

**USER EXPERIENCE: NEW DIGITAL EXPERIENCE YIPY MOBILE APPLICATION
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DI KAWASAN HUNIAN APARTEMEN ROYAL
MEDITERANIA GARDEN RESIDENCES PODOMORO CITY**

Nurul Aidin dan Suryaning Hayati

Universitas Mercu Buana

nurul.aidin@mercubuana.ac.id, suryaning.hayati@mercubuana.ac.id

Abstrak. Minimnya waktu dan saluran komunikasi untuk memfasilitasi segala bentuk komunikasi antara building management dengan tenant serta stakeholder lainnya, menyampaikan keluhan, menyampaikan ide, dan sekaligus untuk pengembangan fasilitas kedepannya juga untuk menjaga harmonisasi antar penghuni dengan pengelola, pihak P3SRS dan pengelola menginisiasi untuk di buatnya saluran komunikasi berbasis Digital yang bernama Yipy. Aplikasi ini baru di berlakukan pada September 2021, sehingga peneliti bermaksud mengetahui pengalaman pengguna (user experience) pada aplikasi tersebut. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengalaman pengguna dalam kerangka komunikasi berbasis digital pada aplikasi Yipy ditinjau dari enam unsur user experience, yaitu attractiveness, efficiency, perspicuity, dependability, stimulation, dan novelty. Hasil penelitian ini adalah 1) attractiveness, memiliki daya tarik, warna, animasi, dan desain menarik perhatian, mudah di akses dan fitur yang ada didalamnya mudah dipahami; 2) efficiency, aplikasi ini sangat detail, tepat, cepat, dan praktis karena realtime response; 3) perspicuity, aplikasi sangat berguna terutama pada aktifitas pembayaran dan komplain, serta sangat user friendly; 4) dependability, aplikasi ini aman dan dapat diprediksi; 5) stimulation, user akan terus menggunakan aplikasi yipy karena melalui aplikasi ini dapat memonitor permintaan pelayanan tenant sehingga; 6) novelty, Sebagai solusi peralihan dari pelayanan konvensional ke pelayanan berbasis digital, dalam bentuk pelayanan yang inovatif, kreatif, dan informatif.

Kata Kunci: new media, user experience, mobile application

Abstract. Lack of time and communication channels to facilitate all forms of communication between building management and tenants and other stakeholders, submit complaints, convey ideas, and at the same time for the development of further facilities as well as to maintain harmony between occupants and managers, the P3SRS and managers initiated a communication channel based Digital named Yipy. This application started to be used in September 2021 so the researcher intends to find out the user experience of the application. This research is intended to determine user experience in a digital-based communication framework on the Yipy application in terms of six elements of user experience, namely attractiveness, efficiency, clarity, dependability, stimulation, and novelty. The results of this study are 1) attractiveness, has attractiveness, color, animation, and design attracts attention, is easy to access and the features in it are easy to understand; 2) efficiency, this application is very detailed, precise, fast, and practical because of the realtime response; 3) easy to understand, the application is very useful, especially in payment and complaint activities, and is very user friendly; 4) dependability, the application is safe and predictable; 5) stimulation, users will continue to use the yipy application because through this application they can monitor tenant service requests so that; 6) novelty, as a solution for the transition from conventional services to digital-based services, in the form of innovative, creative and informative services.

Keywords: new media, user experience, mobile application

PENDAHULUAN

Kehidupan perkotaan yang cenderung dinamis membuat segala sesuatunya mesti serba cepat dan efisien, dengan kepadatan penduduk tinggi dan pembangunan masif, apartemen dianggap mampu menjadi solusi. Bagi kalangan tertentu, hidup di apartemen terbilang jauh lebih praktis. Sebab, hunian vertikal ini umumnya dibangun di lokasi strategis, berdekatan dengan pusat bisnis, dan memiliki fasilitas lengkap. Namun, dalam mengelola hunian seperti perawatan, perbaikan, dan lainnya, pemilik atau penyewa atau biasa disebut tenant, tidak bisa leluasa sebagaimana tinggal di rumah tapak. Tenant harus selalu berurusan dengan building management melalui Customer Service Department. Departemen ini menjalankan fungsi sebagai tenant relations setiap harinya berhubungan dan berurusan dengan pihak tenant dan segala hal yang menyangkut tenant. Departemen ini juga bertugas untuk berkoordinasi dengan departemen lain ataupun pihak ketiga dalam menangani kebutuhan tenant, sehingga apa yang dibutuhkan tenant dapat ditangani, harus memahami dan sensitif mengenai kebutuhan tenant dan juga memahami kebijakan yang berlaku dalam kontrak. Job description departemen ini diantaranya melakukan komunikasi untuk surat-surat keluar pada tenant mengenai ketentuan baru ataupun tagihan, melakukan kunjungan pada tenant, termasuk bila ada masalah di lapangan, menangani keluhan dari tenant, mulai dari hal-hal yang berhubungan dengan engineering dan segala kebutuhan tenant. Departemen ini juga bertugas untuk menghubungkan tenant dengan pihak atau departemen lain yang berhubungan dengan tenant, melakukan supervisi dari awal hingga akhir.

