

BAB 5 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Evaluasi Objektif

5.1.1 Evaluasi parameter *task completed*

a. *Website VLIVE*

Tabel 5.1 Data evaluasi *task completed* website VLIVE

Responden ke-	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5
1. Ainun Nuril Laily	1	1	1	1	0
2. Rizki Ratya Danirmala	1	0	0	1	0
3. Handria Ratriayu R.	1	1	1	1	1
<i>Task Completed:</i>	1	0.66667	0.66667	1	0.33333
<i>Task Completion Rate VLIVE</i>	0.733333333				

Berdasarkan Tabel 5.1, tugas 1 (mencari *popular* video atau *trending* video) dan tugas 4 (memberikan komentar) memiliki nilai *task completed* paling tinggi yaitu 1. Pada tugas 2 (melakukan pencarian *channel*) dan tugas 3 (merubah *subtitle*) dan memiliki nilai 0.67. Hal ini dikarenakan pada responden ke-2 tidak melakukan pencarian *channel* yang sudah ditugaskan dan video yang dibuka tidak memiliki *subtitle* karena tergolong video baru, sehingga responden tidak dapat merubah *subtitle*. Sedangkan tugas 5 (mengunduh konten) memiliki nilai 0.33, dikarenakan responden ke-1 dan responden ke-2 tidak berhasil dalam mengunduh video dan *subtitle*. Dengan demikian rata-rata nilai *Task Completion Rate* pada *website* VLIVE adalah 0.73.

b. *Website Youtube*

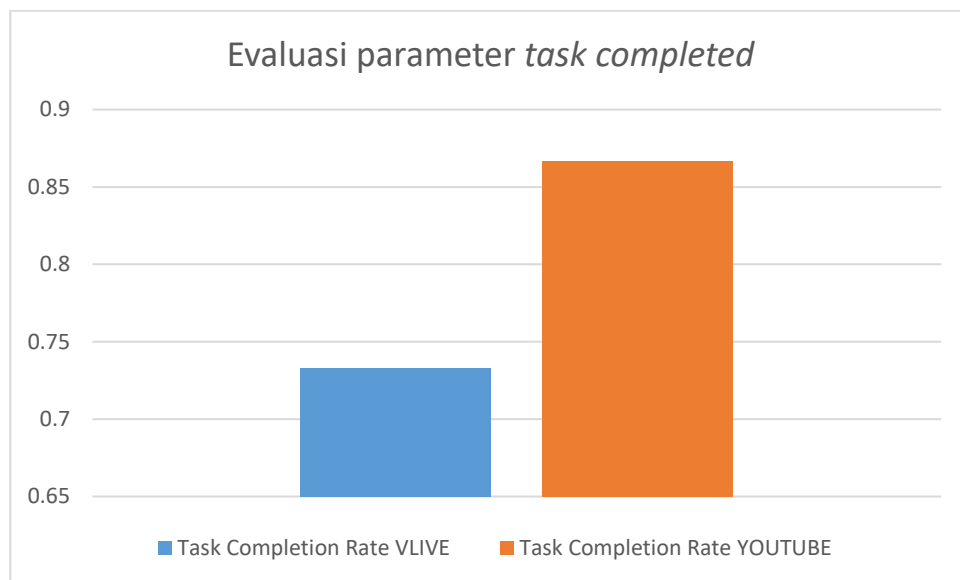
Tabel 5.2 Data evaluasi *task completed* website YOUTUBE

Responden ke-	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5
1. Hermiyanti Tri Halisiana	1	1	0	1	1
2. Fina Mufarrihak	1	1	1	1	1
3. Septina Trisnaning Putri	1	1	1	1	0
<i>Task Completed:</i>	1	1	0.66667	1	0.66667
<i>Task Completion Rate YOUTUBE</i>	0.866666667				

Berdasarkan Tabel 5.2, tugas 1 (mencari *popular* video atau *trending* video), tugas 2 (melakukan pencarian *channel*) dan tugas 4 (memberikan komentar) memiliki nilai *task completed* paling tinggi yaitu 1. Pada tugas 3 (merubah *subtitle*) memiliki nilai 0.67. Hal ini dikarenakan pada responden ke-1

tidak dapat merubah *subtitle* atau merubah ukuran *subtitle*, responden masih kebingungan untuk mengganti *subtitle*. Sedangkan tugas 5 (mengunduh konten) memiliki nilai 0.67, dikarenakan responden ke-3 tidak berhasil dalam mengunduh video, responden hanya mengunduh video saja, responden ke-3 biasanya mengunduh video yang sudah memiliki *hardsub*. Dengan demikian rata-rata nilai *task completion rate* pada *website* Youtube adalah 0.867.

Gambar 5.1 merupakan hasil perbandingan nilai *task completion rate* untuk setiap *website*. Semakin tinggi nilai *task completion rate*, semakin baik pula *user experience website* untuk parameter *task completed* (Zazelenchuk, 2008). Pada gambar dapat disimpulkan bahwa *website* Youtube memiliki nilai *task completion rate* tinggi yaitu 0.867. Sedangkan *website* VLIVE memiliki nilai *task completion rate* yaitu 0.73. Oleh karena itu, *website* Youtube merupakan *website* yang lebih efektif dan mudah digunakan dibanding dengan *website* VLIVE.



