

# 6

## Analisis Usability pada Aplikasi Moderation Panel Terhadap Kelayakan Iklan

Oleh : Dahlia Widhyaestoeti

### Abstrak

*Moderation Panel adalah aplikasi yang digunakan oleh OLX Indonesia untuk melakukan moderasi terhadap iklan yang dipasang oleh pengguna. Permasalahan yang terjadi adalah belum diketahuinya tingkat keterhubungan antara kebergunaan aplikasi Moderation Panel dengan kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode usability atau kebergunaan berdasarkan lima komponen yaitu learnability, efficiency, memorability, errors dan satisfaction. Hasil pengukuran pemetaan kebergunaan aplikasi Moderation Panel berdasarkan kriteria learnability mempunyai nilai rata-rata yaitu 3,56 yang berarti sedang, kriteria efficiency mempunyai nilai rata-rata yaitu 4,096 yang berarti baik, kriteria memorability mempunyai nilai rata-rata yaitu 4,188 yang berarti baik, kriteria error mempunyai nilai rata-rata yaitu 2,695 yang berarti kurang, kriteria satisfaction mempunyai nilai rata-rata yaitu 4,06 yang berarti baik. Selain itu dilakukan pengukuran korelasi antara variabel usability dengan kelayakan iklan dengan hasil sebagai berikut learnability memiliki tingkat keterhubungan 0,442 maka korelasinya kuat, efficiency memiliki tingkat keterhubungan 0,424 maka korelasinya kuat, memorability memiliki tingkat keterhubungan 0,511 maka korelasinya kuat, error memiliki tingkat keterhubungan 0,383 maka korelasinya lemah, satisfaction memiliki tingkat keterhubungan 0,695 maka korelasinya kuat.*

Kata Kunci : pemetaan aplikasi, tingkat kebergunaan, kelayakan iklan

### Pendahuluan

#### Latar Belakang

E-commerce dengan model iklan baris sangat sederhana. Seperti iklan baris pada surat kabar, pada dasarnya iklan baris online memiliki cara kerja yang sama, penjual memasang iklan dengan mencantumkan deskripsi, foto, harga serta kontak yang dapat dihubungi oleh pembeli. Proses jual beli terjadi antara penjual dan pembeli tanpa melibatkan situs iklan baris tersebut, pembeli akan langsung menghubungi dan melakukan proses tawar menawar dengan penjual. Demi keamanan dan kenyamanan dalam proses jual beli di situs iklan baris, maka konten yang ditampilkan pada situs tersebut harus dijaga dengan baik. Setiap iklan yang tayang harus melalui proses moderasi baik yang dilakukan oleh sistem maupun manual oleh para moderator. OLX Indonesia adalah situs baris terbesar di Indonesia yang memiliki lebih dari tiga juta iklan aktif yang terbagi kedalam beberapa kategori.

OLX Indonesia adalah situs iklan baris yang memperbolehkan para pengguna untuk memasang iklan mereka secara gratis. Proses moderasi dibutuhkan untuk memastikan data iklan yang dipasang oleh pengguna tidak menyalahi syarat dan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh pihak OLX. Menurut halaman pusat bantuan pada situs OLX, berikut ini adalah beberapa larangan iklan yang ditetapkan oleh pihak OLX:

1. Umum seperti barang atau jasa yang tergolong berbahaya, melanggar hukum, mengancam, melecehkan, menghina, memfitnah, mengintimidasi, menginvasi privasi orang lain atau hak-hak lainnya, meremehkan, berkaitan atau dengan cara apapun atau melanggar hukum dengan cara apapun

2. Iklan dengan materi dewasa
3. Iklan dengan materi yang menyudutkan seseorang, kelompok, atau organisasi
4. Iklan yang merupakan pelanggaran hak kekayaan intelektual ataupun hak pihak ketiga
5. Iklan narkoba, obat-obatan, makanan, minuman tertentu
6. Iklan produk alkohol dan tembakau
7. Iklan jasa hacking dan cracking
8. Iklan yang menawarkan program kompensasi (“Pay-to”)
9. Iklan yang menggunakan Merek milik kami
10. Iklan dengan materi kekerasan
11. Iklan senjata, militer dan peledak
12. Iklan yang memungkinkan perilaku tidak jujur
13. Lain-lain

Untuk lebih jelasnya dapat merujuk pada alamat larangan iklan sebagai berikut:  
<http://help.olx.co.id/hc/id/articles/206444533-Larangan-Iklan>.

Moderation panel adalah sistem moderasi yang digunakan oleh para moderator di OLX. Aplikasi yang saat ini digunakan adalah versi terbaru yang disediakan oleh pihak OLX global yang digunakan oleh hampir seluruh OLX di seluruh dunia. Moderation panel ini mulai diaplikasikan di OLX Indonesia pada bulan Mei 2015, sejak mulai digunakan sudah dilakukan beberapa penyesuaian untuk kebutuhan penggunaan di Indonesia. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Arif Rahman selaku Content Moderation Manager, ada beberapa hal yang menjadi kendala yang dihadapi oleh para moderator pada aplikasi versi terbaru ini. Untuk melakukan pengukuran tingkat kemudahan penggunaan aplikasi Moderation Panel dapat menggunakan metode Usability atau kebergunaan.

### **Permasalahan**

Permasalahan utama yang dihadapi, yaitu Kualitas iklan yang baik, diharapkan para moderator dapat dengan mudah untuk membedakan antara iklan yang berkualitas baik dan yang berkualitas buruk. Persentase kesalahan *approve* atau *reject* iklan yang mempengaruhi kualitas iklan yang ditampilkan. Total kesalahan proses *approval* yang dilakukan oleh tim senior sebesar 8,1% dan tim junior sebesar 7,6%, rata-rata kesalahan proses *approval* adalah 7,7%. Angka ini masih lebih besar dari target yang telah ditetapkan yaitu < 5%.