Untuk mencapai komunikasi yang efektif, tidak cukup dengan adanya dialog

antara pihak yang ada, tetapi dibutuhkan komitmen dari dua pihak untuk berkomunikasi sesuai kesepakatan dan mau bertindak dengan bersedia memikirkan kepentingan pihak yang lain (Heath, 2005). Rasila (2010) menemukan bahwa ada faktor-faktor yang membuat diperlukannya usaha untuk mencapai komunikasi yang efektif antara manajemen penyedia (landlord) dengan tenant.

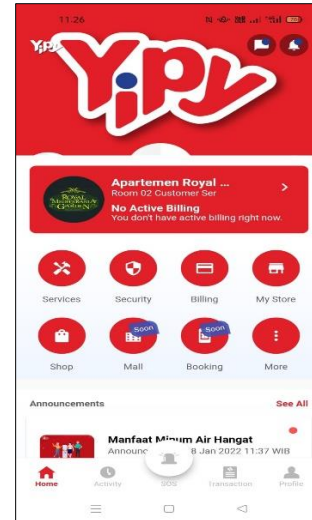
Faktor-faktor tersebut meliputi adanya perbedaan pemahaman antara manajemen penyedia dengan tenant mengenai 'what, when, and how' (apa, kapan, dan bagaimana) sebuah informasi disampaikan. Selain itu, media komunikasi yang digunakan, waktu yang dibutuhkan untuk menanggapi, juga merupakan faktor yang memengaruhi. Customer service harus memastikan tenant dapat menerima bahwa ketidaknyamanan akibat kesalahan informasi bersifat sementara, tetapi keuntungan yang didapat setelah musibah tersebut akan bersifat jangka panjang. Customer service akan segera merespon keluhan dari pihak tenant, dengan melakukan cek langsung di area tenant dan berkoordinasi dengan divisi lain. Kecil atau besarnya keluhan atau konflik, dan bagaimana cara mengatasinya akan berpengaruh pada kualitas hubungan (Anderson & Narus, dalam Rasila, 2010).

Apartemen Royal Mediterania Garden Residences memiliki jumlah tenant 1619 Unit dengan beragam etnis budaya. Kawasan hunian ini bukan satu-satunya di Jakarta Barat, dengan segmentasi menengah dan ke atas. Barat dan Selatan merupakan wilayah yang paling diminati untuk pendirian proyek pengembangan apartemen strata-title. Dengan persentase sebesar 28% dari keseluruhan total pembangunan apartemen yang tengah berlangsung di Ibukota saat ini (<https://www.rukamen.com>). Di Barat sendiri ada beberapa apartemen dengan fasilitas yang terintegrasi dengan pusat perbelanjaan. Hal ini yang membuat

industri property harus memperhatikan keunggulan masing-masing. Selain fasilitas dan infrastruktur, pengelola kawasan hunian dapat terus berupaya meningkatkan pelayanan bagi tenant. Seperti yang dilakukan oleh Apartemen Royal Mediterania ini, memiliki bentuk pelayanan baru melalui aplikasi mobile.

Pelayanan melalui aplikasi mobile sudah diterapkan di banyak industri, seperti perbankan, transportasi, food and beverages, dan lainnya. Seperti pelayanan yang ada pada maskapai penerbangan Garuda Indonesia. Ira Purwitasari, Engkus Kuswarno, Uud Wahyudin, Ninis Agustini Damayani (2019), pada penelitian yang berjudul “Garuda Indonesia New Digital Experience Concept: Airline’s Challenge in Communication Marketing in the Digital Era, menuliskan bahwa Garuda Indonesia New Digital Experience” yang diluncurkan pada tahun 2015 merupakan salah satu bentuk proses komunikasi yang diimplementasikan dalam layanan digital.

