

ISSN: 2338 4638

Volume 6 Nomor 4 (2022)

# 6 ADALAH

Buletin Hukum & Keadilan

## Usabilitas Twitter, Facebook, Youtube, dan Tiktok

Munadhil Abdul Muqsith

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

 [10.15408/adalah.v6i4.26765](https://doi.org/10.15408/adalah.v6i4.26765)

**Abstract:**

*New media technologies Twitter, Facebook, YouTube, and TikTok are on the way to Reusability. To meet user satisfaction, each online media network vendor is competing to create a website platform to have unique advantages and differences in the virtual world market by increasing its usability. For that, let's discuss what is meant by Usability and its theory.*

**Keywords:** Usability, Facebook, Twitter, Youtube, and Tiktok

## A. PENDAHULUAN

Apa yang pertama kali yang terlintas dibenak Anda ketika orang mengungkap kata Facebook, Twitter, Youtube dan Tiktok? Menurut hemat Penulis, yang akan terlintas di benak orang tersebut; aplikasi untuk bersosialisasi yang terhubung dalam internet sehingga memungkinkan berinteraksi tanpa dibatasi ruang, batas dan waktu, secara singkat disebut social media (Muqsith & Muzykant, 2019).

Sosial media dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian besar yaitu:

1. Social Networks, media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi (Facebook, myspace, hi5, Linked in, bebo, dll)
2. Discuss, media sosial yang memfasilitasi sekelompok orang untuk melakukan obrolan dan diskusi (google talk, yahoo! M, skype, phorum, dll)
3. Share, media sosial yang memfasilitasi kita untuk saling berbagi file, video, music, dll (youtube, slideshare, feedback, flickr, crowdstorm, dll)
4. Publish, (wordpredss, wikipedia, blog, wikia, digg, dll)

5. Social game, media sosial berupa game yang dapat dilakukan atau dimainkan bersama-sama (koongregate, doof, pogo, cafe.com, dll)
6. MMO (kartrider, warcraft, neopets, conan, dll)
7. Virtual worlds (habbo, invu, starday, dll)
8. Livecast (Live, blog tv, justin tv, listream tv, livecastr, dll)
9. Livestream (socializr, froendsfreed, socialthings!, dll)
10. Micro blog (twitter, plurk, pownce, twirxr, plazes, tweetpeek, dll)

Sosial media memiliki dampak besar pada kehidupan saat ini. Seseorang yang awalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan media sosial.

Apabila kita dapat memanfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan dan sebagainya. Tetapi apabila kita yang dimanfaatkan oleh media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan didapat seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata, autis, dan lain-lain (Muqsith M.A et al, 2021).

Orang yang pintar dapat memanfaatkan media sosial untuk mempermudah hidupnya, memudahkan dia belajar, mencari kerja, mengirim tugas, mencari informasi, berbelanja, dll.

Media sosial menambahkan kamus baru dalam pembendaharaan kita yakni selain mengenal dunia nyata juga sekarang kita mengenal “dunia maya”. Dunia bebas tanpa batasan yang berisi orang-orang dari dunia nyata. Setiap orang bisa jadi apapun dan siapapun di dunia maya. Seseorang bisa menjadi sangat berbeda kehidupannya antara didunia nyata dengan dunia maya. Hal ini terlihat terutama dalam jejaring sosial.

Bagaimana tidak, laporan yang dirilis WeAreSocial menyebutkan pada tahun 2022, pengguna jejaring sosial Facebook besutan Mark Zuckerberg telah mencapai 2,910 milyar pengguna aktif. Di tahun yang sama pula, pengguna jejaring sosial Twitter mencapai angka pengguna aktif facebook di dunia. Jumlah pengguna situs 140 karakter ini, sudah mencapai angka 436 juta akan tetapi hanya ada 288 juta orang yang merupakan pengguna aktif. (Rachmatunisa, 2013)

Sedangkan Tahun 2022, Google juga mengumumkan pencapaian luar biasa yang diraih oleh layanan video streaming-nya, YouTube.

Layanan yang diakuisisi pada 2006 tersebut telah memiliki 2,562 miliar pengguna. Apabila dibandingkan dengan jumlah penduduk bumi yang mencapai sekitar 7,91 miliar orang, maka pencapaian YouTube tersebut hampir 32% penduduk bumi menggunakan Youtube.

