

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital dalam pendidikan tinggi menuntut perguruan tinggi tidak hanya hadir secara daring, tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang optimal melalui media digital seperti website pendaftaran, yang menjadi sarana utama komunikasi dan informasi (Pratama et al., 2024; Huang et al., 2022). Perkembangan ini membawa dampak signifikan berupa pergeseran pengalaman pengguna yang kini lebih banyak terjadi secara daring melalui berbagai platform digital, termasuk website. Perkembangan teknologi web telah merevolusi cara manusia berinteraksi dengan internet dari masa ke masa. Pada tahap awal, internet bersifat satu arah dan hanya digunakan untuk mengakses informasi secara pasif. Namun, seiring kemajuan teknologi, internet berkembang menjadi ruang yang interaktif, di mana pengguna tidak hanya mengakses, tetapi juga dapat berbagi, berkomunikasi, bahkan menciptakan konten secara mandiri. Evolusi ini juga mendorong terciptanya teknologi web yang lebih cerdas dan responsif, yang mampu menyesuaikan pengalaman berdasarkan preferensi maupun emosi pengguna. Perubahan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga berdampak luas terhadap pola hidup masyarakat, termasuk dalam aktivitas komunikasi, pembelajaran, pekerjaan, dan transaksi digital sehari-hari (Sinlae et al., 2024).

Seiring dengan dinamika tersebut, pengalaman pengguna dalam mengakses layanan digital menjadi semakin krusial. Pengguna kini menilai sebuah platform digital tidak hanya dari segi isi, tetapi juga dari kualitas pengalaman yang ditawarkan meliputi tampilan antarmuka, kemudahan navigasi, kecepatan akses, dan kemudahan dalam menemukan informasi. (Sonianto & Novianto, 2024) Dalam konteks ini, pemahaman terhadap perkembangan teknologi web menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman digital yang mampu memenuhi ekspektasi pengguna dan mendorong kepuasan yang berkelanjutan.

Hal ini menjadi semakin relevan dalam konteks persaingan antar institusi pendidikan tinggi yang terus meningkat di era digital. Perilaku calon mahasiswa telah mengalami pergeseran, di mana mereka semakin mengandalkan teknologi digital untuk mencari informasi, membandingkan alternatif, dan mengambil keputusan pendidikan. Transformasi digital yang melanda sektor pendidikan menuntut institusi untuk tidak hanya melakukan digitalisasi layanan, tetapi juga berinovasi dalam strategi komunikasi dan pemasaran agar lebih adaptif terhadap kebutuhan calon pengguna. Pemanfaatan media sosial, sistem personalisasi berbasis data, dan platform digital interaktif menjadi instrumen penting untuk menarik perhatian sekaligus membangun keterlibatan (Pratama et al., 2024).

Dalam konteks perubahan ini, lembaga pendidikan tidak cukup hanya hadir secara digital, tetapi juga dituntut untuk menghadirkan pengalaman pengguna yang unggul. *User experience* menjadi faktor kunci yang mempengaruhi bagaimana calon mahasiswa memersepsi suatu institusi. Aspek-aspek seperti kemudahan akses informasi, kecepatan dalam menavigasi situs, dan tampilan yang menarik berkontribusi secara langsung terhadap persepsi kualitas layanan. Pengalaman digital yang positif akan memperkuat kepercayaan, membentuk citra institusi yang profesional, serta meningkatkan kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan. Dengan demikian, pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana pengalaman digital terbentuk serta sejauh mana hal tersebut memengaruhi kepuasan pengguna menjadi krusial. Penelitian dalam bidang ini dibutuhkan untuk merumuskan strategi peningkatan layanan digital yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna secara menyeluruh. Bagi perguruan tinggi, website pendaftaran menjadi pintu gerbang utama dalam memberikan pengalaman pertama bagi calon mahasiswa. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa pengalaman pengguna pada website tersebut dapat memberikan kesan yang positif.