Selain dari tingkat kesalahan proses moderasi, kualitas iklan juga menjadi salah satu masalah berdasarkan laporan dari pengguna tentang iklan yang sudah tayang di OLX Indonesia.

Berdasarkan data diatas, identifikasi masalah untuk penelitian ini adalah:

1. Belum diketahui tingkat kebergunaan dari aplikasi Moderation Panel

2. Belum diketahui tingkat keterhubungan antara kebergunaan aplikasi dengan kelayakan iklan yang ditampilkan

### **Maksud dan Tujuan**

Maksud dari penelitian ini adalah menerapkan metode usability untuk mengetahui tingkat kebergunaan aplikasi Moderation Panel di OLX Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui nilai pemetaan dari setiap komponen usability dari aplikasi Moderation Panel
2. Untuk mengetahui tingkat keterhubungan antara kebergunaan aplikasi Moderation Panel dengan kelayakan iklan yang ditampilkan

### **Landasan Teori**

#### **E-Commerce**

Menurut Kenneth Laudon (2014, p.10), e-commerce adalah penggunaan Internet, Web dan Aplikasi untuk bertransaksi bisnis. Lebih formalnya, secara digital memungkinkan terjadinya transaksi komersial antara organisasi atau individual. OLX Indonesia adalah salah e-commerce yang sudah cukup lama di Indonesia, fokus utama dari OLX adalah seperti iklan baris dimana para pengguna dapat memasang iklan mereka secara langsung tanpa dipungut biaya apapun.

#### **Web 2.0**

Menurut Kenneth Laudon (2014, p.16), web 2.0 adalah seperangkat aplikasi dan teknologi yang memungkinkan pengguna untuk dapat membuat, mengedit, dan mendistribusikan konten, share preferensi, bookmark dan personas online; berpartisipasi dalam kehidupan virtual; dan membangun komunitas secara online. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan kalau OLX adalah situs yang sudah memenuhi kriteria web 2.0 karena para pengguna dapat membuat, mengedit dan mendistribusikan konten yang dibuatnya agar produk yang dijual akan dapat laku dengan lebih cepat.

#### **Usability**

(Simarmata 2010) menyatakan bahwa Usability adalah salah satu faktor kualitas yang paling penting untuk aplikasi web. Tujuan dari usability adalah bagaimana merancang sebuah aplikasi Web yang efektif dan efisien artinya pengguna memperoleh kepuasan saat menggunakan aplikasi tersebut. Butuh pertimbangan dalam merancang sebuah aplikasi Web, diantaranya mempertimbangkan kebutuhan pengguna dan pemakaian umum. Selain itu juga harus menentukan cara memproses informasi, persepsi, memori dan perhatian yang mempengaruhi interaksi.

### Hipotesis Penelitian

Untuk membuktikan adanya hubungan antara komponen usability aplikasi Moderation Panel dengan kelayakan iklan yang ditampilkan di OLX Indonesia maka akan dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah ditentukan berikut ini.

Hipotesis 1:

H0: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kemudahan mempelajari aplikasi (learnability) dengan komponen kelayakan iklan yang dihasilkan aplikasi.

H1: Terdapat hubungan yang signifikan antara kemudahan mempelajari aplikasi (learnability) dengan komponen kelayakan iklan yang dihasilkan aplikasi.

Hipotesis 2:

H0: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara efisiensi penggunaan (efficiency) dengan komponen kelayakan iklan yang dihasilkan aplikasi.

H1: Terdapat hubungan yang signifikan antara kemudahan efisiensi penggunaan (efficiency) dengan komponen kelayakan iklan yang dihasilkan aplikasi.

Hipotesis 3:

H0: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kemudahan mengingat penggunaan aplikasi (memorability) dengan komponen kelayakan iklan yang dihasilkan aplikasi.

H1: Terdapat hubungan yang signifikan antara kemudahan mengingat penggunaan aplikasi (memorability) dengan komponen kelayakan iklan yang dihasilkan aplikasi.

Hipotesis 4:

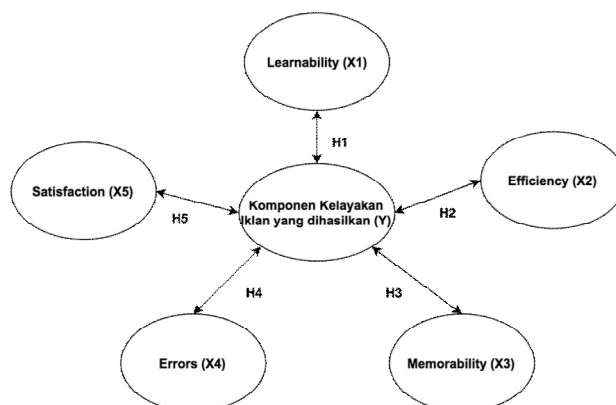
H0: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kesalahan yang mungkin terjadi (errors) dengan komponen kelayakan iklan yang dihasilkan aplikasi.

H1: Terdapat hubungan yang signifikan antara kesalahan yang mungkin terjadi (errors) dengan komponen kelayakan iklan yang dihasilkan aplikasi.

Hipotesis 5:

H0: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan pengguna (satisfaction) dengan komponen kelayakan iklan yang dihasilkan aplikasi.