Di tahun yang sama platform sosial media sosial media untuk berbagi video dan straming konten bernama TikTok memiliki pengguna aktif sebesar 1 Milyar. Platform yang paling muda sejak 2016 ini menjadi tranding untuk millenial sekarang.

## **B. USABILITAS FACEBOOK**

Facebook menarik bagi masyarakat sosial dan bisa sangat adiktif kepada orang-orang yang memiliki keinginan tak terpuaskan untuk tetap terhubung dengan teman-teman dan membuat kenalan baru. Bahkan, beberapa orang melaporkan mereka jarang menggunakan alat email atau IM lagi dalam komunikasi sosial online lagi, tetapi mengandalkan hampir seluruhnya di Facebook untuk email, chatting, gambar dan video sharing. ([www.twitip.com](http://www.twitip.com))

Pecandu Facebook suka model portal sosial versus harus login ke AIM, Yahoo Messenger, Gmail, Hotmail, Flickr, YouTube, MySpace, dll. Sebaliknya, Facebook memberi mereka satu alternatif untuk semua aplikasi

tersebut, dengan satu login dan antarmuka untuk mengelola secara online kebutuhan interaksi sosial.

Facebook juga menyediakan berkirim pesan, bertukar foto atau video, membuat undangan, membuat group dan bisa langsung live chat dengan teman yang sudah diundang. Sehingga jejaring sosial ini diminati banyak orang, mulai dari remaja, anak kecil bahkan orang dewasa dan orang tua.

### C. USABILITAS TWITTER

Kelebihan jejaring sosial ini adalah tampilannya yang simple dengan background yang dapat diganti sesuai keinginan pemilik akun, terlihat lebih *elegant*. Akan tetapi, menurut Penulis, biasanya bagi pengguna pemula, jejaring sosial ini penggunaan terlihat lebih sulit mengoperasikannya ketimbang facebook. Walaupun mungkin lebih adiktif setelah pengguna mendapatkan memahami bagaimana itu Twitter.

Untuk dapat menanggapi atau mendapatkan tanggapan, Pengguna dapat lebih cepat mendapat tanggapan juga lebih banyak mendapat tanggapan langsung dan orang yang telah mem '*Follow*' atau telah di '*Folow*'. Inilah yang membedakan facebook dengan twitter karena eksklusitasnya. Ada anggapan bahwa

semakin banyak followers yang dimiliki pengguna, berarti terkenallah si pengguna twitter tersebut.

Sama seperti Facebook, Twitter juga menyediakan fasilitas berkirim pesan hanya pada orang yang telah di 'Follow' balik oleh follower, mengunduh foto atau video. Tetapi twitter juga memiliki kekurangan. Sama seperti jejaring sosial yang lain, di twitter pun kita dapat mempublikasikan foto atau video yang kita punya, tetapi foto yang diupload di twitter tidak dapat dijadikan satu folder dengan judul tertentu.

#### **D. USABILITAS YOUTUBE**

Berbeda dengan Facebook dan Twitter, Youtube merupakan jejaring sosial khusus untuk mengunggah video tanpa batas. Penggunaanya juga dapat mengunggah video sebanyak banyaknya, tanpa kapasitas tertentu. Banyak orang memanfaatkan youtube untuk memperkenalkan diri mereka dengan bakat yang mereka punya, untuk ajang mengekspresikan diri. Setelah menonton, pengguna juga dapat memberikan komentar, memberikan tanda 'suka' atau 'tidak suka' pada video tersebut. Tetapi jejaring sosial ini juga memiliki kekurangan, dimana pemilik akun hanya bisa mengunggah video, tidak bisa mengunggah foto.

Menurut Penulis youtube memiliki banyak manfaat karena memberikan contoh atau tutorial atau simulasi (video) yang jelas untuk melakukan suatu kegiatan praktek.

## **E. USABILITAS TIKTOK**

Aplikasi yang berdiri sejak 2016 ini terkenal dengan konten video singkat viralnya (dan kontroversi tentang praktik keamanan data) ada beberapa peluang. Pengguna berduyun-duyun ke perangkat seluler mereka untuk menciptakan kembali tren tarian terbaru atau melakukan duet musik, permintaan dan dorongan untuk koneksi di dunia terpencil saat ini tidak pernah lebih besar.

