

# Facebook atau Twitter? Studi Komparasi Tingkat Kebergunaan Situs Jejaring Sosial

Almed Hamzah

Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Islam Indonesia  
Yogyakarta, Indonesia  
almed.hamzah@uii.ac.id

**Abstract**—Facebook dan Twitter adalah dua raksasa situs jejaring sosial yang sangat populer karena memiliki jumlah pengguna terdaftar yang luar biasa besar dan tersebar di seluruh dunia. Banyak tipe pengguna, ada yang hanya menggunakan salah satu, ada pula yang menggunakan keduanya. Paper ini membandingkan antara Facebook dan Twitter dari segi tingkat kebergunaannya. Hal ini dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi calon pengguna untuk menggunakan salah satu atau keduanya. Melalui studi empiris, penelitian ini menemukan bahwa Facebook dan Twitter memiliki tingkat kebergunaan yang sama tinggi. Hal ini mengkonfirmasi kepopuleran kedua situs jejaring sosial ini. Lebih lanjut, dalam satu aspek, *customizability*, ditemukan bahwa Twitter lebih baik dari pada Facebook. Namun begitu, keduanya memiliki aspek *substitutivity* yang rendah.

**Keywords**— *usabilitas; situs jejaring sosial; interaksi manusia dan komputer*

## I. PENDAHULUAN

Situs jejaring sosial atau populer disebut social media adalah sebuah layanan berbasis web 2.0 yang memungkinkan penggunanya membuat dan berbagi aneka content [1] yang pada umumnya berupa text, gambar, video, animasi. Melalui social media, pengguna dapat berkreasi, terkoneksi dan berbagi pengalaman, informasi tentang berbagai topik [2] yang meliputi namun tidak terbatas pada permasalahan atau pembahasan seputar individu pengguna (*personal*), area publik, serta komersil [3].

Penelitian di bidang kajian social media masih sangat jarang dan perlu dikembangkan [4]. Walaupun berbasis web, namun social media berbeda dengan aplikasi berbasis web secara umum. Beberapa penelitian yang telah dilakukan di bidang social media hanya berfokus pada salah satu social media saja. Masih jarang penelitian yang dilakukan untuk membandingkan antara dua media sosial atau lebih kecuali dalam [5], [6], [7].

Facebook dan Twitter dipilih sebagai bahan perbandingan dalam paper ini karena kedua situs ini adalah situs jejaring sosial yang paling populer diantara semua jenis situs jejaring sosial yang saat ini ada. Kepopuleran tersebut terlihat dari jumlah kunjungan per bulan yang besar. Kedua situs jejaring sosial ini memiliki pengunjung per bulang masing-masing adalah 900 juta untuk Facebook dan 300 juta untuk Twitter [8]. Jumlah ini adalah jumlah terbesar diantara situs sejenis lainnya. Terlebih, jika melihat kondisi di

Indonesia sendiri, kedua situs jejaring sosial ini adalah dua situs jejaring sosial yang paling banyak dikunjungi oleh lebih dari 95% pengguna internet [9].

Kepopuleran ini tentu bukan tidak ada sebabnya. Banyak sekali faktor yang menyebabkan penerimaan sebuah teknologi, salah satunya adalah faktor kebergunaan. Paper ini membahas tentang tingkat kebergunaan dari dua situs jejaring sosial, yaitu Facebook dan Twitter. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan alasan dari kepopuleran keduanya dari sisi penggunaan sistem (*usage*).

Paper ini terdiri dari empat bagian. Bagian pertama adalah pendahuluan yang menjelaskan latar belakang dilakukannya penelitian ini. Bagian dua menjelaskan tentang penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dan mendukung penelitian ini. Bagian tiga membahas tentang metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Bagian empat memaparkan hasil analisis dan diskusi terkait dengan hal tersebut. Terakhir, bagian lima menyimpulkan keseluruhan isi paper.

