

Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Penggunaan Instagram Menerapkan Metode Use Questionnaire

Befrizka Norzhela, Joy Nasar Utama Jaya*

Prodi Sistem Informasi, STMIK Borneo Internasional Balikpapan, Balikpapan

Jl. A.W. Syahrane No.04, RT.32, Batu Ampar, Kec. Balikpapan Utara, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur, Indonesia

Email: ¹befrizka.17@stmik-borneo.ac.id,²*joy.nashar@stmik-borneo.ac.id

Email Koresponden : joy.nashar@stmik-borneo.ac.id

Submitted: 02/08/2022; Accepted: 30/10/2022; Published: 31/10/2022

Abstrak—Seiring perkembangan zaman, media untuk bersosialisasi sangat beragam. Kehadiran media sosial pada saat ini meleburkan ruang privasi seseorang dengan publik. Kegiatan masyarakat saat ini juga tidak terlepas dari media sosial. Media sosial online yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di Internet. Dengan menggunakan media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, dan berbagai kegiatan lainnya. Dari banyaknya media sosial yang digunakan dewasa ini, salah satu media sosial yang cukup banyak digunakan adalah Instagram. Instagram sendiri adalah salah satu platform media sosial yang didirikan pada tanggal 6 Oktober 2010. Instagram merupakan sebuah platform media sosial untuk menerapkan filter digital serta tempat untuk mengunggah dan berbagi foto – foto kepada pengguna lainnya, tetapi tidak jarang juga Instagram menjadi salah satu media untuk mempromosikan suatu produk ke publik. Hal inilah yang membuat penulis ingin meneliti tingkat kepuasan penggunanya di Kabupaten Penajam Paser Utara. mengangkat penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Penggunaan Media Sosial. Metode pada penelitian ini menggunakan penelitian metode Use Questionnaire yang memiliki variable Usefulness (kebergunaan), Ease of Use (kemudahan penggunaan), Ease of Learning (kemudahan mempelajari), Satisfaction (kepuasan). Penelitian ini menggunakan penelitian jenis deskriptif kuantitatif, yang didasarkan penggunaan data berupa angka sebagai alat analisis dan perolehan data melalui naskah kuesioner di lapangan kepada 100 responden. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa Aspek Usefulness memperoleh nilai 79,53%, Aspek Ease of use memperoleh nilai 82,42%, Aspek Ease of learning memperoleh nilai 83,70%, Aspek Satisfaction memperoleh nilai 79,80%, dan hasil akhir pengukuran usability nilai skor presentase sebesar 81,21%.

Kata Kunci: Instagram; Analisis; Kepuasan; Use Questionnaire; Media Sosial

Abstract—Along with the times, the media for socializing is very diverse. The presence of social media at this time merges one's privacy space with the public. Today's community activities are also inseparable from social media. Online social media that is used as a means of social interaction online on the Internet. By using social media, its users can communicate with each other, interact, share, and various other activities. Of the many social media used today, one of the social media that is quite widely used is Instagram. Instagram itself is a social media platform that was founded on October 6, 2010. Instagram is a social media platform for applying digital filters and a place to upload and share photos with other users, but not infrequently Instagram is also one of the media to promote a product to the public. This is what makes the author want to examine the level of user satisfaction in North Penajam Paser Regency. raised a research entitled “Satisfaction Analysis of Social Media Use. The method in this study uses the Use Questionnaire method which has variables of Usefulness (usability), Ease of Use (ease of use), Ease of Learning (ease of learning), Satisfaction (satisfaction). This research uses quantitative descriptive research, which is based on the use of data in the form of numbers as an analysis tool and data acquisition through questionnaires in the field to 100 respondents. The results of this study note that the Usefulness Aspect scores 79.53%, the Ease of use aspect scores 82.42%, the Ease of learning aspect scores 83.70%, the Satisfaction Aspect scores 79.80%, and the final measurement results usability score percentage is 81.21%.

Keywords: Instagram; Analysis; Satisfaction; Use Questionnaire; Social Media

1. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, media untuk bersosialisasi sangat beragam. Kehadiran media sosial pada saat ini meleburkan ruang privasi seseorang dengan publik. Kegiatan masyarakat saat ini juga tidak terlepas dari media sosial. Media sosial online yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara *online* di Internet. Dengan menggunakan media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, dan berbagai kegiatan lainnya[1]. Dengan media sosial juga kita dapat terus berinteraksi dengan kerabat maupun sanak saudara secara cepat walaupun sedang berpisah jarak. Media sosial menggunakan teknologi berbasis *website* atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan adalah *YouTube*, *Facebook*, *Blog*, *Twitter*, *Instagram* dan lain-lain. [2][3][4][5][6]

