memperoleh skor tertinggi (4,44), diikuti Efisiensi dan Kebaruan (4,41). Stimulasi menjadi aspek terendah (4,25). Temuan ini mengindikasikan bahwa desain visual, arsitektur informasi, dan konsep inovatif GameComm telah memberikan pengalaman positif. Namun, elemen interaktivitas dan keterlibatan jangka panjang masih perlu ditingkatkan.

Kata Kunci— evaluasi antarmuka, komunitas game online, landing page, pengalaman pengguna, User Experience Questionnaire (UEQ)

Abstract— *The rapid growth of the online gaming community in Indonesia demands a user-friendly monitoring platform. This study aims to evaluate the quality of the user experience on the GameComm landing page using the User Experience Questionnaire (UEQ). The evaluation covers six dimensions: Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, and Novelty. Data were collected through an online UEQ-based questionnaire adapted from a 1–5 Likert scale and distributed to 53 respondents (the majority of whom were aged 18–24 and students). The analysis showed an overall average score of 4.37 out of 5.00 (categorized as Very Good). Appeal received the highest score (4.44), followed by Efficiency and Novelty (4.41). Stimulation was the lowest (4.25). These findings indicate that GameComm's visual design, information architecture, and innovative concept have provided a positive user experience. However, interactivity and long-term engagement still need improvement.*

Keywords— interface evaluation, landing page, online gaming community, user experience, User Experience Questionnaire (UEQ)

This is an open access article under the CC BY-SA License.



I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah mendorong munculnya berbagai platform digital yang dimanfaatkan oleh komunitas-komunitas di berbagai bidang, termasuk komunitas *game online* [1]. Komunitas *game online* merupakan kumpulan individu yang memiliki ketertarikan serupa terhadap permainan daring, dan biasanya saling berbagi informasi, pengalaman, serta strategi bermain melalui platform digital. Seiring meningkatnya jumlah pemain *game online* di Indonesia yang mencapai puluhan juta pengguna aktif, kebutuhan akan platform komunitas yang terorganisir, informatif, dan mudah digunakan menjadi semakin mendesak.

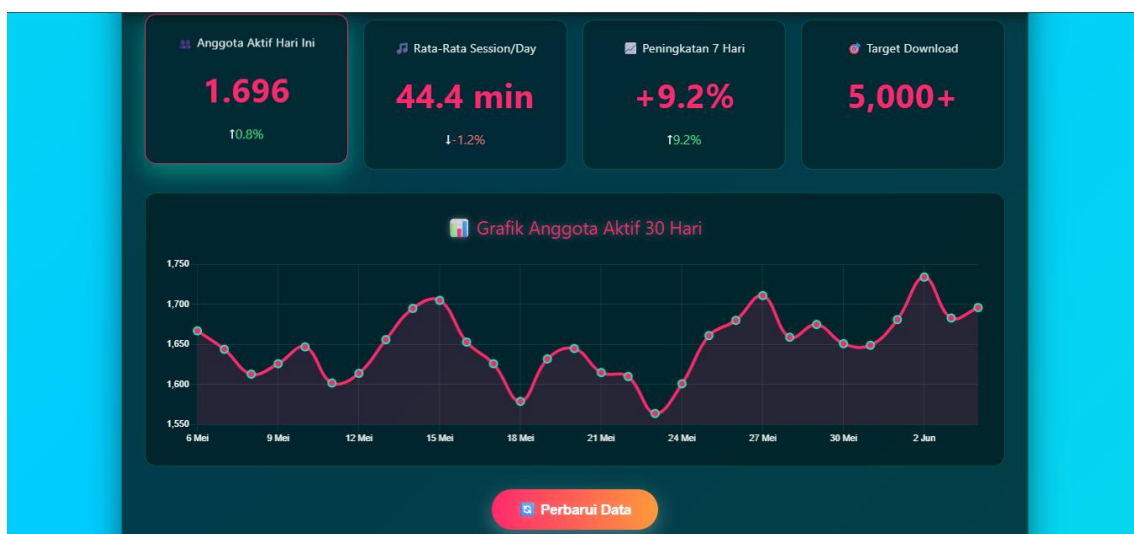
GameComm hadir sebagai sebuah landing page berbasis web yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Platform ini berfokus pada monitoring komunitas *game online* secara real-time, menyajikan data seperti jumlah anggota aktif harian, rata-rata durasi sesi bermain, persentase pertumbuhan komunitas dalam tujuh hari terakhir, serta pelacakan target unduhan. Dengan tampilan yang dirancang modern dan responsif, GameComm bertujuan menjadi solusi bagi para pengelola komunitas game yang selama ini kesulitan dalam memantau perkembangan komunitasnya secara sistematis.

