

**LAPORAN PENELITIAN**

**ANALISIS *USABILITY* (KEBERGUNAAN) APLIKASI  
*WHATSAPP MESSENGER* SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI  
PADA GENERASI X, Y, Z**



**Rizqiyatul Khoiriyah, S.Kom., M.Kom. NIDN.0723128803**

**Tantra Fidia Atanto**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS GAJAYANA  
MALANG  
2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

Malang, 17 Juli 2019

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik dan Informatika,



**Gunadi, M.Sc., Ph.D.**

## ABSTRAK

*Whatsapp* merupakan salah satu *instant messaging* yang tersedia di Indonesia. Hasil dari beberapa *survey* menunjukkan bahwa sampai dengan Januari 2017 *Whatsapp* memiliki pengguna yang paling banyak hingga mencapai satu (1) miliar pengguna di seluruh dunia. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis *usability* (kebergunaan) aplikasi *Whatsapp Messenger* sebagai media komunikasi pada generasi X,Y,Z. *Usability* diukur menggunakan tiga (3) aspek yaitu *system*, *user* dan *interaction*.

Penelitian dilakukan di daerah Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Teknik dalam pengambilan datanya dengan menggunakan pernyataan kuesioner yang diberikan kepada 65 responden. Serta menggunakan skala *Likert* untuk kuesioner dan skala *Rating Scale* untuk menganalisis hasil dari kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif.

Berdasarkan penilaian dari 65 responden, didapatkan hasil yaitu pada generasi X (rentang usia 39 – 54 tahun), Y (rentang usia 25 – 38 tahun) dan Z (rentang usai 9 – 24 tahun) didapatkan hasil *usability* sebesar 3,56, 3,67 dan 3,77 yang berarti tingkat *usability* (kebergunaan) aplikasi *Whatsapp* pada ketiga generasi termasuk ke dalam kriteria baik. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *usability* (kebergunaan) aplikasi *Whatsapp* sebagai media komunikasi pada generasi X, Y dan Z adalah baik dan mudah digunakan dari sisi sistem (*system*) pengguna (*user*) dan interaksi (*interaction*).

**Kata Kunci:** Analisis *Usability*, *Whatsapp Messenger*, Generasi X,Y,Z

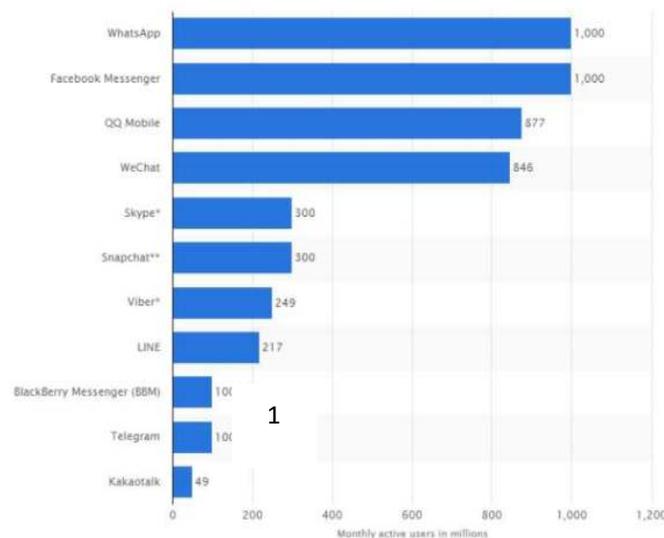
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia saat ini telah semakin canggih yang tidak dapat dihindarkan. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung dengan lisan ataupun tidak langsung yakni melalui media (Effendy, 2008). Secara sederhana proses komunikasi yaitu pihak komunikator membentuk pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu melalui media komunikasi baik yang bersifat modern maupun tradisional. Komunikasi terus menerus berkembang hingga saat ini dan telah mencapai taraf yang lebih maju.

Salah satu contoh perkembangan tersebut adalah munculnya *instan messaging*. *Instant messaging* merupakan salah satu bentuk layanan komunikasi yang sedang berkembang pesat. *Instant messaging* memiliki definisi yaitu sebuah layanan komunikasi yang memungkinkan penggunanya untuk mengirimkan pesan singkat secara *real time* melalui jaringan internet. Aplikasi *instant messaging* yang tersedia di Indonesia contohnya adalah *Whatsapp*, *Line*, *Blackberry Messenger* (BBM). Diantara beberapa *instant messaging* yang tersedia di Indonesia, *Whatsapp* merupakan salah satu *instant messaging* yang menarik untuk diteliti. Hasil *survey* oleh *Statista* menunjukkan bahwa sampai dengan Januari 2017 *Whatsapp* dan *Facebook Messenger* memiliki pengguna yang paling banyak hingga mencapai satu (1) miliar pengguna di seluruh dunia. Data tersebut dapat disajikan berupa gambar grafik sebagai berikut.