Media sosial merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang ingin berbagi informasi dan tempat untuk mencari teman baru serta berinteraksi dengan teman lainnya secara *online*. Media sosial yang berkembang sangat pesat di negara Indonesia ialah *Facebook* dan *Instagram*. Hal ini biasanya dilakukan melalui Internet dan jaringan komunikasi *mobile*. Saat ini praktek pemasaran melalui sosial media sedang dinikmati oleh para eksekutif dan profesional untuk mempromosikan merek dan pemasaran.[2][3] [7]

Dari banyaknya media sosial yang digunakan dewasa ini, salah satu media sosial yang cukup banyak digunakan adalah *Instagram*. *Instagram* sendiri adalah salah satu *platform* media sosial yang didirikan pada tanggal 6 Oktober 2010[8][9]. *Instagram* berasal dari kata “Instan” dan “Telegram”, “instan” yang berarti cepat lalu “telegram” yang berarti mengirimkan informasi kepada orang lain secara cepat, jadi bila digabungkan lalu

disingkat akan menjadi kalimat *Instagram*[10][11]. Angka yang dipublikasikan di alat periklanan Meta menunjukkan bahwa *Instagram* memiliki 99,15 juta pengguna di Indonesia pada awal 2022. Angka ini menunjukkan bahwa jangkauan iklan *Instagram* di Indonesia setara dengan 35,7 persen dari total populasi di awal tahun.[20]

Mudahnya cara penggunaan aplikasi *Instagram* membuat pengguna menjadikan *Instagram* sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Saat ini terdapat beberapa akun *Instagram* yang memberikan banyak informasi kepada penggunanya seperti akun *make up* tutorial, akun *online shop*, dan salah satu yang menarik adalah akun yang menyediakan informasi cepat atas suatu kejadian di suatu daerah guna untuk mendapatkan informasi secara akurat. *Instagram* kemudian dipandang sebagai media sosial dengan efek yang luar biasa dan menjanjikan.[4]

Pengguna media sosial ini di Kabupaten Penajam Paser Utara sangatlah beragam tidak terbatas pada usia muda saja, kemudahan yang ditawarkan dan luasnya informasi yang bisa disebar dan diterima membuat orang-orang di Kabupaten Penajam Paser Utara sangat senang dalam menggunakan salah satu *platform* media sosial ini. Hal inilah yang membuat penulis mengangkat penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Penggunaan *Instagram* Dengan Metode *Use Questionnaire* Pada Masyarakat Kabupaten Penajam Paser Utara” penulis ingin mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pengguna media sosial ini terhadap kehidupan mereka, yang diharapkan dapat menjadi solusi dari masalah yang ada.

Berdasarkan pernyataan di atas maka di perlukan pengujian untuk mengetahui tingkat *usability* bagi para pengguna *Instagram*. Dalam melakukan pengukuran *usability* diperlukan sebuah metode, salah satu metode yang cocok untuk analisis *usability* adalah metode *Use Questionnaire*. *Use Questionnaire* merupakan sebuah metode yang menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang nantinya akan diolah sehingga memperoleh hasil tentang seberapa tingkat kegunaan, kemudahan, dan kepuasan dari pengguna aplikasi *Instagram*. Dengan menggunakan model ini sebagai alat analisis sistem, sebuah sistem akan diketahui secara detail penggunaannya guna sebagai acuan untuk perkembangan dan juga penelitian selanjutnya. Tujuan ini akan dicapai dengan menggunakan *Use Questionnaire*. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel terikat, baik secara simultan maupun parsial.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Metode Penelitian

Menggunakan metode deskriptif berarti peneliti menganalisa data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka[11]. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Teknik analisis data dalam penelitian dan pengembangan ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif berupa hasil bilangan yang diperoleh dari kuisioner yang telah dilakukan dengan penggunaan Skala Likert.[12][13]

Tabel 1. Skala Likert

SKOR	KRITERIA JAWABAN
1	SANGAT TIDAK SETUJU (STS)
2	TIDAK SETUJU (TS)
3	CUKUP (C)
4	SETUJU (S)
5	SANGAT SETUJU (SS)

2.2 Metode *Use Questionnaire*

Metode *Use Questionnaire* merupakan sebuah metode yang menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang nantinya akan diolah sehingga memperoleh hasil tentang seberapa tingkat kegunaan, kemudahan, dan kepuasan dari pengguna.[14] *Use Questionnaire* merupakan bentuk kuisioner untuk membantu dalam pengukuran *usability* produk maupun jasa secara subyektif daya gunanya yang terdiri dari pertanyaan yang dikelompokkan ke dalam 4 dimensi, diantaranya : kegunaan, kemudahan untuk digunakan, kemudahan dipelajari dan kepuasan. [15]