Evaluasi terhadap kualitas pengalaman pengguna (*user experience*) menjadi sangat penting dalam konteks pengembangan platform digital [2], [3]. Pentingnya pengujian ini sejalan dengan penelitian terkait *usability*, yang membuktikan bahwa evaluasi kualitas *website* secara terstruktur sangat krusial untuk mengukur efektivitas sistem dan memastikan tingkat kepuasan interaksi pengguna tetap optimal [4], [5]. Sebuah platform yang secara fungsional sudah baik belum tentu memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi penggunanya jika aspek antarmuka, navigasi, dan kenyamanan visual tidak diperhatikan. Oleh karena itu, diperlukan sebuah metode evaluasi yang terstandar dan komprehensif untuk menilai kualitas pengalaman pengguna dari berbagai dimensi.

User Experience Questionnaire (UEQ) merupakan salah satu instrumen evaluasi pengalaman pengguna yang telah banyak digunakan dalam penelitian akademik maupun pengembangan produk teknologi [6, 7]. *User Experience Questionnaire* (UEQ) mengevaluasi pengalaman pengguna melalui enam dimensi utama, yaitu daya tarik (*attractiveness*), kejelasan (*perspicuity*), efisiensi (*efficiency*), ketepatan (*dependability*), stimulasi (*stimulation*), dan kebaruan (*novelty*). Dengan menggunakan UEQ, evaluasi dapat dilakukan secara lebih objektif dan terukur, sehingga hasilnya dapat menjadi bahan acuan yang valid bagi pengembangan selanjutnya.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) yang dikembangkan oleh Laugwitz, Held, dan Schrepp (2008) [8] sebagai instrumen evaluasi pengalaman pengguna yang reliabel dan valid [9]. Untuk menyesuaikan dengan konteks pemahaman responden, instrumen kuesioner ini diadopsi ke dalam skala Likert 1–5 [10]. Pengumpulan data dilakukan secara daring dengan melibatkan 53 responden yang diminta untuk mencoba dan mengeksplorasi fitur pada antarmuka *landing page* platform GameComm. Tampilan *landing page* yang menjadi objek evaluasi dalam penelitian ini disajikan pada Gambar 1.



