

**ANALISIS USER EXPERIENCE APLIKASI TELEGRAM
PADA TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA**

SKRIPSI

Oleh :
LIRA DWINA ANDHARISHA
NPM 1703110032

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa : **LIRA DWINA ANDHARISHA**
N P M : 1703110032
Program Studi : **ILMU KOMUNIKASI**
Judul Skripsi : **ANALISIS USER EXPERIENCE APLIKASI
TELEGRAM PADA TINGKAT KEPUASAN
MAHASISWA**

Medan, 13 Oktober 2021

PEMBIMBING


FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI


AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

DEKAN


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.S.P.

PENGESAHAN



Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : Lira Dwina Andharisha
NPM : 1703110032
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Jum'at, 09 Juli 2021
Waktu : Pukul 08:00 WIB s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP

PENGUJI II : AKHYAR ANSHORI S.Sos., M.I.Kom

PENGUJI III : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.S.P.

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Lira Dwina Andharisha, NPM 1703110032, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 13 Oktober 2021

Yang menyatakan,



Lira Dwina Andharisha

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaykum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas segala karunia dan ridho-Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul "**Analisis User Experience Aplikasi Telegram Pada Tingkat Kepuasan Mahasiswa**" dapat selesai dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi. Penghargaan serta ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada diri sendiri yang telah berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga sangat berterimakasih kepada orangtua tercinta, yaitu **Syahrul Haris** dan **Addara Qutni rahimahallah** yang telah memberikan kasih sayangnya kepada penulis, berupa besarnya perhatian, pengorbanan, serta doa yang tulus terhadap penulis. Kepada abang Muhammad Malka Fitra Rishanda S.T. serta adik Febrian Syahrianda yang selalu memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.

Selain itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi.,M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Abrar Adhani, S.Sos.,M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos.,M.I.Kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos.,M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos.,M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Para Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian.

11. Mahasiswa/i Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah bersedia membantu penulis dengan mengisi kuesioner penelitian.
12. Teman-teman seperjuangan dan pihak-pihak lain yang turut serta dalam penulisan skripsi ini yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf atas segala kekurangan, penulis ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaykum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, 15 Juni 2021

LIRA DWINA ANDHARISHA
NPM. 1703110032

Analisis User Experience Aplikasi Telegram Pada Tingkat Kepuasan

Mahasiswa

Lira Dwina Andharisha

1703110032

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis tentang *user experience* aplikasi telegram pada tingkat kepuasan mahasiswa. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh variabel *user experience*, yaitu *value*, *desirability*, *adoptabilty*, dan *usability* terhadap kepuasan mahasiswa sebagai pengguna Telegram. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode survei. Adapun responden penelitian ini adalah mahasiswa departemen Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu studi pustaka, observasi, dan angket. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna telegram yaitu variabel kegunaan (*usability*) dan variabel keinginan (*desirability*). Hal ini dibuktikan dengan jumlah sumbangan efektif (SE) variabel *usability* sebesar 27,01% dan SE variabel *desirability* sebesar 8,76% dari sumbangan bersama-sama sebesar 38,8% terhadap pengaruh kepuasan pengguna aplikasi telegram pada mahasiswa Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, sedangkan sisanya 61,2% kepuasan pengguna telegram dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *User Experience*, Telegram, Kepuasan mahasiswa

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
1.5.3 Manfaat Akademis	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1 <i>User Experience (UX)</i>	8
2.1.1 <i>Value</i>	9
2.1.2 <i>Adoptability</i>	9
2.1.3 <i>Desirability</i>	9
2.1.4 <i>Usability</i>	10

2.2	Media Baru	10
2.3	Media Sosial	11
2.4	<i>Uses and Gratification</i>	13
2.5	Telegram.....	14
2.6	Kepuasan Pengguna	17
2.7	Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN		19
3.1	Jenis Penelitian	19
3.2	Kerangka Konsep	19
3.3	Definisi Konsep.....	20
3.4	Definisi Operasional.....	21
3.5	Populasi dan Sampel	25
3.6	Teknik Pengumpulan Data	27
3.7	Teknik Analisis Data	31
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
3.9	Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Hasil Penelitian.....	35
4.1.1	Deskripsi Data Responden	35
4.1.2	Jawaban Responden	37
4.1.3	Uji Instrument	53
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	56
4.1.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.1.6	Uji Hipotesis	63

4.2	Pembahasan	68
BAB V	PENUTUP	72
5.1	Simpulan.....	72
5.2	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	23
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	24
Tabel 3.3 Data Jumlah Populasi.....	24
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Kelas	36
Tabel 4.3 Distribusi Variabel X	37
Tabel 4.4 Fitur Komunikasi Telegram Lengkap	38
Tabel 4.5 Fitur Telegram Berjalan dengan Baik Tanpa Error	39
Tabel 4.6 Fitur Telegram Sederhana dan Tidak Rumit.....	39
Tabel 4.7 Fitur Telah Memenuhi Kebutuhan Pengguna	40
Tabel 4.8 Telegram Dapat Mengakses Informasi dengan Baik	40
Tabel 4.9 Telegram Tetap Dapat Diakses Saat Kuota Internet Lemah.....	41
Tabel 4.10 Pengaturan Layanan Privasi Dapat Diatur Sesuai Keinginan Pengguna .	41
Tabel 4.11 Keamanan Telegram Telah Terenskripsi End-to-End	42
Tabel 4.12 Telegram Jarang Mengalami Gangguan Server.....	43
Tabel 4.13 Akses Aplikasi Telegram Mudah.....	43
Tabel 4.14 Konten Telegram Tersaji dengan Jelas	44
Tabel 4.15 Grafis Telegram Tidak Berlebihan	44
Tabel 4.16 Desain, Simbol dan Warna Telegram Relevan	45
Tabel 4.17 Pengguna Dapat Berkomunikasi dengan Baik.....	45
Tabel 4.18 Telegram Bebas Iklan	46
Tabel 4.19 Pengguna Mudah Menemukan Informasi Yang Dibutuhkan	47

Tabel 4.20 Telegram Mudah Dipahami Bagi Pemula.....	47
Tabel 4.21 Telegram Tidak Memiliki Banyak Hambatan	48
Tabel 4.22 Struktur dan Menu Telegram Mudah Ditemukan	48
Tabel 4.23 Distribusi Variabel Y	49
Tabel 4.24 Pengguna Dapat Bermedia Sosial Secara Efektif	49
Tabel 4.25 Pengguna Merasa Puas Berkomunikasi dengan Telegram	50
Tabel 4.26 Pengguna Belum Pernah Kecewa dengan Telegram	51
Tabel 4.27 Pengguna Puas dengan Pelayanan Telegram	51
Tabel 4.28 Pengguna Merasa Aman dan Percaya dengan Telegram	52
Tabel 4.29 Pengguna Senang Telegram Tidak Berbayar.....	52
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.32 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.33 Hasil Uji Linearitas	72
Tabel 4.34 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.35 Hasil Uji Hetroskedastisitas	74
Tabel 4.36 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.37 Hasil Uji t.....	78
Tabel 4.38 Hasil Uji F.....	79
Tabel 4.39 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79
Tabel 4.40 Hasil Uji Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Grafik Pengguna Aktif Bulanan Telegram di Dunia.....	15
Gambar 3.1 Kerangka Konsep	20

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi komunikasi dan informasi tumbuh dan berkembang mengikuti perkembangan zaman sesuai dengan tingkatan kebutuhan manusia. Semakin modern kehidupan manusia, maka teknologi pun semakin canggih. Beragam produk serta layanan aplikasi *mobile* telah hadir untuk memudahkan akses informasi dan komunikasi manusia dalam kehidupan sehari-hari.

Beragam media komunikasi saat ini membuat masyarakat mempunyai banyak pilihan untuk memilih media apa yang ingin digunakan. Dalam menggunakan sebuah media sosial, setiap pengguna memiliki motif tertentu untuk memenuhi kebutuhannya sehingga mencapai kepuasan sebagai pengguna. Kepuasan tersebut meliputi kepuasan yang dicari pada saat menggunakan media atau dalam teori *uses and gratification* disebut dengan *Gratification Sought* (GS) dan kepuasan yang diperoleh setelah menggunakan media atau disebut dengan *Gratification Obtained* (GO).

Harapan dari sebuah aplikasi dapat mendukung kenyamanan serta memberikan kepuasan terhadap pengguna itu bukan hanya dinilai dari tampilan yang menarik, melainkan aplikasi tersebut harus dapat berfungsi dan beroperasi dengan baik. Oleh karena itu, mengamati konsep dari *user experience* sangat dibutuhkan dalam mempertahankan kenyamanan penggunanya.

Istilah *User Experience* (UX) mulai dipopulerkan oleh Donald Norman yang merupakan seorang akademisi sekaligus praktisi di bidang *design & usability* pada era pertengahan tahun 1990-an. Beberapa tahun kemudian, Frank Guo menyederhanakan konsep *User Experience* dengan membaginya dalam empat elemen fundamental, yaitu *value*, *adoptabilty*, *desirability* dan *usability* (VADU).

User experience dapat digambarkan secara ringkas seperti ketika kita berbelanja online di *online marketplace*. Dimulai dari pemilihan produk yang diinginkan dengan melakukan *browsing*, melihat spesifikasi produk, dan membandingkan harga. Kemudian, menaruh produk di keranjang dan melakukan pembayaran, memantau pengiriman produk hingga sampai ditangan kita, barulah kita dapat menilai kualitas produk yang telah kita beli, jika terdapat keluhan kita dapat mengontak *customer service* yang tertera. Aktivitas yang telah disebutkan diatas merupakan *user experience* kita dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Dari data yang telah dikumpulkan statista ditemukan bahwa sejak 2013, pangsa halaman web yang diakses melalui *smartphone* meningkat lebih dari tiga kali lipat. Pada data Februari 2021, menunjukkan bahwa 55% masyarakat dunia mengakses internet melalui ponsel (BroadbandSearch, 2021). Situasi seperti ini mengharuskan para pengembang aplikasi untuk meluncurkan aplikasi yang dapat beroperasi dengan baik pada *smartphone* untuk memberikan kepuasan pada pengguna.

Pemanfaatan teknologi informasi seperti penggunaan internet telah melahirkan berbagai aplikasi seperti *social media* yang merupakan media

dimana para penggunanya dapat menggali informasi serta saling berkomunikasi dan menjalin pertemanan secara *online*. Seperti yang telah diketahui terdapat berbagai macam media sosial, yakni Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, Telegram, Line, dan beberapa media sosial yang lain.

Telegram pertama kali dirilis pada 14 Agustus 2013 untuk pengguna iOS dan dirilis kembali pada tanggal 20 Oktober 2013 untuk pengguna Android. Ditahun pertamanya, pada bulan yang sama dengan peluncuran perdananya untuk Android, Telegram berhasil mendapatkan 100.000 pengguna aktif harian. Angka ini terus mengalami peningkatan hingga di akhir tahun 2014, aplikasi ini mampu mendapatkan 50 juta pengguna aktif. Pada Februari 2016, Telegram memberikan pernyataan bahwa mereka memiliki 100 juta pengguna aktif bulanan dan telah mengirimkan 15 miliar pesan per hari.