Use Questionnaire merupakan salah satu paket kuesioner yang diusulkan oleh Lund. Kuisioner ini dapat digunakan untuk mengukur *usability* karena mencakup tiga pengukuran menurut ISO 9241 yaitu efisiensi, efektifitas, dan kepuasan[16][6]. Kuesioner ini mempunyai empat variabel yang digunakan untuk mengukur sebuah kepuasan pengguna sistem (*user satisfaction*) yaitu variabel kebergunaan (*Usefulness*), kemudahan penggunaan (*Ease of Use*), kemudahan mempelajari (*Ease of Learning*), serta kepuasan pengguna (*Satisfaction*)[17][6] yang ada pada Tabel 2 sebagai berikut :

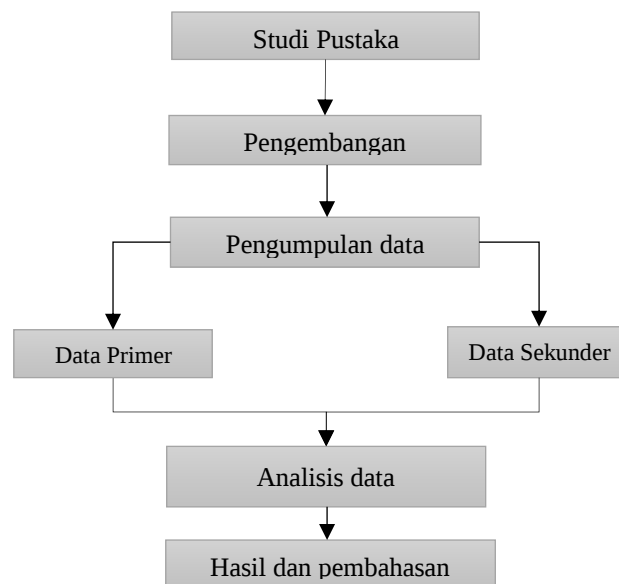
Tabel 2. Variabel *Use Questionnaire*

NO	VARIABEL	DESKRIPSI
1	Kebergunaan (<i>Usefulness</i>)	Merupakan pernyataan untuk mengukur tingkat kegunaan sistem

NO	VARIABEL	DESKRIPSI
2	Kemudahan Penggunaan (<i>Ease of Use</i>)	Merupakan pernyataan untuk mengukur tingkat kemudahan penggunaan
3	Kemudahan Mempelajari (<i>Ease of Learning</i>)	Merupakan pernyataan untuk mengukur tingkat kemudahan untuk belajar dalam sebuah sistem
4	Kepuasan Pengguna (<i>Satisfaction</i>)	Merupakan pernyataan mengukur tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan sistem

2.3 Desain Penelitian

Pada suatu penelitian, perlunya dilakukan perencanaan dan perancangan penelitian sehingga suatu penelitian dapat mencapai tujuan penelitian dengan mudah. Menurut Arikunto (2010) desain penelitian merupakan rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai perkiraan kegiatan yang akan dilaksanakan oleh peneliti. Desain penelitian pada penelitian ini digambarkan dengan sebagai berikut:



Gambar 1. Alur Penelitian

2.4 Analisis Data

2.4.1 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian adalah pengguna media sosial *Instagram* yang merupakan masyarakat di Kabupaten Penajam Paser Utara. Teknik sampling yang digunakan analisis SEM-AMOS dan *cluster sampling*[15], Analisis SEM digunakan dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti dan perhitungan menggunakan teknik *sampling* rumus Lemeshow(1) sebagai berikut[12] :

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2 P (1 - P)}{d^2} \quad (1)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

$Z^2 1 - \alpha / 2 = Z$ adalah skor pada $1 - \alpha / 2$ tingkat kepercayaan 95% = 1,96

P = Proporsi estimasi = 0,5

d = Presisi = 0,1

Sehingga perhitungan sampel ditentukan dengan :

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan teknik sampling rumus Lemeshow didapatkan hasil minimal untuk jumlah responden sebanyak 96 orang. Maka berdasarkan acuan Teknik *sampling* Lemeshow penulis mendapatkan jumlah responden sebanyak 100 orang. Jumlah 100 ini kemudian diklastering berdasarkan usia dan jenis kelamin menjadi kelompok-kelompok masyarakat yang terpilih diambil secara acak sebagian. (Utama et al., 2016).[15]