**Gambar 1.1 Jumlah Pengguna *Instant Messaging* di Dunia Tahun 2017**

Sumber: <https://www.statista.com> (2017)

Pengguna aplikasi *Whatsapp* di Indonesia semakin meningkat dengan jumlah mencapai 35,8 juta pengguna. Pada Januari 2017 *comScore* juga menyatakan bahwa aplikasi *Whatsapp* merupakan aplikasi *mobile* yang populer dengan pengguna terbanyak di Indonesia setelah *Google Play*. Hal ini terlihat dari rata-rata waktu yang dihabiskan oleh para pengguna di dalam aplikasi tersebut, yaitu sekitar delapan jam dalam sebulan ([www.comscore.com](http://www.comscore.com), 2017). Data

pengguna aplikasi *mobile* di Indonesia dapat disajikan berupa gambar pada halaman selanjutnya.

Top 10 Apps from Mobile Devices in Indonesia January 2017 Total Indonesia - Age 18+, Mobile App only Source: Comscore Mobile Metrix			
Rank	App	Total Mobile	
		Total Unique Visitors (000)	% Reach
	Total Internet: Total Audience (Mobile App only)	46,130	100.0
1	Google Play	44,292	96.0
2	WhatsApp Messenger	35,799	77.6
3	YouTube	35,627	77.2
4	BBM	34,748	75.3
5	Google Search	30,442	66.0
6	Gmail	28,584	62.0
7	Line	27,613	59.9
8	Instagram	23,876	51.8
9	Facebook	22,268	48.3
10	Google Maps	20,865	45.2

**Gambar 1.2 Aplikasi *Mobile* Paling Banyak Digunakan Tahun 2017**

Sumber: <https://www.comscore.com> (2017)

Berdasarkan realita tentang popularitas *Whatsapp* maka dipandang perlu dilakukan evaluasi agar dapat memberi masukan kepada pihak pengembang untuk perkembangan *Whatsapp* selanjutnya. Evaluasi ini dapat dengan menganalisis *usability* (kebergunaan) *Whatsapp* pada pengguna yang beragam usia atau generasi.

Menurut Mannheim (1952) generasi adalah suatu konstruksi sosial dimana didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis. Menurut Natali Yustisia (2016) terdapat lima (5) generasi yang lahir setelah perang dunia kedua, yaitu Baby Boomer, Generasi X, Generasi Y, Generasi Z dan Generasi Alpha. Pada penelitian ini penulis mengambil sampel dari generasi X, Y dan Z. Generasi X adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun kelahiran 1965 sampai dengan 1980 masehi. Tahun-tahun ketika generasi ini lahir merupakan awal dari penggunaan PC (*Personal Computer*), *video games*, tv kabel, dan internet. Generasi Y adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun kelahiran 1981 sampai dengan 1994 masehi. Generasi ini disebut juga dengan sebutan generasi milenial, yang sudah mengenal teknologi seperti komputer, *video games*, dan *smartphone*. Generasi Z adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun 1995 sampai dengan tahun 2010 masehi. Generasi Z disebut juga iGeneration, generasi net atau generasi internet.

Dari uraian di atas maka untuk mengetahui sejauh mana tingkat kebergunaan aplikasi *Whatsapp* penulis melaksanakan penelitian mengenai “ Analisis *Usability* (Kebergunaan) Aplikasi *Whatsapp Messenger* Sebagai Media Komunikasi pada Generasi X,Y,Z”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Bagaimana tingkat *usability* (kebergunaan) aplikasi *Whatsapp Messenger* sebagai media komunikasi pada Generasi X?
2. Bagaimana tingkat *usability* (kebergunaan) aplikasi *Whatsapp Messenger* sebagai media komunikasi pada Generasi Y?

3. Bagaimana tingkat *usability* (kebergunaan) aplikasi *Whatsapp Messenger* sebagai media komunikasi pada Generasi Z?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, adapun tujuan penyusunan penelitian Tugas Akhir II ini adalah untuk menganalisis *usability* (kebergunaan) aplikasi *Whatsapp Messenger* sebagai media komunikasi pada generasi X,Y,Z.