Perkembangan yang sangat pesat tersebut tidak lepas dari penyesuaian dan perubahan yang terus diupayakan Telegram untuk menunjang kenyamanan pengguna hingga saat ini. Berbagai proses perubahan dilakukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna pada aplikasi Telegram. Kemampuan Telegram yang dapat mengirimkan file dalam pesan hingga 2 *gigabite* menjadikannya lebih unggul dibandingkan aplikasi pesan instan yang lain, terutama WhatsApp yang menjadi aplikasi pesan instan paling populer hingga kini.

Hal yang melatarbelakangi peningkatan jumlah pengguna Telegram juga tak lepas dari adanya polemik kebijakan baru yang dikeluarkan pihak WhatsApp dimana masyarakat merasa privasinya dapat terancam dengan kebijakan tersebut. Kebijakan

yang dimaksud ialah WhatsApp bermaksud memberikan data pengguna kepada Facebook. Data yang dibagikan pun beragam, mulai dari identitas pengguna, lokasi hingga nomor telepon. Pengguna WhatsApp diwajibkan untuk menyetujui kebijakan tersebut jika ingin tetap menggunakan aplikasinya.

Dari analisa *user experience* aplikasi Telegram dapat diketahui *value* apa yang ditawarkan, menariknya *desirability* yang dirasakan, seperti apa strategi *adoptability* Telegram, dan tingkat *usability* yang dimiliki Telegram. Berangkat dari hal tersebut, penulis merasa tertarik untuk membahas tentang keempat elemen *user experience*, yaitu *value*, *adoptability*, *desirability*, dan *usability* pada aplikasi Telegram dengan judul “Analisis *User Experience* Aplikasi Telegram Pada Tingkat Kepuasan Mahasiswa”.

1.2 Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya pokok masalah yang terlalu luas sehingga penelitian lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Penelitian dilakukan pada mahasiswa dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- 1.2.2 Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa pengguna aktif Telegram.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.3.1 Apakah terdapat pengaruh variabel *value*, *desirability*, *adoptabilty*, dan *usability* terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sebagai pengguna Telegram ?
- 1.3.2 Variabel *user experience* manakah yang paling berpengaruh dalam mencapai kepuasan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sebagai pengguna Telegram ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan permasalahan yang dijelaskan di atas adalah untuk mengetahui :

- 1.4.1 Pengaruh pada variabel *value*, *desirability*, *adoptabilty*, dan *usability* terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sebagai pengguna Telegram.
- 1.4.2 Variabel *user experience* yang paling berpengaruh dalam mencapai kepuasan pengguna aplikasi Telegram bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya konsep atau teori yang mendukung perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, khususnya terkait dengan aplikasi Telegram serta dapat memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian dibidang disiplin ilmu komunikasi dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam kajian media online.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dan memberikan pengetahuan lebih kepada pembaca, pengguna Telegram, dan peneliti mengenai penggunaan media online.

1.5.3 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu terobosan baru dalam bidang keilmuan sekarang ini, terutama pada bidang kajian ilmu komunikasi.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : Merupakan pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian yang dilakukan dan sistematika penulisan.

- BAB II** : Merupakan uraian tentang landasan teoritis yang menguraikan tentang *User Experience*, teori *Uses and Gratification* serta definisi konseptual dan hipotesis teori.
- BAB III** : Merupakan persiapan dari pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang metodologi penelitian, kerangka konsep, populasi dan sampel, definisi konsep, definisi operasional, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian, dan deskripsi objek penelitian.
- BAB IV** : Merupakan hasil temuan dan pembahasan yang menguraikan tentang hasil analisis data dari penelitian yang dilakukan.
- BAB V** : Merupakan penutup yang menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari penulis serta daftar pustaka.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 User Experience (UX)

User Experience (UX) merupakan pandangan atau respon suatu individu yang diperoleh dari penggunaan atau antisipasi penggunaan suatu produk, sistem atau pelayanan (ISO, 2010). Secara ringkas, *User Experience* (UX) dapat didefinisikan sebagai serangkaian proses yang dialami pengguna saat mereka menggunakan sebuah produk.

Tidak hanya ketika mereka berinteraksi langsung dengan produk, tetapi juga proses untuk menilai apakah sebuah produk, sistem, dan pelayanan yang ditawarkan tersebut memberikan rasa puas dan nyaman bagi penggunanya. Sebuah prinsip dalam membangun UX adalah khalayak memiliki kekuasaan dalam menentukan tingkat kepuasan sendiri (*customer rule*).

Semakin bagus fitur yang dimiliki produk tersebut hingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna, maka semakin baik pula UX yang dirasakan pengguna. Hal ini yang kemudian menjadi patokan dalam menentukan nilai dari produk tersebut. Selain itu, pengguna akan merasa nyaman jika produk dapat ditemukan dengan mudah serta tidak sukar untuk dioperasikan bagi pengguna baru. Dan yang terakhir, produk tersebut harus bersifat *user friendly* atau mudah digunakan untuk menyelesaikan hal-hal yang diinginkan oleh pengguna sehingga

mempermudah tujuannya. Inilah empat unsur yang diperlukan untuk mendapatkan *user experience* yang baik (Guo, 2012).

2.1.1 Value

Value merupakan suatu nilai atau manfaat yang diperoleh dari produk atau jasa yang digunakan. Dalam sebuah produk, apabila manfaat yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan pengguna, maka produk tersebut memiliki nilai dimata konsumen.

2.1.2 Adoptability

Adoptability (kemampuan beradaptasi) adalah fitur dari suatu sistem atau proses. *Adoptability* berkaitan dengan pembelian, mengunduh, menginstall, dan mulai menggunakan produk. Dengan kata lain, *adoptability* merupakan serangkaian tahap ketika pengguna belum menggunakan suatu produk, sementara pengguna merasa sangat relevan setelah mulai menggunakan produk tersebut.

2.1.3 Desirability

Desirability (keinginan) merupakan elemen penting dari *user experience* untuk mengetahui berapa banyak produk atau merek yang diinginkan oleh konsumen. Terkadang, keinginan yang tinggi dapat dinyatakan melalui premi. Pengguna merasakan pengalaman yang menyenangkan saat menggunakan produk tertentu.

Desirability berperan penting karena membuat pengguna terlibat sejak awal, membuat mereka tertarik untuk berinteraksi dengan produk dan menemukan kegunaan dan fungsi sebuah produk atau sistem. Jika dalam suatu sistem mampu membuat penggunanya nyaman maka salah satu komponen dari UX sudah berhasil di peroleh oleh suatu produk atau sistem tersebut.

2.1.4 Usability

Konsep kebergunaan (*usability*) merupakan konsep dasar dari *User Experience*. Konsep UX diuji oleh penggunanya berdasarkan asas kebergunaan ini. Konsep *usability* merujuk pada kemudahan akses dan kegunaan produk. *Usability* mempertanyakan seberapa baik pengguna menggunakan sebuah fitur. *Usability* adalah tingkat dimana sebuah produk dapat digunakan oleh pengguna demi tercapainya tujuan yang diinginkan dengan cara yang efektif, efisien dan sesuai dengan konteks kepuasan yang diinginkan.

2.2 Media Baru

Creeber dan Martin (2009) mendefinisikan media baru atau *new media* sebagai produk dari komunikasi yang dimediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Secara sederhana *new media* berasal dari kata “*new*” yang berarti baru dan “*media*” yang berarti alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan kepada komunikan (Mulyana, 2008:70).

Media baru menurut Mondry (2008:13) merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi berkarakter fleksibel berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara pribadi maupun publik. Keunggulan media baru ialah sifatnya yang *realtime*, dimana masyarakat dapat mengakses informasi dan layanan dengan cepat, kapan dan dimana saja selama masih terhubung dengan jaringan internet dan perangkat yang telah terkomputerisasi.

Media baru memiliki dua unsur utama yakni digitalisasi dan konvergensi. Internet merupakan bukti konvergensi karena menggabungkan beberapa fungsi media lain seperti audio, video dan teks (McQuail, 2006:26). Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru yaitu bersifat digital, interaktif, dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat dan tidak memihak.

2.3 Media Sosial

Media sosial dapat dikatakan sebagai salah satu dari berbagai macam media komunikasi. Secara umum, media sosial merupakan suatu media yang digunakan untuk menjalin hubungan bagi penggunanya, baik secara individu maupun kelompok. Terdapat beberapa istilah dalam media sosial, seperti *Social Network*, *SNS* dan *Communication Network*. Secara garis besar, media sosial dan jaringan sosial menggunakan sistem yang sama yaitu media daring yang terhubung dengan internet.

Pada media dan jaringan sosial, orang-orang dapat saling terhubung satu sama lain tanpa dibatasi ruang, waktu dan batas geografis dengan tujuan untuk saling berkomunikasi, berbagi informasi, beropini, menjalin pertemanan, bahkan pada

beberapa kasus untuk menemukan pasangan hidupnya (Fitriansyah, 2018). Seseorang dapat memahami media sosial dengan lebih jelas dengan cara mengetahui ciri-ciri media sosial itu sendiri atau memperdalamnya melalui memahami pengertian media sosial menurut para ahli.

Walaupun media sosial merupakan suatu jenis media tersendiri, akan tetapi fungsi media massa masih dapat kita temui pada media sosial ini, walaupun tidak seluruhnya sama. Sementara SNS (*Social Networking Sites*) merupakan terminologi yang lebih khusus untuk menjelaskan tentang situs mana yang digunakan untuk melakukan aktivitas jejaring sosial tersebut. Contoh jejaring sosial sekaligus SNS adalah Facebook, Pinterest, Instagram, Youtube, Twitter, Path, Tumblr, dan sebagainya. Inti dari media sosial adalah sebuah situs dimana setiap orang bisa membuat halaman web pribadi, kemudian terhubung dengan orang lain untuk berbagi informasi dan komunikasi.

Media sosial didefinisikan sebagai alat elektronik yang tersedia untuk membantu mempercepat dan meningkatkan kemampuan kita dalam berhubungan, berkomunikasi, dan berkolaborasi dengan orang lain. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan timbal balik secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Saat ini kemajuan teknologi juga sejalan dengan kemajuan media sosial, hal ini dibuktikan dengan mudahnya mengakses dan menggunakan media sosial itu sendiri. Penggunaan media sosial yang semakin praktis juga membantu proses semakin pesatnya kemajuan dari media sosial itu sendiri. Media sosial fungsional umumnya tak lain sebagai sarana untuk mengakses berbagai informasi, ada berbagai macam media sosial yang dapat kita akses di dunia maya saat ini namun jenisnya bisa dikategorikan berbeda seperti halnya media sosial *network* dan media sosial *instant messenger*. Dan dalam penelitian ini penulis hanya memfokuskan pada kategori aplikasi pesan singkat saja.

2.4 Uses and Gratification

Teori ini dikemukakan oleh Herbert Blumer, Eluhi Katz dan Michael Gurevitch pada tahun 1974, yang dikenalkan dalam bukunya yang berjudul *The Uses and Mass Communications Current Prespective On Grativication Research*. Mereka menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna memiliki pilhan alternatif untuk memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2007:192).

Permasalahan utama pada teori *uses and gratification* ialah bukan bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayaknya. Teori ini menunjukkan bahwa pengguna memegang kendali media massa. Dengan kata lain, teori ini tidak melihat yang

dilakukan media terhadap khalayak tetapi melihat apa yang khalayak lakukan terhadap media. Media dianggap berusaha memenuhi motif–motif khalayaknya. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang aktif.

