

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kehadiran aplikasi Tinder pada akhir tahun 2012 menjadi penanda generasi ketiga dalam industri aplikasi *online dating*. Dalam kurun waktu lima tahun, aplikasi Tinder berhasil menembus angka 50 juta pengguna yang tersebar di 196 negara dengan total 100 juta kali unduhan. Sebagai penanda generasi baru dalam industri aplikasi *online dating*, Tinder menawarkan sesuatu yang tidak dimiliki oleh generasi *online dating* sebelumnya. Perbedaan yang paling mencolok dari aplikasi ini adalah sistem aplikasi yang berdasarkan pada lokasi geografis (*location based online dating application*), desain navigasi yang menggunakan gestur geser (*swipe*), dan cara mendaftar. Perbedaan sistem yang ditawarkan ini pun memengaruhi tampilan muka aplikasi yang dirancang lebih sederhana. Kesederhanaan dan kemudahan yang ditawarkan aplikasi Tinder membuat tingkat kenyamanan pengguna terhadap aplikasi ini cukup tinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai kenyamanan dalam menggunakan aplikasi ini 4.6 dari skala 5.

Peningkatan jumlah pengguna yang pesat dipengaruhi oleh perilaku pengguna. Peneliti menemukan peningkatan pengguna dipengaruhi oleh kecenderungan pengguna untuk merekomendasikan aplikasi kepada kenalannya. Kecenderungan untuk merekomendasikan aplikasi ini berbanding lurus dengan tingkat kepuasan pengguna.

Peneliti berusaha untuk melihat bagaimana desain aplikasi (*user interface* dan *user experience*) memengaruhi perilaku pengguna. Hasil penelitian ini menunjukkan *interface* aplikasi yang sederhana dan cara penggunaan yang sederhana menjadi alasan kenyamanan pengguna dalam memakai aplikasi Tinder. Pengguna aplikasi yang sebagian besar adalah generasi milenial (lahir tahun 1985-2000) memiliki kecenderungan gemar mencari kesenangan, serba cepat, individualis namun gemar

bersosialisasi dan interaktif menjadi alasan aplikasi ini dirancang dengan menggunakan pendekatan permainan (*game*). Kecenderungan pengguna yang memengaruhi rancangan aplikasi Tinder pun berlaku sebaliknya, rancangan aplikasi ini juga membawa pengaruh bagi penggunanya. Dengan melakukan pendekatan permainan, pengguna merasa kecanduan untuk menggunakan aplikasi Tinder.

Pengaruh paling mendasar dalam perilaku pengguna adalah motivasi yang merupakan faktor pemicu internal yang paling kuat. Sebagaimana karakteristik generasi milenial, motivasi yang mendominasi pengguna adalah untuk menghilangkan rasa bosan atau mengisi waktu luang yang mana motivasi ini oleh McQuail dikategorikan ke dalam kategori entertainment/hiburan. Melihat Tinder sebagai permainan, pengguna cenderung akan meninggalkan aplikasi ketika sudah bosan atau merasa tidak perlu. Tetapi, pengguna juga mungkin akan kembali lagi ketika sewaktu-waktu merasa bosan. Hal inilah yang kemudian memicu perilaku hapus-unduh ulang aplikasi yang dilakukan pengguna. Perilaku ini juga memengaruhi grafik pertumbuhan jumlah unduhan aplikasi.

Selain munculnya perilaku hapus-unduh ulang aplikasi, ada pula perilaku hapus akun sebagai dampak desain aplikasi yang seperti permainan. Bila pengguna yang menghapus akun kemudian membuat kembali akun, maka akun pengguna tersebut akan terhitung sebagai akun pengguna baru. Hal ini menjadi salah satu faktor jumlah pengguna yang terus meningkat. Karena perilaku-perilaku inilah data statistik jumlah pasti pengguna sulit untuk ditemukan.

Penelitian ini menunjukkan keterkaitan antara desain *user interface* dan *user experience*. Hubungan ini juga berlaku antara desain aplikasi dengan perilaku penggunanya. Hubungan antara pengguna dan desain aplikasi tidak hanya bagaimana desain memengaruhi perilaku penggunanya, pun sebaliknya, perilaku pengguna pun memengaruhi desain aplikasi. Desain aplikasi Tinder, baik secara tampilan maupun navigasi yang membentuk pengalaman penggunanya, membangun persepsi pengguna mengenai aplikasi ini. Pengguna aplikasi Tinder melihat Tinder

tidak lagi semata sebagai aplikasi untuk mencari jodoh, tetapi aplikasi untuk menemukan orang baru dengan ketertarikan yang sama. Persepsi mengenai kecocokan ini dibangun melalui informasi yang ditampilkan melalui aplikasi yang terfokus pada foto profil dan tambahan akun instagra, yang memberikan gambaran mengenai ketertarikan pengguna lain (visual) serta pilihan lagu yang terhubung dengan akun Spotify yang ditampilkan pada profil pengguna. Persepsi bahwa Tinder bukan hanya untuk pengguna yang ingin mencari jodoh dan lebih terbuka inilah yang mendorong pengguna tak lagi malu untuk menggunakan Tinder bahkan merekomendasikan pada lingkaran pertemanannya untuk turut menggunakan Tinder.

Desain aplikasi Tinder berhasil membangun persepsi penggunanya mengenai aplikasi ini. Persepsi yang terbentuk kemudian memengaruhi perilaku penggunanya. Pengguna Tinder dalam penelitian ini mengakui kemudahan yang ditampilkan Tinder melalui desain dan tawaran fiturnya menjadi alasan utama dalam memilih aplikasi ini yang tanpa disadari aplikasi ini menjadi bagian dari pengguna bahkan kebiasaan. Kedekatan ini kemudian menjadikan Tinder tidak lagi sebagai sebuah aplikasi, tetapi juga berkembang menjadi sebuah istilah baru bahkan sebagai kata kerja dalam keseharian penggunanya.

B. Saran

Melalui penelitian ini, bila diperkenankan untuk memberikan saran, dalam melakukan perancangan aplikasi, ada baiknya bila memahami benar target penggunanya. Selain itu, melihat bagaimana desain dapat memengaruhi perilaku penggunanya, ada baiknya bila rancangan aplikasi ditujukan untuk kepentingan yang positif. Cara penyampaian nilai dan tujuan yang diwujudkan dalam desain aplikasi juga ada baiknya dibuat secara spesifik untuk meminimalisir penyalahgunaan produk rancangan yang dibuat.

Dan bila ingin melakukan perancangan aplikasi ataupun situs ada baiknya untuk memerhatikan elemen-elemen dalam perancangan *user interface* dan *user experience*. Karena hubungan keduanya yang saling

keterkaitan, ada baiknya tidak melihat *user interface* dan *user experience* sebagai satu hal yang bertolak belakang. Menggabungkannya dengan pemahaman akan target pengguna akan membantu desainer untuk membuat aplikasi yang ‘ramah’ kepada pengguna.

Terkait dengan penulisan ini, penulis sadar masih banyak kekurangan yang dilakukan oleh penulis, seperti analisis yang kurang tajam, fokus yang terlalu luas, dan jangkauan yang kurang luas. Meskipun penelitian ini jauh dari kata layak – maupun baik, namun, penulisan ini adalah usaha sungguh-sungguh penulis dalam menganalisa desain aplikasi dengan pengaruhnya pada fenomena Tinder. Dalam proses penulisan yang bermula dari rasa penasaran penulis, telah membantu untuk melihat bagaimana desain dapat menjadi suatu pengaruh.

Semoga karya tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang menekuni dunia desain komunikasi visual dan dapat menjadi kontribusi pengetahuan baik secara praktik maupun teori. Selain itu, semoga karya tugas akhir ini dapat menjadi pacuan untuk penelitian selanjutnya mengenai desain *user interface* dan *user experience*.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Purnomo Setiady & Husaini Usman. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Borrow, Benjamin. 2016. *More Than Just A Pretty Profile*. Utrecht: Utrecht University.
- Eyal, Nir. 2016. *Hooked: Bagaimana Aplikasi Membentuk Kebiasaan Kita*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Frandsen, Emil. M., Martin Wendel. 2015. Thesis tidak diterbitkan. *An Analysis of the Online Dating Industry and How Startups Can Compete*. Denmark: Copenhagen University.
- Garret, Jesse James. 2011. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. Berkley: Peachpit.
- Heidegger, Martin. 1962. *Being and Time*. Southampton: The Camelot Ptness, Ltd.
- James, Jessica L. 2015. Thesis tidak diterbitkan. *Mobile Dating in the Digital Age: Computer-Mediated Communication and Relationship Building on Tinder*. Texas: Texas University.
- Jhonson, Jeff. 2008. *GUI Bloopers 2.0: Common User Interface Design Don'ts and Dos*. San Fransisco: Morgan Kaufman Publishers.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsep, Pedoman, dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Meda, Jhon. 2006. *The Laws of Simplicity*. Massachusettes: MIT Press.

McQuail, Denis. 2009. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE.

Schüll, Natasha Dow. 2012. *Addicted by Design*. New Jersey: Princeton University Press.

Shneiderman, Ben & Catherine Plaisant. 2004. *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Interaction*. New Jersey: Pearson Education.

Soren, Lauesen. 2005. *User Interface Design: A Software Engineering Perspective*. Edinburg: Addison Wesley.

Sundar, S. Shyam. 2008. *The MAIN Model: A Heuristic Approach to Understanding Technology Effects on Credibility*. Dalam Metzger, M. J. & Andrew. J. Flangin (ed.) *Digital Media, Youth, and Credibility*. Cambridge: MIT Press.

Supelli, Karlina. 2010. *Ruang Publik Dunia Maya*, dalam F. Budi Hardiman (ed.). *Ruang Publik: Melacak Partisipasi Demokratid dari Polis hingga Cyberspace*. Yogyakarta: Kanisius. Hal: 329-345.

Walker, Jhon. A. 2010. *Desain, Sejarah, Budaya: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.

Zhao, H. Vicky . 2011. *Behavior Dynamics in Media-Sharing Social Networks*. New York: Cambridge University Press.

Webtografi

AppAnnie. 2017. www.appannie.com/apps/google-play/app/com.tinder/rank-history. Diakses pada: 27 Desember 2017 pukul 19.50

Eler, Alicia, Eve Peyser. 2016. *Tinderization of Feelings*.
<https://thenewinquiry.com/tinderization-of-feeling/>

Jajak Pendapat. 2017. <http://jajakpendapat.net/pdf/7363/tinder-users>. Diakses pada: 3 Juni 2017 pukul 01.10.

Kemp, Simon. 2016. <http://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2016>. Diakses pada: 16 Februari 2017 pukul 22.50.

<https://www.gotinder.com/press>

<https://blogs.lib.unc.edu/hill/index.php/2016/05/25/operation-match-computer-dating-at-unc-in-the-1960s/>

<https://www.swipehelper.com/2016/11/16/tinder-algorithm/>