Gambar 5.1 Hasil evaluasi parameter *task completed*

5.1.2 Evaluasi parameter *error during task performance*

a. *Website* VLIVE

Tabel 5.3 Data evaluasi *error during task performance Website* VLIVE

Responden ke-	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5
1. Ainun Nuril Laily	0	-2	4	-2	2
2. Rizki Ratya Danirmala	6			3	2
3. Handria Ratriayu R.	14	1	7	-1	8
<i>Error rate:</i>	6.6666667	-0.25	2.2	0	1.2
<i>Global Error Rate VLIVE</i>	1.963333333				

Berdasarkan Tabel 5.3, tugas 1 (mencari *popular* video atau *trending* video) memiliki *error rate* sebesar 6.67. Hal ini dikarenakan pada responden ke-2, masih kebingungan dalam mencari menu video terpopuler, sedangkan responden ke-3, responden melakukan *login* terdahulu yang seharusnya di dilakukan pada tugas ke-4 (memberikan komentar) dan responden juga masih kebingungan dalam mencari menu video terpopuler.

Pada tugas 2 (melakukan pencarian *channel*), responden ke-1 memiliki *error* negatif 2 (-2) dikarenakan responden mengerjakan tugas tidak sesuai dengan standar pengerjaan. Responden mengerjakan dengan cara lain yaitu menekan *logo channel* yang berada pada sisi kiri *media player* (seperti pada Gambar 5.2). Pada responden ke-2, responden tidak melakukan tugas yang diperintahkan, sehingga bernilai kosong. Pada responden ke-3, responden kelebihan dalam menekan tombol klik.



Gambar 0.2 Shortcut menuju *channel* (tugas 2)

Pada tugas 3 (merubah *subtitle*), Responden ke-1 dan ke-3 sama-sama kelebihan dalam menekan tombol klik yang seharusnya cukup dilakukan satu kali saja. Sedangkan responden ke-2, bernilai kosong dikarenakan responden memilih video yang masih tergolong baru dan belum memiliki *subtitle*.

Pada tugas 4 (memberikan komentar), Responden ke-1 pada saat melakukan *login* dengan menggunakan Twitter, akun twitter tersebut sudah terkoneksi dengan VLIVE. Sehingga responden tidak perlu memasukkan *ID* dan *Password* akun Twitter. Responden ke-3, memiliki nilai *negative* dikarenakan responden sudah *login* terlebih dahulu diawal, sehingga mengurangi langkah-langkah standar pengerjaan untuk tugas 4. Sedangkan responden ke-2, kelebihan dalam menekan tombol klik untuk menggeser halaman ke atas dan kebawah.

Pada Tugas 5 (mengunduh konten), saat responden ke-1 mengerjakan tugas 5 responden tidak mengerjakan sesuai dengan standar pengerjaan. Dimana responden mencari video untuk diunduh melalui *website* soshistagram.com, sehingga membuat responden kebingungan dalam memilih video untuk diunduh. Saat responden ke-2 mengerjakan tugas 5 kelebihan dalam menekan tombol klik dan hanya berhasil dalam mengunduh video saja. Sedangkan responden ke-3

masih merasa awam dalam mengunduh video melalui *website* soshistagram.com, dikarenakan responden jarang dalam mengunduh video.

Sehingga dari pernyataan diatas didapatkan rata-rata *Global Error Rate VLIVE* sebesar 1.96.


b. *Website Youtube*

Tabel 5.4 Data evaluasi *error during task performance Website Youtube*

Responden ke-	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5
1. Hermiyanti Tri Halisiana	0	0	30	4	1
2. Fina Mufarrihak	9	0	1	-4	0
3. Septina Trisnaning Putri	0	1	33	5	12
<i>Error rate:</i>	3	0.3333	5.3333	0.8333	1.3
<i>Global Error Rate YOUTUBE</i>	2.16				

Berdasarkan Tabel 5.4, tugas 1 (mencari *popular video* atau *trending video*) memiliki *error rate* sebesar 3. Hal ini dikarenakan pada responden ke-2, responden melakukan *login* terdahulu yang seharusnya di dilakukan pada tugas ke-4 (memberikan komentar) dan responden juga melakukan kesalahan dalam *login* karena lupa dengan *password* akunya. Sedangkan responden ke-1 dan ke-3 tidak melakukan kesalahan dalam pengerjaan tugas.

Pada tugas 2 (melakukan pencarian *channel*), memiliki *error rate* 0.3 dikarenakan responden ke-3 dalam mengerjakan tugas tidak sesuai dengan standar pengerjaan. Pada saat pengerjaan tugas responden ke-3 kembali ke menu "Home" sebelum mencari *channel* yang diinginkan melalui kolom pencarian. Sedangkan responden ke-1 dan ke-2 tidak melakukan kesalahan dalam pengerjaan tugas.

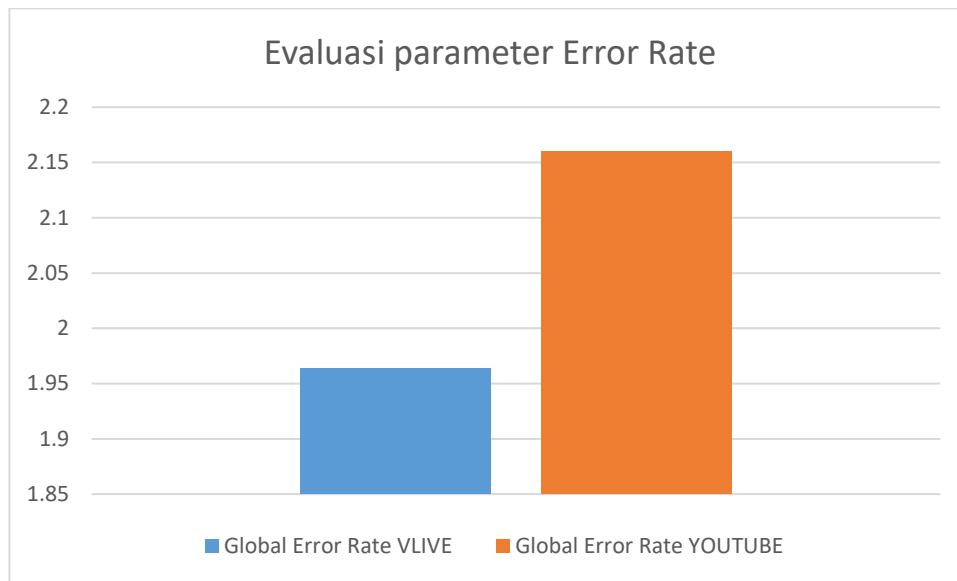
Pada tugas 3 (merubah *subtitle*), Responden ke-1 dan ke-3 masih kebingungan dalam mengganti *subtitle* sehingga responden kebanyakan mengeklik untuk mengganti *subtitle*. Sedangkan responden ke-2, responden mengeklik tombol *setting*  sebanyak dua kali.

