

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Fenomena *Self-service Kiosk* (SSK) semakin populer dalam beberapa tahun terakhir, berbagai macam industri menerapkan system ini untuk memberikan layanan yang nyaman dan efisien kepada pelanggan (M. J. Kim et al., 2023). *Self-service Kiosk* merupakan teknologi berbasis komputer interaktif yang memungkinkan pengguna melakukan berbagai layanan dan informasi secara mandiri tanpa memerlukan interaksi manusia secara langsung (H.-R. Kim, 2022). Tujuan utama dari penggunaan SSK adalah untuk menyederhanakan proses, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan (Lee et al., 2023). SSK biasa digunakan di berbagai sektor industri termasuk ritel, perhotelan, kesehatan, transportasi, makanan dan layanan pemerintah (Zulkafly et al., 2021). Di sektor industri *fast-food restaurant*, penggunaan SSK memungkinkan pelanggan melakukan pemesanan, menyesuaikan makanan, melakukan pembayaran dengan aman, sehingga menghasilkan layanan yang lebih cepat dan mengurangi waktu antrian (Leung et al., 2021).

Jam kerja yang lebih padat membuat banyak orang membuat banyak orang menginginkan kepraktisan dan mendapatkan sesuatu dengan cepat, hal ini membuat orang-orang menjadi bergantung pada *fast-food restaurant* (Nova Anggrainie et al., 2022). Beberapa *fast-food restaurant* yang paling sering dikunjungi di Indonesia antara lain adalah KFC, McDonald's, A&W, Hoka Hoka Bento, dan Richeese (Stevany et al., 2021). Berita ekonomi dan bisnis 2019 menyebutkan jika pertumbuhan *fast-food restaurant* di Indonesia mengalami peningkatan dengan presentase mencapai 15% setiap tahunnya (Djayapranata, 2020). Dengan banyaknya kompetitor, menjadikan McDonald's terus melakukan inovasi dalam hal pelayanan, produk, promosi untuk tetap kompetitif di industri ini (Febriah et al., 2023). Salah satu caranya adalah dengan menerapkan penggunaan SSK pada proses pemesanan makanan secara *dine-in*. Dengan menggunakan SSK pelanggan dapat menyesuaikan makanan berdasarkan pilihan pribadi mereka, membayar dengan nyaman tanpa memakan waktu yang lama, dapat mengurangi antrian, dan memberikan pengalaman pengguna (Ketimin et al., 2021). Keuntungan untuk bisnis perusahaan, penggunaan

SSK dapat mengurangi biaya tenaga kerja dan meningkatkan kecepatan pelayanan, dan akurasi pesanan (Rastegar et al., 2018).

Namun tidak semua pengguna memiliki antusiasme yang sama, penelitian menunjukkan adanya rasa kekhawatiran dan permasalahan yang dialami saat menggunakan SSK. Permasalahan pertama adalah terkait *interface* SSK yang tidak ramah pengguna, sering kali mereka memerlukan bantuan karena tidak dapat memahami informasi yang diberikan. Permasalahan selanjutnya adalah instruksi yang tidak cukup jelas saat memilih menu dan saat melakukan penyesuaian menu makanan. Dampak dari permasalahan tadi menjadikan waktu tunggu bertambah dan adanya antrian pelanggan saat menggunakan SSK (Abdul Hamid et al., 2021; Hashim et al., 2022) dan instruksi yang tidak jelas menunjukkan adanya permasalahan *UX Content*. *UX Content* mengacu pada elemen *copywriting* dan bagaimana mengkomunikasikan bentuk visual dalam kata-kata yang berkontribusi pada keseluruhan pengalaman pengguna produk atau layanan digital. Susunan *copywriting* atau dialog dalam aplikasi harus bisa menggambarkan produk dengan baik agar pengguna dapat mencapai tujuannya saat menggunakan produk atau layanan digital (Podmajersky, 2019; Ulfah, 2022). Dan sebuah desain yang baik juga harus mempertimbangkan kebutuhan pengguna dan memudahkan pengguna untuk menavigasi dan menggunakan suatu produk atau layanan digital yang ditawarkan (Siswanto, 2023).

Oleh sebab itu diperlukan evaluasi pada *UX Content* untuk mengetahui secara spesifik permasalahan *copywriting* yang membuat pengguna merasa khawatir sehingga harus meminta bantuan orang lain saat menggunakan SSK dan menyebabkan adanya antrian panjang. Karena mengevaluasi *UX Content* dapat membantu meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan dengan berfokus pada *usability of textual content* dalam produk atau layanan (Holm, 2019).