Gambar 1.1
Persaingan Perguruan Tinggi

ranking	World Rank 	University	Det. 	Impact Rank*	Openness Rank*	Excellence Rank*
1	540	Universitas Indonesia		365	693	1000
2	700	Universitas Gadjah Mada		603	710	1191
3	711	Universitas Airlangga		693	967	1054
4	846	Institut Teknologi Bandung / Bandung Institute of Technology		765	986	1350
5	852	Universitas Brawijaya		441	834	1899
6	935	IPB University / Bogor Agricultural University		722	735	1748
7	1027	Universitas Sebelas Maret UNS Surakarta		763	920	1960
8	1172	Universitas Hasanuddin		1143	1195	1793
9	1172	Institut Teknologi Sepuluh Nopember		1074	1132	1883
10	1201	Telkom University / Universitas Telkom		649	1441	2577
11	1222	Universitas Pendidikan Indonesia		899	811	2442
12	1353	Universitas Negeri Malang		1166	975	2430
13	1441	Universitas Bina Nusantara		1791	2158	1808
14	1603	Universitas Padjadjaran Bandung		647	8890	1478
15	1633	Universitas Syiah Kuala		2581	1480	2010

Sumber : webometrics.info, 2024

Gambar 1.1 menunjukkan persaingan perguruan tinggi di Indonesia berdasarkan pemeringkatan Webometrics 2024, yang menilai kinerja website universitas secara global. Dalam peringkat tersebut, Universitas Telkom berada di posisi ke 10 secara nasional dan

menjadi Perguruan Tinggi Swasta terbaik di Indonesia. Prestasi ini mencerminkan konsistensi kinerja digital, luasnya publikasi ilmiah, dan kualitas pengelolaan website yang informatif.

Pemeringkatan Webometrics menyoroti pentingnya website sebagai cerminan kualitas institusi, sehingga pengalaman pengguna dalam mengakses informasi menjadi faktor krusial dalam membangun kepercayaan calon mahasiswa (UMN, 2023; Fokus Kampus, 2024)

Dalam konteks ini, kehadiran digital tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga instrumen strategis dalam membentuk kepercayaan publik dan meningkatkan daya saing global institusi. Menurut Antara News (2024), pemeringkatan Webometrics memberikan tekanan kepada perguruan tinggi untuk meningkatkan kualitas website mereka baik dari sisi struktur informasi, aksesibilitas, maupun publikasi ilmiah terbuka agar dapat menjangkau audiens internasional. Hal ini diperkuat oleh temuan Universitas Multimedia Nusantara (UMN, 2023) yang menekankan bahwa website institusi berperan sebagai gerbang utama dalam memberikan kesan pertama terhadap calon mahasiswa. Oleh karena itu, integrasi antara strategi digital dengan pengalaman pengguna (*user experience*) yang optimal menjadi keharusan, tidak hanya untuk kepentingan branding institusi tetapi juga sebagai bagian dari upaya membangun legitimasi akademik di tingkat global.

Website telah menjadi pintu utama interaksi antara calon mahasiswa dan institusi pendidikan. Dalam era digital saat ini, mayoritas calon mahasiswa memperoleh informasi awal mengenai program studi, fasilitas, hingga reputasi universitas melalui situs web resmi perguruan tinggi. Oleh karena itu, kualitas dan pengalaman pengguna dalam mengakses website sangat memengaruhi persepsi awal terhadap institusi (Huang et al., 2022).

Sebagai respons terhadap perubahan perilaku pengguna digital, banyak perguruan tinggi berlomba meningkatkan kualitas website mereka. Upaya ini tidak hanya ditujukan untuk memudahkan akses informasi, tetapi juga menjadi bagian penting dari strategi pemasaran digital guna menarik minat calon mahasiswa baru. Penelitian oleh Royo-Vela dan Hünermund (2021) menunjukkan bahwa institusi pendidikan yang memiliki website dengan tampilan menarik, informatif, dan mudah digunakan cenderung memiliki daya saing lebih tinggi dalam menarik mahasiswa potensial.