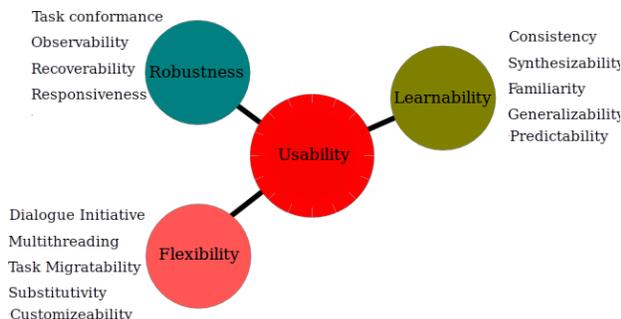
## II. TINJAUAN PUSTAKA

Kebergunaan atau *usability* memiliki peran penting terhadap keberhasilan implementasi sebuah sistem. Pada kasus tertentu, bahkan hampir 50% usaha implementasi sistem menjadi bermasalah karena faktor kebergunaan ini [10]. Kebergunaan dapat didefinisikan sebagai derajat kemampuan sebuah sistem dalam membantu penggunanya menyelesaikan sebuah tugas [11]. Menurut Alan Dix et al. [12] kebergunaan dapat diukur melalui tiga parameter utama, yaitu *learnability*, *flexibility*, dan *robustness*.

*Learnability* adalah kemampuan sistem memberikan pola interaksi yang mudah bagi pengguna, terutama pemula, agar dapat mencapai kinerja yang optimal. *Flexibility* adalah kemampuan sistem menyediakan lebih dari satu cara bagi pengguna untuk berinteraksi dan bertukar informasi (*input* dan *output*). *Robustness* adalah kemampuan sistem menyediakan fasilitas bagi pengguna untuk mengeksplorasi fitur-fitur yang ada tanpa menyebabkan kerusakan pada sistem. Ketiga prinsip utama ini kemudian diperinci lagi menjadi 14 subprinsip seperti terlihat pada Gambar 1.

Ketiga prinsip utama, beserta subprinsip didalamnya, mencerminkan tingkat kebergunaan dari sebuah sistem. Secara ideal, sistem yang *usable* memiliki nilai tinggi dari

ketiganya. Namun, kondisi ideal tersebut sulit terpenuhi karena kompleksitas sistem itu sendiri maupun faktor pengguna dan lingkungannya. Nilai dari ketiga prinsip tersebut bisa sangat beragam. Sebuah sistem dapat memiliki nilai tinggi di satu prinsip dan memiliki nilai rendah di prinsip lainnya. Begitupun kondisi sebaliknya dapat terjadi.



Gambar 1. Prinsip Kebergunaan (Usability). Sumber: Alan Dix et al. (2004)

Belum banyak penelitian tentang tingkat kebergunaan dalam situs jejaring sosial, apalagi yang membandingkan diantaranya. Beberapa penelitian yang pernah membandingkan dua atau lebih situs jejaring sosial, yaitu Hughes et al. [6], Dwyers et al. [5], dan Fox et al. [7].

Dwyers et al. [5] membandingkan tingkat kepercayaan pengguna dalam menggunakan situs jejaring sosial, dalam hal ini Facebook dan MySpace dan menyimpulkan bahwa Facebook lebih dipercaya daripada MySpace dalam hal sharing informasi antar pengguna. Hughes et al. [6] membandingkan perbedaan kepribadian antar pengguna situs jejaring sosial, dalam hal ini Facebook dan Twitter. Hughes et al. [6] menyimpulkan bahwa kepribadian sangat mempengaruhi penggunaan situs jejaring sosial dan satu situs dapat digunakan untuk beragam tujuan bergantung kepada kepribadian penggunanya. Fox et al. [7] juga melakukan studi perbandingan tingkat kebergunaan antara tiga situs jejaring sosial, yaitu Facebook, MySpace, dan Orkut. Dalam papernya, Fox et al. [7] menyimpulkan bahwa Facebook memiliki tingkat kebergunaan tertinggi diantara dua situs lainnya.

Paper ini berfokus pada tingkat kebergunaan situs jejaring sosial sebagai sebuah sistem yang membantu pengguna melakukan sebuah aktivitas berbagi content. Dalam paper ini juga dipilih dua situs jejaring sosial yang dianggap terpopuler saat ini, yaitu Facebook dan Twitter. Kepopuleran inilah yang menjadi titik temu dalam membandingkan keduanya.

### III. METODE

Penelitian ini pada dasarnya adalah penelitian eksploratif dan bersifat cross-sectional. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa pengguna Facebook dan Twitter. Usia dari mahasiswa yang menjadi responden beragam antara 20 sampai dengan 24 tahun. Jumlah responden yang berhasil diambil datanya adalah 25 orang. Skala yang digunakan adalah semantic differential.