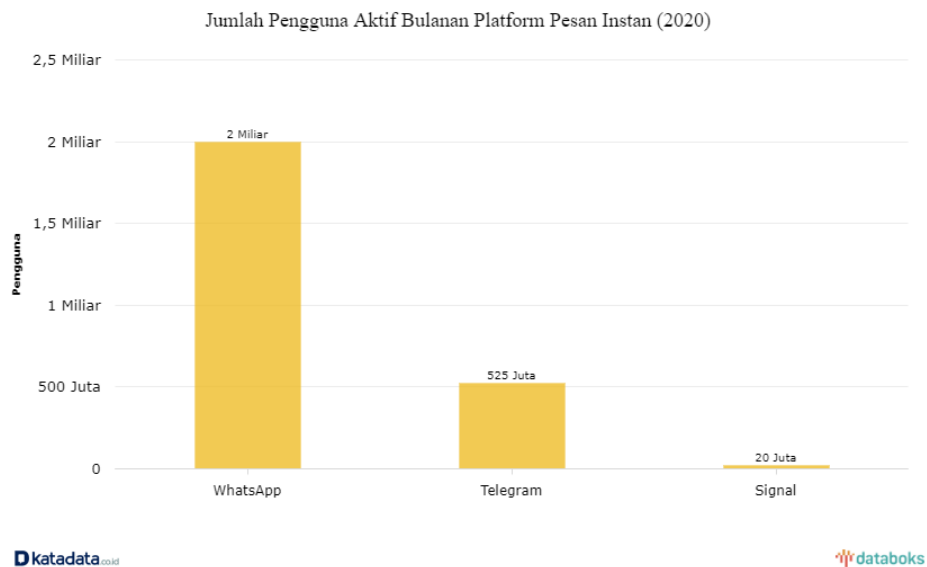
Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*). *Gratification Sought* yaitu kepuasan yang dicari atau diinginkan oleh khalayak ketika menggunakan suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, khalayak akan memilih media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu didasari oleh motif pemenuhan kebutuhan. (Kriyantono, 2014:211). Sedangkan *Gratification Obtained* merupakan sejumlah kepuasan yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan tertentu setelah individu tersebut menggunakan sebuah media. (Kriyantono, 2014:213).

2.5 Telegram

Telegram merupakan sebuah aplikasi layanan pengirim pesan instan multiplatform berbasis *cloud* yang bersifat gratis dan nirlaba. Telegram tersedia untuk perangkat *smartphone* (Android, iOS, Windows Phone, Ubuntu Touch) dan sistem perangkat komputer (Windows, OS X, Linux). Telegram menjadi salah satu aplikasi *chatting* paling populer dengan lebih dari 500 juta pengguna aktif saat ini.

Pada 15 Januari, pendiri sekaligus pemilik telegram, Pavel Durov, mengumumkan melalui akun Telegram miliknya bahwa dalam kurun waktu 72 jam terdapat 25 juta pengguna baru yang bergabung dengan Telegram. Pengguna baru itu

berasal dari seluruh dunia, yakni 38% dari Asia, 27% dari Eropa, 21% dari Amerika Latin, dan 8% dari Timur Tengah dan Afrika Utara (MENA). Hingga sejak awal Januari 2021, Telegram telah berhasil mencapai lebih dari 500 juta pengguna aktif bulanan



Gambar 2.1

Grafik Pengguna Aktif Bulanan Telegram di Dunia

Telegram telah dikenal dan menjadi populer jauh sebelum masa kemunculan *smartphone*. Dulunya telegram hanya sebatas fasilitas kantor pos yang digunakan untuk mengirimkan pesan tulis jarak jauh dengan cepat. Tetapi dikarenakan perkembangan teknologi yang begitu pesat, fasilitas ini sudah tidak digunakan lagi. Saat ini, nama Telegram diambil oleh sebuah *start up* yang dikembangkan menjadi sebuah aplikasi.

Telegram merupakan aplikasi pesan instan berbasis *cloud* yang fokus pada kecepatan dan keamanan. Telegram dirancang untuk memudahkan pengguna saling berkirim pesan teks, audio, video, gambar dan stiker dengan aman (Fahana, 2018). Secara teknis, seluruh konten yang ditransfer akan dienskripsi berstandar internasional. Dengan demikian, pesan yang terkirim sepenuhnya aman dari pihak ketiga bahkan dari Telegram sekalipun. Bukan hanya teks, gambar dan video, Telegram juga bisa jadi sarana untuk mengirimkan dokumen, musik, berkas zip, lokasi *real-time* dan kontak yang tersimpan keperangkat orang lain.

2.5.1 Keunggulan Aplikasi Telegram

Telegram memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan aplikasi pengirim pesan instan serupa. Beberapa keunggulan dari Telegram adalah sebagai berikut :

- a. Tidak memakan banyak ruang penyimpanan.
- b. Tersedia dalam 9 bahasa.
- c. Terdapat fitur *channel* untuk berbagi informasi.
- d. Memiliki fitur *secret chat*, sehingga privasi pengguna lebih terjaga.
- e. Dapat memuat hingga 200.000 anggota grup.
- f. Mampu mengirim file-file besar hingga 2 *gigabite*.
- g. Dilengkapi stiker animasi gratis dengan grafis berkualitas.
- h. Tersedia fitur *dark mode*.
- i. Memudahkan meminta dan menerima pertemanan tanpa nomor telepon.

- j. Terdapat fitur *bot*.
- k. Dapat menyunting pesan yang sudah terkirim.

2.6 Kepuasan Pengguna

Menurut Oliver dalam Tjiptono dan Diana (2015:23), kepuasan merupakan respon seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang didapatkan dengan apa yang menjadi ekspektasinya. Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai keberhasilan dalam usahanya.

Kepuasan konsumen menjadi salah satu kunci untuk mempertahankan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikan dengan harapannya. Apabila kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas. (Kotler & Keller, 2009:138)

2.7 Hipotesis

Berdasarkan deskripsi teoritis, hasil-hasil penelitian yang relevan, dan kerangka berpikir di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan pada variabel *user experience* terhadap kepuasan pengguna Telegram.

H_a : Terdapat pengaruh signifikan pada variabel *user experience* terhadap kepuasan pengguna Telegram.

BAB III

METODE PENELITIAN

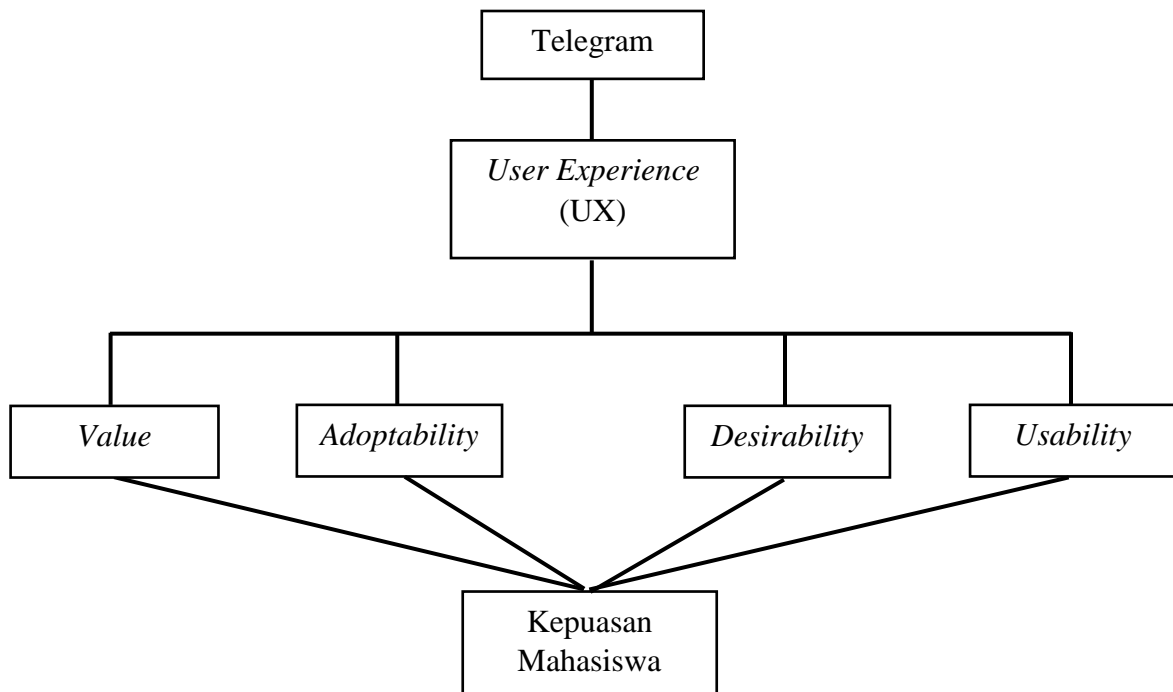
3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis dengan menggunakan statistik. Metode penelitian kuantitatif dapat disebut metode *positivistic* karena berlandaskan filsafat positivisme. Selain itu, metode ini juga dikenal dengan metode *scientific* atau metode ilmiah dikarenakan sudah memenuhi kaidah ilmiah seperti empiris, terukur, objektif, sistematis dan rasional (Sugiyono, 2011:14).

Penelitian ini menggunakan jenis riset metode survei. Survei merupakan metode riset dengan menggunakan kuesioner atau angket sebagai instrumen pengambilan datanya (Kriyantono, 2014:57). Tujuannya yaitu untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep atau sering disebut juga kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2011:60).



Gambar 3.1 Kerangka Konsep

3.3 Definisi Konsep

Definisi konsep yaitu suatu definisi yang masih berupa konsep dan maknanya masih sangat abstrak walaupun secara intuitif masih bisa dipahami maksudnya (Azwar, 2007:72).

3.3.1 User Experience

a. Value (Nilai)

Suatu produk akan menjadi bernilai jika produk tersebut dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan pengguna atau konsumen.

b. Adoptability (Kemampuan Beradaptasi)

Sebelum menggunakan sebuah produk, konsumen atau pengguna akan mencari tahu kredibilitas dari produk tersebut apakah mampu beradaptasi dengan calon konsumen atau tidak.

c. Desirability (Keinginan)

Produk dikatakan berhasil jika dapat membuat konsumen atau pengguna merasakan ketertarikan emosi, yaitu merasa senang ketika menggunakannya.

d. Usability (Kebergunaan)

Kebergunaan suatu produk sangat memengaruhi kepuasan konsumen, seberapa efektif dan efisien produk tersebut menjadi faktor penting bagi konsumen atau pengguna.

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional, menurut Saifuddin Azwar (2007:72) adalah suatu definisi yang memiliki arti tunggal dan diterima secara objektif bilamana indikatornya tidak tampak. Suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang dikumpulkan penulis dengan melakukan riset dan data tersebut diperoleh langsung dari responden dengan menyebarkan angket. Sedangkan data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh

dari pihak lain, dalam hal ini data berupa informasi jumlah populasi mahasiswa mahasiswa Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Berdasarkan judul penelitian “Analisis *User Experience* Aplikasi Telegram pada Tingkat Kepuasan Mahasiswa” maka jenis variabel penelitian sebagai berikut :

3.4.1 Variabel Bebas (X)

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebasnya adalah *user experience* aplikasi telegram.