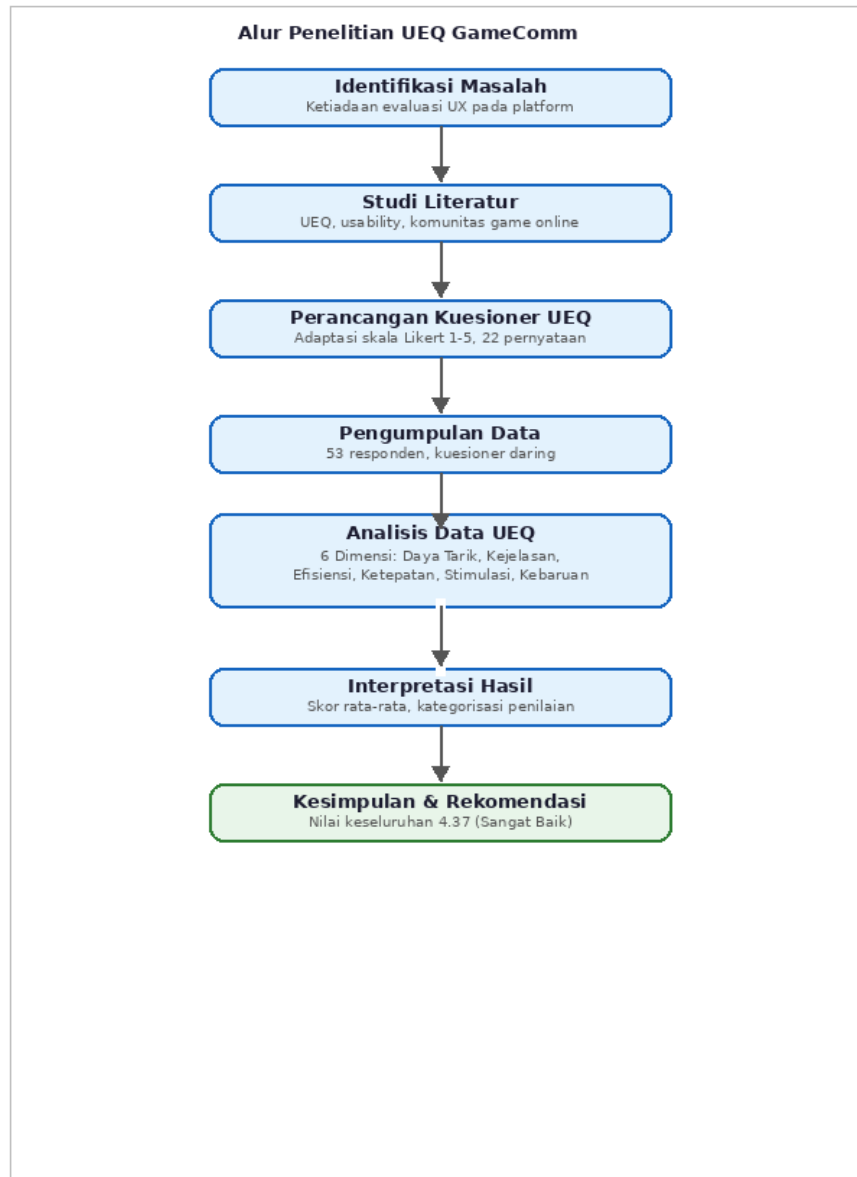
Gambar 1. Tampilan Landing Page

Metode UEQ mengevaluasi pengalaman pengguna melalui enam dimensi utama, yaitu:

1. Daya Tarik (*Attractiveness*): mengukur kesan visual dan estetika antarmuka.
2. Kejelasan (*Perspicuity*): mengukur tingkat kemudahan pengguna dalam memahami produk.
3. Efisiensi (*Efficiency*): menilai kemampuan pengguna menyelesaikan tugas tanpa usaha berlebihan.
4. Ketepatan (*Dependability*): mengukur rasa aman, kendali, dan kepercayaan pengguna terhadap produk.
5. Stimulasi (*Stimulation*): menilai motivasi dan ketertarikan pengguna untuk terus menggunakan produk.
6. Kebaruan (*Novelty*): mengukur aspek inovasi, keunikan, dan kreativitas desain antarmuka.

Interpretasi skor akhir dari hasil pengolahan data kuesioner mengacu pada rentang kategori penilaian berikut: ≥ 4.20 (Sangat Baik), 3.40–4.19 (Baik), 2.60–3.39 (Cukup), 1.80–2.59

(Kurang), dan <1.80 (Sangat Kurang). Alur pelaksanaan penelitian ini secara keseluruhan disajikan secara sistematis pada Gambar 2.



Gambar 2. Alur Penelitian Evaluasi User Experience Questionnaire (UEQ) GameComm

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Hasil Kuesioner

Kuesioner evaluasi disebarkan dan berhasil mengumpulkan 53 responden yang valid. Berikut ini disajikan hasil lengkap penilaian responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner, beserta distribusi skor dan nilai rata-rata masing-masing pernyataan.

Tabel 1 Rekapitulasi Hasil Evaluasi Per Aspek UEQ

No	Pernyataan	Aspek UEQ	Skor 1	Skor 2	Skor 3	Skor 4	Skor 5	Rata-Rata
1	Landing page komunitas <i>game online</i> memiliki tampilan visual yang menarik.	Daya Tarik	0	1	4	15	33	4.51
2	Kombinasi warna dan desain website terlihat modern dan nyaman dilihat.	Daya Tarik	1	0	6	17	29	4.38
3	Website memberikan kesan profesional sebagai platform komunitas <i>game</i> .	Daya Tarik	0	0	6	19	28	4.42
4	Saya merasa tertarik untuk menjelajahi website lebih lanjut.	Stimulasi	0	2	8	16	27	4.28
5	Informasi pada website mudah dipahami.	Kejelasan	0	0	7	19	27	4.38
6	Navigasi dan susunan menu mudah digunakan.	Kejelasan	0	0	7	15	31	4.45
7	Saya dapat memahami fungsi website tanpa perlu penjelasan tambahan.	Kejelasan	0	1	9	19	24	4.25
8	Tampilan halaman memudahkan saya menemukan informasi yang dibutuhkan.	Efisiensi	0	0	5	19	29	4.45
9	Website membantu pengguna memperoleh informasi	Efisiensi	0	0	5	19	29	4.45

