

Analisis User Experience (UX) Aplikasi TikTok Terhadap Kepuasan dan Perilaku Pengguna Remaja

^{1*}Laurenzia Salsabella Afrinza, ²Shella Ayu Ardita, ³Erna Daniati

¹Sistem Informasi, Universitas Nusantara PGRI Kediri

E-mail :Salsabila30123@gmail.com, shellaayuardita061@gmail.com, ernadaniati@unpkediri.ac.id,
Penulis Korespondens : Erna Daniati, M.Kom

Abstrak— Saat ini, TikTok menjadi salah satu aplikasi yang paling digemari oleh kalangan remaja. Penggunaan aplikasi TikTok telah meningkat secara signifikan, sebagaimana terlihat dari pengamatan yang dilakukan penulis. Namun, penting untuk mempertimbangkan peran perangkat yang digunakan dalam interaksi pengguna dengan aplikasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji aspek-aspek pengalaman pengguna (UX) yang memengaruhi tingkat kepuasan dan perilaku pengguna TikTok di kalangan remaja. Data dikumpulkan melalui distribusi kuesioner kuantitatif dengan metode survei kepada pengguna TikTok, yang membahas kemampuan desain dan fitur aplikasi. Diharapkan hasil penelitian ini memberikan pemahaman mengenai peran desain aplikasi dalam membentuk perilaku pengguna remaja.

Kata Kunci: Tiktok, Media Sosial, Kepuasan

Abstract— Currently, TikTok is one of the most popular applications among teenagers. The use of the TikTok application has increased significantly, as seen from the author's observations. However, it is important to consider the role of the device used in user interaction with the application. This study aims to examine aspects of user experience (UX) that influence the level of satisfaction and behavior of TikTok users among teenagers. Data were collected through the distribution of quantitative questionnaires with a survey method to TikTok users, which discussed the design capabilities and features of the application. It is hoped that the results of this study provide an understanding of the role of application design in shaping the behavior of teenage users..

Keywords: Tiktok, Social Media, Satisfaction



I. PENDAHULUAN

Saat ini, kemajuan teknologi digital telah merambah hampir seluruh aspek kehidupan manusia, khususnya dalam bidang komunikasi dan interaksi sosial. Salah satu dampak paling signifikan dari perkembangan ini adalah munculnya berbagai platform media sosial yang memfasilitasi pertukaran informasi dan interaksi antar pengguna. Penelitian ini berfokus pada

TikTok, aplikasi video pendek paling populer [1]. TikTok menggunakan alat kreatif yang unik seperti filter, efek, dan lagu untuk menciptakan pengalaman unik bagi penggunanya [2]. Banyak pengguna TikTok, terutama remaja, menghabiskan berjam-jam membuat, mengedit, dan menonton video [3]. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan tentang desain aplikasi dan pengalaman pengguna (UX) terkait kepuasan pengguna, perilaku, dan interaksi sosial mereka [4].

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih jauh dampak pengalaman pengguna (UX) pada kepuasan dan perilaku sosial remaja pengguna TikTok. Penelitian ini secara spesifik bertujuan untuk mengkaji aspek-aspek pengalaman pengguna (UX) yang berperan dalam membentuk tingkat kepuasan serta perilaku pengguna TikTok di kalangan remaja [5]. Pentingnya topik ini terletak pada pemahaman bagaimana desain aplikasi dapat memengaruhi keterlibatan dan kesejahteraan pengguna muda [6].

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif deskriptif** dengan metode survei. Tujuan utama penelitian adalah untuk mengevaluasi pengaruh pengalaman pengguna (User Experience/UX) terhadap tingkat kepuasan dan perilaku pengguna remaja dalam menggunakan aplikasi TikTok. Metode kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur variabel secara objektif menggunakan data numerik dan memungkinkan analisis hubungan antar variabel yang diteliti [7].

A. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja berusia antara 15 hingga 19 tahun yang aktif menggunakan aplikasi TikTok. Sampel dipilih menggunakan teknik **purposive sampling** dengan kriteria:

- pengguna aktif TikTok minimal 1 jam sehari,
- berdomisili di Desa Ngepung, Kecamatan Patianrowo, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur,
- bersedia mengisi kuesioner secara sukarela. Sebanyak 100 responden dipilih untuk dianalisis [8].

B. Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah **kuesioner tertutup berbasis skala Likert 5 poin** yang disusun berdasarkan elemen UX dari kerangka **UX Honeycomb** yang dikembangkan oleh Peter Morville. Elemen-elemen tersebut terdiri atas:

- **Usefulness:** sejauh mana aplikasi bermanfaat bagi pengguna,
- **Usability:** kemudahan penggunaan antarmuka,
- **Desirability:** daya tarik visual dan emosional,
- **Findability:** kemudahan dalam menemukan fitur,
- **Accessibility:** kemudahan akses untuk semua pengguna,
- **Credibility:** kepercayaan terhadap konten dan aplikasi [9].

Setiap dimensi UX diukur dengan 3–4 item pernyataan, sedangkan variabel perilaku pengguna diukur dari durasi penggunaan, aktivitas (seperti membuat konten, menonton, berkomentar), dan frekuensi akses aplikasi harian [10].

C. Prosedur Penelitian

Langkah-langkah pelaksanaan penelitian ini mencakup:

1. **Identifikasi Masalah,** Merumuskan fokus penelitian berdasarkan fenomena tingginya penggunaan TikTok di kalangan remaja serta pentingnya desain UX.
2. **Penyusunan Kuesioner,** Menyusun pernyataan berdasarkan kerangka UX Honeycomb yang telah divalidasi dalam penelitian terdahulu seperti oleh Holte [11].
3. **Distribusi Instrumen,** Kuesioner disebarluaskan secara daring menggunakan Google Form kepada calon responden yang memenuhi kriteria.
4. **Pengumpulan dan Verifikasi Data,** Data yang masuk diverifikasi kelengkapannya dan disaring untuk memastikan validitas jawaban.
5. **Analisis Data,** Data dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif seperti tabulasi frekuensi dan rerata skor tiap indikator UX. Selain itu, dilakukan korelasi sederhana untuk melihat keterkaitan antara kepuasan UX dengan intensitas penggunaan aplikasi [12].

D. Validitas dan Replikasi

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan untuk direplikasi oleh peneliti lain karena dokumentasi metode dan instrumen dilakukan secara rinci. Proses ini sejalan

dengan prinsip transparansi metodologis yang dianjurkan dalam penelitian kuantitatif berbasis survey [13].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan UX kepada 100 remaja yang aktif menggunakan TikTok di desa Ngepung, kecamatan Patianrowo, Nganjuk, Jawa Timur. Hasil dari survei dianalisis dengan pendekatan deskriptif untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan, elemen desain yang berpengaruh terhadap UX, serta hubungan antara UX dan tingkat penggunaan. Berikut adalah hasil dari analisis data:

1. Tingkat Kepuasan Pengguna TikTok

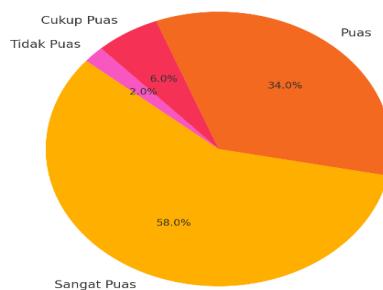
Sebagian besar responden menunjukkan kepuasan tinggi terhadap aplikasi TikTok. Mereka merasa aplikasi ini mudah dipakai, menyenangkan, dan memiliki desain antarmuka yang menarik.