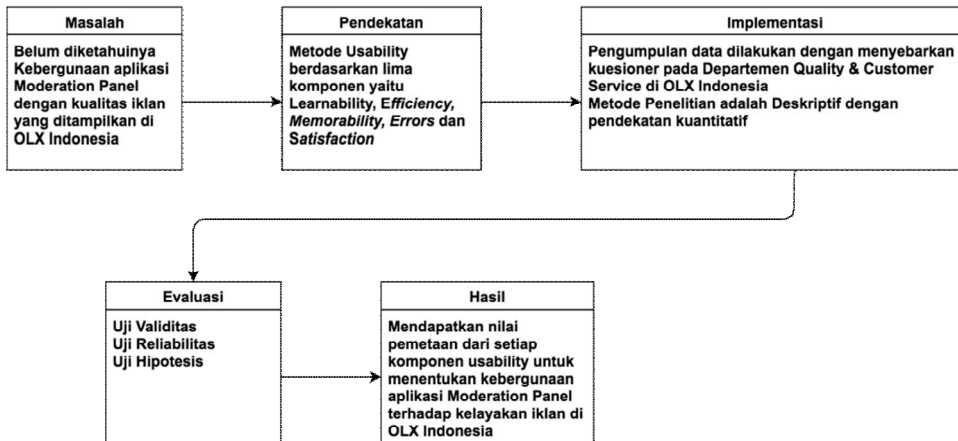
H1: Terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan pengguna (satisfaction) dengan komponen kelayakan iklan yang dihasilkan aplikasi.



Gambar 1. Hipotesis Penelitian

### Kerangka Pemikiran

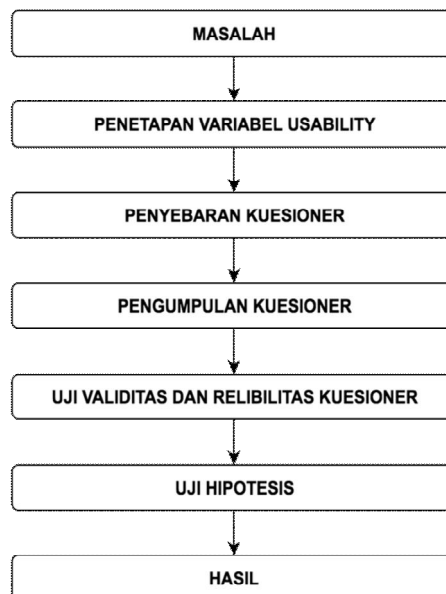
Evaluasi terhadap aplikasi Moderation Panel menggunakan metode usability dilakukan untuk mengetahui penyebab dari beberapa masalah yang dikeluhkan oleh pengguna. Tiga masalah utama yang dikeluhkan antara lain Produktifitas, Waktu yang dibutuhkan untuk proses moderasi dan Kualitas Iklan. Diharapkan dengan adanya penelitian ini akan memberikan input terhadap aplikasi Moderation Panel sehingga dapat menghasilkan iklan yang berkualitas di OLX Indonesia. Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

### Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Rancangan penelitian yang akan digunakan pada penerapan metode usability untuk pemetaan aplikasi Moderation Panel terhadap kelayakan iklan di OLX Indonesia dapat dilihat pada gambar 3



Gambar 3. Rancangan Penelitian

Tahap penelitian yang dilakukan sesuai pada gambar 3 yaitu memulai penelitian dengan menentukan masalah yaitu mengidentifikasi masalah yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian. Setelah itu dilakukan penetapan variabel sesuai dengan metode penelitian yang ditentukan yaitu metode usability. Langkah selanjutnya adalah penyebaran kuesioner untuk pengambilan data, setelah itu pengumpulan kuesioner yang sudah diisi oleh responden, kemudian data yang sudah terkumpul akan dilakukan uji validitas dan reabilitas pada instrument penelitian dan juga dilakukan uji hipotesis terhadap variabel dan hasil akhir akan dihitung dengan metode statistic Geometrik Mean (Rata-rata geometric) sehingga hasil analisa didapat dan dapat dilakukan penyusunan kesimpulan penelitian.

**Sumber Data**

Sumber data dari penelitian ini adalah data yang diambil dari responden. Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah para moderator yang berada pada Departemen Quality & Customer Service di OLX Indonesia.

**Instrumen Penelitian**

Pada penelitian ini variabel yang digunakan untuk pertanyaan kuesioner yaitu data kuesioner yang disebar kepada para moderator atau pengguna aplikasi Moderation Panel di Departemen Quality & Customer Service di OLX Indonesia. Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi maka penelitian ini menggunakan metode usability dengan menggunakan lima komponen usability, yaitu:

- a. Kemampuan mempelajari (*Learnability*)
- b. Efisiensi (*Efficiency*)
- c. Kemampuan mengingat (*Memorability*)
- d. Kesalahan (*Errors*)
- e. Kepuasan (*Satisfaction*)

Dari kelima komponen tersebut dapat ditentukan indikatornya, dapat dilihat pada tabel 1 Indikator dari konstruksi yang ada bersumber dari buku Interaksi Manusia dan Komputer Teori dan Praktek, Insap Santosa (1997)

Tabel 1. Indikator Variabel Penelitian

Konstruksi	Indikator	Butir pertanyaan kuesioner
Kemudahan Mempelajari ( <i>Learnability</i> ) (X1)	Kemudahan menu dalam aplikasi dan penggunaan shortcut	1
	Kemudahan dalam mendapatkan informasi saat menggunakan aplikasi	2, 3, 4,5

Efisiensi ( <i>Efficiency</i> ) (X2)	Kecepatan untuk menampilkan informasi yang dibutuhkan	1,2,3,4
	Dapat melakukan banyak aksi secara otomatis	5
Kemampuan Mengingat ( <i>Memorability</i> ) (X3)	Kemudahan dalam mengingat langkah-langkah penggunaan aplikasi	1, 2,3
	Kemudahan dalam mengingat fungsi shortcut	4, 5
Kesalahan ( <i>errors</i> ) (X4)	Pesan error mudah dipahami	1
	Kemudahan dalam merevisi aksi jika terjadi kesalahan	2,3,4,5
Kepuasan ( <i>Satisfaction</i> ) (X5)	Informasi yang ditampilkan sesuai dengan kebutuhan <i>user</i>	1
	Kepuasan terhadap tampilan aplikasi	2
Kelayakan Iklan (Y)	Kebergunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan	1