Pertanyaan yang ada di kuesioner berjumlah 14 pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan ini disusun berdasarkan skema prinsip kebergunaan yang dikembangkan oleh Alan Dix et al. [12]. Jika dibandingkan dengan prinsip kebergunaan yang lain, prinsip kebergunaan yang dikembangkan oleh Alan Dix et al. Memiliki karakteristik berfokus pada sisi interaksi sistem dengan pengguna. Hal inilah yang menjadi pertimbangan dipilihnya prinsip kebergunaan ini. Metode analisis data yang digunakan adalah uji t dengan dua sampel independen.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisa statistik menggunakan metode uji t ditampilkan pada Tabel I. Analisa ini didasarkan pada tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan t hitung yang diperlihatkan pada Tabel I tampak bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam hal tingkat kebergunaan antara Facebook dan Twitter.

Tabel I. HASIL UJI T

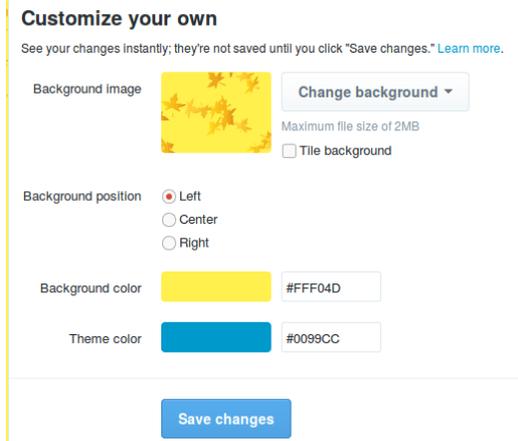
No	Prinsip kebergunaan	Facebook		Twitter		t
		Mean	S.D.	Mean	S.D.	
1	Predictability	7.60	1.19	6.76	1.39	0.03
2	Sintesisability	6.84	1.52	6.24	1.45	0.16
3	Familiarity	7.60	1.38	6.88	1.20	0.06
4	Generalizability	7.40	1.41	6.80	1.41	0.14
5	Consistency	7.64	1.29	7.44	1.39	0.60
6	Dialog initiative	7.44	1.53	6.76	1.42	0.11
7	Multi-threading	7.60	1.53	6.60	1.73	0.04
8	Task migratability	6.72	1.57	6.16	1.62	0.22
9	Substitutivity	<b>5.40</b>	1.55	<b>4.92</b>	1.47	0.27
10	Customizability	<b>6.40</b>	2.00	<b>7.60</b>	1.89	0.03
11	Observability	7.20	1.41	7.08	1.44	0.77
12	Recoverability	6.56	2.36	6.20	2.33	0.59
13	Responsiveness	7.48	1.36	7.20	1.29	0.46
14	Task conformance	7.72	1.21	6.44	1.76	0.00

Dari hasil analisis uji t yang dilakukan untuk membandingkan tingkat kebergunaan antara Facebook dan Twitter ditemukan bahwa tidak ada perbedaan tingkat kebergunaan antara Facebook dan Twitter. Hal ini berarti kedua situs jejaring sosial tersebut memiliki tingkat kebergunaan yang sama.

Meskipun secara keseluruhan memiliki tingkat kebergunaan yang sama, namun jika dibandingkan nilai rata-rata satu per satu pada 14 prinsip yang diuji, maka Facebook lebih unggul dibandingkan Twitter, kecuali dalam prinsip nomor 10 yaitu Customizability. Jika dilihat lebih jauh lagi, Keduanya memiliki poin terendah untuk prinsip nomor 9 yaitu substitutivity.

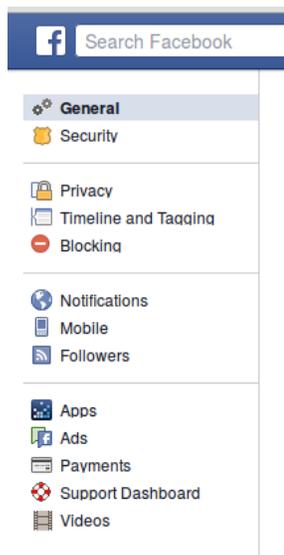
Customizability adalah kemampuan sistem untuk dirubah antarmuka, baik oleh user maupun sistem itu sendiri [8].

Twitter dianggap memiliki faktor customizability yang lebih tinggi dibandingkan facebook karena Twitter menyediakan fitur pengelolaan antarmuka yang lebih fleksibel dibandingkan facebook. Sebagai contoh Twitter menyediakan layanan bagi penggunanya untuk mengubah tampilan (customization) sesuai dengan keinginan seperti tampak dalam Gambar.