Minimnya waktu dan saluran komunikasi untuk menyampaikan keluhan, menyampaikan ide atau saran, dan sekaligus untuk pengembangan fasilitas kedepannya juga untuk menjaga harmonisasi antar penghuni dengan Pengelola berdasarkan masalah tersebut pihak P3SRS dan pengelola menginisiasi untuk di buatnya saluran komunikasi berbasis digital yang bernama Yipy. Aplikasi ini baru di berlakukan pada 01 September 2021. Aplikasi ini berisi layanan online service, security, billing, store dan shop dan fitur-fitur lainnya dalam pengembangan.



Gambar 1. Aplikasi Yipy

Sumber: Play Store

Berdasarkan wawancara pra penelitian dengan Apartment Manager, aplikasi ini sudah di sosialisasikan kepada para pengguna, namun belum menunjukkan maksimalnya penggunaan aplikasi tersebut. Hal ini di buktikan oleh masih minimnya perubahan angka walk-in customer ke unit terkait untuk menyampaikan permasalahan, keluhan, permintaan pelayanan, konfirmasi tagihan dan seterusnya. Yang sejatinya dapat dilakukan melalui aplikasi. Perhari jumlah customer walk-in berkisar antara 20 sampai 35 orang dengan masa waktu pelayanan 2x24 jam. Hal ini merupakan indikasi belum maksimalnya penggunaan atau report by application para pengguna Yipy. Saluran komunikasi melalui media digital sangat mungkin diterapkan, namun diperlukan evaluasi secara berkala apakah aplikasi tersebut mempermudah proses komunikasi antara building management dengan tenant dan sebaliknya, atau justru mempersulit bagi sebagian pihak yang belum familiar atau belum memiliki cukup literasi dalam menggunakan media komunikasi berbasis digital.

Terkait permasalahan diatas, maka peneliti bermaksud mengetahui pengalaman pengguna (user experience) pada aplikasi

Yipy pada semester pertama tahun 2022 yaitu rentang waktu antara Januari sampai dengan Juni 2022.

KAJIAN TEORI

Media Baru. Denis McQuail menjelaskan bahwa media baru adalah sejenis media telematika, alat teknologi elektronik yang berbeda dengan tujuan yang berbeda. Perangkat media elektronik baru yang disebutkan mencakup beberapa sistem yang saling berhubungan untuk membentuk unit fungsional kinerja, termasuk sistem teknis, sistem transmisi, sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pengambilan informasi. Ada juga sistem penyajian gambar yang dibuat dengan menggunakan teknologi komputer (Bimo, 2017). Dengan begitu media baru ini menggunakan teknologi perangkat lunak dan bisa di akses dimana saja serta dapat di akses dengan mudah. Menurut (Sahar, 2014) new media digunakan untuk menjelaskan kemunculan media yang bersifat digital, terkomputerisasi, dan berjaringan sebagai efek dari semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Munculnya media baru dalam dunia teknologi memudahkan penggunaanya untuk mentransfer pesan secara cepat.

Ciri yang membedakan new media dengan media lainnya yaitu adanya desentralisasi (pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi berada di tangan komunikator), komunikasi yang dilakukan bersifat interaktif, memiliki kemampuan tinggi dalam mengatasi hambatan. Adapun ciri-ciri media baru menurut (McQuail, 2011) yaitu : Saling keterhubungan (interkonetivitas), Aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, Interaktivitasnya Kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka. Sifatnya yang ada dimana-mana.

McQuail (2011) telah mengindentifikasikan media baru kedalam

lima kategori yang dibedakan berdasarkan jenis, penggunaan, konteks, dan kategorinya yaitu: Media komunikasi antar pribadi misalnya adalah telepon genggam atau yang sering disebut (handpohne) dan surat elektronik seperti (e-mail). Media permainan interaktif merupakan media yang berbasis komputer atau aplikasi game. Media pencarian informasi merupakan mesin pencari atau sumber data yang mempermudah seseorang mencari informasi di internet, dengan menggunakan awalan www (world wide web). Media partisipasi kolektif merupakan situs jejaring sosial seperti facebook, instagram, path ,line, dll.