Skala likert yang digunakan pada penelitian ini menggunakan skor positif skala 1 – 5. Rentang penilaian rata-rata dan kategorinya untuk pemetaan kebergunaan komponen aplikasi Moderation Panel. Untuk menentukan rentang penilaian rata-rata dapat menggunakan rumus:

$$\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah jawaban}} = \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0,8$$

berdasarkan hasil perhitungan diatas maka diperoleh kriteria seperti pada tabel 3.4 berikut:

Tabel 2. Rentang penilaian rata-rata

Rentang nilai rata-rata	Kategori Penilaian
4,60 – 5,00	Sangat Baik
3,70 – 4,50	Baik
2,80 – 3,60	Sedang
1,90 – 2,70	Kurang
1,00 – 1,80	Sangat Kurang

Pengujian validitas digunakan untuk mengidentifikasi bahwa unobserved variable dapat diukur dengan menggunakan masing-masing konstruk observed variable melalui Confirmatory Factor Analysis (CFA) atau biasa disebut sebagai analisis faktor. Apabila nilai factor loading dari tiap konstruk lebih dari 0,5 ( $\lambda > 0,5$ ) maka dapat dinyatakan valid, atau dengan kata lain bahwa unobserved variable dapat diukur dengan menggunakan masing-masing konstruk observed variable. Suatu instrument penelitian dikatakan valid apabila:

- a. Koefisien korelasi product moment melebihi 0,3 (Azwar, 1992; Soegiyono, 1999)
- b. Koefisien korelasi product moment  $> r\text{-table}(\alpha; n-2)$   $n =$  jumlah sample.

Untuk uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung Cronbach Alpha dari masing-masing item dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (reliable) apabila memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60.

### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data, membagi jenis data serta menganalisis data yang diperlukan guna mempermudah pemecahan masalah. Metode pengumpulan data yang dilakukan antara lain:

#### 1. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu melakukan wawancara terhadap pengguna aplikasi dan melakukan pengamatan langsung terhadap proses moderasi iklan.

#### 2. Kuesioner

Pengumpulan dokumen berupa data kuesioner yang disebar kepada para moderator untuk mengetahui nilai pemetaan dari setiap komponen usability.

### Analisis Data

#### Pengujian Hipotesis

Korelasi Sederhana merupakan suatu Teknik Statistik yang dipergunakan untuk mengukur kekuatan hubungan 2 Variabel dan juga untuk dapat mengetahui bentuk hubungan antara 2 Variabel tersebut dengan hasil yang sifatnya kuantitatif.

$$r = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{(n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2)(n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2)}}$$

Dimana:

$r =$  Nilai koefisien korelasi

$\sum x_i =$  Jumlah pengamatan variabel X

$\sum y_i =$  Jumlah pengamatan variabel Y

$\sum x_i y_i =$  Jumlah hasil perkalian antara variabel X dan Y



$(\sum x_i^2)$  = Jumlah kuadrat dari pengamatan variabel X

$(\sum Y_i^2)$  = Jumlah kuadrat dari pengamatan variabel Y

$n$  = Jumlah pasangan pengamatan X dan Y

Pendekatan kriteria usability dengan perhitungan korelasi linier dipilih karena dapat mewakili dan menghasilkan suatu penilaian terhadap kriteria / indikator.

Metode ini digunakan untuk mencari korelasi antara variabel learnability / kemudahan mempelajari aplikasi terhadap kelayakan iklan yang dihasilkan, variabel efficiency / efisiensi aplikasi terhadap kelayakan iklan yang dihasilkan, variabel memorability / mengingat kembali penggunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan yang dihasilkan, variabel error / kesalahan penggunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan yang dihasilkan dan variabel satisfaction / kepuasan penggunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan yang dihasilkan.

### Mean

Perhitungan dengan mean ini digunakan untuk mendapatkan nilai pemetaan dari setiap komponen usability, data yang dihitung adalah data hasil kuesioner yang disebarakan kepada 50 responden yang merupakan moderator dari aplikasi Moderation Panel.

### Hasil Dan Pembahasan

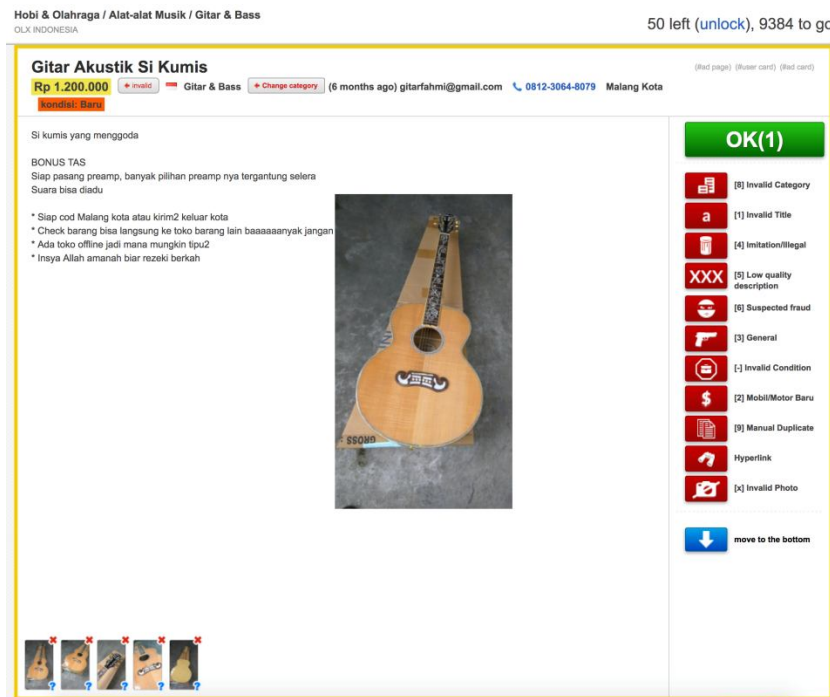
#### Deskripsi Objek Penelitian

OLX Indonesia adalah sebuah situs web iklan baris yang difokuskan untuk menjual dan membeli produk serta jasa secara online. OLX.co.id yang sebelumnya adalah Tokobagus.com dan Berniaga.com merupakan situs iklan baris online terbesar di Indonesia.