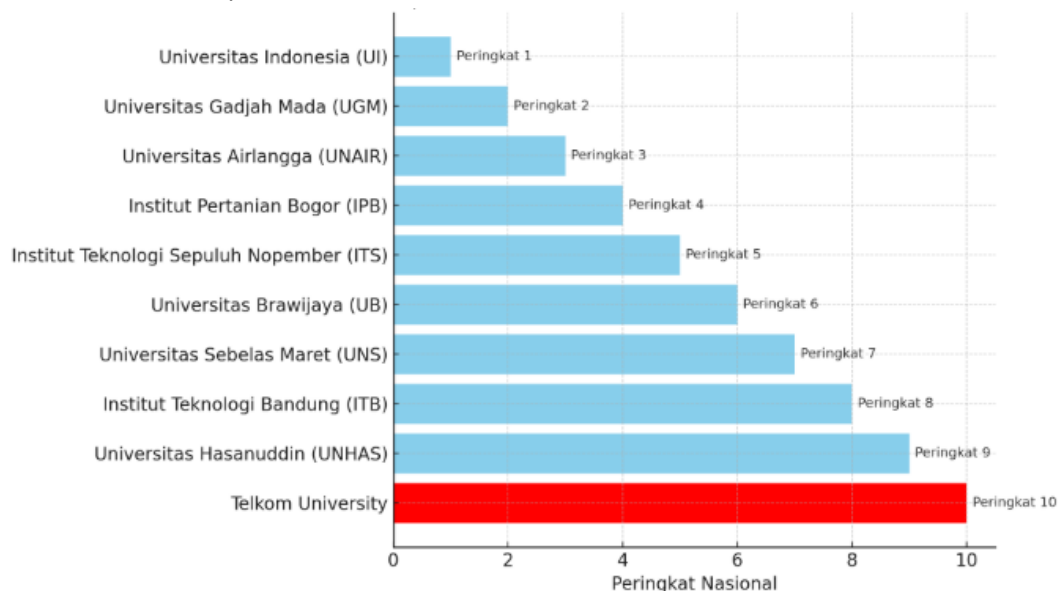
Tidak semua situs web milik perguruan tinggi mampu memberikan pengalaman pengguna (*user experience*) yang optimal. Masih banyak ditemukan permasalahan seperti struktur navigasi yang membingungkan, penyajian informasi yang tidak tertata rapi, serta minimnya elemen interaktif yang mendukung kenyamanan pengguna. Subay et al. (2024) mengungkapkan bahwa meskipun website Universitas Papua tergolong ringan saat diakses, namun masih terdapat kelemahan dalam aspek pencegahan kesalahan, pemulihan sistem, dan dokumentasi bantuan, sebagaimana terlihat dari hasil evaluasi

heuristik. Sementara itu, penelitian Putra et al. (2021) menunjukkan bahwa penerapan pendekatan *user experience* lifecycle terbukti dapat meningkatkan kualitas situs web, khususnya dalam hal kemudahan belajar (learnability) dan efisiensi penggunaan. Temuan ini menegaskan pentingnya desain situs web yang berorientasi pada kenyamanan dan kebutuhan pengguna.

Kurangnya perhatian terhadap aspek *user experience* juga dapat memberikan dampak negatif terhadap kepuasan pengunjung dan menurunkan minat calon mahasiswa untuk mendaftar. Website yang tidak dirancang dengan baik berisiko menciptakan kesan awal yang buruk dan menurunkan kepercayaan terhadap institusi. Studi yang dimuat dalam Jurnal Teknik Industri Trisakti (2023) mencatat bahwa setelah dilakukan perancangan ulang antarmuka SIAKAD UNS menggunakan metode UEQ dan prinsip desain Google Material, terjadi peningkatan yang signifikan dalam aspek daya tarik visual (attractiveness), keandalan (dependability), dan stimulasi pengguna (stimulation). Di sisi lain, penelitian oleh Tim Kohesi (2024) terhadap portal Universitas Sam Ratulangi menunjukkan bahwa skor System Usability Scale (SUS) hanya mencapai 46,75 tergolong tidak layak digunakan karena kurangnya konsistensi navigasi dan tidak tersedianya umpan balik sistem yang memadai. Hasil ini memperkuat bahwa pengalaman pengguna yang buruk dapat menurunkan kenyamanan dalam mengakses layanan informasi dan menurunkan kemungkinan seseorang untuk melanjutkan interaksi lebih lanjut, seperti melakukan pendaftaran atau menggunakan layanan lainnya.