User Experience. Menurut definisi dari ISO 9241-210, user experience adalah persepsi seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. User Experiece (UX) menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, sistem, dan jasa. Sebuah prinsip dalam membangun UX adalah khalayak mempunyai kekuasaan dalam menentukan tingkat kepuasan sendiri (costumer rule). Seberapa pun bagusnya fitur sebuah produk, sistem, atau jasa, tanpa khalayak yang dituju dapat merasakan kepuasan, kaidah, dan kenyamanan dalam berinteraksi maka tingkat UX menjadi rendah. Perkembangan dunia digital dan mobile menjadikan UX menjadi lebih complicated dan multidimensi. Kini seseorang dapat mengakses sebuah situs web dari berbagai piranti. Perancangan UX pun mengalami ekspansi, karena pengalaman dalam sebuah piranti akan berbeda dengan piranti lainnya. Mengakses web dari komputer desktop akan berbeda dengan mengakses web yang sama lewat smart phone. Begitu juga media digital yang ditampilkan semakin beragam dengan hadirnya social media. Namun dalam hal content delivery sebuah brand harus mengeluarkan satu bahasa yang sama di berbagai channel dan media. Untuk itu

konsep UX perlu dipelajari lebih lanjut agar komunikasi brand tetap solid dan fokus (Mendiola, 2011).

Salah satu faktor kunci untuk kesuksesan dari sebuah produk perangkat lunak adalah fokus kepada kebutuhan dan emosi pengguna ketika berinteraksi dengan produk. User experience (UX) menjadi hal yang penting untuk mengeksplorasi dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan pada pengembangan produk yang berorientasi pada pengguna (manusia), sehingga UX harus dipertimbangkan pada fase awal pengembangan sebuah produk (Schrepp, 2019) yang dikutip oleh Ilvana Rasio Henim dan Rika Perdana Sari (2020). Dalam perancangan antarmuka sebuah sistem informasi, user experience dapat dijadikan sebagai acuan. Salah satu indikasi kegagalan dari sebuah aplikasi atau produk adalah ketidaknyamanan pengguna dalam menggunakan sebuah aplikasi atau produk (F. Z. Ridwan, D. Hardianto, and Y. G. Sucahyo, 2008). Untuk mengukur kenyamanan pengguna dalam menggunakan aplikasi atau produk dapat dilakukan dengan mengukur user experience.

User experience memiliki 6 unsur, yaitu attractiveness, efficiency, perspicuity, dependability, stimulation, dan novelty. Berikut penjelasannya:

1. **Attractiveness (Daya tarik):** Kesan terhadap produk. Apakah pengguna menyukai atau tidak menyukai produk? Seberapa besar daya tarik dari sebuah produk. Misal: bagus atau jelek, atraktif atau tidak atraktif.

2. **Efficiency (Efisiensi):** Kemungkinan suatu produk dapat digunakan dengan cepat dan efisien. Seberapa besar pengguna dapat menyelesaikan tugasnya tanpa usaha yang besar atau efisien. Misal: cepat atau lambat, praktis atau tidak praktis.

3. **Perspicuity (Kejelasan):** Apakah memungkinkan menggunakan produk ini? Apakah mudah bagi pengguna untuk

membiasakan diri menggunakan produk ini? Seberapa besar kejelasan dari sebuah produk. Misal: mudah dipahami atau sulit dipahami.

4. **Dependability (Ketepatan):** Apakah pengguna merasa dalam kontrol interaksi? Apakah interaksi dengan produk aman dan dapat diprediksi? Seberapa besar ketepatan yang dirasakan oleh pengguna melalui kontrol yang ia miliki. Misal: dapat diprediksi atau tidak dapat diprediksi, mendukung atau menghalangi.

5. **Stimulation (Stimulasi):** Apakah menarik dan menyenangkan untuk pengguna dalam menggunakan produk tersebut? Apakah pengguna merasa termotivasi untuk terus menggunakan produk? Seberapa besar motivasi untuk menggunakan produk. Misal: bermanfaat atau kurang bermanfaat, menarik atau tidak menarik.

6. **Novelty (Kebaruan):** Apakah desain produk inovatif dan kreatif? Apakah produk mampu mendapatkan perhatian pengguna? Seberapa kreatif atau besar kebaruan dari produk.