2.4.2 Pengukuran Usability

Usability adalah tingkat dimana produk bisa digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuannya dengan lebih efektif, efisien, dan memuaskan dalam ruang lingkup penggunaannya[18]. ISO sudah mempunyai standar untuk *usability* seperti yang tercantum pada ISO 9241 – 11:2018[17]. Pengukuran ini yaitu dengan melakukan perhitungan skor yang diobservasi dibandingkan dengan skor yang diharapkan (Kusuma et al., 2016)[15]. Berikut rumus yang digunakan untuk mengukur kelayakan (2) :

$$pk(\%) = \frac{\text{skor obsevasi}}{\text{skor diharapkan}} \times 100\% \quad (2)$$

Dalam mencari nilai interval skor persen menggunakan rumus interval (I) (3) sebagai berikut[14] :

$$I = \frac{100}{\text{Jumlah Skor (Likert)}} \quad (3)$$

$$I = \frac{100}{5}$$

$$I = 20$$

Dari hasil interval tersebut dapat dikategorikan dalam tabel kelayakan di Tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3. Kategori Kelayakan

Nilai (%)	Kategori Kelayakan
<21	Sangat Tidak Bermanfaat
21 – 40	Tidak Bermanfaat
41 – 60	Cukup Bermanfaat
61 – 80	Bermanfaat
81 – 100	Sangat Bermanfaat

2.4.3 Pengembangan Instrumen

Berikut merupakan instrumen penelitian yang telah dikembangkan[19], dipaparkan pada Tabel 4 :

Tabel 4. Pengembangan Instrumen Penelitian

NO.	VARIABEL	KRITERIA	SS (5)	S (4)	C (3)	TS (2)	STS (1)
1	Usefulness	Aplikasi media sosial ini membuat kegiatan anda lebih tepat guna					
2		Aplikasi media sosial ini membuat anda lebih produktif					
3		Aplikasi media sosial ini sangat bermanfaat bagi anda					
4		Aplikasi media sosial ini memberikan banyak kendali terhadap aktifitas anda sebagai pengguna					
5		Aplikasi media sosial ini membuat hal-hal yang ingin anda sampaikan bisa menjadi lebih mudah					
6		Menggunakan Aplikasi media sosial ini dapat menghemat waktu anda					
7		Aplikasi media sosial ini sesuai dengan kebutuhan anda dalam bersosialisasi					
8	Ease Of Use	Hasil proses dari Aplikasi media sosial ini sesuai dengan yang anda harapkan					
9		Aplikasi media sosial ini mudah untuk digunakan					
10		Aplikasi media sosial ini sederhana untuk digunakan					
11		Aplikasi media sosial ini mudah dipahami oleh anda					
12		Langkah-langkah penggunaan Aplikasi media sosial ini sangat sederhana					
13		Aplikasi media sosial ini dapat melakukan penyesuaian sesuai dengan perkembangan zaman					
14		Menggunakan Aplikasi media sosial ini tidak perlu upaya yang terlalu berat					
15		Anda bisa menggunakan Aplikasi media sosial ini tanpa instruksi tertulis					

NO.	VARIABEL	KRITERIA	SS (5)	S (4)	C (3)	TS (2)	STS (1)
16	<i>Ease Of Learning</i>	Anda tidak melihat adanya ketidak konsistenan selama menggunakan Aplikasi media sosial ini					
17		Pengguna yang jarang maupun yang sering menggunakan Aplikasi media sosial ini akan suka menggunakannya					
18		Kesalahan yang terjadi di Aplikasi media sosial ini mudah dipulihkan secara cepat dan mudah					
19		Anda selalu berhasil menggunakan Aplikasi media sosial ini setiap saat					
20		Anda mempelajari Aplikasi media sosial ini dengan cepat					
21		Anda mudah mengingat bagaimana menggunakan Aplikasi media sosial ini					
22		Penggunaan Aplikasi media sosial ini mudah dipelajari					
23		Anda cepat terampil menggunakan Aplikasi media sosial ini					
24		Anda puas dengan Aplikasi media sosial ini					
25		Anda bersedia merekomendasikan Aplikasi media sosial ini kepada teman					
26	<i>Satisfaction</i>	Menggunakan Aplikasi media sosial ini sangat menyenangkan					
27		Aplikasi media sosial ini bekerja sesuai dengan apa yang anda inginkan					
28		Anda terkesan dengan Aplikasi media sosial ini					
29		Anda merasa Aplikasi media sosial ini yang anda butuhkan					
30		Anda senang menggunakan Aplikasi media sosial ini					