Aplikasi Moderation Panel adalah aplikasi yang digunakan untuk melakukan moderasi terhadap iklan yang dipasang oleh para pengguna situs OLX Indonesia. Aplikasi ini digunakan oleh para moderator di Departemen Quality & Customer Service OLX Indonesia. Para moderator bertugas untuk melakukan moderasi terhadap iklan yang dipasang oleh para pengguna, jika iklan tersebut sesuai dengan syarat dan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh OLX Indonesia, maka iklan tersebut akan diterima atau tayang di OLX. Sebaliknya jika iklan tersebut tidak memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku, maka moderator berhak untuk menolak untuk menayangkan iklan tersebut dan akan diinformasikan kepada pengguna mengenai alasan penolakan terhadap iklan tersebut.

Saat menggunakan aplikasi Moderation Panel setiap moderator akan langsung mendapatkan iklan sebanyak 50 untuk setiap kali prosesnya. Selain dari informasi jumlah iklan yang harus diselesaikan, terdapat juga total jumlah iklan yang masuk dalam antrian pekerjaan moderator. Informasi kategori terletak pada bagian atas, setiap moderator mendapatkan iklan random sesuai dengan urutan iklan yang masuk. Iklan berbayar akan tampil lebih cepat di

Moderation Panel dan iklan lainnya akan ditampilkan mulai dari yang terlama agar para pengguna tidak terlalu lama menunggu iklannya untuk tayang di OLX Indonesia.



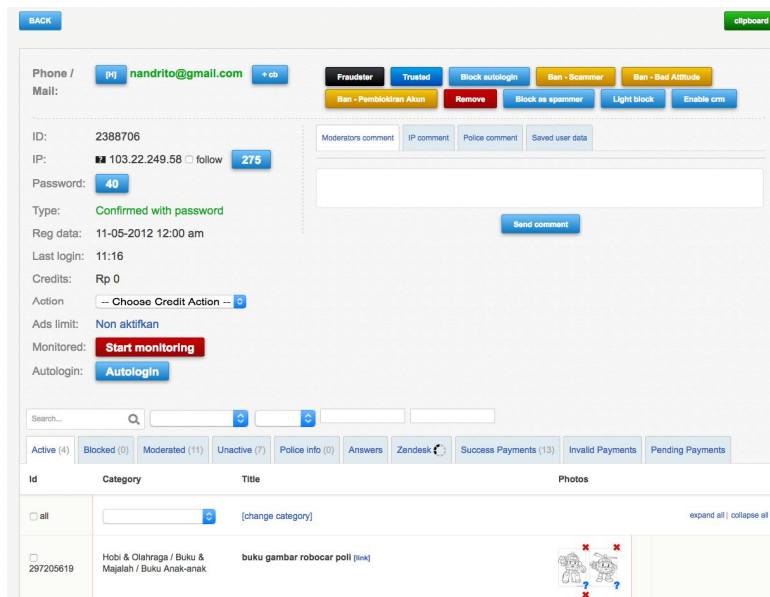
Gambar 4. Tampilan utama aplikasi Moderation Panel

Aplikasi Moderation Panel adalah aplikasi berbasis web yang dapat diakses baik dari lingkungan kantor ataupun dari luar kantor (gambar 4). Beberapa shortcut yang digunakan dalam proses moderasi antara lain:

1. [space] atau tombol spasi untuk melakukan approval atau menerima iklan
2. [1] atau tombol angka satu untuk melakukan reject iklan dengan alasan Invalid Title
3. [2] atau tombol angka dua untuk melakukan reject iklan dengan alasan Mobil/Motor Baru
4. [3] atau tombol angka tiga untuk melakukan reject iklan dengan alasan General
5. [4] atau tombol angka empat untuk melakukan reject iklan dengan alasan Imitation/Illegal
6. [5] atau tombol angka lima untuk melakukan reject iklan dengan alasan Low quality description
7. [6] atau tombol angka enam untuk melakukan reject iklan dengan alasan Suspected fraud
8. [7] atau tombol angka tujuh untuk melakukan reject iklan dengan alasan Hyperlink
9. [8] atau tombol angka delapan untuk melakukan reject iklan dengan alasan Invalid category
10. [9] atau tombol angka sembilan untuk melakukan reject iklan dengan alasan Manual duplicate
11. [-] atau tombol dash untuk melakukan reject iklan dengan alasan Invalid condition

12. [x] atau tombol huruf x untuk melakukan reject iklan dengan alasan Invalid photo
13. [tab] atau tombol tab digunakan untuk menampilkan photo dalam ukuran yang lebih besar

Pada gambar 5, Shortcut atau reject reason yang digunakan dinamis sesuai dengan yang sudah ditetapkan oleh administrator, jadi ada kalanya akan bertambah atau bahkan berkurang sesuai dengan kebutuhan. Selain melihat informasi iklan, para moderator juga dapat melihat informasi pengguna. Halaman informasi pengguna berisi informasi mengenai seluruh iklan yang sudah dibuat oleh pengguna, riwayat transaksi jika pengguna tersebut menggunakan fitur berbayar, melakukan blok terhadap pengguna tersebut dan beberapa hal lainnya.