### **1.4 Batasan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas maka batasan masalah pada penelitian ini yaitu responden penelitian adalah masyarakat generasi

X,Y,Z Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang yang pernah menggunakan aplikasi *Whatsapp*. Generasi X,Y,Z adalah generasi yang memiliki rentang usia sebagai berikut:

1. Generasi X, rentang lahir tahun 1965-1980
2. Generasi Y, rentang lahir tahun 1981-1994
3. Generasi Z, rentang lahir tahun 1995-2010

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian Tugas Akhir II ini, penulis berharap proses dan hasil penelitian ini memberikan manfaat diantaranya:

1. Memberikan informasi tentang analisis *usability* aplikasi *Whatsapp Messenger* sebagai media komunikasi pada generasi X,Y,Z.
2. Sebagai referensi untuk peneliti lain utamanya dalam bidang analisis kebergunaan aplikasi tertentu.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 *Usability*

##### 2.1.1 Definisi *Usability*

*Usability* (kebergunaan) merupakan bagian dari bidang ilmu multi disiplin *Human Computer Interaction* (HCI). Disampaikan oleh Nugroho (2009) *Human Computer Interaction* merupakan bidang ilmu yang berkembang sejak tahun 1970 yang mempelajari bagaimana mendesain tampilan layar komputer dalam suatu aplikasi sistem informasi agar nyaman digunakan oleh pengguna. Menurut Jakob Nielsen, *usability* adalah atribut kualitas yang menjelaskan atau mengukur seberapa mudah penggunaan suatu antar muka (*interface*). Definisi *usability* menurut *International Standard Organization* ISO 9241:11 (1998) adalah sejauh mana suatu produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai target yang ditetapkan dengan efektivitas, efisiensi dan mencapai kepuasan penggunaan dalam konteks tertentu. Konteks penggunaan terdiri dari pengguna, tugas, peralatan (*hardware, software* dan *material*). Berdasarkan definisi tersebut *usability* diukur berdasarkan komponen :

1. Kemudahan (*learnability*) didefinisikan seberapa cepat pengguna mahir dalam menggunakan sistem serta kemudahan dalam penggunaan menjalankan suatu fungsi serta apa yang pengguna inginkan dapat mereka dapatkan.
2. Efisiensi (*efficiency*) didefinisikan sebagai sumber daya yang dikeluarkan guna mencapai ketepatan dan kelengkapan tujuan.
3. Mudah diingat (*memorability*) didefinisikan bagaimana kemampuan pengguna mempertahankan pengetahuannya setelah jangka waktu tertentu, kemampuan mengingat didapatkan dari peletakkan menu yang selalu tetap.
4. Kesalahan dan keamanan (*errors*) didefinisikan berapa banyak kesalahan-kesalahan apa saja yang dibuat pengguna, kesalahan yang dibuat pengguna mencangkup ketidaksesuaian apa yang pengguna pikirkan dengan apa yang sebenarnya disajikan oleh sistem.
5. Kepuasan (*satisfaction*) didefinisikan kebebasan dari ketidaknyamanan, dan sikap positif terhadap penggunaan produk atau ukuran subjektif sebagaimana pengguna merasa tentang penggunaan sistem.

##### 2.1.2 Pengukuran *Usability*

Pengukuran *usability* dilakukan untuk menilai apakah interaksi antara pengguna dengan aplikasi dapat berjalan dengan baik. Pengukuran dilakukan mengikuti konsep user testing, dengan penekanan pada pengukuran dan bukan pengujian, sebagai berikut :

1. Menentukan tujuan dan mengeksplorasi pertanyaan
2. Memilih paradigma dan teknik pengukuran
3. Merancang *task* yang akan menjadi sarana pengukuran
4. Memilih partisipan yang akan menjadi pengguna untuk mencoba aplikasi
5. Mempersiapkan kondisi pengukuran
6. Merencanakan jalannya pengukuran
7. Melakukan evaluasi, analisis dan penyajian data.

Tujuan pengukuran *usability* dilakukan dalam rangka mengidentifikasi permasalahan *usability* yang dapat mempengaruhi interaksi sistem (perangkat lunak) dengan pengguna pada hasil perancangan aplikasi. Pengukuran dengan menguji cobakan perangkat lunak aplikasi kepada sejumlah partisipan (bertindak sebagai responden pengguna aplikasi) sambil melakukan observasi. Selanjutnya partisipan mengisi kuesioner untuk memperoleh gambaran tingkat

kepuasan dalam pengoperasian aplikasi. Masukan dari partisipan digunakan sebagai umpan balik dalam melengkapi prasyarat fungsional maupun kebutuhan interaksi pengguna.