Beberapa fitur TikTok yang paling penting dan memiliki tantangan kegunaan yang dihadapkannya, dan bagaimana kita dapat menyelesaikannya melalui pilihan desain yang ditingkatkan dan disederhanakan. Pertama, pembuatan konten (fitur rekam video), Presentasi Konten, Profil Pengguna. Mengenai perilaku dan kegunaan, kemungkinan tim di TikTok telah membuat pengorbanan yang signifikan dengan mengorbankan desain antarmukanya.



Sebagai data untuk praktik terbaik dalam desain UX seluler, penting untuk menyadari bahwa keputusan penelitian berbasis data akan selalu memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang bagaimana pengguna berperilaku (atau seharusnya berperilaku) dengan aplikasi sosial seperti TikTok.

Namun, dengan mengambil langkah mundur dan menghapus aplikasi ke tujuan dasarnya, kami dapat menerapkan prinsip-prinsip UX yang baik, memanfaatkan pengetahuan kami tentang tren seluler terbaru, dan membayangkan kembali pengalaman aplikasi yang lebih fokus, fleksibel, dan suar untuk kesederhanaan (Kevin Soon & Kyle Bridges, 2021).

## **F. TEORI USABILITAS TEKNOLOGI**

Penulis akan membahas keterkaitan teknologi media baru Twitter, Facebook, YouTube, dan TikTok dalam ke Usabilitasnya. Untuk memenuhi kepuasan penggunaannya, tiap vendor jaringan media online berlomba-lomba membuat platform website untuk memiliki keunggulan dan perbedaaan yang unik di pasar dunia maya dengan meningkatkan usabilitasnya. Untuk itu mari kita bahas apa yang dimaksud dengan Usabilitas dan teorinya.

Pertama kita mulai dengan mengenal pengertian usability itu sendiri. Menurut ISO 9241:11 Guidance on usability 1998 pengertian usability adalah sejauh mana suatu produk dapat digunakan oleh Pengguna tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan efektivitas, efisiensi dan kepuasan dalam konteks tertentu digunakan. (ISO 9241-11:1998, 1998)

Salah satu teori yang banyak dijadikan referensi dalam pembahasan tentang usability teknologi yaitu Teori Usability dari Jeffrey Rubin & Dana Chisnell (2008) dalam tulisan dalam buku berjudul Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests. Ia menjelaskan bahwa suatu produk dapat dikatakan usable apabila dalam menggunakannya tidak ditemukan rasa frustrasi sehingga user dapat mengerjakan apa yang ingin mereka kerjakan sesuai dengan harapan tanpa halangan, tanpa keraguan dan bahkan tanpa pertanyaan. Itulah mengapa suatu produk harus memiliki aspek usability sehingga aksesibilitas khalayak terhadap produk tersebut tinggi. (Chisnell, Jeffrey Rubin & Dana, 2008)

Dalam buku Rubin dan Chisnell ini juga menjelaskan, bahwa ada 5 kriteria yang dapat dijadikan standard untuk menentukan apakah suatu produk itu usable atau tidak.

**Pertama**, *Usefulness* (kegunaan); yaitu jika sebuah sistem mudah digunakan dan memberikan kepuasan dalam mencapai tujuannya.

**Kedua**, *Efficiency* (efisien); yaitu didefinisikan sebagai sumber daya yang dikeluarkan guna mencapai ketepatan dan kelengkapan tujuan, biasanya dipakai sebuah ukuran waktu.

**Ketiga**, *Effectiveness* (keefektifan); yaitu didefinisikan sebagai seberapa baik pengguna mencapai tujuan mereka dengan menggunakan sistem serta kelengkapan yang diperolehnya dalam penyelesaian tugas.

**Keempat**, *Learnability* (mudah dipelajari); yaitu diartikan sebagai sebuah bagian dari efektifitas yang harus dilakukan dengan kemampuan pengguna untuk mengoperasikan sistem pada beberapa tingkat.

**Kelima**, *Satisfaction* (kepuasan); yaitu mengacu pada persepsi user, perasaan dan pendapat dari produk yang digunakannya, biasanya ditangkap melalui pertanyaan tertulis dan lisan.