	komunitas game dengan cepat.								
10	Tampilan statistik dan fitur website tersusun dengan rapi.	Efisiensi	0	0	7	16	30	4.43	
11	Saya merasa mudah menggunakan fitur-fitur pada landing page.	Ketepatan	0	1	7	18	27	4.34	
12	Website terasa responsif dan nyaman digunakan pada perangkat mobile.	Ketepatan	0	0	6	17	30	4.45	
13	Website memberikan informasi yang terlihat jelas dan terpercaya.	Ketepatan	0	2	6	17	28	4.34	
14	Saya merasa nyaman saat menggunakan website ini.	Ketepatan	0	0	9	21	23	4.26	
15	Tata letak website membantu pengguna mengakses informasi dengan baik.	Efisiensi	0	0	8	20	25	4.32	
16	Desain website membuat saya tertarik untuk kembali mengunjungi.	Stimulasi	1	2	7	22	21	4.13	
17	Landing page komunitas ini terasa interaktif dan tidak membosankan.	Stimulasi	0	2	5	18	28	4.36	
18	Website mampu meningkatkan minat saya terhadap komunitas game online.	Stimulasi	0	2	9	18	24	4.21	
19	Desain website terlihat kreatif dan modern.	Kebaruan	0	0	6	16	31	4.47	
20	Konsep landing page komunitas game terasa unik	Kebaruan	0	0	7	19	27	4.38	

	dibanding website lain.							
21	Website memiliki ciri khas visual yang menarik.	Kebaruan	0	1	7	13	32	4.43
22	Landing page memberikan pengalaman yang berbeda dari website komunitas biasa.	Kebaruan	0	0	10	14	29	4.36

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan mendapatkan nilai rata-rata di atas 4.00, yang menunjukkan tingkat kepuasan pengguna yang sangat tinggi. Distribusi jawaban didominasi oleh skor 4 dan 5, dengan skor 1 dan 2 hampir tidak muncul pada sebagian besar pernyataan. Nilai rata-rata keseluruhan dari 22 pernyataan adalah 4.37 dari skala maksimum 5.00, yang masuk dalam kategori Sangat Baik.

2. Analisis Daya Tarik

Aspek daya tarik (*Attractiveness*) mencakup pernyataan nomor 1, 2, dan 3 dengan rata-rata skor 4.44, menjadikannya aspek tertinggi bersama Efisiensi dan Kebaruan. Q1 (tampilan visual menarik) meraih skor tertinggi 4.51, di mana 62,3% responden memberi skor 5. Q2 (kombinasi warna modern) mendapat 4.38 dan Q3 (kesan profesional) mendapat 4.42. Desain dark mode dengan aksen warna hijau kebiruan dan elemen grafis gaming berhasil menciptakan identitas visual yang kuat dan profesional.

3. Analisis Kejelasan

Aspek kejelasan (*Perspicuity*) mencakup pernyataan nomor 5, 6, dan 7 dengan rata-rata skor 4.36. Q6 (navigasi mudah digunakan) mendapat skor tertinggi 4.45, Q5 (informasi mudah dipahami) mendapat 4.38, dan Q7 (memahami fungsi tanpa penjelasan tambahan) mendapat 4.25. Skor Q7 yang sedikit lebih rendah mengindikasikan sebagian pengguna baru masih memerlukan waktu eksplorasi untuk memahami seluruh fungsionalitas, namun secara keseluruhan aspek ini tetap sangat baik.