Keenam unsur tersebut dikelompokkan menjadi 3, yaitu yaitu aspek daya tarik (attractiveness), aspek pragmatic quality, dan aspek hedonic quality. Aspek pragmatic quality berkaitan dengan manfaat yang dirasakan, efisiensi dan kemudahan digunakan. Kejelasan (perspicuity), efisiensi (efficiency) dan ketepatan (dependability) termasuk kedalam pragmatic quality aspect. Aspek hedonic quality berkaitan dengan stimulasi (stimulation) dan kebaruan (novelty).

METODE

Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Peneliti melihat masalah yang terjadi dan menggali data, melihat fakta sebagai sesuatu yang unik dan bermakna khusus dalam memahami fakta sosial yang ada di dalamnya. Permasalahan

yang dibahas dalam penelitian ini adalah sudah mulai diterapkan aplikasi baru berbasis digital sebagai media pelayanan yang digunakan oleh pengelola dan tenant. Pada awal aplikasi ini disosialisasikan dan digunakan pada masa uji coba, beberapa pihak baik tenant maupun pengelola itu sendiri mengalami kesulitan dan enggan merubah kebiasaan pelayanan walk-in menjadi pelayanan melalui aplikasi Yipy. Dalam hal ini, peneliti bermaksud mengkaji pengalaman pengguna (tenant dan pengelola) pada masa adaptasi pelayanan baru.

Subjek dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang memiliki pengalaman menggunakan Aplikasi Yipy. Data primer diperoleh melalui wawancara semiterstruktur. Menurut Esterberg (2002) dalam wawancara semistruktur yaitu jenis wawancara ini termasuk dalam kategori in-depth interview, dan sebenarnya lebih bebas daripada wawancara terstruktur. Tujuan dari pertanyaan jenis ini adalah untuk menemukan masalah secara lebih terbuka, dalam hal ini orang yang diwawancarai akan diminta untuk meminta pendapat dan gagasannya (Sugiyono, 2015).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis induktif yang berasal dari fakta-fakta khusus dan mendapatkan kesimpulan untuk hasil dan saran penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana telah dibahas pada tinjauan literatur tentang user experience, bahwa penelitian ini akan mendeskripsikan pengalaman pengguna aplikasi Yipy berdasarkan konsep user experience yang terdiri dari : 1) Attractiveness; 2) Efficiency; 3) Perspicuity; 4) Dependability; 5) Stimulation; dan 6) Novelty.

Berdasarkan hasil wawancara pada unsur yang pertama, key informan dan informan menyatakan bahwa: aplikasi ini memiliki

daya tarik, warna cerah, animasi menarik, menu mudah digunakan, mudah di akses, fitur mudah dipahami, merekam history pelayanan, mempermudah pekerjaan, biasanya pelayanan diproses on paper, tetapi semenjak ada aplikasi ini respon pelayanan dapat dilakukan melalui aplikasi.



Gambar 2. Isi Aplikasi Yipy

Sumber: <https://Yipy.id/>

Point selanjutnya tentang efisiensi produk (aplikasi), key informan menganggap bahwa aplikasi ini efisien karena pilihan sangat detail dan tepat, sangat cepat karena realtime response, menghemat waktu, status pekerjaan dapat teridentifikasi sudah sampai tahapan apa.

Pada unsur user experience yang ketiga yaitu perspicuity (kejelasan), informan menjelaskan bahwa aplikasi ini sangat berguna terutama pada aktifitas pembayaran dan complaint, karena fitur yang di sediakan sesuai dan detail. Sangat jelas karena pilihan sesuai yang ada sekarang (departemen untuk complaint dan detail billing sesuai invoice sebelumnya). Aplikasi ini sangat user friendly karena pilihan fitur yang jelas, setiap instruksi sesuai dengan tahapan-tahapan. Selanjutnya membahas tentang dependability yaitu point ke empat, peneliti menanyakan tentang interaksi pengguna dengan aplikasi ini dilihat dari faktor keamanan, dan apakah interaksi dengan aplikasi ini dapat diprediksi, informan menjelaskan, aplikasi ini aman dan dapat diprediksi karena complaint history terlihat detail update, kontrol pada aplikasi ini dapat diprediksi dan mendukung, tidak

ada kekhawatiran dalam salah klik atau salah dalam memanfaatkan fitur karena selalu muncul konfirmasi action. Informan menegaskan bahwa aplikasi ini merupakan solusi pelayanan dari manual ke digital.