Pada tugas 4 (memberikan komentar), Responden ke-2 memiliki nilai (-4) dikarenakan responden sudah *login* terlebih dahulu diawal, sehingga mengurangi langkah-langkah standar pengerjaan untuk tugas 4. Responden ke-1 memiliki *error* sebanyak 4 dikarenakan responden kelebihan dalam menekan tombol klik yang seharusnya cukup dilakukan satu kali saja dan mengeklik pada kotak deskripsi dimana tidak termasuk dalam tugas 4. Sedangkan responden ke 3, *login* dengan menggunakan tombol *login* yang berada di kanan atas (yang seharusnya *login* bisa dilakukan dengan menekan kotak komentar sesuai standar pengerjaan), sehingga responden memerlukan pencarian video kembali setelah *login*.

Pada Tugas 5 (mengunduh konten), saat responden ke-1 mengerjakan tugas 5 responden kelebihan dalam menekan tombol klik. Dimana responden mencari

video untuk diunduh dengan mengeklik *scroll button* untuk menavigasi ke halaman bawah. Responden ke-3 masih kebingungan dalam menggunakan *website* keepvid.com, dikarenakan responden terbiasa mengunduh video dengan menggunakan IDM (*Internet Download Manager*) dan responden mengunduh video yang sudah memiliki *hardsub*. Sedangkan responden ke-2 tidak melakukan kesalahan dalam pengerjaan tugas.

Sehingga dari pernyataan diatas didapatkan rata-rata *Global Error Rate VLIVE* sebesar 2.16.



Gambar 5.3 Hasil evaluasi error during task performance

Pada Gambar 5.3, dapat diketahui bahwa *website* VLIVE memiliki rata-rata nilai *Global Error Rate* rendah dengan nilai 1.96. Sedangkan *website* Youtube memiliki nilai rata-rata *Global Error Rate* sebesar 2.16. Pada evaluasi parameter *error during task performance*, *website* VLIVE dapat dikatakan sebagai *website* yang lebih efektif dan lebih mudah digunakan daripada *website* Youtube (Zazelenchuk, 2008). Hal ini dikarenakan responden pada *website* VLIVE melakukan kesalahan yang lebih sedikit dibandingkan dengan responden pada *website* Youtube.

5.1.3 Evaluasi parameter *time per completed task*

a. *Website* VLIVE

Tabel 5.5 Data evaluasi parameter *time per completed task* website VLIVE

Responden ke-	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5
1. Ainun Nuril Laily	7	11	16	23	58
2. Rizki Ratya Danirmala	21	29	31	71	37
3. Handria Ratriayu R.	121	28	32	41	118
<i>Geo Mean:</i>	26.10	20.75	25.13	40.61	63.27
<i>Global Geo Mean VLIVE</i>	35.17				

Berdasarkan Tabel 5.5, tugas 2 (melakukan pencarian *channel*) memiliki *geo mean* terendah dengan nilai 20.75 detik. Tugas 3 (merubah *subtitle*) memiliki nilai *geo mean* rata-rata sebesar 25.13 detik. Tugas 1 (mencari *popular* video atau *trending* video) memiliki nilai *geo mean*, yaitu 26.10 detik. Tugas 4 (memberikan komentar) dan tugas 5 (mengunduh konten) memiliki rata-rata *geo mean* sebesar 40.61 detik dan 63.27 detik. Sehingga diperoleh rata-rata nilai *global geo mean* untuk *website* VLIVE yaitu 35.17 detik.

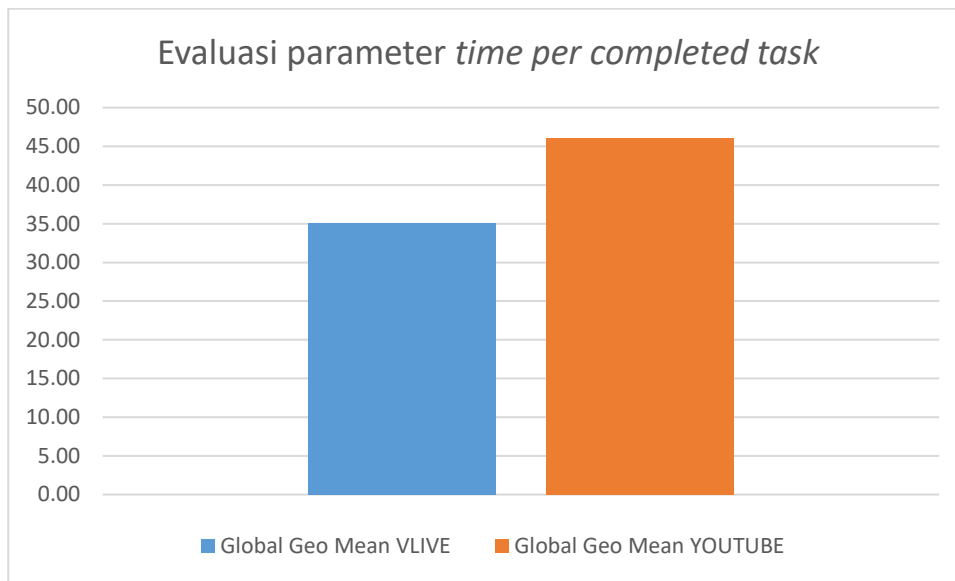
b. *Website* Youtube

Tabel 5.6 Data evaluasi parameter *time per completed task* *webite* Youtube

Responden ke-	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5
1. Hermiyanti Tri Halisiana	23	18	99	62	60
2. Fina Mufarrihak	93	15	27	20	64
3. Septina Trisnaning Putri	43	11	121	63	54
<i>Geo Mean:</i>	45.14	14.37	68.64	42.75	59.19
<i>Global Geo Mean YOUTUBE</i>	46.02				