$X = \textit{User Experience}$ Aplikasi Telegram
--

3.4.2 Variabel Terikat (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel lain, yaitu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah kepuasan mahasiswa yang merupakan pengguna aplikasi Telegram.

$Y = \textit{Kepuasan Mahasiswa}$

Pengukuran terhadap indikator-indikator variabel dependen dan independen tersebut dilakukan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert memiliki dua bentuk pernyataan, yaitu pernyataan positif dan negatif (Syofian, 2013:50). Teknik pengukuran dalam penelitian ini menggunakan modifikasi skala Likert empat skala dimana skala tertinggi pada setiap pertanyaan adalah 4 dan skala terendah adalah 1, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Skala	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2011

Ringkasan variabel dan indikator dalam penelitian ini dirangkum dalam Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir	
Analisis User Experience Aplikasi Telegram (X)	<i>Value</i>	• <i>Completeness</i> (Kelengkapan)		
		• <i>Accuracy</i> (Ketepatan)	1,2,4	
	<i>Adoptability</i>	• <i>Relevance</i> (Relevansi Kebutuhan)		
		• <i>Reliability</i> (Keandalan)		
		• <i>Accessibility</i> (Kemudahan akses)	3,5,6, 7,8,9, 10	
		• <i>Security</i> (Keamanan)		
		• <i>Attractiveness</i> (Daya Tarik)	11,12,	
		• <i>Enjoyable Experience</i> (Pengalaman Menyenangkan)	13,14, 15	
		<i>Usability</i>	• <i>Understandability</i> (Mudah dipahami)	17,18, 19,20

	• <i>Effectiveness</i> (Efektifitas)	
Kepuasan Mahasiswa	• <i>Trustiness</i> (Kepercayaan)	
(Y)	• <i>Consistency</i> (Kekonsistenan)	16,21, 22,23, 24,25
	• <i>Overall Satisfaction</i> (Kepuasan secara Keseluruhan)	

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya . Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa dari jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Tabel 3.3

Data Jumlah Populasi

No	Kelas (Angkatan 2017)	Populasi
1	Manajemen Dakwah – A	43
2	Manajemen Dakwah – B	40
3	Manajemen Dakwah – C	38

4	Manajemen Dakwah – D	39
5	Manajemen Dakwah – E	39
JUMLAH		199

Sumber : Prodi Manajemen Dakwah UINSU, 2021

Adapun kriteria-kriteria dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.
3. Pengguna aplikasi Telegram.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental. Menurut Sugiyono (2011:85), sampling insidental merupakan penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan (insidental) bertemu dengan peneliti dan dianggap sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, maka dapat dijadikan sebagai sampel.

Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

e : Nilai presisi yaitu sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 95%.

$$n = \frac{199}{1 + 199 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{199}{1 + 199 (0,0025)}$$

$$n = \frac{199}{1 + 0,4975}$$

$$n = \frac{199}{1,4975}$$

$$n = 132,88 \approx 133$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka diperoleh ukuran sampel sebesar 133 mahasiswa.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh penyelesaian dari masalah yang ada, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

3.6.1 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi mengenai aplikasi Telegram melalui dokumen-dokumen baik dokumen tertulis seperti melalui jurnal, makalah, maupun dokumen lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.6.2 Observasi

Observasi dilakukan dengan mencari informasi online dan offline mengenai aplikasi Telegram. Observasi ini dilakukan untuk membandingkan fitur yang ditawarkan aplikasi Telegram dengan aplikasi pengiriman pesan lainnya.

3.6.3 Angket atau Kuesioner

Angket adalah suatu daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden di objek penelitian yaitu mahasiswa departemen Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang bertujuan untuk mengetahui pendapat mahasiswa mengenai pengalaman selama menggunakan aplikasi Telegram. Angket yang diberikan berupa soal-soal yang berkaitan dengan *user experience* pada aplikasi Telegram berjumlah 25 item pernyataan yang bersifat positif. Kuisisioner akan disebarakan secara online melalui Google Form kepada 133 responden yang merupakan sampel yang telah ditetapkan oleh penulis.

Agar setiap instrument dalam kuesioner dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data, maka perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji sejauh mana kesahihan atau ketepatan setiap instrument sebagai alat ukur variabel penelitian (Juliandi, 2015:76). Pengujian validitas dilakukan dengan analisis factor, yaitu dengan mengkorelasikan skor butir instrument dengan skor total dengan menggunakan rumus Koefisien *Korelasi Product Moment* dari Pearson.

Dalam penelitian ini menggunakan bantuan dari aplikasi software analisis data yaitu Microsoft Excel dan SPSS. Selain itu, uji validitas dapat dilakukan dengan cara manual yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N(\sum X^2) - (\sum X)^2)(N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Korelasi antara x dan y

X = Skor nilai x

Y = Skor nilai total y

N = Jumlah sampel

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas ini dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu :

1. Membandingkan Nilai r-hitung dengan Nilai r-tabel

Jika nilai r-hitung $>$ r-tabel, maka butir instrument tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika nilai r-hitung $<$ r-tabel, maka butir instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Membandingkan Nilai Sig. (2-tailed) dengan Probabilitas 0,05 (5%)

Jika nilai Sig. (2-tailed) $<$ 0,05 dan Pearson Correlation bernilai positif, maka butir instrument tersebut valid. Jika nilai Sig. (2-tailed) $<$ 0,05 dan Pearson Correlation bersifat negative, maka butir instrument tersebut tidak valid. Jika nilai Sig. (2-tailed) $>$ 0,05, maka butir instrument tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Secara umum, reliabilitas diartikan sebagai suatu hal yang dapat dipercaya. Reliabilitas dalam penelitian kuantitatif secara esensial dapat disinonimkan dengan kata diandalkan, konsistensi, dan replikabilitas dari waktu ke waktu, atas suatu instrumen dan kelompok responden. (Lijan, 2014:166)

Menurut Juliandi dkk, (2015:82) uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Adapun rumus untuk menguji

reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut :

$$r_i = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_b^2} \right]$$

Keterangan :

r_i = reliabilitas instrument

K = banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

σ_b^2 = varians total

Dalam pengujian ini, penulis menggunakan bantuan program aplikasi *software* SPSS versi 26.00. Uji reliabilitas dalam hal ini mengacu pada nilai Alpha yang terdapat dalam tabel output SPSS. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka kuesioner dinyatakan tidak reliable atau tidak konsisten.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mendeskripsikan masing-masing variabel. Penyajian data dijabarkan dalam bentuk tabel dengan menggambarkan hasil yang diperoleh dalam bentuk persentase.

3.7.1 Statistik Deskriptif

Dalam penelitian dikenal dua konsep statistik yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Dalam penelitian ini, menggunakan statistik deskriptif, dimana teknik 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. (Lijan, 2014:189).

3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi diperlukan untuk memperkirakan seberapa besar terjadi perubahan pada variabel independen jika terjadi perubahan satu satuan pada variabel dependen. dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Adapun persamaan dalam regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel kepuasan mahasiswa

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi variabel *value*

X_1 : Variabel *value*

b_2 : Koefisien regresi variabel *adoptability*

X_2 : Variabel *adoptability*

b_3 : Koefisien regresi variabel *desirability*

X_3 : Variabel *desirability*

b_4 : Koefisien regresi variabel *usability*

X_4 : Variabel *usability*

e : *Error*

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun rencana lokasi dan waktu penelitian yang akan dilaksanakan peneliti yaitu bulan Februari sampai Juni 2021 di Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara yang terletak di Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Dalam penelitian ini menekankan pada pengujian tingkat kepuasan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara terhadap aplikasi Telegram. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2017.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Data Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara angkatan 2017 yang merupakan pengguna aplikasi Telegram berjumlah 133 orang yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 4.1

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	64	48,1%
2	Perempuan	69	51,9%
Total		133	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel 4.1, dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil penelitian dari 133 responden, 48,1% atau sebanyak 64 orang berjenis kelamin laki-laki dan 51,9% atau sebanyak 69 orang berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Kelas

No	Kelas	Jumlah	Persentase
1	Manajemen Dakwah – A	27	20,3%
2	Manajemen Dakwah – B	24	18%
3	Manajemen Dakwah – C	26	19,5%
4	Manajemen Dakwah – D	33	24,8%
5	Manajemen Dakwah – E	23	17,3%
Total		133	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, menyajikan persentase responden berdasarkan kelas. Pada tabel dan grafik tersebut dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil penelitian dari 133 responden, sebanyak 20,30% atau 27 orang dari kelas Manajemen Dakwah - A, 18% atau sebanyak 24 orang dari kelas Manajemen Dakwah - B, 19,5% atau sebanyak 26 orang dari kelas Manajemen Dakwah - C, 24,8% atau sebanyak 33 orang dari kelas Manajemen Dakwah - D, dan 17,3% atau sebanyak 23 orang dari kelas Manajemen Dakwah - E.

4.1.2 Jawaban Responden

Tabel 4.3

Distribusi Variabel X : Analisis User Experience Aplikasi Telegram Pada Tingkat Kepuasan Mahasiswa

No	Kategori	SS	S	TS	STS
1	Telegram menyediakan fitur komunikasi yang lengkap.	3	80	40	10
2	Fitur yang tersedia dapat beroperasi dengan baik tanpa error.	5	86	37	5
3	Fitur yang disediakan sederhana dan tidak rumit.	11	110	12	0
4	Fitur pada Telegram telah memenuhi kebutuhan komunikasi saya.	7	82	42	2
5	Kemampuan untuk mengakses informasi berjalan dengan baik.	10	97	26	0
6	Komunikasi tetap dapat diakses walaupun sisa kuota internet sudah melemah.	5	69	59	0
7	Pengaturan layanan privasi bisa diatur sesuai keinginan pengguna Telegram.	16	110	7	0
8	Keamanan dan privasi Telegram terenkripsi secara end-to-end sehingga informasi milik kita tidak dapat dilihat oleh pihak Telegram maupun orang ketiga.	21	100	12	0
9	Aplikasi jarang mengalami masalah karena gangguan server.	1	86	45	1
10	Situs jejaring sosial Telegram memiliki akses yang mudah untuk digunakan.	8	118	6	1
11	Konten aplikasi Telegram disajikan dengan jelas.	10	104	19	0
12	Grafis yang digunakan pada aplikasi tidak berlebihan.	23	107	3	0
13	Desain, simbol, ikon dan warna cukup relevan.	22	108	3	0
14	Saya merasa senang bermedia sosial dengan aplikasi ini karena dapat berkomunikasi dengan baik.	11	106	16	0

15	Saya nyaman menggunakan aplikasi Telegram karena bebas dari iklan.	24	101	8	0
16	Saya mudah menemukan semua konten dan informasi yang saya butuhkan.	6	108	19	0
17	Telegram tidak sukar dipahami sekalipun bagi pemula.	22	106	5	0
18	Tidak banyak hambatan dalam penggunaan aplikasi Telegram.	10	114	9	0
19	Struktur pada menu dan halaman dapat ditemukan dengan mudah.	10	118	5	0

Tabel 4.4

Fitur Komunikasi Telegram Lengkap

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	2,3%
Setuju	60,2%
Tidak Setuju	30,1%
Sangat Tidak Setuju	7,5%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 3 orang (2,3%) memilih sangat setuju, 80 orang (60,2%) memilih setuju, 40 orang (30,1%) memilih tidak setuju, dan 10 orang (7,5%) memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.5
Fitur Telegram Berjalan Dengan Baik Tanpa *Error*