4. Analisis Efisiensi

Aspek efisiensi (*Efficiency*) mencakup pernyataan nomor 8, 9, 10, dan 15 dengan rata-rata skor 4.41. Q8 (tampilan memudahkan pencarian informasi) dan Q9 (informasi komunitas tersedia cepat) keduanya mendapat skor identik 4.45, Q10 (tampilan statistik rapi) mendapat 4.43, dan Q15 (tata letak membantu akses informasi) mendapat 4.32. Arsitektur informasi yang baik memfasilitasi pengguna menemukan konten dengan efisien, termasuk fitur statistik anggota aktif dan grafik pertumbuhan.

5. Analisis Ketepatan

Aspek ketepatan (*Dependability*) mencakup pernyataan nomor 11, 12, 13, dan 14 dengan rata-rata skor 4.35, nilai terendah di antara semua aspek namun tetap Sangat Baik. Q12 (responsif di perangkat mobile) meraih skor tertinggi 4.45 dengan 56,6% responden memberi nilai maksimal, Q11 (kemudahan fitur) dan Q13 (informasi terpercaya) masing-masing mendapat 4.34, serta Q14

(kenyamanan penggunaan) mendapat 4.26. Skor Q14 mengindikasikan adanya ruang untuk memperkaya interaksi guna meningkatkan kenyamanan pengguna secara keseluruhan.

6. Analisis Stimulasi

Aspek stimulasi (*Stimulation*) mencakup pernyataan nomor 4, 16, 17, dan 18 dengan rata-rata skor 4.25, nilai terendah di antara semua aspek namun tetap Sangat Baik. Q17 (interaktif dan tidak membosankan) mendapat 4.36, Q4 (minat menjelajahi lebih lanjut) mendapat 4.28, Q18 (meningkatkan minat komunitas game) mendapat 4.21, dan Q16 (tertarik kembali mengunjungi) mendapat 4.13 — skor terendah dari seluruh 22 pernyataan. Hal ini mengindikasikan perlunya penguatan elemen interaktif untuk mendorong kunjungan berulang pengguna.

7. Analisis Kebaruan

Aspek kebaruan (*Novelty*) mencakup pernyataan nomor 19, 20, 21, dan 22 dengan rata-rata skor 4.41, salah satu tertinggi bersama Efisiensi dan Daya Tarik. Q19 (desain kreatif dan modern) mendapat 4.47 dengan 58,5% responden memberi nilai tertinggi, Q21 (ciri khas visual menarik) mendapat 4.43, Q20 (konsep unik dibanding website lain) mendapat 4.38, dan Q22 (pengalaman berbeda dari website biasa) mendapat 4.36. Pendekatan estetika gaming modern yang diadopsi GameComm berhasil menciptakan identitas yang unik dan berbeda dari platform komunitas konvensional.

8. Interpretasi hasil keseluruhan

Tabel 2 merekap rata-rata skor keenam aspek *User Experience Questionnaire* (UEQ). Nilai rata-rata keseluruhan dari 22 pernyataan adalah 4.37 (Sangat Baik). Daya Tarik menjadi aspek tertinggi (4.44), diikuti Efisiensi dan Kebaruan (4.41), Kejelasan (4.36), Ketepatan (4.35), dan Stimulasi (4.25). Rentang yang relatif sempit (4.25–4.44) mencerminkan keseimbangan desain yang baik antara estetika, fungsionalitas, dan keterlibatan pengguna.

Tabel 2 Rekapitulasi Hasil Evaluasi Per Aspek UEQ

NO	Aspek	Rata-Rata	Kategori Penilaian	Keterangan
1.	Daya Tarik	4.44 / 5.00	Sangat Baik	Tampilan visual sangat menarik
2.	Kejelasan	4.36 / 5.00	Sangat Baik	Informasi mudah dipahami
3.	Efisiensi	4.41 / 5.00	Sangat Baik	Akses informasi efisien
4.	Ketepatan	4.35 / 5.00	Sangat Baik	Fitur berjalan sesuai harapan
5.	Stimulasi	4.25 / 5.00	Sangat Baik	Mendorong eksplorasi pengguna
6.	Kebaruan	4.41 / 5.00	Sangat Baik	Desain unik dan inovatif
	KESELURUHAN	4.37 / 5.00	Sangat Baik	Pengalaman pengguna positif