Gambar 1.2

Top 10 Universitas di Indonesia Versi Webometrics 2024



Sumber : Olahan Peneliti, 2025

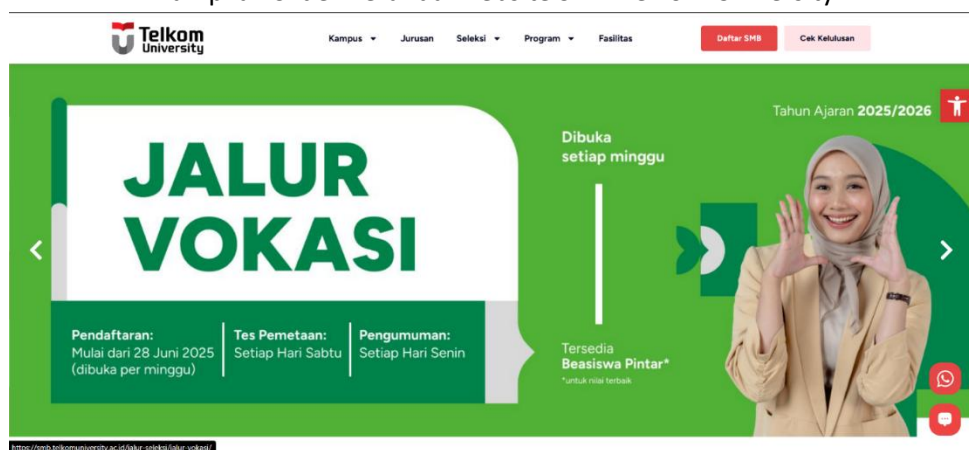
Dalam gambar 2.2 memperlihatkan grafik daftar 10 universitas teratas di Indonesia menurut pemeringkatan Webometrics edisi Juli 2024, yang menilai kinerja perguruan

tinggi berdasarkan tiga indikator. Hasil pemeringkatan tersebut menempatkan Telkom University pada posisi ke 10 secara nasional sekaligus mengukuhkannya sebagai Perguruan Tinggi Swasta terbaik di Indonesia. Prestasi ini mencerminkan keberhasilan Telkom University dalam meningkatkan keterlihatan digital, memperluas publikasi ilmiah, serta menyediakan layanan daring yang memperkuat reputasi akademiknya.

Website *smb.telkomuniversity.ac.id* merupakan media resmi Universitas Telkom untuk memberikan informasi terkait penerimaan mahasiswa baru. Sebagai gerbang utama, situs ini menyajikan gambaran awal mengenai institusi, jalur masuk, biaya pendidikan, dan keunggulan kampus. Dalam proses pengambilan keputusan, calon mahasiswa sering menjadikan informasi dari website ini sebagai acuan sebelum melanjutkan ke tahap pendaftaran teknis melalui portal terpisah. Kejelasan, keteraturan, dan kemudahan dipahami dari informasi yang disajikan sangat memengaruhi persepsi awal terhadap institusi.