Unsur berikutnya yaitu stimulasi. Aplikasi ini menarik dan menyenangkan karena dapat di akses langsung dari HP. Selain itu, dapat mengukur pekerjaan di hari itu, mana yang harus mendapatkan respon cepat, mana yang tindak lanjutnya melibatkan unit lain, seperti unit finance, engineering, house keeping, security, dan mana yang harus mendapatkan approval dari supervisor, dan beberapa kasus harus melalui apartment manager.

Pada unsur terakhir dari user experience, yaitu tentang kebaruan pada aplikasi ini, yaitu pada desain, inovasi, kreatif, dan muktahir, informan menyatakan bahwa Yipy merupakan salah satu bentuk pelayanan berbasis digital yang inovatif dan kreatif, dimana semua bentuk building management services ada di dalam satu aplikasi.

Pembahasan. Konsep user experience pada dasarnya adalah untuk mengetahui persepsi seseorang pada sebuah produk, sistem atau jasa. Konsep ini menilai seberapa kepuasan dan keyamanan seseorang. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan konsep UX pada aplikasi mobile. Digitalisasi membuat ruang lingkup konsep menjadi lebih kompleks. Manusia tidak hanya merasakan pengalaman atas produk/jasa riil yang baru saja dirasakan dan dialami, dimana akan lebih mudah menguraikan keistimewaan maupun kekecewaan atas sesuatu produk/jasa. Namun saat ini manusia sebagai user baik itu konsumen, masyarakat, maupun penyedia layanan, berhadapan dengan artificial intelligent (AI) yang ada di telepon seluler atau handphone.

Kecerdasan buatan atau yang biasa kita sebut dengan AI merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi yang pada hakikatnya berguna untuk kelangsungan

hidup manusia di era digital saat ini. Meskipun demikian, digitalisasi tetap saja dapat menimbulkan kesenjangan terutama pada aspek komunikasi. Misalnya dalam merespon kebutuhan pengguna yang beragam. Sementara, fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi mobile bersifat general, sehingga tidak dapat memberikan respon dari pertanyaan atau memenuhi permintaan yang bersifat kompleks.

Berdasarkan wawancara dengan informan dalam penelitian ini maka, dapat diuraikan bahwa pengalaman pengguna berinteraksi dengan aplikasi Yipy, didominasi oleh unsur kecepatan, cepat dan praktis, data yang update, dan realtime. Kesemua unsur tersebut mewakili dimensi efficiency, perspicuity dan novelty. Pada unsur lainnya, seperti attractiveness, dependability, dan stimulation pengguna tidak dapat memilih untuk menyukai atau tidak menyukai, akan tetapi itulah aplikasi yang disediakan oleh pengelola untuk digunakan oleh para user. Aplikasi mobile ini diciptakan untuk mempermudah layanan bagi tenant pada kawasan hunian Apartemen Royal Mediterania. Namun saat ini baik penghuni maupun pengelola, masih dalam masa adaptasi dari migrasi pelayanan konvensional menuju pelayanan berbasis digital.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara dengan key informan dan informan, diperoleh kesimpulan:

1. Pada unsur attractiveness, user menganggap daya tarik aplikasi sangat besar karena mudah di akses dan fitur-fitur yang ada didalamnya mudah dipahami. Selain itu, aplikasi ini warna, animasi, dan desain menarik perhatian.
2. Pada unsur efficiency, user menganggap bahwa aplikasi ini sangat detail

dan tepat, serta sangat cepat dan praktis karena realtime response. Mempersingkat waktu pelayanan dan memberikan kemudahan bagi tenant.

3. Pada unsur ketiga yakni perspicuity, user menyatakan aplikasi ini sangat berguna terutama pada aktifitas pembayaran dan komplain, karena fitur yang di sediakan memenuhi kebutuhan tenant dan pengelola dan detail. Aplikasi ini sangat user friendly karena pilihan fitur jelas sesuai yang ada.

4. Mengenai dependability, user mengatakan bahwa aplikasi ini aman dan dapat diprediksi. Pengguna merasa kontrol pada aplikasi ini dapat diprediksi karena tertulis tahapan yang jelas.