## 2.2 *Whatsapp Messenger*

*Whatsapp Messenger* adalah aplikasi pesan instan untuk *smartphone*, jika dilihat dari fungsinya *Whatsapp* hampir sama dengan aplikasi *Short Message Service (SMS)* yang biasa dipergunakan di ponsel lama. Tetapi *Whatsapp* tidak menggunakan pulsa, melainkan data internet dan mempunyai fitur-fitur yang lebih lengkap. Fitur-fitur tersebut diantaranya yaitu:

### 1. Pesan

*Whatsapp* dapat mengirim pesan teks dan juga pesan suara, untuk menghindari biaya seperti *SMS Whatsapp* menggunakan koneksi internet telepon atau wifi.

### 2. Panggilan suara dan video

Dengan panggilan suara, pengguna dapat berbicara dengan pengguna lain, Dengan panggilan video, pengguna dapat melakukan pembicaraan tatap muka dengan pengguna lain secara waktu nyata (*real time*). Panggilan suara dan video *Whatsapp* menggunakan koneksi Internet, bukan dengan menit panggilan paket seluler, jadi pengguna tidak perlu khawatir akan biaya panggilan.

### 3. Foto dan video

Mengirim foto dan video di *Whatsapp*, pengguna bahkan dapat menangkap momen yang penting bagi pengguna dengan kamera bawaan. Dengan *Whatsapp*, foto dan video akan dikirim dengan cepat meskipun pengguna sedang berada dalam koneksi yang lambat.

### 4. Dokumen

Mengirim PDF, dokumen, *spreadsheet*, *slideshow*, dan masih banyak lagi, tanpa repot menggunakan *email* atau aplikasi berbagi *file*. Pengguna dapat mengirim dokumen dengan ukuran hingga 100 MB yang akan memudahkan pengguna untuk membagikan hal yang perlu di bagikan kepada orang lain yang juga menggunakan *Whatsapp*.

### 5. *Chat* grup

Dengan *chat* grup pengguna dapat membagikan pesan, foto, dan video hingga 256 orang sekaligus. Pengguna juga dapat memberi nama grup, membisukan, atau menyesuaikan pemberitahuan, dan pilihan yang lainnya.

### 6. *Whatsapp* di *web* dan di desktop

Dengan *Whatsapp* di *web* dan desktop, pengguna dapat dengan mudah menyinkronkan semua *chat* ke komputer pengguna.

### 7. Enkripsi *end to end*

Untuk menjaga keamanan data yang dibagikan oleh pengguna *Whatsapp* membangun enkripsi *end-to-end*. Ketika terenkripsi *end-to-end*, pesan dan panggilan pengguna akan diamankan, jadi hanya pengguna dan orang yang berkomunikasi dengannya saja yang dapat membaca pesan atau mendengar panggilan tersebut ([www.whatsapp.com/features](http://www.whatsapp.com/features), 2019). Contoh tampilan dari *Chatting Whatsapp* sebagai berikut.

## 2.3 *Generasi X,Y,Z*

Menurut Manheim (1952) generasi adalah suatu konstruksi sosial dimana didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis.

Menurut Natali Yustisia (2016) menyatakan bahwa ciri-ciri generasi X,Y,Z adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Ciri-Ciri Generasi X,Y,Z**

No	Generasi X (lahir tahun 1965-1980)	Generasi Y (lahir tahun 1981-1994)	Generasi Z (lahir tahun 1995-2010)
----	---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------

1.	Mampu beradaptasi	Karakteristik masing-masing individu berbeda, tergantung dimana ia dibesarkan, serta ekonomi, dan sosial keluarganya	Merupakan generasi digital yang mahir dan gandrung akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan pendidikan maupun pribadi akan mereka akses dengan cepat dan mudah
2.	Mampu menerima perubahan dengan baik dan disebut sebagai generasi yang tangguh	Pola komunikasinya sangat terbuka dibidang generasi-generasi sebelumnya	Sangat suka dan sering berkomunikasi dengan semua kalangan khususnya lewat jejaring sosial seperti <i>facebook</i> , <i>twitter</i> atau <i>SMS</i> . Melalui media ini mereka jadi lebih bebas berekspresi dengan apa yang dirasa dan dipikir secara spontan
3.	Memiliki karakter mandiri dan loyal	Pemakai media sosial yang fanatic dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi	Cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan
4.	Sangat mengutamakan citra, ketenaran dan uang	Lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya	Terbiasa dengan berbagai aktifitas dalam satu waktu yang bersamaan. Misalnya membaca, berbicara, menonton, dan mendengarkan musik secara bersamaan. Hal ini karena mereka menginginkan segala sesuatu serba cepat, tidak bertele-tele dan berbelit-belit
5.	Tipe pekerja keras	Memiliki perhatian yang lebih terhadap <i>wealth</i> atau kekayaan	Cenderung kurang dalam berkomunikasi secara verbal, cenderung egosentris dan individualis, cenderung ingin serba instan, tidak sabaran, dan tidak menghargai proses
6.	Kekurangannya selalu menghitung kontribusi yang telah diberikan perusahaan terhadap hasil kerjanya		

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek, Lokasi dan Waktu Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah aplikasi *Whatsapp Messenger*. *Whatsapp Messenger* merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya *SMS*, karena *Whatsapp Messenger* menggunakan paket data internet yang sama untuk *email* dan *browsing web*.