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	3,8%
Setuju	64,7%
Tidak Setuju	27,8%
Sangat Tidak Setuju	3,8%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 5 orang (3,8%) memilih sangat setuju, 86 orang (64,7%) memilih setuju, 37 orang (27,8%) memilih tidak setuju, dan 5 orang (3,8%) memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.6
Fitur Telegram Sederhana dan Tidak Rumit

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	8,3%
Setuju	82,7%
Tidak Setuju	9%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 11 orang (8,3%) memilih sangat setuju, 110 orang

(82,7%) memilih setuju, 12 orang (9%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel. 4.7

Fitur Telah Memenuhi Kebutuhan Pengguna

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	5,3%
Setuju	61,7%
Tidak Setuju	31,6%
Sangat Tidak Setuju	1,5%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 7 orang (5,3%) memilih sangat setuju, 82 orang (61,7%) memilih setuju, 42 orang (31,6%) memilih tidak setuju, dan 2 orang (1,5%) memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.8

Telegram Dapat Mengakses Informasi dengan Baik

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	7,5%
Setuju	72,9%
Tidak Setuju	19,5%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 10 orang (7,5%) memilih sangat setuju, 97 orang (72,9%) memilih setuju, 26 orang (19,5%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.9

Telegram Tetap Dapat Diakses Saat Kuota Internet Lemah

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	3,8%
Setuju	51,9%
Tidak Setuju	44,4%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 5 orang (3,8%) memilih sangat setuju, 69 orang (51,9%) memilih setuju, 59 orang (44,4%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.10

Pengaturan Layanan Privasi Dapat Diatur Sesuai Keinginan Pengguna

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	12%
Setuju	82,7%
Tidak Setuju	5,3%

Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 16 orang (12%) memilih sangat setuju, 110 orang (82,7%) memilih setuju, 7 orang (5,3%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.11

Keamanan Telegram Telah Terenskripsi *End-to-End*

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	15,8%
Setuju	75,2%
Tidak Setuju	9%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 21 orang (15,8%) memilih sangat setuju, 100 orang (75,2%) memilih setuju, 12 orang (9%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.12
Telegram Jarang Mengalami Gangguan Server

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	0,8%
Setuju	64,7%
Tidak Setuju	33,8%
Sangat Tidak Setuju	0,8%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 1 orang (0,8%) memilih sangat setuju, 86 orang (64,7%) memilih setuju, 45 orang (33,8%) memilih tidak setuju, dan 1 orang (0,8%) memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.13
Akses Aplikasi Telegram Mudah

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	6%
Setuju	88,7%
Tidak Setuju	4,5%
Sangat Tidak Setuju	0,8%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 8 orang (6%) memilih sangat setuju, 118 orang (88,7%)

memilih setuju, 6 orang (4,5%) memilih tidak setuju, dan 1 orang (0,8%) memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.14
Konten Telegram Tersaji Dengan Jelas

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	7,5%
Setuju	78,2%
Tidak Setuju	14,3%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 10 orang (7,5%) memilih sangat setuju, 104 orang (78,2%) memilih setuju, 19 orang (14,3%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.15
Grafis Telegram Tidak Berlebihan

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	17,3%
Setuju	80,5%
Tidak Setuju	2,3%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 23 orang (17,3%) memilih sangat setuju, 107 orang (80,5%) memilih setuju, 3 orang (2,3%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.16

Desain, Simbol, Ikon dan Warna Telegram Cukup Relevan

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	16,5%
Setuju	81,2%
Tidak Setuju	2,3%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 22 orang (16,5%) memilih sangat setuju, 108 orang (81,2%) memilih setuju, 3 orang (2,3%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.17

Pengguna Dapat Berkomunikasi Dengan Baik Menggunakan Telegram

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	8,3%
Setuju	79,7%
Tidak Setuju	12%

Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 11 orang (8,3%) memilih sangat setuju, 106 orang (79,7%) memilih setuju, 16 orang (12%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.18

Telegram Bebas Iklan

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	18%
Setuju	75,9%
Tidak Setuju	6%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 24 orang (18%) memilih sangat setuju, 101 orang (75,9%) memilih setuju, 8 orang (6%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.19
Pengguna Mudah Menemukan Informasi Yang Dibutuhkan

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	4,5%
Setuju	81,2%
Tidak Setuju	14,3%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 6 orang (4,5%) memilih sangat setuju, 108 orang (81,2%) memilih setuju, 19 orang (14,3%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.20
Telegram Mudah Dipahami Bagi Pemula

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	16,5%
Setuju	79,7%
Tidak Setuju	3,8%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 22 orang (16,5%) memilih sangat setuju, 106 orang

(79,7%) memilih setuju, 5 orang (3,8%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.21

Telegram Tidak Memiliki Banyak Hambatan

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	7,5%
Setuju	85,7%
Tidak Setuju	6,8%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 10 orang (7,5%) memilih sangat setuju, 114 orang (85,7%) memilih setuju, 9 orang (6,8%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.22

Struktur dan Menu Telegram Mudah Ditemukan

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	7,5%
Setuju	88,7%
Tidak Setuju	3,8%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 10 orang (7,5%) memilih sangat setuju, 118 orang (88,7%) memilih setuju, 5 orang (3,8%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.23
Distribusi Variabel Y : Analisis *User Experience* Aplikasi Telegram Pada Tingkat Kepuasan Mahasiswa

No	Kategori	SS	S	TS	STS
1	Saya dapat bermedia sosial secara efektif menggunakan aplikasi Telegram.	7	100	26	0
2	Saya merasa puas berkomunikasi selama menggunakan aplikasi	9	102	21	1
3	Saya belum pernah kecewa selama menggunakan aplikasi Telegram.	9	103	19	2
4	Saya merasa puas dengan semua pelayanan dari Telegram.	8	107	18	0
5	Saya merasa aman dan sangat percaya pada sistem layanan privasi Telegram. Telegram.	10	109	14	0
6	Saya merasa senang karena Telegram konsisten dalam menjaga kualitas sistemnya tanpa iklan dan tidak berbayar.	18	84	45	0

Tabel 4.24
Pengguna Dapat Bermedia Sosial Secara Efektif

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	5,3%
Setuju	75,2%

Tidak Setuju	19,5%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 7 orang (5,3%) memilih sangat setuju, 100 orang (75,2%) memilih setuju, 26 orang (19,5%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.25

Pengguna Merasa Puas Berkomunikasi dengan Telegram

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	6,8%
Setuju	76,7%
Tidak Setuju	15,8%
Sangat Tidak Setuju	0,8%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 9 orang (6,8%) memilih sangat setuju, 102 orang (76,7%) memilih setuju, 21 orang (15,8%) memilih tidak setuju, dan 1 orang (0,8%) memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.26
Pengguna Belum Pernah Kecewa dengan Telegram

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	6,8%
Setuju	77,4%
Tidak Setuju	14,3%
Sangat Tidak Setuju	1,5%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 9 orang (6,8%) memilih sangat setuju, 103 orang (77,4%) memilih setuju, 19 orang (14,3%) memilih tidak setuju, dan 2 orang (1,5%) memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.27
Pengguna Puas dengan Pelayanan Telegram

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	6%
Setuju	80,5%
Tidak Setuju	13,5%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 8 orang (6%) memilih sangat setuju, 107 orang (80,5%)

memilih setuju, 18 orang (13,5%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.28

Pengguna Merasa Aman dan Percaya dengan Telegram

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	7,5%
Setuju	82%
Tidak Setuju	10,5%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 10 orang (7,5%) memilih sangat setuju, 109 orang (82%) memilih setuju, 14 orang (10,5%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.29

Pengguna Senang Telegram Tidak Berbayar

Tanggapan	Persentase
Sangat Setuju	33,8%
Setuju	63,2%
Tidak Setuju	3%
Sangat Tidak Setuju	0%
Total	100%

Berdasarkan tabel diatas diperoleh data dari 133 responden yang diteliti yaitu sebanyak 45 orang (33,8%) memilih sangat setuju, 84 orang (63,2%) memilih setuju, 4 orang (3%) memilih tidak setuju, dan 0% memilih sangat tidak setuju.

4.1.3 Uji Instrument

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur kemampuan dari 25 pernyataan yang sudah diajukan kepada responden apakah valid atau tidak. Uji validitas dilakukan menggunakan *software* IBM SPSS 26.00, dianalisis menggunakan korelasi *Product Moment* yang dikemukakan Pearson. Teknik yang digunakan adalah dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Diketahui N sebesar 133 dengan tingkat signifikansi 5%, maka diperoleh nilai $r_{tabel} = 0,142$. Dengan demikian, butir instrument dikatakan valid apabila koefisien $r_{hitung} \geq 0,142$.

Tabel 4.30
Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Butir 1	0,365	0,142	Valid
2	Butir 2	0,346	0,142	Valid

3	Butir 4	0,579	0,142	Valid
4	Butir 3	0,544	0,142	Valid
5	Butir 5	0,485	0,142	Valid
6	Butir 6	0,425	0,142	Valid
7	Butir 7	0,377	0,142	Valid
8	Butir 8	0,395	0,142	Valid
9	Butir 9	0,287	0,142	Valid
10	Butir 10	0,508	0,142	Valid
11	Butir 11	0,513	0,142	Valid
12	Butir 12	0,359	0,142	Valid
13	Butir 13	0,302	0,142	Valid
14	Butir 14	0,624	0,142	Valid
15	Butir 15	0,573	0,142	Valid
16	Butir 17	0,505	0,142	Valid
17	Butir 18	0,468	0,142	Valid
18	Butir 19	0,511	0,142	Valid
19	Butir 20	0,451	0,142	Valid
20	Butir 16	0,463	0,142	Valid
21	Butir 21	0,620	0,142	Valid
22	Butir 22	0,574	0,142	Valid

23	Butir 23	0,517	0,142	Valid
24	Butir 24	0,369	0,142	Valid
25	Butir 25	0,429	0,142	Valid

Sumber : Data diolah penulis (SPSS 26.00), 2021

Berdasarkan tabel 4.30 dapat diketahui bahwa seluruh r-hitung variabel lebih besar daripada r-tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument variabel adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Noor 2011:130). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Reliability Analysis Static* dengan *Cronbach's Alpha* (α). Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka data dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	25

Sumber : Data diolah penulis (SPSS 26.00), 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yaitu $0,841 > 0,60$ maka seluruh instrumen variabel dinyatakan reliabel.