Gambar 1.3

Tampilan Slider Beranda Website SMB Telkom University

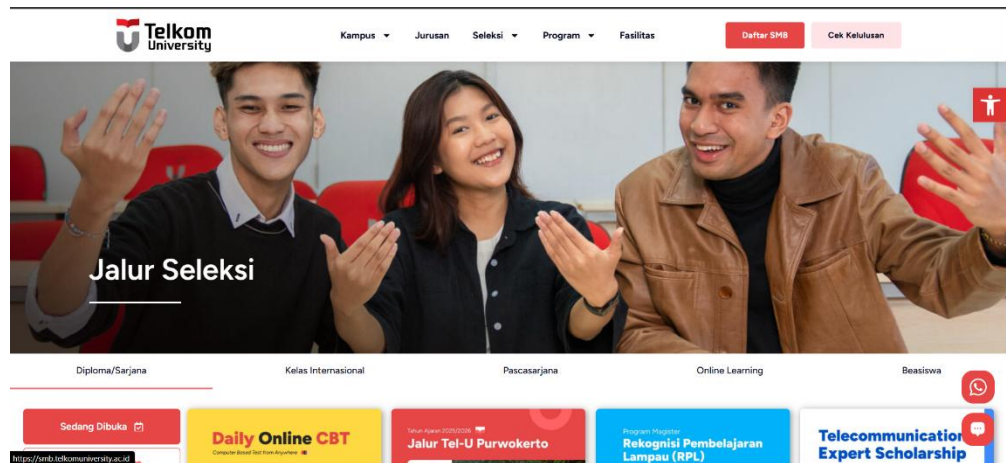


Sumber : *smb.telkomuniversity.ac.id*, 2025

Gambar 1.2 menunjukkan tampilan awal website SMB Telkom University yang berisi informasi tentang Jalur Vokasi. Bagian ini langsung menampilkan jadwal pendaftaran, tes pemetaan, dan pengumuman hasil, serta informasi adanya Beasiswa Pintar. Tampilan ini dibuat menarik dengan warna cerah dan gambar orang yang tersenyum agar terlihat ramah. Namun, meskipun informatif, bagian ini tidak menyediakan tombol langsung untuk mendaftar, sehingga pengguna perlu mencari tautan lain untuk melanjutkan proses. Selain itu, karena informasi berganti secara otomatis, bisa saja pengguna tidak sempat membaca seluruh isi sebelum terlewat.

Gambar 1.4

Halaman Informasi Jalur Seleksi



Sumber : smb.telkomuniversity.ac.id, 2025

Bagian Jalur Seleksi pada situs resmi Telkom University menampilkan berbagai pilihan jalur masuk yang dapat dipilih oleh calon mahasiswa. Di bagian ini, pengunjung dapat melihat beragam program seleksi seperti Diploma/Sarjana, Kelas Internasional, Pascasarjana, Online Learning, dan Beasiswa. Masing-masing jalur seleksi dirancang untuk menjangkau berbagai latar belakang calon mahasiswa, baik dari dalam maupun luar negeri. Terdapat pula informasi status seleksi yang sedang dibuka, seperti Daily Online, Jalur Tel-U Purwokerto untuk pendaftaran kampus cabang, serta program Rekognisi Pembelajaran Lampau untuk mahasiswa transfer atau profesional dengan pengalaman kerja. Selain itu, tersedia juga informasi mengenai beasiswa khusus seperti Telecommunication Expert Scholarship. Semua pilihan ini ditampilkan dalam bentuk kartu interaktif dengan tampilan menarik agar mudah diakses dan dipahami oleh pengunjung situs.

User experience merujuk pada persepsi pengguna yang terbentuk dari interaksi atau pengalaman berbasis digital. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Sonianto dan Novianto (2024) yang menunjukkan bahwa pengalaman pengguna memiliki pengaruh besar terhadap tingkat kepuasan pengguna dalam penggunaan sistem perpustakaan digital. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan menemukan informasi, kecepatan saat mengakses, tampilan yang menarik, serta navigasi yang mudah dipahami sangat berperan dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Oleh karena itu, dalam pengembangan website institusi pendidikan, penting untuk memperhatikan kualitas pengalaman pengguna. Tidak hanya untuk mendukung kebutuhan teknis dan informasi, tetapi juga untuk memperkuat citra institusi dan meningkatkan pengakuan akademik di tingkat internasional. Aspek-aspek ini tidak hanya berperan dalam memberikan kemudahan akses, tetapi juga memengaruhi tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan.