Aspek Kepuasan UX	Percentase (%)
Sangat Puas	58%
Puas	34%
Cukup Puas	6%
Tidak Puas	2%

Tabel 1.Tingkat Kepuasan Pengguna TikTok

Dari Tabel 1, terlihat bahwa 92% responden melaporkan puas hingga sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok telah berhasil menawarkan pengalaman pengguna yang menyenangkan bagi sebagian besar remaja. Antarmuka yang mudah diakses, respons yang cepat, dan fitur interaktif berkontribusi pada tingkat kepuasan yang tinggi [14]. Hasil penelitian ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Nguyen, yang mengemukakan bahwa pengalaman pengguna yang menyenangkan berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas dalam menggunakan aplikasi hiburan.

Gambar 1. Diagram Tingkat Kepuasan Pengguna TikTok



Gambar 1. Diagram Tingkat Kepuasan Pengguna TikTok

2. Faktor-Faktor Desain yang Mempengaruhi Kepuasan dan Keterlibatan

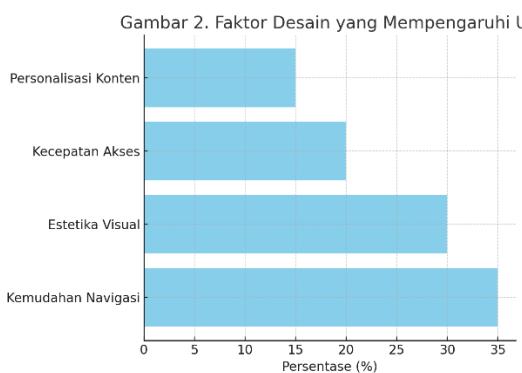
Faktor Desain yang Dinilai Penting	Percentase (%)
Kemudahan Navigasi	35%
Estetika Visual	30%
Kecepatan Akses>Loading	20%
Personalisasi Konten	15%

Tabel 2. Elemen Desain yang Memengaruhi Pengalaman Pengguna (UX)

Tabel 2 menunjukkan bahwa "Kemudahan Navigasi" menjadi elemen paling dominan dalam memengaruhi pengalaman pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa remaja cenderung menghargai aplikasi yang intuitif dan tidak memerlukan banyak waktu untuk belajar menggunakannya [15]. Daya tarik visual dan fitur interaktif juga sangat penting, karena TikTok adalah platform berbasis visual yang sangat mengandalkan konten kreatif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Liu et al. yang menyoroti dampak fitur interaktif pada keterlibatan remaja di platform video pendek.

Kemudahan navigasi dianggap sebagai faktor terpenting. Ini menunjukkan bahwa TikTok merancang alur interaksi pengguna dengan efisien, sehingga memudahkan pengguna menemukan konten dan fitur dengan cepat. Estetika visual, termasuk pemilihan warna, animasi, dan tata letak yang menarik, memberikan kenyamanan serta kesenangan saat pengguna menghabiskan waktu di aplikasi.

Personalisasi konten, meskipun mendapatkan persentase terendah, tetap dianggap sebagai faktor penting karena TikTok memanfaatkan algoritma yang merekomendasikan konten sesuai dengan preferensi pengguna. Hal tersebut memperkuat hasil studi Wang et al. yang menunjukkan bahwa akurasi sistem rekomendasi berperan penting dalam meningkatkan partisipasi pengguna.



Gambar 2. Diagram Elemen Desain yang Memengaruhi Pengalaman Pengguna (UX)

3. Hubungan antara Pengalaman Pengguna dan Intensitas Penggunaan

Terdapat hubungan positif yang kuat antara tingkat kepuasan UX dan frekuensi penggunaan TikTok. Remaja yang merasa sangat puas cenderung menggunakan aplikasi lebih sering dan menghabiskan waktu lebih lama di dalamnya..