4.1.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini merupakan uji asumsi dasar untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan menggunakan *software* IBM SPSS 26.0, dianalisis menggunakan model Kolmogorov-Smirnov dan *Normal Probability Plot*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas K-S, yaitu :

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

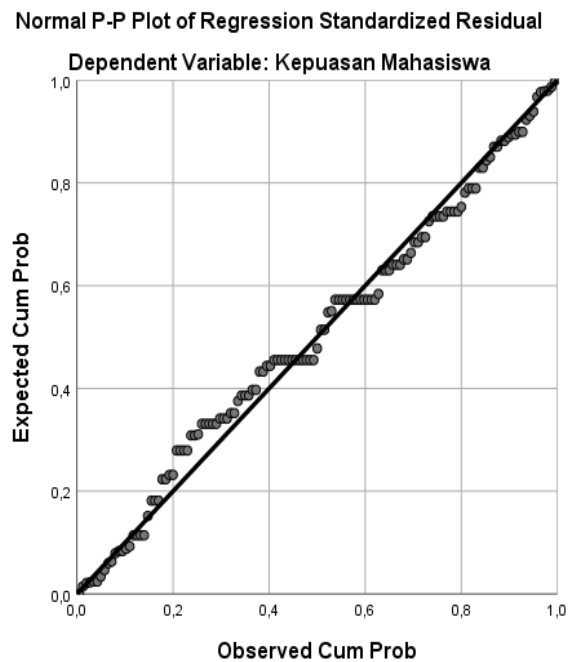
Sedangkan, dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Normal Probability Plot* adalah sebagai berikut :

1. Jika titik-titik berada didekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika titik-titik berada jauh atau tersebar diluar garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal. (Ghozali, 2011:160-161)

Tabel 4.32 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		133
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,60509491
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,052
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,061 ^c



Sumber : Data diolah penulis (SPSS 26.00), 2021

Berdasarkan tabel 4.32 diatas, nilai yang diperoleh dari uji Kolmogorov-Smirnov adalah sebesar 0,61 dengan α 0,05, maka data tersebut

berdistribusi normal karena $\text{Sig.}(2\text{-tailed}) > \alpha 0,05$. Berdasarkan uji normalitas *Normal Probability Plot* diatas diketahui data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linearitas

Menurut Sugiyono dan Susanto (2015:323) uji linearitas dapat dipaaki untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui *test of linearity*. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada *linearity* $\leq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

Tabel 4.33

Hasil Uji Linearitas

Variabel	F	Sig.	Keterangan
<i>Value</i>	4,817	0,030	Linear
<i>Adoptability</i>	19,791	0,000	Linear
<i>Desirability</i>	45,014	0,000	Linear
<i>Usability</i>	75,145	0,000	Linear

Sumber : Data diolah penulis (SPSS 26.00), 2021

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi *linearity* value adalah $\leq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara seluruh variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan Nilai *Tolerance* :

Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Sebaliknya, jika nilai *tolerance* $< 0,10$ maka artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

2. Berdasarkan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) :

Jika nilai VIF $< 10,00$, maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Sebaliknya, jika nilai VIF $> 10,00$ maka artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Tabel 4.34

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Value</i>	0,621	1,610	Nonmultikolinearitas
<i>Adoptability</i>	0,506	1,974	Nonmultikolinearitas
<i>Desirability</i>	0,516	1,939	Nonmultikolinearitas
<i>Usability</i>	0,527	1,899	Nonmultikolinearitas

Sumber : Data diolah penulis (SPSS 26.00), 2021

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk seluruh variabel adalah $> 0,10$, dan untuk nilai VIF untuk seluruh variabel adalah $< 10,00$. Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi ini.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun jika variasi dari nilai residual berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas (glejser) adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka dapat diartikan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka dapat diartikan terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 4.35

Hasil Uji Hetroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Value</i>	0,651	Nonheteroskedastisitas
<i>Adoptability</i>	0,249	Nonheteroskedastisitas

<i>Desirability</i>	0,642	Nonheteroskedastisitas
<i>Usability</i>	0,168	Nonheteroskedastisitas

Sumber : Data diolah penulis (SPSS 26.00), 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai Sig. untuk seluruh variabel adalah Sig. > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda dipilih untuk menganalisis hipotesis yang telah diajukan. Hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS 26.00 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.36
Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	Sig.
Konstanta	2,456	1,341	0,182
<i>Value</i>	0,101	0,872	0,385
<i>Adoptability</i>	0,053	0,512	0,610
<i>Desirability</i>	0,223	1,822	0,071
<i>Usability</i>	0,836	4,370	0,000
F_{hitung}	20,314		
R^2	0,388		

Sumber : Data diolah penulis (SPSS 26.00), 2021

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien regresi variabel *value* adalah 0,101, nilai koefisien regresi variabel *adoptability* adalah 0,053, nilai

koefisien regresi variabel *desirability* adalah 0,223, dan nilai koefisien regresi variabel *usability* adalah 0,836. Dari hasil analisis regresi tersebut dapat diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,456 + 0,101X_1 + 0,053X_2 + 0,223X_3 + 0,836X_4$$

Berdasarkan persamaan diatas diketahui bahwa koefisien regresi terhadap nilai variabel *value* (X_1), variabel *adoptability* (X_2), variabel *desirability* (X_3), dan variabel *usability* (X_4) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa FDK UIN Sumatera Utara sebagai pengguna Telegram. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konstanta (Y) : 2,456, artinya apabila variabel *user experience* : *value*, *adoptability*, *desirability*, dan *usability* sama dengan nol, maka besarnya variabel dependen kepuasan mahasiswa (Y) sebesar 2,456.
2. Koefisien (X_1) : 0,101, artinya apabila elemen *value*, naik sebesar 1%, sementara variabel lain konstan maka kepuasan mahasiswa mengalami peningkatan sebesar 0,101.
3. Koefisien (X_2) : 0,053, artinya apabila elemen *adoptability*, naik sebesar 1%, sementara variabel lain konstan maka kepuasan mahasiswa mengalami peningkatan sebesar 0,053.
4. Koefisien (X_3) : 0,223, artinya apabila elemen *desirability*, naik sebesar 1%, sementara variabel lain konstan maka kepuasan mahasiswa mengalami peningkatan sebesar 0,223.

5. Koefisien (X_4) : 0,836, artinya apabila elemen *usability*, naik sebesar 1%, sementara variabel lain konstan maka kepuasan mahasiswa mengalami peningkatan sebesar 0,836.

4.1.6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilakukan melalui pembuktian koefisien regresi untuk menguji pengaruh variabel independen (X) yaitu *user experience : value*, *adoptability*, *desirability*, dan *usability* terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini dilakukan secara bersama-sama (simultan) dengan menggunakan uji F maupun menggunakan uji t.

a. Uji Korelasi Parsial (Uji t)

Uji korelasi parsial adalah untuk menguji apakah elemen *value*, *adoptability*, *desirability*, dan *usability* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna Telegram. Dengan bantuan *software* IBM SPSS 26.00. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel. Adapun nilai t-tabel diketahui sebesar 0,677.

Dasar pengambilan keputusan uji t (parsial) dalam analisis regresi adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau hipotesis diterima.
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau hipotesis ditolak.

Tabel 4.37**Hasil Uji t**

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Keterangan
<i>Value</i>	0,872	0,677	Diterima
<i>Adoptability</i>	0,512	0,677	Ditolak
<i>Desirability</i>	1,822	0,677	Diterima
<i>Usability</i>	4,730	0,677	Diterima

Sumber : Data diolah penulis (SPSS 26.00), 2021

Berdasarkan tabel 4.37 dapat dilihat bahwa variabel *value*, *desirability*, dan *usability* memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Sedangkan untuk variabel *adoptability* memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka dapat diartikan bahwa hipotesis ditolak.

b. Uji F Simultan

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel independen yaitu *value*, *adoptability*, *desirability*, dan *usability* secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu kepuasan mahasiswa. Apabila nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen signifikan atau hipotesis diterima. Diketahui nilai F tabel untuk penelitian ini adalah 2,44.

Tabel 4.38**Hasil Uji F**

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	183,668	4	45,917	20,314	,000 ^b
	Residual	289,324	128	2,260		
	Total	472,992	132			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Usability, Value, Desirability, Adoptability

Sumber : Data diolah penulis (SPSS 26.00), 2021

Dari tabel 4.38 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 20,314 yang lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2,44, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *value*, *adoptability*, *desirability*, dan *usability* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan mahasiswa.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.39**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623 ^a	,388	,369	1,503

a. Predictors: (Constant), Usability, Value, Desirability, Adoptability

Sumber : Data diolah penulis (SPSS 26.00), 2021

Berdasarkan tabel 4.39 diketahui nilai *R Square* adalah sebesar 0,388.

Nilai *R Square* ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien relasi (nilai R),

yaitu 0,623. Besar nilai *R Square* sama dengan 38,8% yang berarti bahwa variabel independen yaitu *value*, *adoptability*, *desirability*, dan *usability* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan mahasiswa sebesar 38,8%. Sedangkan sisanya yaitu 61,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

d. Sumbangan Relatif (SR%) dan Sumbangan Efektif (SE%)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, serta mengetahui elemen variabel X apa yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel Y. Sumbangan Relatif (SR) merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besarnya sumbangan suatu variabel prediktor terhadap jumlah kuadrat regresi. Jumlah SR dari semua variabel independen adalah 100% atau sama dengan 1. Sementara itu, Sumbangan Efektif (SE) adalah suatu ukuran sumbangan sebuah variabel prediktor (X) terhadap variabel kriterium (Y) dalam analisis regresi. Penjumlahan dari SR untuk semua variabel independen adalah sama dengan jumlah nilai yang ada pada koefisien determinasi (*R Square*).

Tabel 4.40

Hasil Uji Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

Variabel	SE	SR
<i>Value</i>	1,33%	3,4%

<i>Adoptability</i>	1,76%	4,5%
<i>Desirability</i>	8,76%	22,5%
<i>Usability</i>	27,01%	69,6%
Total	38,8%	100%

Sumber : Data diolah penulis (SPSS 26.00), 2021

Berdasarkan tabel 4.40 diatas dapat diketahui bahwa variabel *value* memberikan sumbangan relatif sebesar 3,4%, variabel *adoptability* memberikan sumbangan relatif sebesar 4,5%, variabel *desirability* memberikan sumbangan relatif sebesar 22,5%, dan variabel *usability* memberikan sumbangan relatif sebesar 69,6% terhadap kepuasan mahasiswa. Dapat diketahui juga sumbangan efektif variabel *value* memberikan sumbangan relatif sebesar 1,33%, variabel *adoptability* memberikan sumbangan relatif sebesar 1,76%, variabel *desirability* memberikan sumbangan relatif sebesar 8,76%, dan variabel *usability* memberikan sumbangan relatif sebesar 27,01% terhadap kepuasan mahasiswa. Sumbangan efektif total sebesar 38,8% yang dapat diartikan bahwa variabel independen memberikan sumbangan efektif sebesar 38,8% sedangkan 61,2% diberikan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Data pencarian SE dan SR terlampir.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan mahasiswa Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sebagai pengguna Telegram.

a. Pengaruh *User Experience* terhadap Kepuasan Mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Sumatera Utara sebagai Pengguna Aplikasi Telegram.

Hasil uji t menunjukkan bahwa elemen *value* diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara elemen *value* terhadap kepuasan mahasiswa (Y). Dari sini dapat diketahui bahwa ketika sebuah produk memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya meskipun banyak aplikasi menawarkan hal yang sama, maka produk tersebut memiliki nilai di mata konsumen. Hal ini menjadi faktor yang cukup penting dalam menunjang kepuasan pengguna.

Hasil uji t menunjukkan bahwa elemen *adoptability* diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara parsial antara elemen *adoptability* terhadap kepuasan mahasiswa (Y). Dari sini dapat diketahui bahwa kemudahan beradaptasi dari sebuah produk tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, dikarenakan setiap pengguna yang justru akan menyesuaikan diri dengan produk yang ingin digunakannya.