Berdasarkan Tabel 5.6, tugas 2 (melakukan pencarian *channel*) memiliki *geo mean* terendah dengan nilai 14.37 detik. Tugas 3 (merubah *subtitle*) memiliki nilai *geo mean* rata-rata sebesar 68.64 detik, hal ini dikarenakan responden kurang memahami penggunaan fitur *subtitle* pada *website* Youtube, responden lebih sering mencari video yang sudah terdapat *subtitle* atau biasa disebut *hardsub*. Tugas 1 (mencari *popular* video atau *trending* video) memiliki nilai *geo mean*, yaitu 45.14 detik. Tugas 4 (memberikan komentar) dan tugas 5 (mengunduh konten) memiliki rata-rata *geo mean* sebesar 42.75 detik dan 59.19 detik. Sehingga diperoleh rata-rata nilai *global geo mean* untuk *website* Youtube yaitu 46.02 detik.

Pada Gambar 5.3 menunjukkan bahwa *website* dengan nilai rata-rata *global geo mean* terendah diperoleh *website* VLIVE dengan nilai *global geo mean* 35.17 detik. Sedangkan untuk nilai rata-rata *global geo mean* *website* Youtube diperoleh nilai 46.02 detik. Hal ini menunjukkan bahwa *website* VLIVE lebih efisien dibandingkan dengan *website* Youtube dikarenakan penggunaan *website* VLIVE rata-rata membutuhkan waktu yang lebih sedikit dibandingkan *website* Youtube, yaitu *website* Youtube (Zazelenchuk, 2008).



Gambar 5.4 Hasil evaluasi parameter *time per completed task*

5.1.4 Evaluasi parameter *number of clicks during task completion*

a. Website VLIVE

Berdasarkan Tabel 5.7, nilai *mean of total clicks* pada tugas 1 (mencari *popular* video atau *trending* video) adalah 9.67. Pada tugas 2 (melakukan pencarian *channel*) memiliki nilai *mean of total clicks* 2.33. Pada tugas 3 (merubah *subtitle*) memiliki rata-rata nilai *mean of total clicks* sebesar 7. Pada tugas 4 (memberikan komentar) memiliki nilai *mean of total clicks* yaitu 9. Sedangkan, pada tugas 5 (mengunduh konten) membutuhkan rata-rata jumlah klik sebanyak 14. Oleh karena itu, nilai global *mean of total clicks* untuk *website* VLIVE, yaitu 8.4.

Tabel 5.7 Data evaluasi *number of clicks during task completion website VLIVE*

Responden ke-	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5
1. Ainun Nuril Laily	3	2	9	7	12
2. Rizki Ratya Danirmala	9			12	12
3. Handria Ratriayu R.	17	5	12	8	18
Mean of Total Clicks:	9.66667	2.33333	7	9	14
Global Mean VLIVE	8.4				

b. Website Youtube

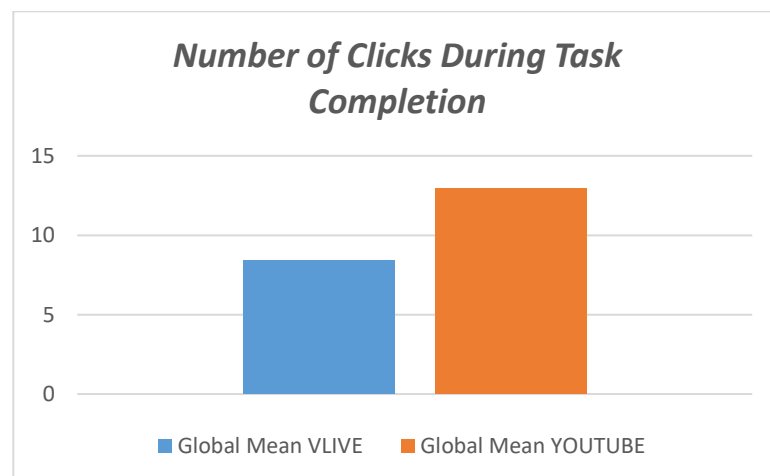
Berdasarkan Tabel 5.8, nilai *mean of total clicks* pada tugas 1 (mencari *popular* video atau *trending* video) adalah 6. Pada tugas 2 (melakukan pencarian *channel*) memiliki nilai *mean of total clicks* 3. Pada tugas 3 (merubah *subtitle*) memiliki rata-rata nilai *mean of total clicks* sebesar 33.3. Pada tugas 4 (memberikan komentar) memiliki nilai *mean of total clicks* yaitu 7.67. Sedangkan, pada tugas 5 (mengunduh

konten) membutuhkan rata-rata jumlah klik sebanyak 14,3. Oleh karena itu, nilai *global mean of total clicks* untuk *website* VLIVE, yaitu 12.9.