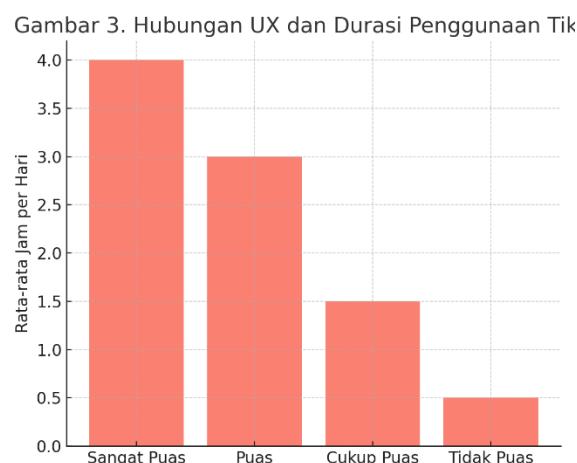
Kategori Pengalaman UX	Rata-rata Durasi Penggunaan Harian
Sangat Puas	3–5 jam
Puas	2–4 jam
Cukup Puas	1–2 jam
Tidak Puas	<1 jam

Table 3. Hubungan UX dan Durasi penggunaan Tiktok

Hasil pada Tabel 3 mengindikasikan bahwa sebagian besar responden (90%) adalah pengguna TikTok yang sangat sering atau sering. Ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang positif secara langsung berkorelasi dengan perilaku penggunaan yang lebih sering. Ketika pengguna merasa senang dan nyaman dengan aplikasi, mereka cenderung untuk kembali dan menghabiskan lebih banyak waktu di dalamnya. Hal ini didukung oleh Morin dan McDonald yang menemukan bahwa desain UX yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan keterlibatan pengguna, khususnya pada generasi Z.

Hubungan antara pengalaman pengguna (UX) dan frekuensi penggunaan memiliki sifat yang positif. Pengguna yang merasakan kepuasan tinggi biasanya akan menghabiskan waktu lebih lama di aplikasi tersebut, yang menunjukkan bahwa UX yang berkualitas dapat meningkatkan keterlibatan. Fenomena ini sejalan dengan Model Penerimaan Teknologi (TAM), yang menjelaskan bahwa pandangan terhadap kemudahan dan manfaat teknologi berdampak pada niat dan lamanya pemakaian teknologi tersebut.

Remaja yang menganggap TikTok sebagai platform yang mudah dan menyenangkan lebih cenderung untuk terus aktif berinteraksi, termasuk dalam menciptakan konten, ikut serta dalam tantangan, memberikan komentar, dan melakukan siaran langsung.



Gambar 3. Hubungan UX dan Durasi penggunaan Tiktok

Pembahasan secara keseluruhan dari temuan ini menunjukkan bahwa TikTok telah berhasil menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan bagi remaja, yang pada gilirannya mendorong perilaku penggunaan yang tinggi dan keterlibatan yang mendalam. Kunci keberhasilannya terletak pada desain yang intuitif, daya tarik visual, dan fitur interaktif yang inovatif. Namun, penelitian ini memiliki batasan pada sampel yang terfokus pada satu wilayah geografis tertentu. Penelitian di masa depan dapat memperluas cakupan sampel dan mempertimbangkan faktor budaya lain yang mungkin memengaruhi UX dan perilaku pengguna.

IV. KESIMPULAN

Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pengguna muda terhadap pengalaman menggunakan aplikasi TikTok berada pada level yang sangat tinggi. Mayoritas remaja merasa puas hingga sangat puas dengan kemudahan penggunaan, daya tarik desain, dan berbagai fitur yang disediakan oleh aplikasi tersebut. Elemen-elemen desain yang berpengaruh besar terhadap kepuasan dan keterlibatan pengguna meliputi kemudahan untuk menavigasi, daya tarik visual, kecepatan akses aplikasi, serta kemudahan dalam personalisasi konten. Aspek-aspek ini sangat esensial dalam menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan di kalangan remaja. Ada relasi antara pengalaman positif pengguna dengan frekuensi penggunaan aplikasi TikTok. Apabila kepuasan pengguna meningkat, maka waktu harian yang dihabiskan remaja untuk menggunakan aplikasi juga cenderung meningkat. Oleh karena itu, penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam aspek desain dan pengalaman pengguna berdampak langsung pada kepuasan serta kebiasaan penggunaan aplikasi TikTok di kalangan remaja.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis memberi Tuhan Yang Mahakuasa untuk semua berkat, rahmat, dan kenyamanan. Ini memungkinkan penulis untuk menyelesaikan penelitian dan penulisannya dengan judul "Analisis Kepuasan Pengguna Remaja dan Perilaku Aplikasi Tiktok Pengalaman Pengguna (UX)."