Hasil uji t menunjukkan bahwa elemen *desirability* diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara elemen *desirability* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna telegram (Y). Dari sini dapat disimpulkan bahwa tampilan aplikasi Telegram yang profesional dan nyaman dilihat memengaruhi keinginan pengguna dalam memilih aplikasi. Selain itu, aplikasi Telegram merupakan aplikasi media sosial yang menyenangkan saat digunakan. Sehingga, kombinasi keduanya membuat pengguna dapat berlama-lama menggunakannya.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *usability* diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara elemen *usability* terhadap kepuasan mahasiswa (Y). Pada dasarnya kegunaan (*usability*) dari suatu aplikasi sangat memengaruhi kepuasan pengguna, karena semakin tinggi tingkat kemudahan menggunakannya maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem sesuai dengan keinginan pengguna.

Kepuasan pengguna dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis terhadap elemen *user experience*, yaitu nilai (*value*), kemampuan beradaptasi (*adoptability*), keinginan

(*desirability*) dan kegunaan (*usability*) terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan secara bersama-sama elemen *value*, *adoptability*, *desirability* dan *usability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Besarnya pengaruh keempat variabel bebas tersebut terhadap kepuasan pengguna adalah 38,8%. Namun, masih terdapat variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan mahasiswa. Total nilai variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu sebesar 61.2%. Jadi, dengan melihat nilai presentase pengaruh kepuasan mahasiswa dari keempat elemen tersebut, maka bisa menjadi pertimbangan yang harus difokuskan oleh pengembang aplikasi serupa.

Manfaat yang disarankan oleh pengguna sangat penting bagi aplikasi Telegram agar pengguna mau menggunakannya secara terus menerus, kemampuan aplikasi dalam memberi kemudahan akses maupun menggunakan produk juga akan membuat pengguna merasa tertarik dengan aplikasi Telegram, terlepas dari hal tersebut penampilan atau desain yang menarik juga akan menunjang kenyamanan dan kesenangan bagi pengguna, apalagi didukung kegunaan pada aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, itu akan semakin membuat pengguna merasa puas dengan pelayanan suatu aplikasi khususnya seperti yang disajikan oleh aplikasi Telegram

b. Variabel yang Paling Berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Sumatera Utara sebagai Pengguna Aplikasi Telegram.

Berdasarkan analisis data sumbangan efektif dan sumbangan relatif masing-masing elemen dari variabel bebas, maka dari hasil analisis data tersebut dapat disimpulkan bahwa elemen yang paling berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Sumatera Utara dalam penelitian ini yaitu elemen kegunaan (*usability*) dan elemen keinginan (*desirability*). Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa alasan utama bagi orang untuk menggunakan jejaring sosial khususnya aplikasi pengiriman pesan instan adalah dari kegunaan dari aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, desain yang menarik dari tampilan sebuah aplikasi juga menentukan keinginan pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, pengalaman yang didapatkan haruslah menyenangkan (*enjoyable*), memiliki desain visual yang menarik (*innovative visual design*), memiliki persepsi merek yang bagus (*brand perception*) dan mudah untuk dioperasikan (*user friendly*).

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut :

- a. Terdapat pengaruh signifikan variabel nilai (*value*) terhadap kepuasan mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Sumatera Utara sebagai pengguna aplikasi Telegram. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang telah memenuhi syarat untuk pernyataan tersebut dengan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, karena dalam statistika sebuah hasil dapat dinyatakan signifikan apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel nilai (*value*) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa.

- b. Tidak terdapat pengaruh signifikan kemampuan beradaptasi (*adoptability*) terhadap kepuasan mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Sumatera Utara. Hal ini disebabkan perolehan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa elemen kemampuan beradaptasi (*adoptability*) tidak bisa berperan sendiri untuk mencapai kepuasan mahasiswa secara parsial pada aplikasi Telegram.

- c. Terdapat pengaruh positif dan signifikan keinginan (*desirability*) terhadap kepuasan mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Sumatera Utara. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang telah memenuhi syarat untuk pernyataan tersebut, sehingga dapat dikatakan elemen keinginan (*desirability*) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa.
- d. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kegunaan (*usability*) terhadap kepuasan mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Sumatera Utara. Hasil uji t telah membuktikan bahwa elemen kegunaan (*usability*) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa.
- e. Terdapat pengaruh positif dan signifikan nilai (*value*), kemampuan beradaptasi (*adoptability*), keinginan (*desirability*) dan kegunaan (*usability*) secara bevarrsama-sama terhadap kepuasan mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Sumatera Utara. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F (simultan) yang menghasilkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang sesuai dengan pengambilan keputusan dalam statistika, maka dapat dikatakan semua elemen dari variabel independen pada penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Dalam penelitian ini, elemen yang paling berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa yaitu elemen kegunaan (*usability*) dan elemen keinginan (*desirability*). Hal ini dibuktikan dengan jumlah SE variabel *usability* sebesar 27,01% dan SE variabel *desirability* sebesar 8,76% dari

sumbangan bersama-sama sebesar 38,8% terhadap pengaruh kepuasan mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Sumatera Utara.

5.2 **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut:

a. Bagi pengembang aplikasi serupa

Mengingat dalam penelitian ini terdapat 38,8% sumbangan efektif dari keempat variabel yang diteliti terhadap pengaruh kepuasan mahasiswa pengguna aplikasi Telegram, maka disarankan kepada pengembang aplikasi serupa untuk mempertimbangkan variabel-variabel tersebut sebagai faktor pendukung kepuasan pengguna bagi produk aplikasi serupa lainnya.

b. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti kepuasan pengguna. Misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dibandingkan angket yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Fahana, J. F., & Ridho, F. (2018). *Pemanfaatan Telegram Sebagai Notifikasi Serangan untuk Keperluan Forensik Jaringan*. JOM FISIP, 5(1), hlm. 1–11.
- Fitriansyah, F. (2018). *Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja)*. Cakrawala, 18(2), hlm. 171–178.
- Fitriansyah, Fifit & Aryadillah. (2020). *Penggunaan Telegram Sebagai Media Komunikasi Dalam Pembelajaran Online*. Cakrawala. 20(2), hlm. 111-117.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juliandi, Azuar dkk. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU.
- Kotler, P & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian. Edisi Millenium*. Jilid I. Terjemahan oleh Jaka Wasana. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, Denis. (2006). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Terjemahan oleh Agus Dharma dan Aminudin Ram. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunika Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Munthe, Donaroe Rio, dkk. (2018). *Analisis User Experience Aplikasi Mobile Facebook (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Brawijaya)*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 7(2), hlm. 2679-2688.

Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Grafindo Persada.

----- (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana.

Sinambela, Lijan Poltak. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV. ALFABETA.

Sugiyono, dan Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Bandung: CV. ALFABETA.

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., dan Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup! Plus: contoh spesifik riset kepuasan dan ketidak puasan pelanggan, strategi mewujudkan kepuasan pelanggan*. Yogyakarta: Andi.

Website :

Guo, Frank. (2012). *More Than Usability: The Four Elements of User Experience*, Part I. [Diakses 3 Februari 2021].

International Standarts Office (ISO), (1998). ISO 9241 – 11 Ergonomic Requirements for Office Work with Visual Display Terminal (VDTs) – Part 11: Guidance on Usability.

Electronic documents. Geneva: ISO. [Diakses 4 Februari 2021]

Norman, D.A., (2013). *The Design of Everyday Things, Revised and Expanded Edition*.

[Diakses 5 Februari 2021].

BroadbandSearch.net. (2021). *Mobile Vs. Dekstop Internet Usage* (Latest 2021 Data).

[Diakses pada 16 Februari 2021]

Telegram. (2021). *Some of Telegram Features*. Telegram Tips. [Diakses 16 Februari 2021]

----- (2021). *Telegram's User in The World*. Durov's Channel. [Diakses 16 Februari 2021]

ANGKET INSTRUMEN PENELITIAN

Assalamu 'alaykum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan, saya Lira Dwina Andharisha mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam rangka melaksanakan penelitian tugas akhir saya yang berjudul “**Analisis User Experience Aplikasi Telegram Pada Tingkat Kepuasan Mahasiswa**”, saya mohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi form kuesioner dibawah ini. Atas bantuan dan kerjasama saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk pengisian

Berdasar atas pengalaman saudara/i, pilihlah jawaban pada bobot nilai yang paling merefleksikan persepsi saudara/i pada setiap pernyataan.

Keterangan

- **SS** : Sangat Setuju
- **S** : Setuju
- **TS** : Tidak Setuju
- **STS** : Sangat Tidak Setuju

Identitas Responden

Nama :
NPM :
Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
Kelas : A / B / C / D / E – Manajemen Dakwah

A. Value Telegram

No	Daftar Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Telegram menyediakan fitur komunikasi yang lengkap.				
2	Fitur yang tersedia dapat beroperasi dengan baik tanpa error.				
3	Fitur pada Telegram telah memenuhi kebutuhan komunikasi saya.				

B. Adoptability Telegram

No	Daftar Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Fitur yang disediakan sederhana dan tidak rumit.				
2	Komunikasi tetap dapat diakses walaupun sisa kuota internet sudah melemah.				

3	Aplikasi jarang mengalami masalah karena gangguan server.				
4	Kemampuan untuk mengakses informasi berjalan dengan baik.				
5	Situs jejaring sosial Telegram memiliki akses yang mudah untuk digunakan.				
6	Pengaturan layanan privasi bisa diatur sesuai keinginan pengguna Telegram.				
7	Keamanan dan privasi Telegram terenkripsi secara end-to-end sehingga informasi milik kita tidak dapat dilihat oleh pihak Telegram maupun orang ketiga.				

C. *Desirability* Telegram

No	Daftar Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Konten aplikasi Telegram disajikan dengan jelas.				
2	Desain, simbol, ikon dan warna cukup relevan.				
3	Grafis yang digunakan pada aplikasi tidak berlebihan.				
4	Saya nyaman menggunakan aplikasi Telegram karena bebas dari iklan.				
5	Saya merasa senang bermedia sosial dengan aplikasi ini karena dapat berkomunikasi dengan baik.				

D. *Usability* Telegram

No	Daftar Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mudah menemukan semua konten dan informasi yang saya butuhkan.				
2	Telegram tidak sukar dipahami sekalipun bagi pemula.				
3	Tidak banyak hambatan dalam penggunaan aplikasi Telegram.				
4	Struktur pada menu dan halaman dapat ditemukan dengan mudah.				

E. Kepuasan Mahasiswa

No	Daftar Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya dapat bermedia sosial secara efektif menggunakan aplikasi Telegram.				

2	Saya merasa aman dan sangat percaya pada sistem layanan privasi Telegram.				
3	Saya merasa senang karena Telegram konsisten dalam menjaga kualitas sistemnya tanpa iklan dan tidak berbayar.				
4	Saya merasa puas dengan semua pelayanan dari Telegram.				
5	Saya merasa puas berkomunikasi selama menggunakan aplikasi Telegram.				
6	Saya belum pernah kecewa selama menggunakan aplikasi Telegram.				