Tabel 5.8 Data evaluasi *number of clicks during task completion website* Youtube

Responden ke-	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5
1. Hermiyanti Tri Halisiana	3	2	42	10	11
2. Fina Mufarrihak	12	3	13	2	10
3. Septina Trisnaning Putri	3	4	45	11	22
Mean of Total Clicks:	6	3	33.3333	7.66667	14.3333
Global Mean YOUTUBE	12.93333333				

Pada gambar 5.4, nilai *global mean* terendah diperoleh *website* VLIVE dengan nilai *global mean* 8.4. Sedangkan nilai *global mean* untuk *website* Youtube mendapatkan nilai 12.9. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *website* VLIVE lebih efisien dibandingkan dengan *website* Youtube. Hal ini dikarenakan selama pengoperasian *website*, *website* VLIVE membutuhkan rata-rata jumlah klik yang lebih sedikit dibandingkan dengan *website* Youtube (Zazelenchuk, 2008).



Gambar 5.5 Hasil evaluasi parameter *number of clicks during task completion*

Tabel 5.9 Hasil Evaluasi secara Objektif

Parameter	Hasil
Parameter <i>task completed</i>	Website Youtube merupakan <i>website</i> yang lebih efektif dan mudah digunakan dibanding dengan <i>website</i> VLIVE (Zazelenchuk, 2008). <i>Website</i> Youtube lebih mudah digunakan dan lebih efektif dikarenakan <i>website</i> Youtube sudah tergolong <i>website</i> populer dan sering diakses daripada <i>website</i> VLIVE, sehingga responden lebih terbiasa dengan lingkungan <i>website</i> Youtube.
Parameter <i>error during task performance</i>	Website VLIVE dapat dikatakan sebagai <i>website</i> yang lebih efektif dan lebih mudah digunakan daripada <i>website</i> Youtube (Zazelenchuk, 2008). <i>Website</i> VLIVE lebih efektif dan lebih mudah digunakan dikarenakan responden melakukan lebih sedikit kesalahan pada saat mengerjakan tugas yang diberikan, sehingga nilai error yang didapatkan lebih rendah daripada parameter error pada <i>website</i> Youtube.
Parameter <i>time per completed task</i>	Website VLIVE lebih efisien dibandingkan dengan <i>website</i> Youtube (Zazelenchuk, 2008). Pada saat pengoperasian <i>website</i> VLIVE memiliki rata-rata waktu yang lebih sedikit dibandingkan dengan <i>website</i> Youtube.
Parameter <i>number of clicks during task completion</i>	Website VLIVE lebih efisien dibandingkan dengan <i>website</i> Youtube (Zazelenchuk, 2008). Hal ini dikarenakan selama pengoperasian <i>website</i> , <i>website</i> VLIVE membutuhkan rata-rata jumlah klik yang lebih sedikit dibandingkan dengan <i>website</i> Youtube.

5.2 Hasil Evaluasi Subjektif

Hasil evaluasi subjektif didapatkan dari hasil evaluasi wawancara terhadap dua kelompok responden yaitu kelompok *website* VLIVE dan kelompok *website* Youtube. Hasil evaluasi didapatkan tujuh faktor yang terdiri dari faktor positif dan faktor negatif. Adapun faktor-faktor yang terdapat pada hasil evaluasi subjektif ini berdasarkan aspek parameter *user experience* yang dijelaskan oleh Peter Morville (2004) yaitu: *useful*, *usable*, *desirable*, *findable*, *acesable*, dan *credible*. Berikut adalah Tabel 5.10 yang menjelaskan hasil evaluasi subjektif berdasarkan parameter *user experience*.

Tabel 5.10 Hasil Evaluasi Subjektif

Faktor	Website VLIVE	Website Youtube
<i>Useful</i>	<p>(+) Menurut Ainun, Rizki dan Handria <i>website</i> VLIVE berguna bagi penggemar <i>Korean pop</i> sebagai hiburan, hiburan yang dimaksud adalah untuk melihat video <i>streaming</i> seperti menonton <i>Music Video</i>, <i>live show</i>, konser, <i>fanmeeting</i> dan <i>showcase idol</i> yang disukai</p> <p>(-) <i>Webiste</i> VLIVE hanya menampilkan konten tentang <i>Korean Pop</i> saja.</p> <p>Positif: 1 ; Negatif: 1</p>	<p>(+) Menurut Hermiyanti, Fina dan Septina <i>Website</i> Youtube ini sangat berguna. Dengan menggunakan <i>Website</i> Youtube informasi yang didapat yaitu antara lain hiburan, berita dan video tutorial.</p> <p>(+) Menurut Septina, Youtube itu sangat berguna, youtube juga sudah bisa mengelompokkan video atau <i>channel</i> yang sering dikunjungi.</p> <p>(+) <i>Website</i> Youtube bersifat universal.</p> <p>Positif: 3 ; Negatif: 0</p>
<i>Usable</i>	<p>(+) Menurut Ainun , Rizki dan Handria <i>website</i> VLIVE dalam penggunaannya tidak mengalami kesulitan. Ainun, Rizki dan Handria dapat mengaksesnya dengan mudah dan menu atau fitur yang terdapat di <i>website</i> VLIVE simpel.</p> <p>(-) Menurut Rizki menu yang terdapat di <i>website</i> VLIVE masih kurang familiar dikarenakan Rizki lebih sering mengakses VLIVE melalui aplikasi <i>mobile</i>.</p>	<p>(+) Menurut Hermiyanti dan Fina, <i>website</i> Youtube mudah untuk dioperasikan.</p> <p>(+) Menurut Fina dan Septina, menu atau fitur yang ada di <i>website</i> Youtube sudah bagus seperti beranda, pencarian populer, <i>subcribes</i> dan lain-lain.</p> <p>(-) Menurut Septina, terdapat menu yang masih kurang yaitu <i>genre</i>, sehingga konten yang ada masih campur aduk.</p>