Gambar 2. Mengubah tampilan di Twitter

Sementara itu Facebook tidak menyediakan layanan serupa. Tampilan antarmuka Facebook cenderung monoton dan tidak dapat diubah oleh pengguna. Facebook lebih mengedepankan fungsi dan keamanan dibandingkan tampilan. Tampak dalam Gambar II tidak terdapat pengaturan tampilan dalam fitur pengaturan sistem di Facebook.



Gambar 2. Layanan Pengaturan di Facebook (Sumber : Facebook.com)

Substitutivity adalah kemampuan sistem menerima masukan dan mengirim luaran dalam bentuk yang beragam [8]. Jika merujuk pada Tabel I maka terlihat bahwa masing-masing situs, Facebook dan Twitter, memiliki poin terendah dalam aspek ini dibandingkan pada aspek-aspek yang lain. Dalam hal ini kedua situs jejaring sosial memiliki aturan yang ketat dan terstandarisasi terkait cara serta content yang bisa dijadikan masukan, begitu pula terkait luarannya. Pengguna memiliki “kebebasan yang terbatas” untuk menggunakan sistem. Hal ini dapat dipahami sebagai suatu cara untuk mencegah terjadinya kekacauan yang diakibatkan oleh heterogenitas dari pengguna.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat diambil kesimpulan. Pertama, Facebook dan Twitter memiliki tingkat kebergunaan yang sama tinggi (setingkat). Hal ini mengkonfirmasi kepopuleran kedua situs ini dibandingkan situs lain yang serupa dengannya. Kedua, Pengguna sebenarnya tidak memiliki “kebebasan” penuh dalam menggunakan situs jejaring sosial. Semuanya sudah terstandarisasi mulai dari masukan hingga luaran. Pengguna hanya dapat mengunggah konten-konten yang sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pengelola situs.

Melalui penelitian ini telah diketahui bahwa Facebook dan Twitter memiliki tingkat kebergunaan yang sama tinggi. Hal ini dapat mengkonfirmasi kepopuleran dan banyaknya pengguna dari kedua situs jejaring sosial ini. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan terhadap situs jejaring sosial yang lain agar ditemukan sebuah kerangka pola serta prinsip kebergunaan situs jejaring sosial secara umum.

## REFERENCES

- [1] A. M. Kaplan and M. Haenlein, “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media,” *Bus. Horiz.*, vol. 53, no. 1, pp. 59–68, 2010.
- [2] J. K. Sinclair and C. E. Vogus, “Adoption of social networking sites: an exploratory adaptive structuration perspective for global organizations,” *Inf. Technol. Manag.*, vol. 12, no. 4, pp. 293–314, 2011.
- [3] T. B. Jensen and S. Dirby, “EXPLORING AFFORDANCES OF FACEBOOK AS A SOCIAL MEDIA PLATFORM IN POLITICAL CAMPAIGNING,” in *21st European Conference on Information Systems*, 2013.
- [4] J. Hart, C. Rldly, F. Taher, C. Sas, and A. Dix, “Exploring the Facebook Experience: A New Approach to Usability,” 2008, pp. 471–474.
- [5] C. Dwyer, S. R. Hiltz, and K. Passerini, “Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace,” 2007.
- [6] D. J. Hughes, M. Rowe, M. Batey, and A. Lee, “A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage,” *Comput. Human Behav.*, vol. 28, no. 2, pp. 561–569, 2012.
- [7] D. Fox and S. Naidu, “Usability evaluation of three social networking sites,” *Usability News*, vol. 11, no. 1, pp. 1–11, 2009.
- [8] “Top 15 Most Popular Social Networking Sites | April 2015.” [Online]. Available: <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>. [Accessed: 04-Apr-2015].

- [9] www.kominfo.go.id, "Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang." [Online]. Available: [http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker#.VR\\_pF2OY6tE](http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker#.VR_pF2OY6tE). [Accessed: 04-Apr-2015].
- [10] J. Fjermestad and N. C. Romano Jr, "Electronic customer relationship management: revisiting the general principles of usability and resistance—an integrative implementation framework," *Bus. Process Manag. J.*, vol. 9, no. 5, pp. 572–591, 2003.
- [11] I. Santoso, *Interaksi Manusia dan Komputer*, 2nd ed. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009, p. 236.
- [12] A. Dix, J. Finlay, G. D. Abowd, and R. Beale, *Human-Computer Interaction*, 3rd ed. Pearson Education Limited, 2004.