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

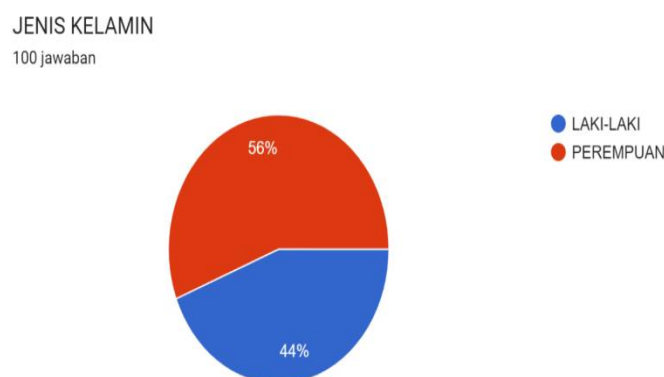
3.1 Deskripsi Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Peneliti menyebarkan kuesioner dalam bentuk *Google Form* yang dibagikan secara *online* kepada beberapa masyarakat Kabupaten Penajam Paser Utara. Instrumen diberikan kepada 100 masyarakat yang terdiri dari, 44 laki-laki dan 56 perempuan.

3.1.1 Analisa Frekuensi Demografi Responden

a. Jenis Kelamin

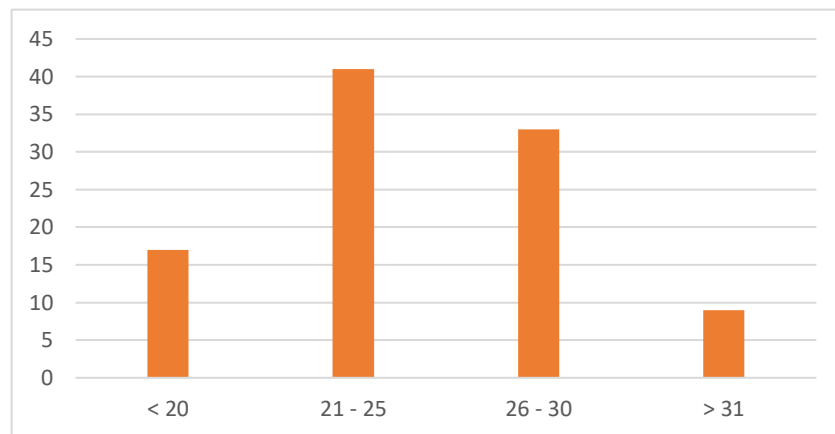
Berdasarkan data dari diagram pie pada Gambar 2, dapat dilihat bahwa jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 44%, dan responden perempuan terhitung 56% dari jumlah total 100 responden.



Gambar 2. Diagram Jenis Kelamin Responden

b. Usia Responden

Berdasarkan data dari diagram pada Gambar 3 diatas, dapat disimpulkan bahwa usia responden kurang dari 20 tahun berjumlah 17 responden, usia 20 sampai 25 tahun berjumlah 41 responden, usia 26 sampai 30 tahun berjumlah 33 responden, dan usia lebih dari 31 tahun berjumlah 9 dari jumlah total 100 responden.



Gambar 3. Diagram Usia Responden

3.1.2 Analisa Deskriptif Tanggapan Responden

$$NJI = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria pernyataan}}$$

$$\text{lebar skala} = \frac{5-1}{5}$$

$$\text{lebar skala} = 0,8$$

Jadi rentangnya adalah 0,8. [12]

Tabel 5. Kategori Skala

Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Cukup
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Tabel 5 merupakan kategori skala yang rentangnya ditentukan melalui perhitungan diatas dan dibagi sesuai dengan skor jawaban pada kuesioner.

Berikut adalah hasil dari tanggapan responden berdasarkan perhitungan Skala Likert :

a. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Usefulness*

Tabel 6. Tanggapan Terhadap Variabel *Usefulness*

No	Indikator	1	2	3	4	5	Responden	Skor	Rata-Rata	Kesimpulan
1	U1	0	1	20	49	30	100	408	4.08	Setuju
2	U2	0	7	29	41	23		380	3.8	Setuju
3	U3	0	1	16	44	39		421	4.21	Sangat Setuju
4	U4	1	11	25	40	23		373	3.73	Setuju
5	U5	0	2	10	41	47		433	4.33	Sangat Setuju
6	U6	3	7	26	39	25		376	3.76	Setuju
7	U7	1	2	19	48	30		404	4.04	Setuju
8	U8	2	1	27	49	21		386	3.86	Setuju
Rata - Rata Total								3181	3.98	Setuju
Nilai Terendah									3.73	

b. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Ease of Use*

Tabel 7. Tanggapan Terhadap Variabel *Ease of Use*

No	Indikator	1	2	3	4	5	Responden	Skor	Rata-Rata	Kesimpulan
9	EU1	0	0	7	47	46	100	439	4.39	Sangat Setuju
10	EU2	0	0	6	55	39		433	4.33	Sangat Setuju
11	EU3	0	0	6	53	41		435	4.35	Sangat Setuju