Gambar 5. Tampilan halaman pengguna

## Pembahasan

### Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan, hasil  $r$  hitung kita bandingkan dengan  $r$  tabel dimana  $df=n-2$  dengan signifikansi 5%. Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 50 maka nilai  $r$  tabel dapat diperoleh melalui tabel  $r$  product moment pearson dengan  $df$  (*degree of freedom*) =  $n - 2$ , jadi  $df = 50 - 2 = 48$ , maka  $r$  tabel = 0,238. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai  $r$  hitung >  $r$  tabel. Dapat dilihat dari Corrected Item Total Correlation, analisis output dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Analisis output uji validitas

Pertanyaan	Variabel	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
1	Learnability 1	0,509	0,238	Valid
2	Learnability 2	0,638	0,238	Valid
3	Learnability 3	0,556	0,238	Valid

4	Learnability 4	0,449	0,238	Valid
5	Learnability 5	0,402	0,238	Valid
6	Efficiency 1	0,579	0,238	Valid
7	Efficiency 2	0,693	0,238	Valid
8	Efficiency 3	0,577	0,238	Valid
9	Efficiency 4	0,655	0,238	Valid
10	Efficiency 5	0,707	0,238	Valid
11	Memorability 1	0,689	0,238	Valid
12	Memorability 2	0,667	0,238	Valid
13	Memorability 3	0,7	0,238	Valid
14	Memorability 4	0,478	0,238	Valid
15	Memorability 5	0,584	0,238	Valid
16	Error 1	0,558	0,238	Valid
17	Error 2	0,576	0,238	Valid
18	Error 3	0,573	0,238	Valid
19	Error 4	0,556	0,238	Valid
20	Satisfaction 1	0,783	0,238	Valid
21	Satisfaction 2	0,819	0,238	Valid
22	Kebergunaan aplikasi	0,605	0,239	Valid

**Hasil Uji Realibilitas**

Hasil uji realibilitas untuk semua pertanyaan parameter yang diolah dengan SPSS menggunakan Cronbach's Alpha didapatkan hasil sebagai berikut. Tabel 4. menunjukkan hasil uji realibilitas

Tabel 4. Hasil Uji Realibilitas

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.928	22

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa hasil uji reliabilitas ini memiliki nilai Cronbach's Alpha diatas kepututannya dengan nilai reliabilitas 0,928 dan masuk kedalam kategori reliabilitas sangat tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi responden atas semua variabel pertanyaan ini adalah Reliabel.

### Hasil Pemetaan Kebergunaan Komponen Aplikasi Moderation Panel

Hasil rekapitulasi setiap komponen dan perhitungan rata-rata setiap komponen *usability*, berikut ini adalah pembahasan dari setiap komponen yang ada.

Mengukur pemetaan kebergunaan komponen aplikasi Moderation Panel berdasarkan kriteria *learnability* dengan jumlah responden 50 orang. Pengujian ini menggunakan analisa dengan rumus rata-rata berdasarkan kriteria *learnability* dimana untuk mengukur pemetaan kebergunaan komponen aplikasi Moderation Panel dengan menggunakan rumus:

Rumus Statistik

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = Nilai skor rata-rata

$\sum xi$  = jumlah skor

$n$  = jumlah responden

Dari hasil perhitungan diatas didapat nilai per parameter dimana didapat hasil pemetaan kebergunaan komponen Aplikasi Moderation Panel, parameter *Learnability* dengan nilai 3,56 yaitu sedang, parameter *Efficiency* dengan nilai 4,096 yaitu baik, parameter *Memorability* dengan nilai 4,188 yaitu baik, parameter *Error* dengan nilai 2,695 yaitu kurang dan parameter *Satisfaction* dengan nilai 4,06 yaitu baik.

### Pengujian Hipotesis

#### Hipotesis variabel *learnability* terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh koefisien korelasi ( $r$ ) variabel *learnability* adalah sebesar 0,442 dan nilai signifikansi adalah sebesar 0,000.

Nilai korelasi Kendall's tau antara variabel *learnability* dengan kebergunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia adalah sebesar 0,442, karena berada di range 0,41 dan 0,70 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel *learnability* dengan kebergunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia adalah kuat.

Untuk mengetahui apakah hubungannya signifikan atau tidak, maka perlu dilakukan uji signifikansi sebagai berikut:

Hipotesis 1:

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 1\%$  dan dari hasil output SPSS diatas didapat nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan kriteria pengujian, dimana  $H_0$  diterima jika signifikansi  $> 0,01$  atau  $H_0$  ditolak jika signifikansi  $< 0,01$ . Nilai signifikansi  $0,000 < 0,01$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya bahwa terdapat hubungan secara signifikan antara kemudahan mempelajari (*learnability*) terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia.

### **Hipotesis variabel efficiency terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan**

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh koefisien korelasi ( $r$ ) variabel efficiency adalah sebesar 0,424 dan nilai signifikansi adalah sebesar 0,001.

Nilai korelasi Kendall's tau antara variabel memorability dengan kebergunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia adalah sebesar 0,424, karena berada di range 0,41 dan 0,70 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel efficiency dengan kebergunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia adalah kuat.

Untuk mengetahui apakah hubungannya signifikan atau tidak, maka perlu dilakukan uji signifikansi sebagai berikut:

Hipotesis 2:

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 1\%$  dan dari hasil output SPSS diatas didapat nilai signifikansi sebesar 0,001. Berdasarkan kriteria pengujian, dimana  $H_0$  diterima jika signifikansi  $> 0,01$  atau  $H_0$  ditolak jika signifikansi  $< 0,01$ . Nilai signifikansi  $0,001 < 0,01$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya bahwa terdapat hubungan secara signifikan antara efisiensi aplikasi (efficiency) terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia.

### **Hipotesis variabel memorability terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan**

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh koefisien korelasi ( $r$ ) variabel memorability adalah sebesar 0,511 dan nilai signifikansi adalah sebesar 0,000.

Nilai korelasi Kendall's tau antara variabel memorability dengan kebergunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia adalah sebesar 0,511, karena berada di range 0,41 dan 0,70 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel memorability dengan kebergunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia adalah kuat.