Lokasi pengumpulan data penelitian berada di daerah Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang dengan cara membagikan kuesioner kepada masyarakat. Kuesioner dibagikan kepada masyarakat yang memiliki rentang usia mulai dari sembilan (9) tahun sampai dengan 54 tahun (generasi X,Y,Z) yang menggunakan aplikasi *Whatsapp*. Waktu pengumpulan data adalah rentang waktu yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Waktu pengumpulan data dari responden ini dilakukan pada bulan Maret 2019.

#### 3.2 Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan objek dari tempat dimana data bisa didapatkan. Sumber data bisa didapatkan dari semua keterangan seseorang yang dijadikan responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik maupun dalam bentuk lainnya yang guna keperluan penelitian. Pada penelitian ini sumber data diambil dari masyarakat daerah Merjosari, Kota Malang. Adapun jenis datanya yaitu data primer. Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Penelitian ini menggunakan data primer dari hasil pengisian kuesioner yang diberikan kepada responden bagaimana tanggapannya mengenai kemudahan dalam penggunaan aplikasi *Whatsapp Messenger*.

#### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Guna mencapai tingkat objektifitas tinggi, penelitian ilmiah mensyaratkan penggunaan prosedur pengumpulan data yang akurat dan terpercaya (Azwar, 2014). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan berupa skala atau kuesioner. Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Menurut Arikunto (2014), kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Responden yang dipilih yaitu masyarakat yang memiliki rentang usia 9 sampai 54 tahun dan menggunakan aplikasi *Whatsapp*. Usia 9 sampai 54 tahun tersebut adalah generasi X yang memiliki rentang usia 39 sampai 54 tahun, Generasi Y memiliki rentang usia 25 sampai 38 tahun dan generasi Z memiliki rentang usia 9 sampai 24 tahun.

#### 3.4 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi sasaran yaitu masyarakat Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Data monografi Kelurahan Merjosari tahun 2017 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang adalah 18.121 jiwa, yang diantaranya laki-laki 9.577 jiwa, perempuan 8.544 jiwa, dan usia 0

sampai 15 tahun berjumlah 5.675 jiwa, usia 15 sampai 65 tahun 11.609 jiwa, usia 65 ke atas 576 jiwa.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan cara memilih masyarakat yang memiliki rentang usia 9 sampai 54 tahun yang merupakan generasi X,Y, Z, dimana pada saat mencari data penelitian, peneliti melakukan wawancara terlebih dahulu untuk memastikan bahwa masyarakat yang akan menjadi sampel pernah menggunakan aplikasi *Whatsapp Messenger*. Menurut Joseph Hair (2006), ukuran sampel dalam penelitian harus memiliki jumlah sampel minimum lima kali jumlah pertanyaan yang dianalisis. Dalam kuesioner ini terdapat 13 pernyataan, dengan demikian minimal sampel yang dibutuhkan adalah 65 responden yang terdiri dari generasi X,Y dan Z sehingga dalam penelitian ini sudah dianggap cukup.

### 3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Pada penelitian ini peneliti memilih kuesioner sebagai instrumen penelitian.

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan dengan isian yang ditujukan kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh informasi secara tertulis dari responden yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

Rancangan kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari identitas responden dan pengisian kuesioner (indikator penilaian). Identitas responden digunakan untuk mengetahui karakteristik responden yang mengisi kuesioner. Karakteristik responden dalam kuesioner tersebut terdiri atas jenis kelamin dan usia. Untuk cara pengisiannya, responden harus memilih maksimal satu kotak dengan menggunakan tanda silang (X) sesuai dengan identitasnya.

**Tabel 3.1 Instrumen Skala *Likert***

No	Pernyataan	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Peneliti menggunakan skala *Likert* dalam perhitungan kuesioner dikarenakan skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau responden tentang aplikasi *Whatsapp Messenger*.

### 3.6 Metode Analisis Data

Dengan mengacu pada tujuan penelitian yang diteliti oleh peneliti yakni untuk menganalisis *usability* (kebergunaan) aplikasi *Whatsapp Messenger* sebagai media komunikasi pada generasi X,Y dan Z, maka metode analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif.