No	Indikator	1	2	3	4	5	Responden	Skor	Rata-Rata	Kesimpulan
12	EU4	0	0	10	30	60		450	4.5	Sangat Setuju
13	EU5	0	1	7	47	45		436	4.36	Sangat Setuju
14	EU6	0	2	11	55	32		417	4.17	Setuju
15	EU7	0	7	13	47	33		406	4.06	Setuju
16	EU8	0	8	33	43	16		367	3.67	Setuju
17	EU9	0	2	29	47	22		389	3.89	Setuju
18	EU10	1	8	30	45	16		367	3.67	Setuju
19	EU11	0	4	21	52	23		394	3.94	Setuju
Rata - Rata Total								3383	4.12	Setuju
Nilai Terendah									3.67	

c. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Ease of Learning*

Tabel 8. Tanggapan Terhadap Variabel *Ease of Learning*

No	Indikator	1	2	3	4	5	Responden	Skor	Rata-Rata	Kesimpulan
20	EL1	0	0	13	52	35		422	4.22	Sangat Setuju
21	EL2	0	0	10	58	32		422	4.22	Sangat Setuju
22	EL3	0	0	14	49	37	100	423	4.23	Sangat Setuju
23	EL4	0	3	20	44	33		407	4.07	Setuju
Rata - Rata Total								1674	4.19	Setuju
Nilai Terendah									4.07	

d. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Satisfaction*

Tabel 9. Tanggapan Terhadap Variabel *Satisfaction*

No	Indikator	1	2	3	4	5	Responden	Skor	Rata-Rata	Kesimpulan
24	S1	0	1	21	48	30		407	4.07	Setuju
25	S2	0	4	22	49	25		395	3.95	Setuju
26	S3	0	2	16	53	29		409	4.09	Setuju
27	S4	0	2	23	47	28	100	401	4.01	Setuju
28	S5	0	2	29	47	22		389	3.89	Setuju
29	S6	0	4	28	46	22		386	3.86	Setuju
30	S7	0	1	21	49	29		406	4.06	Setuju
Rata - Rata Total								2793	3.99	Setuju
Nilai Terendah									3.86	

3.2 Metode Use Questionnaire

Setelah mendapatkan 100 data responden yang diperlukan, selanjutnya peneliti melakukan pengolahan data. Pernyataan yang ada di kuesioner dikelompokkan berdasarkan aspek dari *Use Questionnaire* yang kemudian diberi nilai berdasarkan perhitungan berdasarkan Skala Likert. Berikut adalah perhitungan berdasarkan skala likert [14]:

$$T = \frac{\text{Total Skor}}{\text{Jumlah Y}} \times 100\% \quad (4)$$

Keterangan :

T = Tanggapan responden

Total Skor = Jumlah Responden yang memilih x skor jawaban yang dipilih

Jumlah Y = Skor tertinggi x total responden

Dari hasil penghitungan maka didapat hasil seperti dalam Tabel 10,11,12,13.

3.2.1 Analisa Metode

a. Aspek Variabel *Usefulness*

Tabel 10. Hasil Analisa Variabel *Usefulness*

No	Indikator	1	2	3	4	5	Responden	Total Skor	Interpretasi Skor
1	U1	0	1	20	49	30		408	81.60%
2	U2	0	7	29	41	23		380	76.00%
3	U3	0	1	16	44	39		421	84.20%
4	U4	1	11	25	40	23	100	373	74.60%
5	U5	0	2	10	41	47		433	86.60%
6	U6	3	7	26	39	25		376	75.20%
7	U7	1	2	19	48	30		404	80.80%

No	Indikator	1	2	3	4	5	Responden	Total Skor	Interpretasi Skor
8	U8	2	1	27	49	21		386	77.20%
Total Skor Indikator		7	32	172	351	238			79.53%

b. Aspek Variabel Ease of Use

Tabel 11. Hasil Analisa Variabel *Ease of Use*

No	Indikator	1	2	3	4	5	Responden	Total Skor	Interpretasi Skor
9	EU1	0	0	7	47	46		439	87.80%
10	EU2	0	0	6	55	39		433	86.60%
11	EU3	0	0	6	53	41		435	87.00%
12	EU4	0	0	10	30	60		450	90.00%
13	EU5	0	1	7	47	45		436	87.20%
14	EU6	0	2	11	55	32	100	417	83.40%
15	EU7	0	7	13	47	33		406	81.20%
16	EU8	0	8	33	43	16		367	73.40%
17	EU9	0	2	29	47	22		389	77.80%
18	EU10	1	8	30	45	16		367	73.40%
19	EU11	0	4	21	52	23		394	78.80%
Total Skor Indikator		1	32	173	521	373			82.42%