IV. KESIMPULAN

Evaluasi UEQ terhadap landing page GameComm dengan 53 responden menghasilkan nilai rata-rata keseluruhan 4.37/5.00 (Sangat Baik). Aspek tertinggi adalah Daya Tarik (4.44), diikuti Efisiensi dan Kebaruan (4.41), Kejelasan (4.36), Ketepatan (4.35), dan Stimulasi (4.25). Hasil ini menunjukkan bahwa desain visual, arsitektur informasi, dan konsep inovatif GameComm telah memberikan pengalaman pengguna yang positif. Aspek Stimulasi yang paling rendah mengindikasikan perlunya penguatan elemen interaktif untuk mendorong kunjungan berulang, sejalan dengan prinsip pengembangan antarmuka iteratif [11], [12]. Secara keseluruhan, GameComm layak dikembangkan lebih lanjut menjadi platform komunitas *game online* yang komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Sinanto and N. M. N. A. H. R. P, "Intervensi Internet Gaming Disorder pada Generasi Z," *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, vol. 5, no. 1, pp. 271-284, 2025, doi: 10.54082/jupin.594.
- [2] I. Díaz-Oreiro, G. Lopez, L. Quesada, and L. A. Guerrero, "Evaluation of user experience (UX) in health and lifestyle mobile applications: A systematic review," *Sensors*, vol. 19, no. 16, p. 3479, 2019, doi: 10.3390/s19163479.
- [3] L. I. D. Faruk, et al., "A Review of Subjective Scales Measuring the User Experience of Voice Assistants," *IEEE Access*, vol. 12, pp. 14894-14915, 2024, doi: 10.1109/ACCESS.2024.3353456.
- [4] D. A. Saputra, S. Sucipto, and T. Andriyanto, "Analisis Kualitas Website Sistem Informasi Akademik Universitas Nusantara PGRI Kediri," *RESEARCH: Journal of Computer, Information System & Technology Management*, vol. 5, 2022, doi: 10.25273/research.v5i1.9350
- [5] S. Sucipto, "Evaluasi Efektivitas E-Learning Menggunakan Usability Testing dengan Metode TOPSIS," *JSITIK: Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Komputer*, vol. 3, no. 1, 2024, doi: 10.53624/jsitik.v3i1.430
- [6] M. Schrepp, A. Hinderks, and J. Thomaschewski, "Design and evaluation of a short version of the user experience questionnaire (UEQ-S)," *Int. J. Interact. Multim. Artif. Intell.*, vol. 4, no. 6, p. 103, 2017, doi: 10.9781/ijimai.2017.09.001.
- [7] A. Hinderks, M. Schrepp, F. J. Domínguez Mayo, M. J. Escalona, and J. Thomaschewski, "Developing a UX KPI based on the user experience questionnaire," *Comput. Stand. Interfaces*, vol. 65, pp. 38-44, 2019, doi: 10.1016/j.csi.2019.01.007.
- [8] B. Laugwitz, T. Held, and M. Schrepp, "Construction and evaluation of a user experience questionnaire," in *Symposium of the Austrian HCI and Usability Engineering Group*, Berlin, Heidelberg: Springer, 2008, pp. 63-76, doi: 10.1007/978-3-540-89350-9_6.

- [9] M. Schrepp, J. Kollmorgen, and J. Thomaschewski, "Impact of item polarity on the scales of the user experience questionnaire (UEQ)," in *Int. Conf. on Web Information Systems and Technologies*, 2023, pp. 15–25, doi: 10.5220/0012159900003584.
- [10] H. B. Santoso, M. Schrepp, R. Y. K. Isal, A. Y. Utomo, and B. Priyogi, "Measuring User Experience of the Student-Centered e-Learning Environment," *J. Educ. Online*, vol. 13, no. 1, pp. 58–79, 2016, doi: 10.9743/JEO.2016.1.5.
- [11] N. Lubis, A. Y. Harahap, R. Tantawi, N. Aslami, and T. M. Siregar, "Pengembangan Website Promosi dengan Menggunakan Lean UX dan Strategi Interactive Marketing," *Jurnal Sosial Teknologi*, vol. 3, no. 2, pp. 106-114, 2023, doi: 10.24853/justit.10.2.106-114.
- [12] A. M. Budianto, et al., "Evaluasi User Experience Aplikasi Berbasis Web Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)," *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, vol. 5, no. 2, pp. 320-327, 2021, doi: 10.29207/resti.v5i2.3023.