Studi saat ini telah banyak mengevaluasi produk digital seperti *website* dan aplikasi, tetapi jarang untuk mengevaluasi produk SSK terutama dalam hal *copywriting* atau *UX Content*. Dengan mengevaluasi *UX Content* akan diketahui permasalahan yang menyebabkan pengguna tidak dapat membaca serta memahami informasi dengan jelas dan tidak dapat mencapai tujuan saat menggunakan SSK. Karena penting bagi pengguna untuk menemukan informasi dengan cepat dan jelas tanpa mencari bantuan dari karyawan saat menggunakan SSK di restoran cepat saji. Hal ini untuk menghindari adanya antrian pelanggan, karena tujuan awal SSK digunakan adalah untuk mengurangi antrian dan memberikan pengalaman pengguna yang positif saat melakukan

pemesanan secara mandiri (Abdul Hamid et al., 2021; Holm, 2019; Podmajersky, 2019; Wongso & Sari, 2020). Oleh sebab itu evaluasi menggunakan metode *UX Content Heuristic* (UXCH) akan dilakukan untuk menemukan permasalahan terkait *copywriting* atau *UX Content* pada SSK di penelitian ini.

*Copywriting* pada produk digital ataupun *UX Content* memainkan peran penting dalam membentuk hubungan antara pengalaman pengguna dengan *brand* (Wongso & Sari, 2020; Zia et al., 2018). *UX Content* sangat mempengaruhi cara pengguna memandang dan berinteraksi dengan produk digital (Sampson, 2005). Penelitian menunjukkan bahwa gaya Bahasa yang digunakan berdampak signifikan terhadap memori nama *brand* (Bisoyi, 2013). *Brand experience* mempengaruhi berbagai macam aspek UX seperti identifikasi, stimulasi, kualitas pragmatis dan daya Tarik suatu produk digital. Dengan memasukan *brand values* ke dalam penulisan *UX Content*, perusahaan dapat memastikan bahwa produk digital mereka mengkomunikasikan *the brand story* yang dimiliki secara efektif, memicu *brand values* dalam interaksi, dan meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan. Pada akhirnya *UX Content* memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman yang menarik bagi pengguna saat menggunakan SSK McDonald's.

Berdasarkan beberapa studi dan permasalahan di atas, dapat ditelaah informasi yang bisa dijadikan acuan maupun referensi. Penelitian ini bertujuan untuk mencari permasalahan *UX Content* dengan objek SSK menggunakan metode UXCH. Permasalahan *UX Content* akan dievaluasi dari sisi *usability* dan juga *voice*. Pada evaluasi permasalahan *UX Content Heuristic Usability* akan dilihat apakah pengguna dapat membaca informasi dengan jelas dan dapat mencapai tujuannya. Sedangkan pada evaluasi permasalahan *UX Content Heuristic Voice* akan dilihat apakah *tone of voice* yang digunakan sudah selaras dengan *branding* McDonald's. Penelitian ini juga akan memberikan rekomendasi dari para *design expert* terkait permasalahan yang ditemukan sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas SSK yang lebih baik kedepannya. Hasil analisis evaluasi *UX Content Heuristic* pun akan dikaitkan dengan *brand* McDonald's saat ini, untuk mengetahui kesesuaian penulisan *UX Content* dengan identitas *brand* McDonald's itu sendiri.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, beberapa pertanyaan kemudian muncul permasalahan yang telah dipaparkan sebagai berikut.

1. Apa saja permasalahan *UX Content* yang ditemukan pada SSK McDonald's?
2. Bagaimana kesesuaian *UX Content* pada SSK yang dikaitkan dengan brand McDonald's?
3. Bagaimana rekomendasi *UX Content* berdasarkan saran *design expert* untuk menunjang performa SSK kedepannya?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui permasalahan *UX Content* pada SSK McDonald's berdasarkan hasil *UX Content Heuristic*.
2. Mengetahui analisis permasalahan *UX Content* pada SSK yang dikaitkan dengan brand McDonald's.
3. Memberikan rekomendasi *UX Content* berdasarkan saran *design expert* untuk menunjang performa SSK kedepannya.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara aspek teoritis maupun aspek praktis:

#### **1.4.1. Aspek Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan memberikan informasi bagi akademisi fakultas industri kreatif sehingga dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan di bidang *UX Content*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan evaluasi *UX Content* pada produk digital.

#### **1.4.2. Aspek Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman dalam merancang *UX Content* agar mudah dipahami oleh pengguna saat melakukan pemesanan pada SSK.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan peluang bagi para *design expert* seperti *UX Writer, Copywriter, Journalist, Social Media Specialist* dll, dalam mengembangkan *UX Content* yang mudah dipahami oleh pengguna pada tampilan SSK di Indonesia.

## 1.5. Sistematika Penulisan

### 1. BAB I Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan terkait analisis situasi yang menjadi dasar pemikiran yang mencakup hal-hal berikut seperti latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### 2. BAB II Kajian Pustaka

Pada bab ini dijelaskan terkait dasar pemikiran dari teori-teori terkait dan relevan dengan topik penelitian sehingga dapat dijadikan referensi atau pijakan dalam melakukan penelitian, penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian

### 3. BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan terkait metode penelitian dan dijelaskan secara detail terkait populasi dan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas data, dan metode analisis data.

### 4. BAB IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini diawali dengan gambaran umum penelitian, hasil penelitian, pembahasan *ux content usability*, pembahasan *ux content voice* dan penarikan Kesimpulan.

### 5. BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan penutup dari penulisan yang berisikan kesimpulan hasil penelitian, saran dan juga rekomendasi penelitian.