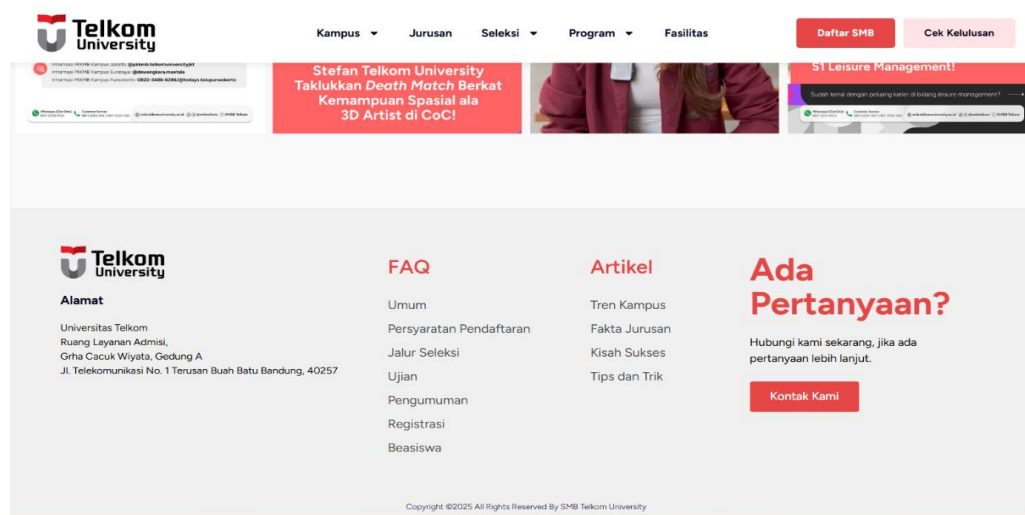
Website menjadi media utama dalam menyampaikan informasi secara cepat, akurat, dan mudah diakses, khususnya bagi institusi pendidikan tinggi seperti Telkom University.

Website *smb.telkomuniversity.ac.id* berfungsi sebagai gerbang utama informasi bagi calon mahasiswa yang ingin mendaftar melalui jalur Seleksi Mahasiswa Baru. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi sejauh mana pengalaman pengguna (*user experience*) pada website tersebut dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengguna.

Pengalaman pengguna pada sebuah website tidak hanya ditentukan oleh kontennya, tetapi juga oleh bagaimana pengguna dapat dengan mudah memperoleh informasi yang mereka cari. Menurut Syaputra (2021), kualitas informasi dan antarmuka website berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, khususnya dalam konteks portal berita digital seperti Detik.com. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang mudah dipahami, tidak membingungkan, dan langsung ke pokok persoalan merupakan aspek yang krusial dalam desain antarmuka.

Gambar 1.5

Struktur Informasi Website *smb.telkomuniversity.ac.id*



Sumber : *smb.telkomuniversity.ac.id*, 2025

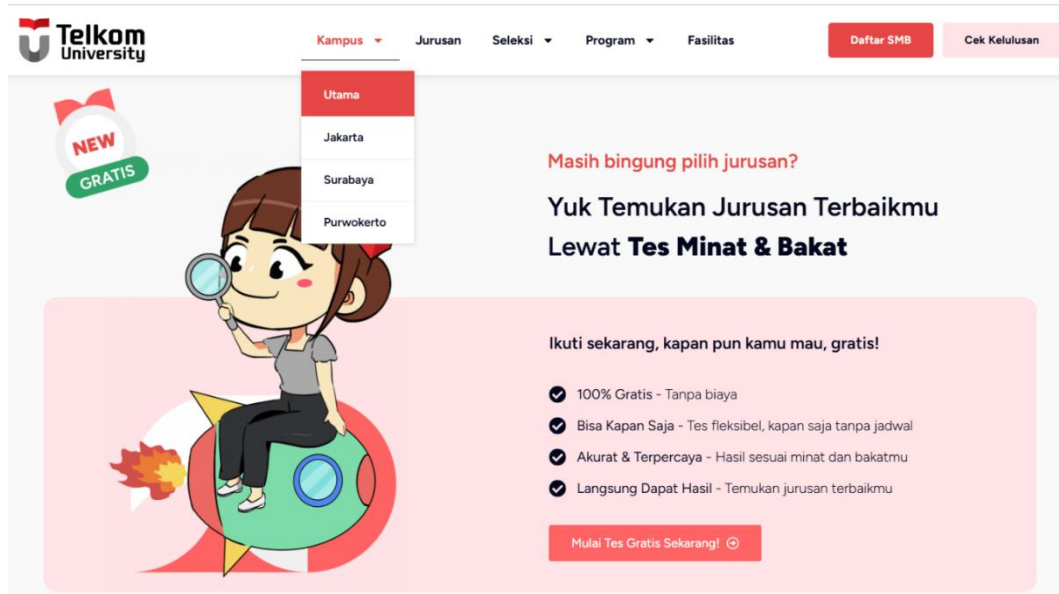
Gambar di atas menunjukkan bagaimana situs *smb.telkomuniversity.ac.id* menyusun konten informatif seperti FAQ, artikel, alamat kontak, dan tombol bantuan dalam satu tampilan yang terstruktur dan mudah dikenali. Dengan pembagian kolom yang jelas dan penggunaan istilah yang familiar seperti FAQ dan Kontak Kami, pengguna dapat langsung memahami di mana informasi yang mereka butuhkan berada tanpa harus menggulir terlalu jauh atau mencari berulang kali.