c. Aspek Variabel Ease of Learning

Tabel 12. Hasil Analisa Variabel *Ease of Learning*

No	Indikator	1	2	3	4	5	Responden	Total Skor	Interpretasi Skor
20	EL1	0	0	13	52	35		422	84.40%
21	EL2	0	0	10	58	32	100	422	84.40%
22	EL3	0	0	14	49	37		423	84.60%
23	EL4	0	3	20	44	33		407	81.40%
Total Skor Indikator		0	3	57	203	137			83.70%

d. Aspek Variabel Satisfaction

Tabel 13. Hasil Analisa Variabel *Satisfaction*

No	Indikator	1	2	3	4	5	Responden	Total Skor	Interpretasi Skor
24	S1	0	1	21	48	30		407	81.40%
25	S2	0	4	22	49	25		395	79.00%
26	S3	0	2	16	53	29		409	81.80%
27	S4	0	2	23	47	28	100	401	80.20%
28	S5	0	2	29	47	22		389	77.80%
29	S6	0	4	28	46	22		386	77.20%
30	S7	0	1	21	49	29		406	81.20%
Total Skor Indikator		0	16	160	339	185			79.80%

3.3 Implementasi Hasil

Berdasarkan hasil kuesioner maka data diolah menggunakan rumus : $T \times P_n$ (Total skor responden x Pilihan angka skala likert)[14], maka perhitungan jawaban responden sebagai berikut :

- Total skor jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) = $8 \times 1 = 8$
 - Total skor jawaban TS (Tidak Setuju) = $83 \times 2 = 166$
 - Total skor jawaban C (Cukup) = $562 \times 3 = 1686$
 - Total skor jawaban S (Setuju) = $1414 \times 4 = 5656$
 - Total skor jawaban SS (Sangat Setuju) = $933 \times 5 = 4665$
- Jadi total skornya adalah 12181

Untuk mendapatkan hasil intepretasi, dicari dahulu skor tertinggi (Y) dan skor terendah (X) dengan menggunakan rumus :

$Y = \text{skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden}$

$Y = (5 \times 30) \times 100$

$Y = 15000$

$X = \text{skor terendah likert} \times \text{jumlah responden}$

$X = (1 \times 30) \times 100$

$X = 3000$

Perhitungan untuk analisis pengukuran *Usability*[14] adalah sebagai berikut :

$$T = \frac{12128}{15000} \times 100\%$$

$$T = 81,21\%$$

Tabel 14. Hasil Pengukuran *Usability*

No	Indikator	1	2	3	4	5	Responden	Total Skor	Interpretasi Skor
1	U	7	32	172	351	238	100	12181	81.21%
2	EU	1	32	173	521	373			
3	EL	0	3	57	203	137			
4	S	0	16	160	339	185			
Total Skor Indikator		8	83	562	1414	933	3000		

Berdasarkan hasil akhir analisis setiap aspek dari variable metode *Use Questionnaire*, hasil akhir perhitungan menggunakan rumus pengukuran usability pada tabel dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Aspek *Usefulness* memperoleh nilai 79,53% jika dibandingkan pada tabel kategori kelayakan termasuk dalam kategori bermanfaat, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa aplikasi *Instagram* bermanfaat dari aspek *Usefulness*.
- Aspek *Ease of use* memperoleh nilai 82,42% jika dibandingkan pada tabel kategori kelayakan termasuk dalam kategori bermanfaat, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa aplikasi *Instagram* sangat bermanfaat dari aspek *Ease of use*.
- Aspek *Ease of learning* memperoleh nilai 83,70% pada tabel kategori kelayakan termasuk dalam kategori bermanfaat, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa aplikasi *Instagram* sangat bermanfaat dari aspek *Ease of Learning*.
- Aspek *Satisfaction* memperoleh nilai 79,80% jika dibandingkan pada tabel kategori kelayakan termasuk dalam kategori bermanfaat, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa aplikasi *Instagram* bermanfaat pada aspek *Satisfaction*.

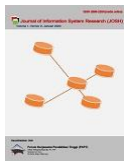
Berdasarkan tabel pengukuran usability nilai skor presentase sebesar 81,21%, pada tabel kategori kelayakan masuk dalam interval 81 sampai 100, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hasil dari pengukuran *usability* pada aplikasi *Instagram* memiliki nilai “Sangat Bermanfaat”.