Menurut Sugiyono (2013) yang dimaksud analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah rata-rata (*mean*), median, modus, standar deviasi, dan lain-lain. Variabel penelitian ini mengenai budaya organisasi, disiplin dan kinerja, setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dipaparkan mengenai gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, hasil analisis data dan pembahasan.

#### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah aplikasi *Whatsapp Messenger*. *Whatsapp* didirikan oleh Jan Koum dan Brian Acton yang telah menghabiskan waktu 20 tahun di *Yahoo*. *Whatsapp* bergabung dengan *Facebook* pada tahun 2014, tetapi terus beroperasi sebagai aplikasi yang terpisah dengan fokus untuk membangun layanan bertukar pesan yang bekerja dengan cepat dan reliabel di manapun di seluruh dunia ([www.whatsapp.com/about](http://www.whatsapp.com/about), 2019). *Whatsapp Messenger* merupakan aplikasi pesan instan untuk *smartphone*, jika dilihat dari fungsinya *Whatsapp* hampir sama dengan *Short Message Service (SMS)* yang biasa dipergunakan di ponsel lama. Tetapi *Whatsapp* tidak menggunakan pulsa, melainkan data internet dan mempunyai fitur-fitur yang lebih lengkap.

#### 4.2 Karakteristik Responden

Di dalam penelitian ini, untuk mengumpulkan data dari responden terkait penilaian tingkat kebergunaan aplikasi *Whatsapp Messenger* sebagai media komunikasi pada generasi X, Y, Z dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 65 orang responden yang terpilih dan menjadi sampel dalam penelitian ini. Untuk mendapatkan gambaran tentang responden, berikut adalah karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dan generasi.

##### 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki – Laki	34	52,31 %
2	Perempuan	31	47,69 %
Jumlah		65	100 %

##### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Generasi

Karakteristik responden berdasarkan generasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Generasi**

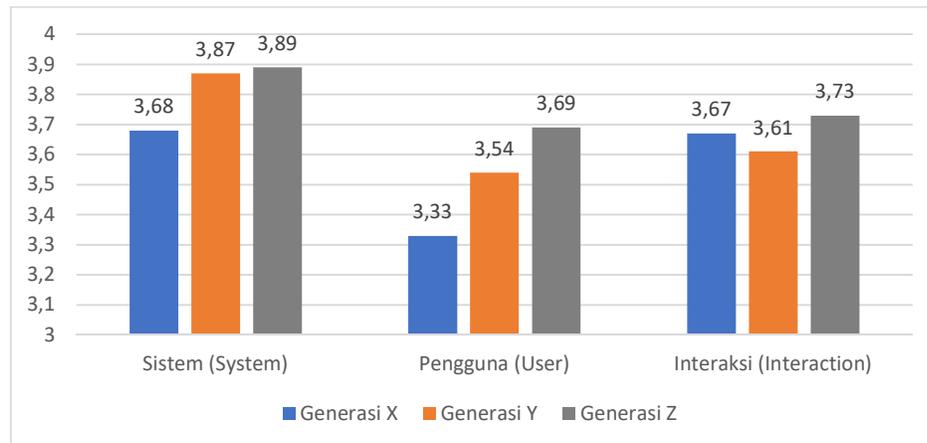
No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Generasi X (usia 39-54 tahun)	20	30,77 %
2	Generasi Y (usia 25-38 tahun)	21	32,31 %
3	Generasi Z (usia 9-24 tahun)	24	36,92 %
Jumlah		65	100 %

#### 4.3 Analisis Data

Pada tahap analisis data penulis menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk melihat karakteristik data, seperti nilai *maximum*, nilai *minimum*, dan rata-rata (*mean*) dari setiap responden. Dalam melakukan analisis statistik deskriptif, peneliti menggunakan *Microsoft Excel*.