5. Pada unsur stimulation, user akan terus menggunakan aplikasi Yipy karena mudah dan detail. Bagi pengelola, melalui aplikasi ini dapat memonitor permintaan pelayanan tenant sehingga dapat mengukur pekerjaan pengguna di hari itu dan mana yang harus mendapatkan respon cepat, mana yang tindak lanjutnya melibatkan unit lain. Bagi tenant, pada aplikasi ini merekam history proses pelayanan sudah sampai pada tahap apa.

6. Novelty, bagi user aplikasi ini merupakan solusi pelayanan dari manual ke digital. Sebagai solusi peralihan dalam bentuk pelayanan yang inovatif, kreatif, dan informatif.

G. Implikasi

Implikasi Akademis

Penelitian tentang user experience saat ini lebih banyak menggunakan pendekatan kuantitatif yang sebatas mengukur kepuasan pengguna pada aplikasi mobile. Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya akan lebih banyak yang menggunakan pendekatan kualitatif, untuk dapat melihat secara lebih mendalam pengalaman pengguna pada suatu aplikasi dan melihatnya dari perspektif komunikasi.

Implikasi Manajerial

Saat ini penggunaan aplikasi Yipy belum dimaksimalkan oleh semua tenant pada objek penelitian, kendala yang dihadapi adalah keengganan tenant untuk beradaptasi pada pelayanan berbasis digital. Kendala lainnya adalah pada proses migrasi pelayanan, peneliti menemukan masih adanya tenant yang belum memiliki literasi digital yang cukup untuk menggunakan aplikasi, terutama pada tenant yang berusia lanjut. Melihat kondisi ini, building management dapat mengadakan edukasi literasi digital secara berkala untuk menambah pengetahuan tenant tentang penggunaan fitur-fitur pelayanan dalam aplikasi Yipy.

DAFTAR RUJUKAN

- A. Satyaputra, E. M. Aritonang. 2010. Java for Beginners with Eclipse Juno, Jakarta: Elexmedia Komputindo
- Bimo. 2017. 8 Teori New Media Menurut Para Ahli. Retrieved Desember 12, 2020, from Pakar Komunikasi: <https://pakarkomunikasi.com/teori-new-media-menurut-para-ahli>
- Henim, Silviana Rasio dan Rika Perdana Sari. 2020. Evaluasi User experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi. Jurnal Politeknik Caltex Riau. Jurnal Komputer Terapan Vol. 6, No. 1, Mei 2020, 69 – 78
- Hidayat, D. N. 2003. Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Hutami, Nurul. Irwansyah. 2019. Jurnal Komunikasi Universitas Trunojoyo. Vol XIII No 2, September 2019: 183-194
- McQuail, D. 2011. Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1 . Jakarta: Salemba Humanika

- Mendiola B. Wiryawan. 2011. User experience (Ux) Sebagai Bagian Dari Pemikiran Desain Dalam Pendidikan Tinggi Desain Komunikasi Visual. Jurnal Humaniora Vol 2 No 2. Oktober 2011. 1158-1166
- Mulyana, D. 2014. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, Cetakan ke 18. Bandung
- Purwitasari, Ira. Engkus Kuswarno, Uud Wahyudin, Ninis Damayani A. (2019). Garuda Indonesia New Digital Experience Concept: Airline's Challenge in Communication Marketing in The Digital Area. International Journal of Recent Technology and Engineering. Vol. 8. Page 145-151. Publisher: Blue Eyes Intelligence Engineering 151 & Sciences Publication
- Sahar, A. 2014. Fenomena New Media 9gag. Fenomena new media ..., Arshano Sahar, FIB UI, 2014
- Silvana Rasio Henim, Rika Perdana Sari. 2020. Evaluasi User experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Menggunakan User experience Questionnaire. Jurnal Politeknik Caltex Riau. Jurnal Komputer Terapan Vol. 6, No. 1, Mei 2020, 69-78
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Umar, Syarief Abdallah A. Roro Isyawati Permata Ganggi. 2019. Evaluasi desain User Interface berdasarkan user experience pada iJateng. Jurnal Ilmu Perpustakaan.
- Wiryawan, Mendiola B. 2011. User experience (Ux) Sebagai Bagian Dari Pemikiran Desain Dalam Pendidikan Tinggi Desain Komunikasi Visual. Humaniora Vol.2 No.2 Oktober 2011: 1158-1166