4. KESIMPULAN

Hasil pengujian atas model yang diajukan menunjukkan hasil yang baik. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada masyarakat Kabupaten Penajam Paser Utara, mengenai perilaku pengguna aplikasi media sosial *Instagram*, maka dapat diambil kesimpulan bahwa tanggapan responden terhadap variabel *Usefulness* (kebergunaan), *Ease of Use* (Kemudahan penggunaan), *Ease of Learning* (Kemudahan mempelajari) dan *Satisfaction* (Kepuasan pengguna) dari aplikasi *Instagram* mendapatkan tanggapan “Setuju” dengan kata lain aplikasi *Instagram* mendapatkan tanggapan yang baik. Kemudian tingkat *Usability* dari aplikasi *Instagram* bagi pengguna media sosial ini di Kabupaten Penajam Paser Utara memiliki nilai “sangat bermanfaat” dengan kata lain aplikasi *Instagram* tepat guna bagi kehidupan sehari – hari.

REFERENCES

- A. Setiadi, “Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi,” no. 1.
- W. Prihatiningsih, “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja,” *Communication*, vol. 8, no. 1, p. 51, 2017, doi: 10.36080/comm.v8i1.651.
- F. Ekonomi, U. Semarang, and Y. Asmaradewi, “PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG PADA CAFE UNIVERSITAS SEMARANG,” 2019.
- M. Nurdin and M. Ag, “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH AKUN @ tamanwisataagenilagit SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG TAMAN WISATA SKRIPSI Oleh Fauzia Mafiroh NIM : 211015044 Pembimbing,” 2019.
- “No Title,” 2019.
- E. O. Nurazizah and R. Astriratma, “Analisis Pengukuran Usability Menggunakan Metode Use Questionnaire Pada Aplikasi Shopee Indonesia,” no. September, pp. 688–697, 2021.
- P. Studi, M. Jurusan, F. Ekonomi, and U. S. Dharma, “EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI,” 2018.
- S. Fisip and U. Airlangga, “Mahasiswa Dan Instagram (Study Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri Di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga) Disusun Oleh : Dinda Marta Almas Zakirah DEPARTEMEN SOSIOLOGI UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA Semester Ganjil 2017 / 2018,” pp. 1–21, 2018.
- E. I. Innova, “Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia,” *J. e-Komunikasi*, vol. 4, no. 1, pp. 1–11, 2016.
- “No Title,” 2020.
- M. Salafudin *et al.*, “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI”.
- R. Hidayat, M. F. Asnawi, and S. Rohman, “Analisis Usability Dengan Metode Use Questionnaire Pada Aplikasi



- Myindihome,” *J. Econ. Bus. Eng.*, vol. 3, no. 1, pp. 168–173, 2021, doi: 10.32500/jebe.v3i1.2155.
- [13] K. Wabang, Y. Rahma, A. P. Widodo, and ..., “Tata Kelola Teknologi Informasi Menggunakan Cobit 2019 Pada Psi Universitas Muria Kudus,” ... (*Jurnal Teknol. dan ...*, vol. VII, no. 3, pp. 275–282, 2021.
- [14] L. Novitasari, N. Hasanah, and H. Sibyan, “Analisis Usability Pada Aplikasi Epkh Menggunakan Use Questionnaire,” *J. Econ. Bus. Eng.*, vol. 3, no. 1, pp. 143–153, 2021, doi: 10.32500/jebe.v3i1.2152.
- [15] A. Sasongko, W. E. Jayanti, and D. Risdiansyah, “USE Questionnaire Untuk Mengukur Daya Guna Sistem Informasi e-Tadkzirah,” *J. Khatulistiwa Inform.*, vol. 8, no. 2, 2020, doi: 10.31294/jki.v8i2.9135.
- [16] R. T. Yunandar and Priyono, “Pengujian Usability System Framework React Native dengan Expo untuk Pengembang Aplikasi Android Menggunakan Use Questionnaire,” *J. Penelit. Tek. Inform.*, vol. 3, no. 1, pp. 252–259, 2018, [Online]. Available: <https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/sinkron/article/view/198%0Ahttps://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/sinkron/article/view/198>
- [17] Y. S. M. Putra and R. Tanamal, “Analisis Usability Menggunakan Metode USE Questionnaire Pada Website Ciputra Enterprise System,” *Teknika*, vol. 9, no. 1, pp. 58–65, 2020, doi: 10.34148/teknika.v9i1.267.
- [18] D. Rianto Rahadi, “Pengukuran Usability Sistem Menggunakan Use Questionnaire Pada Aplikasi Android,” *J. Sist. Inf.*, vol. 6, no. 1, pp. 661–671, 2014, [Online]. Available: <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>
- [19] V. Intanny *et al.*, “Measuring Usability and User Experience of The Marketplace of Jogjaplaza.id Using UEQ and USE Questionnaire,” *J. Pekommas*, vol. 3, no. 2, pp. 117–126, 2018, [Online]. Available: <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/view/2030201>
- [20]. <https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr-1853617991/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-pada-2022#:~:text=TiNewss.Com%20%2D%20Angka%20yang%20dipublikasikan,total%20populasi%20di%20awal%20tahun.>