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang paling dalam sebagai perangkat universitas yang memberikan pengetahuan, pengalaman, dan suasana akademik untuk mendukung selama proses pembelajaran dan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini belum mencapai kesempurnaan. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan masukan yang membangun guna penyempurnaan di waktu mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Nguyen, "User Experience and Behavior Analysis of Short-Video Applications: A Study on TikTok," *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, vol. 12, no. 6, pp. 463-460, 2021.
- [2] M. Montag, C. Sindermann, and J. D. Elhai, "A new empirical approach for the study of problematic TikTok use and its relationship with personality and psychopathology," *Journal of Affective Disorders Reports*, vol. 2021, 2021.
- [3] S. J. McLaughlin and M. A. Mayhorn, "Exploring social media addiction: The role of user experience and psychological factors," *Journal of Technology in Behavioral Science*, vol. 5, no. 2, pp. 95-104, 2020.
- [4] L. Keles, N. McCrae, and A. Grealish, "A systematic review: The influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents," *International Journal of Adolescence and Youth*, vol. 25, no. 1, pp. 79-93, 2020.
- [5] X. Wang, L. Yu, and M. F. Fennis, "How social media design affects user engagement: The role of UI and UX features," *Journal of Interactive Marketing*, vol. 55, pp. 1-13, 2021.
- [6] J. V. Pavithra and T. M. S. Keerthana, "The impact of TikTok on adolescent mental health: A review," *Journal of Content, Community & Communication*, vol. 13, pp. 58-65, 2021.
- [7] S. Müller and A. Schwarz, "Social Media and Adolescents' Well-being: A Critical Review," *Computers in Human Behavior Reports*, vol. 3, 2021.
- [8] B. Holte, "Adolescents and the Role of UX Design in Mobile Applications: Understanding Engagement Patterns," *Journal of Mobile Technology in Medicine*, vol. 10, no. 2, pp. 21-28, 2021.
- [9] S. S. Hasan and N. Islam, "Influence of Social Media on Adolescent Behavior: An Empirical Study," *International Journal of Adolescence and Youth*, vol. 26, no. 1, pp. 1-12, 2021.
- [10] P. Valkenburg, J. Peter, and A. P. Schouten, "Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem," *CyberPsychology & Behavior*, vol. 9, no. 5, pp. 584-590, 2017.

- [11] H. Liu, Y. Wang, and Y. Wang, "How short video platforms affect teenagers' behaviors: Evidence from TikTok in China," *Telematics and Informatics*, vol. 72, 2022.
- [12] J. W. Morin and K. M. McDonald, "The effect of mobile UX design on user satisfaction: A study of Gen-Z engagement," *International Journal of Human-Computer Studies*, vol. 151, 2021.
- [13] Y. Yang, "Analyzing user retention on TikTok: A UX-centered approach," *Procedia Computer Science*, vol. 199, pp. 457-464, 2022.
- [14] E. T. Lister-Landman and D. A. Moore, "Adolescents' mental health and TikTok: Design features that promote compulsive use," *Computers in Human Behavior*, vol. 134, 2022.
- [15] C. S. Duffy, "TikTok and youth culture: The role of design, content, and algorithm in shaping behavior," *Social Media + Society*, vol. 8, no. 2, pp. 1-12, 2022.