Faktor	Website VLIVE	Website Youtube
	Positif: 1 ; Negatif: 1	Positif: 2 ; Negatif: 1
<i>Findable</i>	<p>(+) Menurut Handria, untuk menemukan konten atau menu yang terdapat pada <i>website</i> VLIVE tidak menemukan kesulitan.</p> <p>(-) Menurut Ainun dan Rizki <i>website</i> VLIVE tidak dapat memberikan <i>like</i> atau <i>love</i> seperti yang terdapat pada aplikasi <i>mobile</i> VLIVE.</p> <p>(-) Menurut Rizki pada video-video terbaru terkadang masih belum tersedia <i>subtitle</i>.</p> <p>(-) Menurut Handria terdapat beberapa konten prabayar yang tidak bisa dilihat sebelum kita membeli konten prabayar dengan membeli koin VLIVE.</p> <p>(-) Menurut Handria konten prabayar juga hanya bisa dilihat melalui aplikasi <i>mobile</i> VLIVE.</p> <p>Positif: 1 ; Negatif: 4</p>	<p>(+) Menurut Septina, dalam melakukan pencarian cukup mudah dengan menggunakan kolom <i>search box</i>.</p> <p>(-) Menurut Hermiyanti, terdapat beberapa konten yang tidak sesuai dengan yang tertulis pada judul konten.</p> <p>(-) Menurut Fina, konten pada <i>website</i> Youtube masih kurang rapi. Sehingga konten yang ada masih tercampur menjadi satu.</p> <p>(-) Menurut Septina, letak menu-menu yang ada di <i>website</i> Youtube berada pada bagian kiri, sehingga kurang terlihat untuk menu-menunya.</p> <p>Positif: 1 ; Negatif: 3</p>
<i>Desirable</i>	<p>(+) Menurut Ainun, Handria dan Rizki cukup nyaman dengan menggunakan <i>website</i> VLIVE dengan menggunakan PC atau <i>smartphone</i> dimana saja dan kapan saja.</p> <p>(+) Menurut Rizki, nyaman dan menyenangkan menggunakan <i>website</i> VLIVE dikarenakan terdapat banyak <i>channel</i> yang menampilkan video-video <i>live</i>. Dan tanyangan di VLIVE, terutama pada <i>Channel+</i> tidak terdapat di Youtube.</p>	<p>(+) Menurut Hermiyanti, Fina dan Septina, dengan mengakses <i>website</i> Youtube merasa nyaman karena warna dan tulisan antarmuka <i>website</i> Youtube tidak merusak mata.</p> <p>(+) Menurut Fina, Saat <i>streaming</i> video di <i>website</i> Youtube dapat merubah bentuk <i>font</i>, merubah ukuran <i>font</i> dan ada beberapa <i>mode</i> untuk ukuran layar (seperti <i>full screen</i> atau <i>theather mode</i>).</p> <p>(-) Menurut Hermiyanti, ada perlu yang ditambahkan dalam</p>

Faktor	Website VLIVE	Website Youtube
	<p>(+) Menurut Handria, beberapa konten di <i>Website VLIVE</i> yang menggunakan Bahasa Korea juga tidak mengganggu dalam pengoperasian <i>website VLIVE</i> dikarenakan Handria sudah memahami Bahasa Korea tersebut.</p> <p>Positif: 3 ; Negatif: 0</p>	<p>fitur <i>website Youtube</i> yaitu fitur untuk mengunduh sehingga tidak perlu aplikasi atau <i>website</i> lain sebagai media mengunduh video.</p> <p>(-) Menurut Septina, pada detail video (tanggal dan keterangan dari video) tulisan masih terlalu kecil dan pada kotak deskripsi lama untuk dibuka, sehingga kurang kurang selaras antara ukuran tulisan pada judul dan detail video.</p> <p>Positif: 2 ; Negatif: 2</p>
<i>Accesable</i>	<p>(+) Menurut Ainun, Rizki dan Handira untuk mengakses <i>website VLIVE</i> dimanapun kapanpun bisa, tergantung koneksi <i>internet</i> dan kecepatan <i>internet</i>.</p> <p>(-) Menurut Rizki, kekurangan yang terdapat saat mengakses <i>website VLIVE</i> yaitu terdapat beberapa video <i>live</i> atau video <i>replay</i> yang tidak memiliki <i>subtitle</i>.</p> <p>(-) Menurut Rizki, untuk dapat menikmati konten yang lebih eksklusif di <i>Channel+</i>, pengguna harus membeli <i>channel</i> prabayar.</p> <p>Positif: 1 ; Negatif: 2</p>	<p>(+) Menurut Septina, untuk mengakses <i>website Youtube</i> gampang, jika ada pemberitahuan video terbaru bisa langsung mengaksesnya</p> <p>(-) Menurut Septina, kualitas video juga bergantung pada koneksi <i>internet</i>.</p> <p>Positif: 1 ; Negatif: 1</p>
<i>Credible</i>	<p>(+) Menurut Ainun, Rizki dan Handira untuk mengakses <i>website VLIVE</i> sudah cukup aman dalam hal untuk <i>login</i>.</p> <p>(+) Menurut Rizki, saat pengguna menggunakan Line</p>	<p>(+) Menurut Hermiyanti, Fina dan Septina dengan menggunakan <i>website Youtube</i> cukup aman yaitu <i>login</i> dengan menggunakan <i>email</i>.</p>

Tabel 5.11 Hasil Evaluasi Subjektif (lanjutan)