Terdapat beberapa kunci faktor-faktor keberhasilan suatu produk dianggap usability menurut tulisan di ISO 9241:11 *Guidance on usability* 1998, yakni pertama, produk tersebut harus dapat menjawab siapa

yang akan menggunakan produk tersebut; kedua, produk tersebut harus juga menjawab apa yang akan pengguna akan lakukan dengan produk yang dibuat oleh vendor; ketiga, berapa lama produk tersebut dibuat oleh vendor?; Keempat, Produk tersebut dapatkan menjawab apakah pengguna akan senang menggunakan produk tersebut?; Kelima, Produk tersebut dibuat dalam keadaan atau kondisi seperti apa? (ISO 9241-11:1998, 1998)

Pertanyaannya, apakah Vendor pembuat Facebook, Twitter dan Youtube di atas telah sukses menjawab kunci-kunci keberhasilan suatu produk seperti disebutkan diatas? Jawabannya tentu saja Ya. Tetapi sampai kapan produk tersebut dapat bertahan?

## **G. KESIMPULAN**

Pada akhirnya, Jejaring sosial yang kita bahas diatas baik Twitter, Facebook dan Youtube pada dasarnya hanya merupakan sebuah alat komunikasi. Alat komunikasi yang menurut Teori Konstruksi Sosial Teknologi Pinch dan Bjiker eksistensi dari pemikiran manusia yang berkembang menyesuaikan kebutuhan manusia itu sendiri.

Dapat dikatakan bahwa bukan teknologi yang menentukan hidup manusia. Melainkan, manusialah yang menentukan teknologi. Bila manusia merasa suatu teknologi yang ada kurang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, maka manusia akan berusaha berinovasi mengembangkan teknologi yang sudah ada atau menciptakan teknologi baru.

Pertanyaannya, sampai kapan Facebook, Twitter dan Youtube dapat bertahan dan terus berkembang? Jawabannya, tergantung dari manusia pembuatnya. Dapatkah mereka terus berinovasi terus sesuai keinginan sehingga user sehingga sampai dapat dikatakan produk tersebut sudah 'friendly user' atau tidak di zaman nya?

Akan kah Facebook, Twitter dan Youtube bisa terus berkembang seperti Google berikutnya atau akan memudar seperti Freindster karena evolusi teknologi dan media sosial? Bagaimana menurut Anda?

#### **REFERENSI:**

- . (2009, januari 13). Retrieved oktober 26, 2013, from www.twitip.com: <http://www.twitip.com/twitter-versus-facebook/>
- Chisnell, Jeffrey Rubin & Dana. (2008). *Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests (2nd edition)*. IN: Wiley, John & Sons, Incorporated.

- Deliusno. (2013, maret 21). *tekno.kompas.com*. Retrieved oktober 27, 2013, from [www.kompas.com](http://www.kompas.com): <http://tekno.kompas.com/read/2013/03/21/10151294/youtube.capai.1.miliar.pengguna>
- ISO 9241-11:1998. (1998). *Technical Committee ISO/TC 159, Ergonomics, Subcommittee SC 4, Ergonomics of human-system interaction*. (p. Part 11: Guidance on usability). -----: [www.iso.org](http://www.iso.org).
- Rachmatunisa. (2013, Januari 31). *www.inet.detik.com*. Retrieved Oktober 27, 2013, from [www.detik.com](http://www.detik.com): <http://inet.detik.com/read/2013/01/31/132516/2157575/398/tembus-500-juta-pengguna-twitter-kejar-facebook>
- Muqsith, M. A., Muzykant, V. L., & Kuzmenkova, K. E. (2019). Cyberprotest: new media and the new social movement in Indonesia. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 24(4), 765-775.
- Muqsith, Munadhil Abdul, Rizky Ridho Pratomo, Ana Kuswanti, and Valerii Leonidovich Muzykant. "Social solidarity movement to prevent the spread of COVID-19 pandemic in Indonesia." *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik* 34, no. 2 (2021): 147.
- Kevin Soon & Kyle Bridge. (2021). TikTok: Analisis tentang Kegunaan, Perilaku, dan Peluang yang Terlewatkan. <https://citrusbits.com/tiktok-analysis-on-usability-behavior-and-missed-opportunities/>