Untuk mengetahui apakah hubungannya signifikan atau tidak, maka perlu dilakukan uji signifikansi sebagai berikut:

Hipotesis 3:

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 1\%$  dan dari hasil output SPSS diatas didapat nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan kriteria pengujian, dimana  $H_0$  diterima jika signifikansi  $> 0,01$  atau  $H_0$  ditolak jika signifikansi  $< 0,01$ . Nilai signifikansi  $0,000 < 0,01$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya bahwa terdapat hubungan secara signifikan antara kemudahan mengingat (memorability) terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia.

### **Hipotesis variabel error terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan**

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh koefisien korelasi ( $r$ ) variabel error adalah sebesar 0,383 dan nilai signifikansi adalah sebesar 0,001.

Nilai korelasi Kendall's tau antara variabel error dengan kebergunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia adalah sebesar 0,383, karena berada di range 0,21 dan 0,40 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel error dengan kebergunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia adalah lemah.

Untuk mengetahui apakah hubungannya signifikan atau tidak, maka perlu dilakukan uji signifikansi sebagai berikut:

Hipotesis 4:

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 1\%$  dan dari hasil output SPSS diatas didapat nilai signifikansi sebesar 0,001. Berdasarkan kriteria pengujian, dimana  $H_0$  diterima jika signifikansi  $> 0,01$  atau  $H_0$  ditolak jika signifikansi  $< 0,01$ . Nilai signifikansi  $0,001 < 0,01$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya bahwa terdapat hubungan secara signifikan antara kemudahan menampilkan atau memahami pesan kesalahan (error) terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia.

#### **Hipotesis variabel satisfaction terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan**

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh koefisien korelasi (r) variabel satisfaction adalah sebesar 0,695 dan nilai signifikansi adalah sebesar 0,000.

Nilai korelasi Kendall's tau antara variabel satisfaction dengan kebergunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia adalah sebesar 0,468, karena berada di range 0,41 dan 0,70 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel learnability dengan kebergunaan aplikasi terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia adalah kuat.

Untuk mengetahui apakah hubungannya signifikan atau tidak, maka perlu dilakukan uji signifikansi sebagai berikut:

Hipotesis 5:

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 1\%$  dan dari hasil output SPSS diatas didapat nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan kriteria pengujian, dimana  $H_0$  diterima jika signifikansi  $> 0,05$  atau  $H_0$  ditolak jika signifikansi  $< 0,01$ . Nilai signifikansi  $0,000 < 0,01$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya bahwa terdapat hubungan secara signifikan antara kepuasan pengguna (satisfaction) terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia.

#### **Hasil**

##### **Hasil Pengukuran**

Hasil pengukuran pemetaan kebergunaan aplikasi Moderation Panel berdasarkan rentang penilaian rata-rata berdasarkan format skala likert dalam penelitian ini bahwa kriteria *error* merupakan yang paling rendah nilai rata-ratanya yaitu sebesar 2,695. Kriteria

*memorability* merupakan yang paling tinggi nilai rata-ratanya yaitu sebesar 4,188. Tabel hasil keseluruhan pemetaan kebergunaan komponen kebergunaan antara setiap parameter dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil nilai rata-rata per parameter Usability

No	Parameter	Rata-rata	Kategori penilaian
1	Learnability	3,56	Sedang
2	Efficiency	4,096	Baik
3	Memorability	4,188	Baik
4	Error	2,695	Kurang
5	Satisfaction	4,06	Baik

Berdasarkan hasil nilai rata-rata pada tabel diatas aplikasi Moderation Panel sudah baik, akan tetapi karena nilai terendah terdapat pada dua parameter maka ada beberapa saran untuk pengembangan terutama pada variabel *learnability* dan *error* sebagai berikut:

- a) Pada saat menampilkan foto pada aplikasi Moderation Panel posisinya harus dipertimbangkan kembali, karena poin pertanyaan ke-5 dalam *learnability* yang berhubungan dengan kemudahan melihat foto mendapat total jumlah paling rendah diantara jawaban kuesioner lainnya.
- b) Poin pertanyaan yang mendapatkan nilai terendah pada variabel *error* juga berhubungan dengan foto, yaitu kemudahan melakukan perbaikan jika salah dalam menghapus foto. Hal ini mungkin bisa jadi pertimbangan untuk melakukan perbaikan untuk menangani kesalahan pada saat moderator melakukan kesalahan penghapusan foto.

**Hasil Hipotesis**

Uji hipotesis menghasilkan nilai koefisien yang menunjukkan hubungan korelasi pada setiap variabel *usability*. Dalam penelitian ini faktor yang paling rendah tingkat korelasinya adalah *error* terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia yaitu sebesar 0,383. Faktor yang paling tinggi tingkat korelasinya adalah *satisfaction* terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia yaitu sebesar 0,695. Tabel hasil perhitungan korelasi antar setiap konstruk dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil koefisien korelasi

No	Konstruk	Koefisien korelasi (r)	Keeratan korelasi
1	Learnability terhadap kelayakan iklan	0,442	Kuat
2	Efficiency terhadap kelayakan iklan	0,424	Kuat



3	Memorability terhadap kelayakan iklan	0,511	Kuat
4	Error terhadap kelayakan iklan	0,383	Lemah
5	Satisfaction terhadap kelayakan iklan	0,695	Kuat

Uji korelasi bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel yang dapat dilihat dengan tingkat signifikan. Jika ada hubungannya maka akan dicari seberapa kuat hubungan tersebut. Keeratan hubungan ini dinyatakan dalam bentuk koefisien korelasi. Berdasarkan tabel 4.16 dapat terlihat tingkat keeratan korelasi antara komponen usability yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *error* dan *satisfaction* terhadap kelayakan iklan yang ditampilkan di OLX Indonesia.