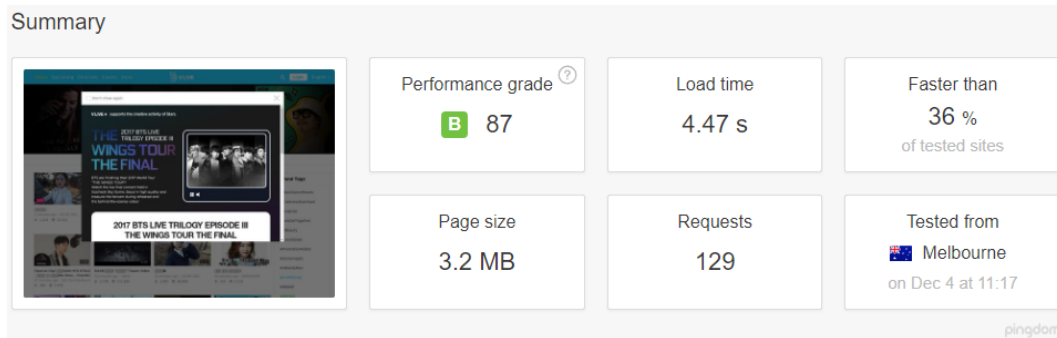
Faktor	Website VLIVE	Website Youtube
	untuk <i>login</i> , mendapatkan notifikasi <i>login</i> dari Line. Positif: 2 ; Negatif: 0	(+) Menurut Septina, cukup aman untuk digunakan sendiri. Namun jika akun digunakan oleh orang lain maka histori pencarian video akan berubah sesuai dengan yang diinputkan oleh orang tersebut. Positif: 2 ; Negatif: 0
Valueable	(+) Menurut Ainun, Rizki dan Handira <i>website</i> VLIVE cukup berguna. Dengan adanya <i>channel</i> yang terdapat pada <i>website</i> VLIVE lebih memudahkan penggemar <i>Korean pop</i> untuk mengetahui kegiatan-kegiatan <i>idol</i> yang disenangi, seperti konser, <i>showcase</i> dan <i>live</i> video. Positif: 1 ; Negatif: 0	(+) Menurut Hermiyanti, Fina dan Septina <i>website</i> Youtube sangat berguna untuk mencari informasi-informasi terbaru, sehingga dengan menggunakan <i>website</i> Youtube dapat melihat berita-berita, hiburan dan tutorial yang tersedia di <i>website</i> Youtube. Positif: 1 ; Negatif: 0

5.3 Rangkuman Evaluasi Subjektif

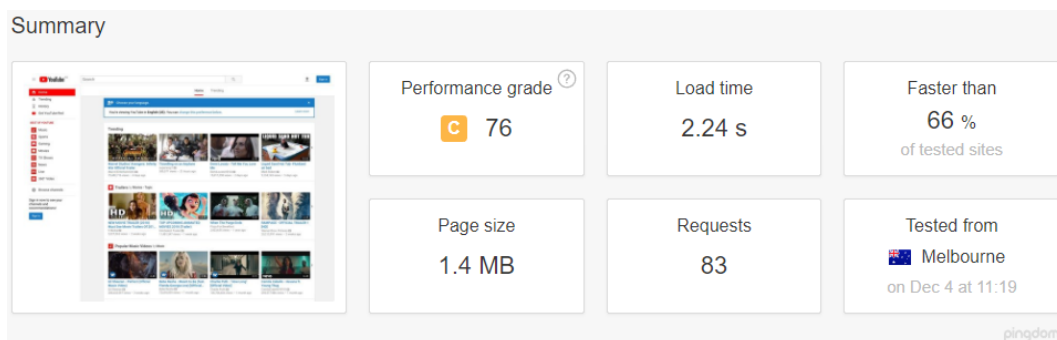
Hasil perbandingan evaluasi subjektif antara *website streaming* video VLIVE dan Youtube berdasarkan tujuh faktor yang terdapat pada hasil evaluasi subjektif ini berdasarkan aspek parameter *user experience* yang dijelaskan oleh Peter Morville (2004) yaitu: *useful, usable, desirable, findable, accesable, dan credible*. Didapatkan karakteristik pada masing-masing faktor yaitu:

- *Useful*
 - *Website* VLIVE dan *website* Youtube merupakan media informasi yang berupa video. Informasi yang didapatkan dari kedua *website* tersebut yaitu hiburan, berita dan video tutorial. Oleh karena itu, kedua *website* tersebut sangat berguna untuk mendapatkan informasi berupa video.
 - Kedua *website* memiliki pengkategorian konten yang berbeda, *website* VLIVE memiliki konten tentang *Korean Pop* sedangkan *website* Youtube memiliki konten yang universal.

- *Usable*
 - Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan, kedua *website* tersebut dalam pengoperasiannya mudah untuk digunakan.
 - Fitur-fitur yang terdapat pada kedua *website* tersebut cukup lengkap dan mudah untuk dipahami.
- *Desirable*
 - Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan, kedua *website* tersebut nyaman saat digunakan. Pengguna nyaman menggunakan kedua *website* tersebut berdasarkan dengan kebutuhan informasi yang akan dicari.
 - Konten yang terdapat pada *website* VLIVE lebih eksklusif (konten prabayar yang hanya bisa diakses di *website* VLIVE, *channel+* yang hanya terdapat *website* VLIVE dan video *live show* atau live konser) dibandingkan dengan konten yang terdapat pada *website* Youtube.
- *Findable*
 - Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan, untuk menemukan konten atau fitur yang terdapat pada *website* VLIVE maupun Youtube cukup mudah. Kedua *website* tersebut menggunakan *search box* untuk mencari konten yang diinginkan. Fitur-fitur yang terdapat pada *website* VLIVE dan Youtube hampir sama kegunaannya, hanya berbeda pada nama fitur yang disediakan (misal: fitur "*Chart*" pada *website* VLIVE sama dengan fitur "*Trending*" pada *website* Youtube yaitu menampilkan video yang paling populer).
- *Accesable*
 - *Website* VLIVE dan *website* Youtube untuk bisa mengakses dibutuhkan adanya koneksi *internet*. Namun *website* VLIVE membutuhkan koneksi *internet* yang lebih kuat (menurut survei yang dilakukan pada saat awal penelitian) dibandingkan dengan *website* Youtube. Hal ini diperkuat dengan pengecekan *bandwidth* melalui "Pingdom Website Speed Test", pada Gambar 5.6 *website* VLIVE memiliki *load time* 4.47 detik sedangkan *website* Youtube hanya memiliki *load time* 2.24 detik, ditunjukkan pada Gambar 5.7. Hal ini menunjukkan bahwa *load time* *website* VLIVE sedikit lebih lama dibandingkan dengan *website* Youtube.