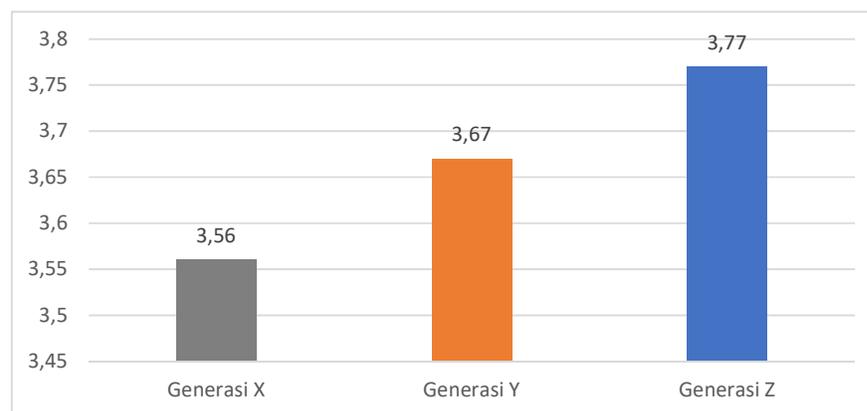
### Tingkat *Usability* pada Tiap Generasi

Berdasarkan hasil dari 3 aspek *usability* yaitu *system*, *user* dan *interaction* pada masing-masing generasi X, Y dan Z dapat ditunjukkan pada gambar berikut:



**Gambar 4.8 Grafik Nilai Rata-Rata Berdasar Aspek dan Generasi**

Berdasarkan hasil analisis data pada bagian sebelumnya untuk masing-masing generasi yaitu X, Y dan Z didapatkan hasil nilai akhir *usability* yang ditunjukkan dalam gambar berikut:



**Gambar 4.9 Grafik Nilai Akhir Usability pada Setiap Generasi**

## 4.4 Pembahasan

Dari hasil analisis data pada bagian sebelumnya, didapatkan pembahasan pada masing-masing aspek di tiap generasi yaitu sebagai berikut:

Aspek sistem (*system*) pada generasi X (rentang usia 39 – 54 tahun) mendapat nilai akhir sebesar 3,68 yang tergolong ke dalam kriteria baik. Aspek sistem (*system*) pada generasi Y (rentang usia 25 – 38 tahun) mendapat nilai akhir sebesar 3,87 yang tergolong ke dalam kriteria baik. Aspek sistem (*system*) pada generasi Z (rentang usia 9 – 24 tahun) mendapat nilai akhir sebesar 3,89 yang tergolong ke dalam kriteria baik. Aspek sistem (*system*) pada ketiga generasi X, Y dan Z masuk kedalam kriteria baik, hal tersebut ditunjukkan dari responden yang menyatakan bahwa *Whatsapp* mudah di kenali, mudah dioperasikan dan tampilan nyaman dilihat.

Aspek pengguna (*user*) pada generasi X (rentang usia 39 – 54 tahun) mendapat nilai akhir sebesar 3,33 yang tergolong ke dalam kriteria cukup baik. Hal tersebut ditunjukkan dari responden yang menyatakan bahwa tampilan menu pada *Whatsapp* cukup mudah dikenali, *file* dokumen, gambar, video, dan audio pada *Whatsapp* cukup mudah dicari, *download*, dibaca

atau diputar dan juga simbol-simbol pada *Whatsapp* cukup mudah dipahami. Sedangkan aspek pengguna (*user*) pada generasi Y (rentang usia 25 – 38 tahun) mendapat nilai akhir sebesar 3,54 yang tergolong ke dalam kriteria baik. Aspek pengguna (*user*) pada generasi Z (rentang usia 9 – 24 tahun) mendapat nilai akhir sebesar 3,69 yang tergolong ke dalam kriteria baik. Aspek pengguna (*user*) pada kedua generasi Y dan Z masuk kedalam kriteria baik, hal tersebut ditunjukkan dari responden yang menyatakan bahwa tampilan menu pada *Whatsapp* mudah dikenali, *file* dokumen, gambar, video, dan audio pada *Whatsapp* mudah dicari, *download*, dibaca atau diputar dan juga simbol-simbol pada *Whatsapp* mudah dipahami.

Aspek interaksi (*interaction*) pada generasi X (rentang usia 39 – 54 tahun) mendapat nilai akhir sebesar 3,67 yang tergolong ke dalam kriteria baik. Aspek interaksi (*interaction*) pada generasi Y (rentang usia 25 – 38 tahun) nilai akhir sebesar 3,61 yang tergolong ke dalam kriteria baik. Aspek interaksi (*interaction*) pada generasi Z (rentang usia 9 – 24 tahun) mendapat nilai akhir sebesar 3,73 yang tergolong ke dalam kriteria baik. Aspek interaksi (*interaction*) pada ketiga generasi X, Y dan Z masuk kedalam kriteria baik, hal tersebut ditunjukkan dari responden yang menyatakan bahwa layanan informasi yang ditawarkan *Whatsapp* mudah diakses, spesifikasi layanan yang ditawarkan *Whatsapp* sesuai dengan kebutuhan, interaksi pada grup *chat Whatsapp* mudah dilakukan, akses informasi pada *Whatsapp* sudah terjamin keamanannya serta menu dan tampilan *Whatsapp* mudah diingat.

