

## ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA (*USER EXPERIENCE*) PADA APLIKASI TIKTOK DAN SNACK VIDEO

Nama Mahasiswa : Aprilia Bellma Renita  
NIM : 2011510078  
Pembimbing : Khuntum Khoiro Ummatin, ST., MT.

### ABSTRAK

Media sosial saat ini sangat mudah digunakan hanya dengan smartphone kita dengan mudah mengakses layanan di Internet. Lebih spesifiknya, saat ini terdapat beberapa jenis media sosial dalam bentuk aplikasi, seperti media sosial yang dapat mengirim pesan langsung atau lebih umum chat, media sosial yang memiliki fitur mengirim foto dan video. Salah satu aplikasi yang saat ini banyak di gemari adalah aplikasi audiovisual seperti TikTok dan Snack Video. Dan aplikasi audiovisual berupa video pendek tercatat menjadi salah satu aplikasi yang sedang naik daun selama pandemi. Oleh karena itu penulis mengangkat judul “Analisis Pengalaman Pengguna (*User Experience*) Aplikasi Tiktok Dan Snack Video”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penilaian pengguna mengenai TikTok, Snack Video dan perbandingan penilaian pengguna kedua aplikasi tersebut. Variabel yang akan diuji ada 6 (enam) antara lain daya tarik, efisiensi, kejelasan, ketepatan, stimulasi dan kebaruan. Metode yang digunakan adalah *user experience* atau pengalaman pengguna. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia pengguna aplikasi Tiktok dan Snack Video secara random sebanyak 285 sampel. Dan data diolah menggunakan Microsoft Excel *UEQ*. Pada pengujian *user experience* TikTok terdapat 19 nilai positif dan 7 nilai netral, sedangkan pada Snack Video terdapat 15 nilai positif dan 11 nilai netral. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini adalah terdapat perbedaan yang signifikan antara penilaian *user experience* TikTok dan Snack Video dengan level of confidence 0,05. Secara umum TikTok lebih unggul dibandingkan Snack Video dari sisi *user experience*.

**Kata Kunci** : Pengalaman Pengguna, *User Experience*, Tiktok, Snack Video, Perbandingan Pengguna

## **ANALYSIS OF USER EXPERIENCE (USER EXPERIENCE) APP TIKTOK AND VIDEO SNACK**

*Name* : Aprilia Bellma Renita  
*NIM* : 2011510078  
*Supervisor* : Khuntum Khoiro Ummatin, ST., MT.

### **ABSTRACT**

Social media is currently very easy to use with just a smartphone, we can easily access services on the Internet. More specifically, currently there are several types of social media in the form of applications, such as social media that can send direct messages or more generally chat, social media that has the feature of sending photos and videos. One application that is currently widely enjoyed is audiovisual applications such as Tik Tok and Snack Video. And audiovisual applications in the form of short videos are noted to be one of the applications that are on the rise during the pandemic. Therefore, the author raised the title "User Experience Analysis for Tiktok and Snack Video Applications". The purpose of this study was to determine user ratings of TikTok, Snack Video and the comparison of user ratings of the two applications. There are 6 (six) variables tested, including attractiveness, efficiency, clarity, accuracy, stimulation and novelty. The method used is *user experience*. Respondents in this study were Indonesian users of Tiktok and Snack Video applications randomly as many as 285 samples. And the data is processed using Microsoft Excel *UEQ*. In the TikTok user experience test, there were 19 positive values and 7 neutral values, while in Snack Video there were 15 positive values and 11 neutral values. The results obtained in this study are that there is a significant difference between the assessment of the user experience of TikTok and Snack Video with a level of confidence of 0.05. In general, TikTok is superior to Snack Video in terms of user experience.

**Keywords:** *User Experience, Tiktok, Snack Video , User Comparison.*