Komponen *learnability* memiliki tingkat keterhubungan sebesar 0,442 terhadap kelayakan iklan yang ditampilkan, kemudahan mempelajari aplikasi (*learnability*) dengan kelayakan iklan yang ditampilkan terdapat korelasi yang kuat. Komponen *efficiency* memiliki tingkat keterhubungan sebesar 0,424 terhadap kelayakan iklan yang ditampilkan, efisiensi penggunaan aplikasi (*efficiency*) dengan kelayakan iklan yang ditampilkan terdapat korelasi yang kuat. Komponen *memorability* memiliki tingkat keterhubungan sebesar 0,511 terhadap kelayakan iklan yang ditampilkan, kemudahan mengingat penggunaan aplikasi (*memorability*) dengan kelayakan iklan yang ditampilkan terdapat korelasi yang kuat. Komponen *error* memiliki tingkat keterhubungan sebesar 0,383 terhadap kelayakan iklan yang ditampilkan, kemudahan menampilkan pesan error pada aplikasi (*error*) dengan kelayakan iklan yang ditampilkan terdapat korelasi yang lemah. Komponen *satisfaction* memiliki tingkat keterhubungan sebesar 0,695 terhadap kelayakan iklan yang ditampilkan, kepuasan pengguna aplikasi (*satisfaction*) dengan kelayakan iklan yang ditampilkan terdapat korelasi yang kuat.

### Kesimpulan

1. Hasil pemetaan kebergunaan komponen aplikasi Moderation Panel di OLX Indonesia adalah sebagai berikut:
  - a. Hasil pengukuran pemetaan kebergunaan aplikasi Moderation Panel berdasarkan kriteria *learnability* dengan jumlah responden sebanyak 50 orang moderator mempunyai nilai rata-rata yaitu 3,56 yang berarti sedang.
  - b. Hasil pengukuran pemetaan kebergunaan aplikasi Moderation Panel berdasarkan kriteria *efficiency* dengan jumlah responden sebanyak 50 orang moderator mempunyai nilai rata-rata yaitu 4,096 yang berarti baik.
  - c. Hasil pengukuran pemetaan kebergunaan aplikasi Moderation Panel berdasarkan kriteria *memorability* dengan jumlah responden sebanyak 50 orang moderator mempunyai nilai rata-rata yaitu 4,188 yang berarti baik.

- d. Hasil pengukuran pemetaan kebergunaan aplikasi Moderation Panel berdasarkan kriteria *error* dengan jumlah responden sebanyak 50 orang moderator mempunyai nilai rata-rata yaitu 2,695 yang berarti kurang.
  - e. Hasil pengukuran pemetaan kebergunaan aplikasi Moderation Panel berdasarkan kriteria *satisfaction* dengan jumlah responden sebanyak 50 orang moderator mempunyai nilai rata-rata yaitu 4,06 yang berarti baik.
2. Hasil korelasi pemetaan aplikasi Moderation Panel terhadap kelayakan iklan yang ditayangkan di OLX Indonesia adalah sebagai berikut:
- a. Variabel *learnability* memiliki tingkat keterhubungan sebesar 0,442 terhadap kelayakan iklan yang ditampilkan, maka dapat disimpulkan bahwa antara kemudahan mempelajari aplikasi (*learnability*) dengan kelayakan iklan yang ditampilkan terdapat korelasi yang kuat.
  - b. Variabel *efficiency* memiliki tingkat keterhubungan sebesar 0,424 terhadap kelayakan iklan yang ditampilkan, maka dapat disimpulkan bahwa antara efisiensi penggunaan aplikasi (*efficiency*) dengan kelayakan iklan yang ditampilkan terdapat korelasi yang kuat.
  - c. Variabel *memorability* memiliki tingkat keterhubungan sebesar 0,511 terhadap kelayakan iklan yang ditampilkan, maka dapat disimpulkan bahwa antara kemudahan mengingat penggunaan aplikasi (*memorability*) dengan kelayakan iklan yang ditampilkan terdapat korelasi yang kuat.
  - d. Variabel *error* memiliki tingkat keterhubungan sebesar 0,383 terhadap kelayakan iklan yang ditampilkan, maka dapat disimpulkan bahwa antara kemudahan menampilkan pesan error pada aplikasi (*error*) dengan kelayakan iklan yang ditampilkan terdapat korelasi yang lemah.
  - e. Variabel *satisfaction* memiliki tingkat keterhubungan sebesar 0,695 terhadap iklan yang ditampilkan aplikasi, maka dapat disimpulkan bahwa antara kepuasan pengguna aplikasi (*satisfaction*) dengan kelayakan iklan yang ditampilkan terdapat korelasi yang kuat.

### **Saran**

1. Penelitian ini menggunakan metode usability dengan perhitungan Mean dan korelasi linier untuk pengujian hipotesisnya, pada penelitian selanjutnya dapat digunakan metode pengukuran lain untuk melakukan pengujian hipotesis. Variabel usability yang diuji pada penelitian ini mencakup *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *error* dan *satisfaction*, pengujian kebergunaan dengan model lain seperti ISO/IEC 9241-11 atau Shneiderman dan Plaisant juga dapat dilakukan pada penelitian selanjutnya.
2. Penelitian lebih lanjut seperti produktifitas dan waktu yang dibutuhkan dalam memproses iklan dapat menjadi bahan penelitian selanjutnya.

**Daftar Pustaka**

- Definisi Menurut Para Ahli, Pengertian Moderasi [online]. Ada di <http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-moderasi/> [Diakses pada 19 oktober 2016]
- Kominfo., 2014 Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia [online]. Ada di [https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media) [Diakses tgl 14 Agustus 2016]
- Laudon, Kenneth C. et al., 2014 E-commerce Business. Technology. Society, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Nielsen, J., 1994 Usability Engineering, Amsterdam: Elsevier
- Santosa, P. Insap., 1997 Interaksi Manusia dan Komputer Teori dan Praktek, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Simarmata, J., 2010 Rekayasa Web, Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET
- Sudaryono., 2015 Metodologi riset di bidang TI, Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Sugiyono., 2010 Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna.,2015 SPSS untuk Penelitian, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press