Secara keseluruhan tingkat *usability* (kebergunaan) yang terdiri dari aspek sistem (*system*), pengguna (*user*) dan interaksi (*interaction*) tertinggi pada generasi Z yang rentang usianya antara 9 sampai 24 tahun. Hal tersebut dikarenakan generasi Z dapat lebih memaksimalkan apa saja fitur-fitur yang ada pada *Whatsapp*. Sedangkan tingkat *usability* terendah terdapat pada generasi X yang rentang usianya antara 39 sampai 54 tahun, hal tersebut dikarenakan pengguna *Whatsapp* pada usia 39 sampai 54 tahun kebanyakan belum memanfaatkan fitur-fitur *Whatsapp* yang ada secara maksimal dibandingkan generasi Y dan Z.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pada generasi X (rentang usia 39 – 54 tahun), Y (rentang usia 25 – 38 tahun) dan Z (rentang usai 9 – 24 tahun) didapatkan hasil *usability* sebesar 3,56; 3,67; dan 3,77 yang berarti tingkat *usability* (kebergunaan) aplikasi *Whatsapp* pada ketiga generasi termasuk ke dalam kriteria baik. Dengan demikian *usability* (kebergunaan) aplikasi *Whatsapp* sebagai media komunikasi pada generasi X, Y dan Z adalah baik dan mudah digunakan dari sisi sistem (*system*), pengguna (*user*) dan interskaksi (*interaction*). Dari keseluruhan generasi X, Y dan Z semua sama-sama berada di kriteria baik, akan tetapi hasil nilai tertinggi terdapat pada generasi Z, hal tersebut dikarenakan generasi Z dapat lebih memaksimalkan fitur-fitur yang ada pada *Whatsapp*.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis antara lain yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan atau memperluas penelitian dengan menambahkan metode pengukuran *usability* lain, serta menambahkan responden yang lebih beragam agar mendapat hasil penelitian yang lebih baik dan lebih beragam.
2. Bagi peneliti lain yang akan menjadikan penelitian ini sebagai refrensi diharapkan agar memperhatikan aspek demografi, latar belakang, pendidikan, pekerjaan dan lain-lain sesuai wilayah penelitian masing-masing.
3. Bagi pengguna aplikasi *Whatsapp* agar dapat mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur *Whatsapp* yang tersedia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyad, Azhar. 2002. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Azwar, Saifuddin. 2014. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Batmetan, John Reimon, et.al. 2018. *Pengukuran Usability Sistem Operasi Android Menggunakan Use Questionnaire di Universitas Negeri Manado*.
- Clement, J. 2017. *Most popular mobile messaging apps worldwide as of January 2017, based on number of monthly active users (in millions)*.  
<https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/>.  
 diakses 15 Februari 2019.
- Clement, J. 2018. *WhatsApp Statistics & Facts*. <https://www.statista.com/topics/2018/whatsapp/>. diakses 20 Maret 2019.
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hair, J.F. 2006. *Multivariate Data Analysis, Edisi 5*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- ISO 9241-11. 1998. *Ergonomic Requirements For Office Work With Visual Display Terminals (VDT). Guidance in Usability*. London: International Standards Organization.
- Mannheim, Karl. 1952. *The Problem of Generations*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Nguyen, Joe. 2017. *Indonesia's Mobile Only Population and Mobile Consumer Behaviour*.  
<https://www.comscore.com/Insights/Infographics/Indonesias-Mobile-Only-Population-and-Mobile-Consumer-Behaviour>.  
 Diakses 15 Februari 2019.
- Nielsen, Jakob. 1994. *Usability Engineering*. San Francisco: Morgan Kaufman Publisher.
- Rahadi, Dedi Rianto. 2014. *Pengukuran Usability Sistem Menggunakan Use Questionnaire Pada Aplikasi Android*. *Jurnal Sistem Informasi*. 6(1): 661-671.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Yustisia, Natali. 2016. *Teori Generasi*. Dalam Perbanas Institute. <https://dosen.perbanas.id/teori-generasi/>. diakses 19 Februari 2019.
- \_\_\_\_\_. 2019. *Media Komunikasi*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_Komunikasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_Komunikasi). diakses 26 Februari 2019.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Media Elektronik*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_elektronik](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_elektronik). diakses 26 Februari 2019.
- \_\_\_\_\_. 2019. *Fitur*. <https://www.whatsapp.com/features>. diakses 26 Februari 2019.
- \_\_\_\_\_. 2019. *Tentang Whatsapp*. <https://www.whatsapp.com/about>. diakses 26 Februari 2019.