Gambar 5.6 Hasil cek *bandwidth website VLIVE*



Gambar 5.7 Hasil cek *bandwidth website Youtube*

- *Website VLIVE* dan *website Youtube* keduanya dapat diakses melalui PC maupun aplikasi *smartphone*.
- *Credible*
 - Untuk menggunakan kedua *website* tersebut secara menyeluruh, pengguna diwajibkan untuk *login* ke *website*. Diantara kedua *website* tersebut, *website VLIVE* mempunyai beberapa alternatif akun media sosial (Line,, Naver, Twitter dan Facebook) yang bisa digunakan untuk *login*, sedangkan *website Youtube* hanya dapat menggunakan *email* (Gmail).
 - Menurut penelitian yang dilakukan, *login* pada *website VLIVE* lebih aman dibandingkan dengan *login* pada *website Youtube*. Hal ini dikarenakan pada saat *login website VLIVE* dengan menggunakan media sosial (contoh: LINE) akan mendapatkan pesan notifikasi bahwa akun digunakan untuk *login* pada *website VLIVE*, sedangkan *website Youtube login* dengan menggunakan *email* tidak mendapatkan notifikasi apapun.

5.4 Hasil Perbandingan Evaluasi Antara *Website Streaming Video VLIVE* dan *Website Youtube*

Berikut merupakan hasil perbandingan evaluasi anantara antara *website streaming video VLIVE* dan *website Youtube* secara objektif dan subjektif berdasarkan sudut pandang *user experience*. Diperoleh masing-masing *website* kelebihan dan kekurangan, yaitu:

- *Website* VLIVE

Kelebihan:

Website VLIVE merupakan media informasi yang berupa video. Konten yang terdapat pada *website* VLIVE adalah *Korean Pop* dan konten yang disediakan lebih eksklusif dari *website streaming* lainnya misalnya *live show*, *live konser*, *fanmeeting* dan *showcase*. Dalam *website* VLIVE juga terdapat fitur *Channel+*, dimana video yang disediakan lebih bersifat eksklusif. *Channel* yang terdapat pada *website* VLIVE hanya *channel official* (bukan sembarangan orang bisa membuat *channel* di *website* VLIVE). *Website* VLIVE mempunyai beberapa alternatif akun media sosial (yaitu Line, Naver, Twitter dan Facebook) yang bisa digunakan untuk *login*. VLIVE sendiri dapat diakses melalui PC atau aplikasi *smartphone*.

Website VLIVE lebih efektif terhadap evaluasi parameter *error during task performance* dikarenakan pada saat penggunaan *website* lebih sedikit melakukan kesalahan sehingga error yang dihasilkan lebih sedikit. *Website* VLIVE juga lebih efisien dibandingkan dengan *website* Youtube berdasarkan parameter *time per completed task* dan parameter *number of clicks during task completion*, hal ini disebabkan rata-rata waktu dan jumlah klik yang dibutuhkan saat penggunaan lebih sedikit.

Kekurangan:

Konten yang terdapat pada *website* VLIVE hanya *Korean Pop*. Konten yang lebih eksklusif biasanya bisa diakses dengan membeli konten prabayar dengan membeli koin VLIVE. Beberapa konten eksklusif hanya bisa diakses melalui aplikasi *smartphone*. Pada *website* VLIVE tidak terdapat fitur "LOVE", fitur ini berfungsi untuk memberikan rating pada video. Fitur "LOVE" hanya tersedia pada aplikasi *smartphone*. *Website* VLIVE kurang efektif dibandingkan dengan *website* Youtube pada parameter *task complete*. Hal ini dikarenakan *website* VLIVE masih tergolong *website* yang kurang populer sehingga orang kurang terbiasa dengan lingkungan *website* VLIVE.

- *Website* Youtube

Kelebihan:

Website Youtube merupakan media informasi yang berupa video. Konten yang terdapat pada *website* Youtube bersifat universal (semua konten tersedia pada *website* Youtube). *Website* Youtube merupakan sarana seseorang untuk membagikan informasi berupa video ke khalayak umum, sehingga seseorang dapat dengan mudah untuk membuat *channel* pada *website* Youtube. Menggunakan *website* Youtube cukup aman yaitu *login* dengan menggunakan *email* (Gmail). Youtube dapat diakses melalui PC atau aplikasi *smartphone*.

Website Youtube merupakan *website* yang lebih efektif dan mudah digunakan dibanding dengan *website* VLIVE pada parameter *task*

completed. Hal ini dikarenakan *website* Youtube sudah tergolong *website* populer dan sering diakses daripada *website* VLIVE, sehingga pengguna lebih terbiasa dengan lingkungan *website* Youtube.

Kekurangan:

Konten yang terdapat pada *website* Youtube bersifat universal (semua konten ada), sehingga konten yang tersedia masih campur aduk atau tidak adanya fitur genre yang bisa memisahkan konten-konten yang terdapat pada *website* Youtube. *Website* Youtube hanya bisa *login* dengan menggunakan *email*, sehingga jika ada orang lain yang *login* dengan menggunakan akun yang sama tidak mendapatkan notifikasi apapun. *Website* Youtube dikatakan kurang efisien dikarenakan pengoperasian pada pengujian *website* Youtube memerlukan waktu yang lebih banyak dan jumlah klik yang lebih banyak dibandingkan dengan *website* VLIVE.