104	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	75
105	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	69
106	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	75
107	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	77
108	2	2	2	4	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	73
109	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	72
110	2	2	2	3	2	2	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	74
111	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	74
112	1	1	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	67
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	77
114	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	71
115	1	1	1	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	2	2	4	70
116	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73
117	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	75
118	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	79
119	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	82
120	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75
121	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	76
122	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71
123	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	76
124	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	70
125	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	72
126	3	2	2	3	3	2	3	2	1	1	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66
127	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	73
128	2	2	3	2	3	3	4	4	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	74
129	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73
130	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	72
131	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	75
132	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	72
133	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	87

Output Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Value	Between Groups	(Combined)	107,309	9	11,923	4,010	,000
		Linearity	14,321	1	14,321	4,817	,030
		Deviation from Linearity	92,988	8	11,623	3,910	,000
	Within Groups	365,684	123	2,973			
Total			472,992	132			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Adoptability	Between Groups	(Combined)	114,221	11	10,384	3,502	,000
		Linearity	58,682	1	58,682	19,791	,000
		Deviation from Linearity	55,539	10	5,554	1,873	,055
	Within Groups	358,771	121	2,965			
Total			472,992	132			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Desirability	Between Groups	(Combined)	146,443	8	18,305	6,951	,000
		Linearity	118,544	1	118,544	45,014	,000
		Deviation from Linearity	27,899	7	3,986	1,513	,169
	Within Groups	326,550	124	2,633			
Total			472,992	132			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Usability	Between Groups	(Combined)	188,857	6	31,476	13,958	,000
		Linearity	169,455	1	169,455	75,145	,000
		Deviation from Linearity	19,402	5	3,880	1,721	,135
	Within Groups		284,135	126	2,255		
	Total		472,992	132			

Output Uji Multikolinearitas**Coefficients^a**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Value	,621	1,610
Adoptability	,506	1,974
Desirability	,516	1,939
Usability	,527	1,899

a. Dependent Variable: Kepuasan

Output Uji Heteroskedastisitas**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,120	1,111		1,008	,315
	Value	,032	,070	,050	,453	,651
	Adoptability	-,073	,063	-,142	-1,158	,249
	Desirability	-,035	,074	-,057	-,465	,642
	Usability	,149	,107	,167	1,386	,168

a. Dependent Variable: Abs_RES

Output Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623 ^a	,388	,369	1,503

a. Predictors: (Constant), Usability, Value, Desirability, Adoptability

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	183,668	4	45,917	20,314	,000 ^b
	Residual	289,324	128	2,260		
	Total	472,992	132			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Usability, Value, Desirability, Adoptability

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,456	1,832		1,341	,182
	Value	,101	,116	,077	,872	,385
	Adoptability	,053	,104	,050	,512	,610
	Desirability	,223	,122	,175	1,822	,071
	Usability	,836	,177	,451	4,730	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Ooutput Uji SE dan SR

		Correlations				
		Value	Adoptability	Desirability	Usability	Kepuasan
Value	Pearson Correlation	1	,583**	,054	,131	,174*
	Sig. (2-tailed)		,000	,537	,133	,045
	N	133	133	133	133	133
Adoptability	Pearson Correlation	,583**	1	,400**	,417**	,352**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	133	133	133	133	133
Desirability	Pearson Correlation	,054	,400**	1	,669**	,501**
	Sig. (2-tailed)	,537	,000		,000	,000
	N	133	133	133	133	133
Usability	Pearson Correlation	,131	,417**	,669**	1	,599**
	Sig. (2-tailed)	,133	,000	,000		,000
	N	133	133	133	133	133
Kepuasan	Pearson Correlation	,174*	,352**	,501**	,599**	1
	Sig. (2-tailed)	,045	,000	,000	,000	
	N	133	133	133	133	133

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Lira Dwina Andharisha
Tempat/ Tanggal Lahir : Tebing Tinggi, 02 Juli 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Anak Ke : 2 (Dua) dari 3 (Tiga) bersaudara
Ayah : Syahrul Haris
Ibu : Addara Qutni *rahimahallaah*
Alamat : Laut Tador, Batu Bara
Status : Belum Menikah
No. HP/WA : 0896-2656-4100

PENDIDIKAN

1. SD N 010224 Tanjung Kasau (2005-2011)
2. SMP N 2 Tebing Tinggi (2011-2014)
3. SMA N 2 Tebing Tinggi (2014-2017)
4. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (2017-2021)

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, Oktober 2021

LIRA DWINA ANDHARISHA
NPM. 1703110032



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jalan Williem Iskandar Pasar V Medan Estate 20731 Telepon 6615683-6622925 Faximile 6615683
Situs: www.fdk.uinsu.ac.id, Email: fdk@uinsu.ac.id

Nomor : B-934/DK/DK.V.1/KS.02/03/2021 08 Maret 2021

Lampiran: -

Hal : Mohon Diberikan Izin Penelitian Mahasiswa

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Medan

Assalamu 'alaikum wr. wb

Dengan hormat, memenuhi maksud surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara nomor 291/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 tanggal 04 Maret 2021 hal dipokok surat, kami memberikan izin melaksanakan penelitian di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan dengan mematuhi ketentuan Pemerintah mengenai Protokol Kesehatan Pencegahan Covid-19 dan ketentuan yang berlaku di UIN Sumatera Utara Medan untuk memperoleh data penulisan skripsi kepada mahasiswa:

Nama : Lira Dwina Andharisha
NPM : 1703110032
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII / Tahun Akademik 2020/2021
Judul Skripsi : Analisis User Experience Aplikasi Telegram Pada Tingkat Kepuasan Mahasiswa

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih



Dekan
Prof. Dr. Lahmuddin, M.Ed
NIP. 196211041989021002

Tembusan
Rektor UIN Sumatera Utara Medan.



Logo of Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

040.17.311

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 • (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Sk-1

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan ILMU KOMUNIKASI Medan, 15 Januari 2021.
FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : LIRA DWINA ANDHARISHA
NPM : 1703110032
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Tabungan sks : 127... sks, IP Kumulatif 3,71

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang dikomunikasikan	Tgl. Pengajuan
1	Analisis User Experience Aplikasi Telegram pada Tingkat Kepuasan Mahasiswa	18/1 - 2021
2	Opini Mahasiswa terhadap segment 'Tonight Clinic' dalam Tayangan Tonight Show NET TV	
3	Pola Komunikasi Antara Anak dan Orangtua yang Tinggal Terpisah dalam Menghadapi Konflik	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal.*

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 18 Januari 2021

Pemohon,

(LIRA DWINA A)

PB: PAZLAL HAMZAH 18/1 21

Nurharanah Naruton S.Sos., M.I.Kom



UMSU

Unggul! Cerdas! Berprestasi!

Dilarang mengowes, menjual, atau dipinjamkan kepada pihak lain tanpa izin dari pihak yang bersangkutan.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 76/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 975/SK/II.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal 18 Januari 2021 dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : LIRA DWINA ANDHARISHA
N P M : 1703110032
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun 2020/2021
Judul Skripsi : ANALISIS USER EXPERIENCE APLIKASI TELEGRAM PADA TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA
Pembimbing : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor Nomor 975/SK/II.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 049.17.0311 tahun 2021.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal 18 Januari 2022.



Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 05 Djumadil Akhir 1442 H
19 Januari 2021 M

Dekan

Dr. Ariflu Saleh, S.Sos., MSP

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.



Engaged, Credent, & Temperate
Dika menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, ..17 Februari..2021

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : LIRA DWINA ANDHARISHA
N P M : 1703110032
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. ..76./SK/II.3/UMSU-03/F/20.21.. tanggal ..17 Februari 2021.. dengan judul sebagai berikut :

ANALISIS USER EXPERIENCE APLIKASI TELEGRAM PADA TINGKAT
KEPUASAN MAHASISWA

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap -3)
8. Semua berkas dimasukan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Mengetujui :

Pembimbing

(Fatma Hanifah Lubis, S.Sos., M.I.Kom.)

Pemohon,

(LIRA DWINA .A.)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-4



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 261/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Sabtu, 27 Februari 2021
Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Online/Daring
Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL SKRIPSI
21	DESI WIDYA	1703110144	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom	RAHMANITA GINTING.S.Sos., M.A., Ph.D.	PEMANFAATAN APLIKASI KAI ACCESS SEBAGAI UPAYA PENGURANGAN KONTAK FISIK DI MASA PANDEMI COVID-19
22	DEVICA ZEIN	1703110103	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	RAHMANITA GINTING.S.Sos., M.A., Ph.D.	OPINI MASYARAKAT KABUPATEN BIRELEN TERHADAP PROGRAM VAKSINASI COVID-19
23	YANGGI YUDHA HASIBUAN	1703110095	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS "SAMASE" DALAM MEMBANGUN BRAND DI KOTA MEDAN
24	NABILA YOLANDA PUTRI	1703110084	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	ASMAWITA, Hj. AM, MA	OPINI MASYARAKAT DELI SERDANG TERHADAP VAKSINASI COVID-19
25	LIRA DWINA ANDRHARISHA	1703110032	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS USER EXPERIENCE APLIKASI TELEGRAM PADA TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA

Medan, 13 Rajab 1443 H
25 Februari 2021 M

Nurhasanah Nasution, S.Sos., MSP.



Unggulkan Cerdas, Berprestasi,
dan Berkarakter untuk meningkatkan
kompetensi masyarakat

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : LIRA DWINA ANDHARISHA
N P M : 1703110032
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : ANALISIS USER EXPERIENCE APLIKASI TELEGRAM PADA TINGKAT
KEPUASAN MAHASISWA

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	18 Jan '21	Diskusi judul skripsi	
2	4 Feb '21	Bimbingan proposal skripsi bab 1, bab 2, bab 3	
3	13 Feb '21	Revisi bab 1-3	
4	16 Feb '21	ACC proposal skripsi	
5	1 Mar '21	Bimbingan revisi proposal	
6	10 Mar '21	Bimbingan daftar kuisisioner /angket	
7	15 Mar '21	Acc daftar kuisisioner	
8	23 Apr '21	Bimbingan skripsi bab IV dan bab V	
9	27 Apr '21	Revisi penulisan skripsi	
10	6 Mei '21	Bimbingan hasil olah data penelitian	
11	15 Jun '21	Penambahan lampiran skripsi	
12	21 Jun '21	ACC sidang meja hijau	

Medan, 21 Juni 2021

Dekan,

Dr. Arifin Saleh S.Sos, MSP

Ketua Jurusan,

Nurhasanah Masution S.Sos., M.Likom

Pembimbing,

Farzal Harnawan Lubis S.Sos., M.Likom



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 776/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jum'at, 09 Juli 2021
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	SURITA ANNAZMI SINAGA ✓	1703110028	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	PERENCANAAN KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN WISATA RELIGI DI KOTA PEKANBARU
2	INDAH KURNIATI ✓	1703110013	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	REPRESENTASI PERJUANGAN SEORANG AYAH DALAM FILM SEJUTA SAAYANG UNTUKNYA
3	DAH AYU RATNA NINGSIH ✓	1703110098	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI ETNIS TIONGHOA DALAM UPAYA PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA DI ROKAN HILIR RIAU
4	NURUL ANANDA ARIYANI ✓	1703110065	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	DAMPAK PESAN POLITIK TERHADAP PARTISIPASI PEMILIH KOTA MEDAN DI MASA PANDEMI COVID-19
5	LIRA DWINA ANDHARISHA ✓	1703110032	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS USER EXPERIENCE APLIKASI TELEGRAM PADA-TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA

Notulis Sidang :

Medan, 26 Dzulqaidah 1442 H

1.

07 Juli 2021 M

Ditetapkan oleh :



Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Panitia Ujian



Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom