

Evaluasi *Usability* Sosial Media Profesional “LinkedIn” Menggunakan Metode *Usability Testing*

Devita Helga Safitri¹, Hanifah Muslimah Az-Zahra², Mochamad Chandra Saputra³

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya
Email: ¹devitahelga@student.ub.ac.id, ²hanifah.azzahra@ub.ac.id, ³andra@ub.ac.id

Abstrak

LinkedIn adalah platform jaringan profesional terbesar di dunia yang ada di internet. Dalam penggunaannya, ditemukan 3 pengguna LinkedIn yang melaporkan kesulitan yang dialaminya melalui ulasan *Google Play Store* dan sudah direspons lebih dari 10 orang. Ulasan tersebut berisikan komplain mengenai permasalahan panduan yang sulit dipahami, ketidakjelasan informasi pembatasan akun dan kurang faham terhadap fitur - fitur di LinkedIn. Selanjutnya, untuk memperjelas apakah LinkedIn memiliki permasalahan pada *usability*, dilakukan survei awal kepada 21 mahasiswa yang menghasilkan bahwa terdapat 47,6% responden mengatakan tampilan sosial media LinkedIn termasuk ke dalam kategori sedang, 38,1% responden mengatakan tampilan LinkedIn ke dalam kategori kompleks. Kemudian 52,4% responden memerlukan panduan saat pertama kali menggunakan LinkedIn. LinkedIn dinilai lebih ke arah sosial media yang kompleks dibandingkan sosial media lainnya. Berdasarkan pengalaman responden, menyatakan bahwa mereka mengalami kebingungan saat pertama kali menggunakan LinkedIn. Kebingungan yang mereka alami seperti kebingungan harus darimana mereka memulainya, perintah yang tidak jelas dan tidak mengetahui fungsi – fungsi setiap fitur LinkedIn. Oleh sebab itu, diperlukan evaluasi *usability* pada *website* LinkedIn yang difokuskan dengan fungsi utama sosial media LinkedIn yaitu dalam hal membangun profil dan koneksi menggunakan metode *usability testing*. Metode tersebut diterapkan dengan pendekatan kualitatif melalui analisis tematik. Hasil dari evaluasi *usability testing* ditemukan total 27 permasalahan *usability* yang dikelompokkan ke dalam 5 bagian fitur *website* LinkedIn. Fitur tersebut antara lain verifikasi, sub menu tambah bagian profil, pengaturan, profil bagian depan dan jaringan. Adapun usulan perbaikan baik berupa penambahan *icon*, penambahan fitur, perubahan warna tulisan dan tombol, memperjelas instruksi dan format pengisian serta penambahan *user guideline*.

Kata kunci: *analisis tematik, evaluasi, usability, usability testing, website linkedin*

Abstract

LinkedIn is the world's largest professional networking platform on the internet. In use, 3 LinkedIn users were found who reported their difficulties through Google Play Store reviews and more than 10 people responded. The review contains complaints about difficult-to-understand guide issues, unclear account restriction information and a lack of understanding of LinkedIn's features. Furthermore, to clarify whether LinkedIn has usability problems, an initial survey was conducted among 21 college students which resulted in that 47.6% of respondents said LinkedIn's social media appearance was in the medium category, 38.1% of respondents said LinkedIn's appearance was in the complex category. Then 52.4% of respondents needed guidance the first time they used LinkedIn. LinkedIn is considered more towards complex social media than other social media. Based on the experience of respondents, stated that they experienced confusion the first time they used LinkedIn. The confusion they experience such as confusion where to start, unclear instructions and not knowing the functions of each LinkedIn feature. Therefore, it is necessary to evaluate the usability of the LinkedIn website which is focused on the main function of LinkedIn's social media, namely in terms of building profiles and connections using the usability testing method. The method is applied with a qualitative approach through thematic analysis. The results of the usability testing evaluation found a total of 27 usability problems which were grouped into 5 sections of the LinkedIn website features. These features include verification, sub menu plus profile section, settings, front profile and network.

The proposed improvements include adding icons, adding features, changing the color of text and buttons, clarifying instructions and filling formats, and adding user guidelines

Keywords: *thematic analysis, evaluation, usability, usability testing, linkedin website*

1. PENDAHULUAN

LinkedIn adalah platform jaringan profesional terbesar di dunia yang ada di internet dan tersedia dalam bentuk aplikasi mobile dan website. LinkedIn memiliki visi untuk menciptakan peluang ekonomi bagi tenaga kerja di seluruh dunia dengan cara menghubungkan para profesional di seluruh dunia agar mereka menjadi lebih produktif dan sukses. Hingga saat ini, LinkedIn memiliki kurang lebih 774 juta anggota di lebih dari 200 negara dan wilayah di seluruh dunia salah satunya di Indonesia. Statista.com menyatakan bahwa hingga April 2021, 33,4% pengguna LinkedIn di Indonesia berusia antara 18 – 24 tahun. Melalui hal tersebut, dapat diketahui bahwa generasi Indonesia mulai memperhatikan pentingnya memiliki akun LinkedIn sejak usia muda.

Sebagai media sosial profesional, LinkedIn sangat bermanfaat bagi para penggunanya salah satunya adalah kerap dijadikan sebagai sumber melacak bagi para eksekutif untuk merekrut seseorang. Para pengguna LinkedIn yang dapat mengoptimalkan berbagai fitur di dalamnya berpeluang untuk mendapatkan tawaran lowongan menarik dari para perekrut. Peluang tersebut dapat berupa peluang kerjasama hingga pekerjaan. Namun, diketahui masih banyak pengguna yang masih merasa kesulitan dalam memanfaatkan fitur – fitur yang ada di LinkedIn.

Dalam penggunaannya, ditemukan 3 pengguna LinkedIn yang melaporkan kesulitan yang dialaminya melalui ulasan Google Play Store dan sudah direspons lebih dari 10 orang. Ulasan tersebut berisikan komplain mengenai permasalahan panduan yang sulit dipahami, ketidakjelasan informasi pembatasan akun dan kurang faham terhadap fitur - fitur di LinkedIn. Untuk memastikan bahwa LinkedIn benar-benar mempunyai masalah bagi para penggunanya, peneliti melakukan penelitian awal dengan menyebarkan survei pada 21 mahasiswa yang memiliki kriteria yaitu: 1) Berusia 18 - 24 tahun, 2) Sudah memiliki akun LinkedIn, 3) Aktif menggunakan LinkedIn dalam waktu minimal 2 bulan.

Melalui hasil survei responden mengatakan bahwa 47,6% tampilan sosial media LinkedIn termasuk ke dalam kategori sedang, 38,1%

mengatakan kompleks dan 14,3% mengatakan simpel. Selain itu, 52,4% responden memerlukan bantuan orang lain atau video tutorial atau panduan saat pertama kali menggunakan LinkedIn. LinkedIn yang membranding dirinya sebagai media sosial profesional, melalui data tersebut bisa dikatakan bahwa para responden menilai LinkedIn lebih ke arah sosial media yang kompleks dibandingkan sosial media lainnya. Berdasarkan pengalaman responden, menyatakan bahwa mereka mengalami kebingungan saat pertama kali menggunakan LinkedIn. Kebingungan yang mereka alami seperti kebingungan harus darimana mereka memulainya, perintah yang tidak jelas dan tidak mengetahui fungsi – fungsi setiap fitur LinkedIn.

Berdasarkan permasalahan - permasalahan tersebut, bisa dikatakan bahwa LinkedIn masih sulit digunakan bagi para pengguna baru. Sehingga, peneliti memutuskan untuk melakukan evaluasi *usability* pada *website* LinkedIn yang difokuskan dalam hal membangun profil dan koneksi menggunakan metode *usability testing*. Metode tersebut diterapkan dengan pendekatan kualitatif melalui analisis tematik. *Usability* adalah atribut kualitas yang menilai seberapa mudah antarmuka pengguna digunakan (Nielsen, 2012). Metode *usability testing* dipilih karena mampu mengidentifikasi masalah dalam desain produk atau layanan, mengungkap peluang untuk meningkatkan produk menjadi lebih baik serta dapat mempelajari perilaku dan preferensi dari end user (Moran, 2019). Menurut Nielsen, terdapat 5 komponen untuk mengukur kualitas *usability* yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction*. Namun, pada penelitian ini komponen *memorability* tidak diukur karena faktor intensitas penggunaan sosial media yang terbilang sangat sering digunakan oleh para pengguna internet.

Pemilihan penelitian pada lingkup *website* ini didasarkan pada hasil survei dimana 13 dari 21 responden memilih menggunakan *website* ketika mengakses LinkedIn. *Website* dinilai lebih luas, nyaman dan mudah untuk memposting konten. Selain itu pemilihan *website* ini juga dikarenakan adanya faktor

tingginya intensitas penggunaan laptop atau komputer bagi para mahasiswa.

Pengujian *usability* ini bertujuan untuk menilai seberapa mudah *website* LinkedIn digunakan bagi pengguna baru. Diharapkan hasil keluaran dari evaluasi ini dapat dijadikan sebagai acuan perbaikan sisi *usability* pada *website* LinkedIn dan membuat *website* LinkedIn menjadi lebih baik dari sebelumnya. Sehingga, LinkedIn dapat mempertahankan para penggunanya agar tidak terjadi *churn*.

2. LANDASAN KEPUSTAKAAN

Usability adalah atribut kualitas yang menilai seberapa mudah antarmuka pengguna digunakan. Kata "*usability*" juga mengacu pada metode untuk meningkatkan kemudahan penggunaan selama proses desain Nielsen (2012). Terdapat 5 komponen *usability* yaitu: 1). *Learnability*: Seberapa mudah pengguna dalam menyelesaikan tugas-tugas dasar saat pertama kali menggunakan produk; 2). *Efficiency*: Seberapa cepat pengguna dapat mencapai tujuannya; 3). *Memorability*: Seberapa mudah pengguna kembali menggunakan produk setelah mereka lama tidak menggunakan; 4). *Errors*: Seberapa banyak kesalahan yang dilakukan pengguna ketika berinteraksi dengan produk. Terdapat 2 jenis error yaitu *slips* dan *mistakes*. *Slips* terjadi ketika pengguna bermaksud melakukan satu tindakan, tetapi akhirnya melakukan tindakan lain atau bisa disebut kesalahan dikarenakan tidak fokus dengan *task* yang ia jalani. Sedangkan *mistakes* terjadi jika pengguna memiliki tujuan yang tidak sesuai dengan *task* saat ini atau bisa disebut dengan kesalahan yang disadari; 5). *Satisfaction*: Seberapa menyenangkan pengguna dalam menggunakan produk.

Pengukuran *usability* pada produk sangat penting untuk dilakukan agar tidak terjadi *churn* pada pengguna serta juga dapat meningkatkan produktivitas produk menjadi lebih baik. Salah satu metode evaluasi populer yang digunakan untuk mengukur tingkat kemudahan dan kenyamanan dari perspektif pengguna ketika pengguna sedang berinteraksi dengan sistem adalah *usability testing*. Metode *usability testing* mampu mengidentifikasi masalah dalam desain produk atau layanan, mengungkap peluang untuk meningkatkan produk menjadi lebih baik serta dapat mempelajari perilaku dan preferensi dari *end user* (Moran, 2019). Terdapat 3 elemen dalam pengujian *usability testing* yaitu

fasilitator, *task* dan partisipan. Fasilitator adalah seorang peneliti yang akan memandu jalannya penelitian dan memberikan *task* kepada partisipan. Fasilitator bekerja untuk memastikan bahwa tes menghasilkan data yang valid dan berkualitas tanpa mempengaruhi perilaku partisipan. *Task* adalah suatu aktivitas realistis yang akan dilakukan oleh partisipan secara nyata. *Task* dapat bersifat spesifik dan terbuka. Partisipan adalah seorang pengguna produk yang sebenarnya atau pengguna representatif yang memiliki kesamaan *background* dengan kelompok pengguna sebenarnya. Dalam sesi pengujian, peneliti akan meminta partisipan untuk menjalankan *task* dan peneliti akan mengamati perilaku partisipan saat menyelesaikan setiap *task* dan mendengarkan *feedback* dari partisipan.

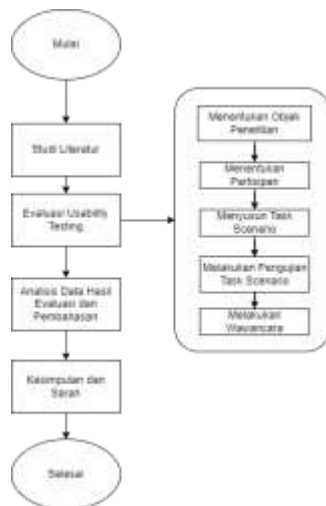
Untuk mendapatkan data yang valid saat pengujian *usability testing*, fasilitator perlu melakukan observasi ketika partisipan menjalankan *task* dan melakukan wawancara ketika pengujian *usability testing* dikatakan berakhir. Observasi merupakan salah satu kegiatan ilmiah empiris yang mendasarkan fakta-fakta lapangan maupun teks, melalui pengalaman panca indra tanpa menggunakan manipulasi apapun (Hasanah, 2016). Observasi dapat diartikan sebagai salah satu teknik pengumpulan data yang sifatnya lebih spesifik dibanding teknik lainnya (Ismail, 2020). Kunci keberhasilan observasi bergantung pada ketepatan hasil penelitian oleh peneliti karena peneliti mengumpulkan data dan menyimpulkannya secara mandiri (Iryana, 2019).

Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden/ orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. Dalam wawancara biasa dilakukan secara individu maupun dalam bentuk kelompok, sehingga didapat data informatik yang orientik (Iryana, 2019). Wawancara memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang kaya dan jelas dari informan sehingga peneliti dapat mengetahui dan menggali permasalahan yang sebenarnya terjadi secara mendalam.

Untuk mendapatkan makna hasil data observasi dan wawancara perlu dilakukan analisis kualitatif. Analisis tematik atau *thematic analysis* adalah jenis analisis yang paling banyak dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif yang

pelaksanaannya melalui langkah reduksi data, pengorganisasian dan interpretasi (Junaid, 2016). Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, namun analisis tematik ini sangat penting untuk dipelajari karena dianggap sebagai *core skills* atau pengetahuan dasar untuk melakukan analisa dalam penelitian-penelitian kualitatif (Heriyanto, 2018).

3. METODOLOGI



Gambar 1. Metodologi penelitian

Penelitian ini diawali dengan melakukan studi literatur. Tahapan ini digunakan untuk mempelajari teori yang berkaitan dan menjadi referensi dalam melakukan penelitian ini. Sumber yang digunakan berasal dari *e-book*, jurnal maupun penelitian terdahulu. Beberapa studi literatur yang berkaitan adalah mengenai sosial media, evaluasi *usability*, pengumpulan dan analisis data kualitatif.

Kemudian di tahap kedua peneliti melakukan evaluasi *usability testing* dengan melakukan persiapan terlebih dahulu. Objek yang akan diteliti adalah *website* sosial media LinkedIn. Hal ini didasarkan pada hasil survei awal penelitian yang menyatakan bahwa sebanyak 61.9% responden lebih memilih *website* ketika mengakses LinkedIn. *Website* LinkedIn dinilai lebih luas, nyaman dan mudah untuk pengguna mengunggah dokumen dibandingkan pengguna mengakses melalui aplikasi *mobile* LinkedIn di *smartphone*. Untuk penentuan jumlah partisipan didasarkan pada pernyataan Macefield (2009) bahwa untuk studi yang terkait dengan penemuan masalah *usability* dapat menggunakan 5 – 10 partisipan sebagai rentang yang dianggap ideal. Peneliti juga membuat *task scenario* yang berfokus dalam hal membangun profil dan koneksi. Adapun *task*

scenario yang harus dikerjakan oleh partisipan saat pengujian pada *website* LinkedIn adalah sebagai berikut:

Tabel 1. *Task Scenario*

No.	<i>Task Scenario</i>
1.	Anda adalah seorang mahasiswa/i yang mulai mempersiapkan karir Anda dengan bergabung atau <i>login</i> di sosial media LinkedIn melalui platform <i>website</i> pada tautan https://id.linkedin.com .
2.	Anda melengkapi profil di LinkedIn untuk memperkenalkan diri kepada orang lain serta memberitahukan apa yang Anda perjuangkan dan apa yang Anda minati sehingga profil LinkedIn Anda menjadi CV yang menarik.
3.	Anda menyimpan profil yang sudah Anda buat di LinkedIn dalam format PDF.
4.	Anda membangun jaringan koneksi dengan orang yang Anda kenal di LinkedIn.

Setelah melakukan persiapan, maka pengujian *usability testing* sudah dapat dilaksanakan. Pada pengujian *usability testing* dengan pendekatan kualitatif ini, peneliti akan melakukan observasi secara langsung dengan memperhatikan mimik, gerak-gerik partisipan, mendengarkan *feedback* serta memperhatikan hasil dari pengujian setiap task yang diberikan. Seluruh proses pengujian dari awal hingga akhir akan direkam menggunakan bantuan alat perekam. Adapun prosedur pengujian *usability testing* adalah: 1). Pembukaan, 2). Persiapan, 3). Pengarahan, 4). Pengujian, 5). Wawancara, 6). Penutup.

Langkah selanjutnya yaitu melakukan pengolahan data menggunakan teknik analisis tematik. Peneliti akan memahami data dengan membuat data gabungan hasil observasi dan wawancara. Kemudian peneliti akan menyusun kode berdasarkan makna yang terkandung di dalam data kemudian mengumpulkan fakta-fakta sejenis lainnya yang nantinya dapat ditemukan kunci tema. Selanjutnya, peneliti akan melakukan interpretasi makna setiap tema maupun kategori yang terbentuk pada hasil pengolahan analisis tematik berdasarkan teori *usability* Nielsen (2012) dan menginterpretasi makna data usulan perbaikan. Komponen *usability* yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada 4 komponen yaitu *learnability*, *efficiency*, *errors* dan *satisfaction*.

Setelah hasil dan analisis evaluasi *usability testing* pada *website* LinkedIn didapatkan, selanjutnya akan dilakukan penarikan kesimpulan dan pemberian saran. Kesimpulan berisi poin-poin penting yang didapatkan dari penelitian ini sedangkan saran akan berisi usulan

yang dapat dipertimbangkan ketika dilakukan penelitian selanjutnya.

4. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Hasil data dari pengujian *usability testing* adalah waktu pengujian dan lembar observasi. Lembar observasi pengujian berisikan data observasi dan data wawancara per partisipan sehingga perlu adanya penggabungan kedua data tersebut sehingga mempermudah peneliti memahami data. Dalam memahami kedua data tersebut, peneliti membuat pertanyaan *guidelines* untuk mempermudah dalam membuat data gabungan hasil observasi dan wawancara. Setelah memahami data, peneliti mengorganisasikan fakta sejenis dan menentukan tema yang terkandung di dalam data atau disebut dengan analisis tematik. Untuk mendapatkan tema, peneliti akan mengumpulkan data- data yang sejenis kemudian akan diberikan kode. Dari kumpulan – kumpulan kode akan ditemukan sebuah kategori dan dari kumpulan – kumpulan kategori akan ditemukan sebuah tema. Adapun contoh hasil analisis tematik seperti pada gambar 2 berikut.

Tema	Kategori	Kode	Data
Capaian partisipan dalam menjalankan task scenario	Task scenario 1	Berhasil membuat akun LinkedIn	- P1 berhasil membuat akun LinkedIn, menambahkan foto profil dan masuk ke halaman dashboard. (LAa) - P6 berhasil membuat akun LinkedIn, menambahkan foto profil, membangun koneksi dengan akun yang ada di LinkedIn dan masuk ke halaman dashboard. (GAa)
		Berhasil mengubah foto profil	- P1 berhasil membuat akun LinkedIn, menambahkan foto profil dan masuk ke halaman dashboard. (LAa) - P6 berhasil membuat akun LinkedIn, menambahkan foto profil, membangun koneksi dengan akun yang ada di LinkedIn dan masuk ke halaman dashboard. (GAa)
		Berhasil masuk ke halaman dashboard	- P1 berhasil membuat akun LinkedIn, menambahkan foto profil dan masuk ke halaman dashboard. (LAa)

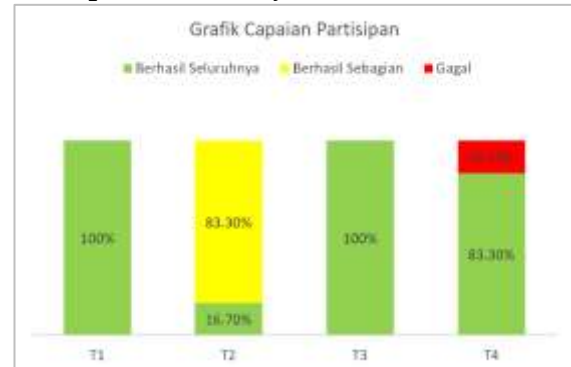
Gambar 2. Analisis tematik

Tema yang ditemukan setelah melakukan analisis tematik adalah sebagai berikut: 1). Capaian Partisipan Dalam Menjalankan Task Scenario; 2). Sikap dan Reaksi Partisipan Ketika Menjalankan Task Scenario; 3). Permasalahan yang Terjadi Ketika Pengujian; 4). Usulan

Perbaikan Website LinkedIn; 5). Kepuasan Partisipan Ketika Menggunakan LinkedIn.

5. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Aspek *Learnability*



Gambar 3. Diagram capaian partisipan

Berdasarkan gambar 3 tersebut, 100% partisipan mudah menjalankan *task scenario* 1 dan 3. Kemudian pada *task scenario* 2 hanya terdapat 16,7% yang berhasil seluruhnya dan 83,3% berhasil sebagian. Untuk *task scenario* 4 terdapat 16,7% partisipan yang gagal menjalankan *task*. Dapat disimpulkan terdapat permasalahan yang harus digali pada *task scenario* 2 dan 4.

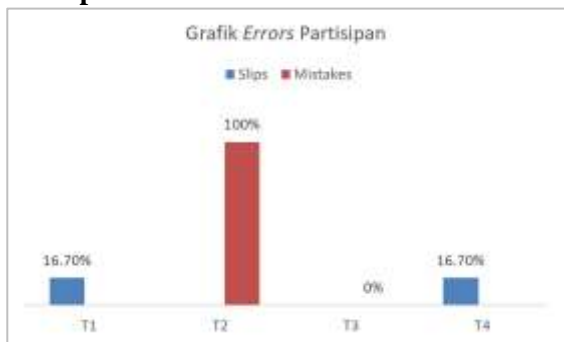
5.2 Aspek *Efficiency*



Gambar 4. Grafik rata-rata waktu penyelesaian *task scenario*

Berdasarkan gambar 4 tersebut, rata – rata waktu tertinggi terjadi pada saat partisipan menjalankan *task scenario* 2. Bisa disimpulkan bahwa terdapat permasalahan pada *task scenario* 2. Selain itu, setiap partisipan memiliki data riwayat hidup berbeda- beda sehingga ketika partisipan memiliki data riwayat hidup yang banyak akan mempengaruhi tingginya waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan *task* ini.

5.3 Aspek Errors



Gambar 5. Grafik errors partisipan

Berdasarkan gambar 5 tersebut, dapat disimpulkan bahwa 100% partisipan pernah mengalami errors di task scenario 2 dengan kategori mistakes. Kemudian pada task scenario 1 dan task scenario 4 masing- masing terdapat sebesar 16.7% errors dalam kategori slips.

5.3 Aspek Satisfaction



Gambar 6. Fitur yang menarik di linkedin

Berdasarkan gambar 6 tersebut, fitur yang paling banyak menarik partisipan adalah fitur tambah bagian profil. Fitur ini dinilai berbeda dengan fitur profil pada sosial media lain dan dinilai lengkap untuk menunjang pembuatan Curriculum Vitae (CV).

Selain dari segi fitur, partisipan juga puas dengan LinkedIn dari segi pandangan manfaat sosial media ini di masa depan. 66.7% partisipan akan menggunakan kembali sosial media LinkedIn dimana sosial media ini dikenal populer dan memiliki jaringan yang luas sehingga dapat dimanfaatkan untuk membangun personal branding mereka. Sebesar 33.3% partisipan juga berpendapat bahwa sosial media LinkedIn sangat bermanfaat untuk membantu mencari pekerjaan di era digital seperti saat ini.

5.4 Analisis Permasalahan dan Usulan Perbaikan

Analisis permasalahan dan usulan perbaikan dilakukan dengan mensinkronisasi dari hasil

analisis tematik antara tema yang disampaikan partisipan dengan mensinkronisasi antara tema “Permasalahan yang Terjadi Ketika Pengujian” dengan tema “Usulan Perbaikan Website LinkedIn”. Pembahasan analisis permasalahan dan usulan perbaikan akan dituliskan berdasarkan 6 jenis fitur yaitu: 1). Verifikasi; 2). Sub menu tambah bagian profil; 3). Pengaturan; 4). Profil bagian depan; 5). Jaringan. Adapun detail permasalahan dan usulan perbaikan website LinkedIn seperti pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Analisis permasalahan dan usulan perbaikan website LinkedIn

No.	Jenis Masalah	Permasalahan	Usulan Perbaikan
Verifikasi			
1.	Verifikasi gambar	Petunjuk dari verifikasi gambar kurang spesifik dan kata- kata instruksi “menghadap ke arah atas” membingungkan pengguna.	Sebaiknya kata- kata instruksi dibuat lebih jelas sehingga tidak membingungkan pengguna.
2.	Verifikasi email	Notifikasi verifikasi email yang terletak di pojok kiri terlalu kecil dan notifikasi yang dibagian header website kurang dipandang oleh pengguna.	Diberikan pop up di tengah layar ketika pengguna diminta memverifikasi email agar lebih terlihat jelas
Sub menu tambah bagian profil			
1.	Jenis Pengisian dan detail fungsi sub menu	Kurang jelasnya informasi sub menu mana saja yang harus diisi terlebih dahulu.	Merubah warna tulisan intro dan tombol dropdown pada setiap kategori sub menu agar lebih jelas bahwa untuk melengkapi profil ada 3 jenis kategori pengisian.
		Sub menu pada tambah bagian profil kurang praktis untuk pengguna baru karena pengguna harus membuka satu per satu sub menu untuk mengetahui fungsi jelasnya.	Penambahan icon pada setiap sub menu tambah bagian profil dan penambahan informasi singkat sub menu agar pengguna lebih mudah dan cepat mengerti fungsi setiap sub menu tersebut tanpa

			harus membuka satu per satu.			tambah keahlian tidak mendukung pengisian dengan unsur perincian.	keahlian lebih dari satu.
2.	Kolom Sub Menu Secara Umum	Warna abu-abu pada tulisan “*wajib diisi” di setiap bagian atas ketika pengguna ingin mengisi sub menu bagian profil kurang terlihat.	Merubah warna pada tulisan “*wajib diisi” dari abu-abu ke warna merah agar hal – hal yang penting lebih terlihat oleh pengguna.				
		Warna abu – abu yang sama pada judul kolom dengan format pengisian membuat kurang jelas perbedaan keduanya.	Menebalkan tulisan judul agar lebih jelas terlihat perbedaan antara judul kolom dengan format pengisian.			Adanya opsi pilihan organisasi ketika mengetik, membuat pengguna berpikir bahwa kolom tidak bisa diisi dengan organisasi penerbit yang belum terdaftar.	Perubahan nama kolom ID kredensial menjadi nomor SK/ Sertifikat dan nama kolom URL Kredensial menjadi URL Sertifikat.
3.	Tambah Pendidikan	Opsis jawaban untuk gelar pendidikan masih kurang lengkap.	Ditambahkan tombol untuk menambahkan list jika opsi jawaban tidak menampilkan gelar maupun bidang yang dimaksud pengguna agar langsung mengetahui bahwa kolom dapat diisi sendiri.				Ditambahkan pertanyaan interaktif agar pengguna tidak ragu untuk mengisi jika nama organisasi penerbitnya tidak muncul.
		Opsis jawaban kolom bidang studi masih kurang lengkap dan spesifik.					
		Instruksi pengisian kolom nilai, aktivitas & kegiatan, deskripsi dan media pada sub menu tambah pendidikan masih membingungkan.	Ditambahkan contoh format pengisian yang lebih jelas pada kolom nilai, aktivitas dan kegiatan sosial, deskripsi dan media agar pengguna tidak salah memasukkan data.				Memperjelas kembali nama kolom dan format pengisian nomor.
		Warna pada tombol hapus pendidikan kurang menonjol dan terlalu rancu dengan tulisan biasa di LinkedIn.	Merubah warna pada tombol hapus pendidikan menjadi merah agar tidak rancu dengan tulisan biasa.				
4.	Tambah Posisi	Penamaan sub menu tambah posisi untuk menambahkan pengalaman pengguna pada LinkedIn masih rancu bagi mahasiswa.	Merubah nama sub menu tambah posisi menjadi tambah pengalaman agar pengguna yang masih berstatus mahasiswa tidak kebingungan.				
5.	Tambah Keahlian	Kolom keahlian pada sub menu	Mensupport input data				
6.	Tambah Lisensi dan Sertifikasi						
7.	Tambah Kursus						
8.	Tambah Organisasi						
Pengaturan							
1.	Bahasa						

			pengguna untuk mengalihkan bahasa sesuai negara tempat tinggalnya.
2.	Mode Gelap	Masih terdapat <i>whitespace</i> pada logo institusi ketika pengguna menerapkan mode gelap.	Memperbaiki kembali penerapan mode gelap sehingga tidak ada <i>whitespace</i> pada logo institusi.
		Tulisan pilihan bahasa tidak terlihat jika tidak di <i>hover</i> terlebih dahulu ketika pengguna menerapkan mode gelap.	Memperbaiki kembali penerapan mode gelap sehingga tulisan pilihan bahasa terlihat jelas semua tanpa di <i>hover</i>

Profil Bagian Depan

1.	Fitur simpan sebagai PDF dan tombol lainnya	Letak fitur simpan profil sebagai PDF tersembunyi.	Seluruh fitur yang ada di dalam tombol lainnya diuraikan dengan membuat <i>icon</i> masing – masing.
		Kurang jelasnya fungsi tombol lainnya bagi pengguna baru.	
2.	Fitur bar kelengkapan profil dan tombol terbuka untuk	Kurang jelasnya fungsi tombol bagi pengguna baru.	Membuat <i>user guideline</i> mengenai penjelasan dari seluruh bagian depan profil agar mempermudah pengguna baru mengerti setiap fitur penting di dalam profil.
		Pengguna kebingungan ketika diminta untuk menambahkan pekerjaan karena masih berstatus mahasiswa dan belum memiliki data pekerjaan.	
		Pengguna kebingungan mengisi industri karena posisi saat ini masih berstatus mahasiswa yang belum bekerja.	

Jaringan

1.	Sinkronisasi Kontak	Fitur sinkronisasi kontak tidak menampilkan akun yang sudah terdaftar di LinkedIn dan tidak bisa mensinkronisasi melalui nomor <i>handphone</i> .	Memperbaiki fitur sinkronisasi kontak agar dapat menambahkan kontak menggunakan nomor <i>handphone</i> serta menampilkan akun yang sudah terdaftar di LinkedIn dan menampilkan
----	---------------------	---	--

			kontak yang belum bergabung dengan LinkedIn.
2.	Jenis Koneksi	Kurang jelasnya informasi perbedaan fungsi koneksi “terhubung” dengan “mengikuti” untuk pengguna baru.	Membuat <i>user guideline</i> mengenai perbedaan antara menjalin koneksi secara “terhubung” dengan “mengikuti” pada bagian fitur jaringan.

Selain menjelaskan tentang detail permasalahan yang terjadi peneliti juga menggambarkan usulan perbaikan yang diinginkan. Contoh analisis permasalahan pada pilihan bahasa tidak terlihat jika tidak di hover terlebih dahulu. Hal tersebut membuat pengguna menjadi tidak nyaman menggunakan pengaturan mode gelap. Gambaran permasalahan seperti pada gambar 7 berikut.



Gambar 7. Permasalahan tulisan pilihan bahasa pada mode gelap

Diharapkan LinkedIn dapat memperbaiki tampilan implementasi sistem mode gelap pada bagian pengaturan bahasa. Usulan perbaikan untuk permasalahan kedua ini adalah agar tulisan pilihan bahasa dapat terlihat semua tanpa perlu di hover. Adapun gambar usulan perbaikan untuk permasalahan kedua ini seperti gambar 8 di bawah ini.



Gambar 8. Usulan perbaikan pilihan bahasa pada mode gelap

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Ditemukan total 27 permasalahan *usability* pada 5 bagian fitur *website* LinkedIn. Pada fitur verifikasi permasalahan berkaitan dengan verifikasi gambar dan verifikasi email. Pada fitur sub menu tambah bagian profil permasalahan berkaitan dengan sub menu tambah pendidikan, posisi, keahlian, lisensi dan sertifikasi, kursus dan organisasi. Pada fitur pengaturan permasalahan berkaitan dengan bahasa dan implementasi mode gelap. Kemudian pada profil bagian depan permasalahan berkaitan dengan fitur simpan PDF, tombol terbuka untuk dan bar kelengkapan profil bagian tambah posisi dan tambah industri. Terakhir, permasalahan fitur jaringan berkaitan dengan sinkronisasi kontak dan jenis koneksi.
2. Dihasilkan usulan perbaikan beserta gambarannya yang bertujuan untuk mengatasi seluruh permasalahan *usability* yang ditemukan oleh partisipan. Usulan perbaikan *website* LinkedIn diantaranya berkaitan dengan penambahan *user guideline* bagi pengguna baru LinkedIn, penambahan *icon* bendera pada *footer web* bagian ubah bahasa, *icon* di setiap sub menu tambah bagian profil dan *icon* di setiap fitur tombol lainnya. Penambahan *pop up* notifikasi email dan penawaran bahasa yang akan digunakan pada sistem. Penambahan fitur untuk menambahkan pengalaman kepanitiaan dan sinkronisasi melalui nomor *handphone*. Penambahan tombol untuk menambahkan *list* pada kolom gelar dan bidang studi serta menambahkan pertanyaan interaktif pada kolom organisasi penerbit yang bertujuan agar pengguna tidak ragu untuk mengisi input sendiri meskipun di dalam daftar pilihan jawaban tidak muncul. Memperjelas nama sub menu tambah posisi, beberapa judul kolom, instruksi dan format pengisian sub menu tambah bagian profil. Perubahan pada beberapa tulisan dan tombol penting. Memperbaiki tampilan sistem dengan mode gelap serta mendukung input perincian di kolom keahlian.

6.2 Saran

Disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat menjangkau partisipan yang memiliki berbagai jenis data riwayat hidup agar data yang

didapatkan beserta fitur yang dievaluasi menjadi lebih variatif dan lengkap. Untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat lagi sebaiknya diperlukan adanya validasi secara lebih lanjut dari hasil analisis menggunakan teknik triangulasi. Penelitian saat ini hanya terbatas hingga penggambaran deskripsi usulan perbaikan *website* LinkedIn, sehingga penelitian kedepannya diharapkan dapat membandingkan *website* LinkedIn saat ini dengan hasil usulan perbaikan agar bisa diukur adanya peningkatan atau tidak.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Adirasyid, R. H., 2019. *Evaluasi Usability Situs Web Resmi Pemerintah Kabupaten Sidoarjo Menggunakan Metode Usability Testing Dan Evaluasi Heuristic*, Malang: Repository BKG.
- Aisyah Sriwulandari, H. H. P., 2014. *Analisis dan Evaluasi Aspek Usability Pada Web HRMIS Telkom University Menggunakan Usability Testing*. e-Proceeding of Engineering , Volume 1, p. 537.
- Cahyono, A. S., 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Publiciana, Volume 9.
- Hasanah, H., 2016. *Teknik - Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)*. *Jurnal at-Taqaddum*, Volume 8.
- Heriyanto, 2018. *Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif*. ANUVA, Volume 2.
- Hidayatullah, R. A., 2017. *Pembuatan Desain Website Sebagai Penunjang Company Profile CV*. Hensindo, s.l.: Repositori Universitas Dinamika.
- indowebsite, 2022. *Pengertian Website*. [Online] Tersedia di: <<https://www.indowebsite.co.id/website/>> [Diakses 17 Juli 2022].
- Iryana, R. K., 2019. *Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif*. [Online] Tersedia di: <<https://osf.io/preprints/inarxiv/2myn7/>> [Diakses 17 Juli 2022].

- Ismail, M. I., 2020. *Evaluasi Pembelajaran: Konsep Dasar, Prinsip, Teknik, dan Prosedur*. s.l.:s.n.
- ISO, 9., 2010. *Ergonomics of human-system interaction — Part 11: Usability: Definitions and concepts*. [Online] Tersedia di: <<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-11:ed-2:v1:en>> [Diakses 17 Juli 2022].
- Junaid, I., 2016. *Analisis Data Kualitatif Dalam Penelitian Pariwisata*. Kepariwisataaan, Volume 10.
- Liamputtong, P., 2009. *Qualitative data analysis: conceptual and practical considerations*. Health Promotion Journal of Australia.
- LinkedIn, 2022. *LinkedIn Corporation*. [Online] Tersedia di: <<https://about.linkedin.com/id-id>> [Diakses 17 Juli 2022].
- Ltd., H., 2022. *How to run moderated usability testing*. [Online] Tersedia di: <<https://www.hotjar.com/usability-testing/process-examples/>> [Diakses 18 Juli 2022].
- Ltd., H., 2022. *Usability evaluation and analysis*. [Online] Tersedia di: <<https://www.hotjar.com/usability-testing/evaluation-analysis/>> [Diakses 18 Juli 2022].
- Macefield, R., 2009. How To Specify the Participant Group Size for Usability Studies: A Practitioner's Guide. *Journal of Usability Studies*, 5(1), pp. 34-45.
- McCloskey, M., 2014. *Turn User Goals into Task Scenarios for Usability Testing*. [Online] Tersedia di: <<https://www.nngroup.com/articles/task-scenarios-usability-testing/>> [Diakses 30 Oktober 2022].
- Moran, K., 2019. *Usability Testing 101*. [Online] Tersedia di: <<https://www.nngroup.com/articles/usability-testing-101/>> [Diakses 17 Juli 2022].
- Nasrullah, R., 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nielsen, J., 2000. *Why You Only Need to Test with 5 Users*. [Online] Tersedia di: <<https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>> [Diakses 18 Juli 2022].
- Nielsen, J., 2012. *How Many Test Users in a Usability Study?*. [Online] Tersedia di: <<https://www.nngroup.com/articles/how-many-test-users/>> [Diakses 18 Juli 2022].
- Nielsen, J., 2012. *Usability 101: Introduction to Usability*. [Online] Tersedia di: <<https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>> [Diakses 17 Juli 2022].
- Pramono, W. A., 2018. *Evaluasi Usability Pada Aplikasi MyTelkomsel Dengan Menggunakan Metode Usability Testing*, Malang: Repository BKG.
- Sudarman, 2018. *Evaluasi Usability Pada Aplikasi Mobile Facebook Jejaring Sosial*, s.l.: Katalog Universitas Kristen Duta Wacana .
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: s.n.
- usability.gov, 2022. *Reporting Usability Test Results*. [Online] Tersedia di: <<https://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/reporting-usability-test-results.html>> [Diakses 18 Juli 2022].
- Yuhfizar, H. M. R. H., 2009. *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla (CMS)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.