Selain informasi, kecepatan akses juga menjadi dimensi penting yang tidak boleh diabaikan. Penelitian oleh Fariza (2024) dalam studi performa website multimedia menunjukkan bahwa waktu muat halaman yang optimal, berada di kisaran 24 detik, mampu meningkatkan kepuasan pengguna secara signifikan. Website yang lambat berisiko ditinggalkan oleh pengguna sebelum informasi sempat tersampaikan.

Aspek visual seperti tampilan yang menarik turut memberikan dampak besar terhadap persepsi dan loyalitas pengguna. Nugroho dan Supriyadi (2025) dalam penelitiannya terhadap platform “Jalan Cantik” menunjukkan bahwa tampilan visual yang konsisten, responsif, dan ramah pengguna mampu meningkatkan nilai usability hingga skor SUS 80,25. Hal ini membuktikan bahwa desain estetis tidak hanya memperindah tampilan, namun juga meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan pengguna terhadap sistem.

Gambar 1.6

Tampilan Website *smb.telkomuniversity.ac.id*



Sumber : *smb.telkomuniversity.ac.id*, 2025

Gambar di atas menunjukkan tampilan antarmuka website *smb.telkomuniversity.ac.id* yang mengadopsi desain modern. Hal ini tampak dari penggunaan warna-warna cerah dan konsisten, tipografi yang bersih dan mudah dibaca, serta ilustrasi karakter kartun yang menarik secara visual. Elemen tombol berwarna merah terang seperti “Daftar SMB” dan “Mulai Tes Gratis Sekarang!” ditampilkan menonjol untuk menarik perhatian pengguna. Konsep ini berbeda jauh dengan desain lama website institusi pendidikan yang biasanya cenderung padat teks, tidak responsif, dan minim elemen visual, yang cenderung membuat pengguna cepat bosan atau kehilangan fokus.

Secara keseluruhan, keempat dimensi tersebut kemudahan menemukan informasi, kecepatan akses, tampilan yang menarik, dan navigasi yang mudah telah dibuktikan dalam berbagai penelitian sebagai faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna website. Model Webreep juga mendukung hal ini dengan menyatakan bahwa konten, performa teknis, kemudahan navigasi, serta kepercayaan pengguna menyumbang secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna (Webreep Model, 2023). Oleh karena itu, penting untuk melakukan evaluasi mendalam terhadap website

smb.telkomuniversity.ac.id agar institusi dapat meningkatkan kualitas layanannya di ranah digital dan memperkuat citra profesionalnya di mata calon mahasiswa.

Penelitian Mahardika et al. (2020) mengevaluasi *user experience* situs SMB Telkom University dengan fokus pada pengguna disabilitas. Desain ulang berbasis inclusive design yang mereka lakukan meningkatkan aksesibilitas pengguna disabilitas visual dan menghasilkan skor usability yang baik (SUS = 82). Namun, kajian tersebut belum mencakup pengalaman pengguna umum dalam proses pengambilan keputusan pendaftaran. Di sisi lain, Rasikha (2023) menemukan bahwa website pendaftaran kampus lain (ITTP) memiliki tingkat usability sedang (SUS = 61,86), yang menunjukkan perlunya penguatan aspek *user experience* pada situs pendidikan tinggi secara umum. Hal ini mengindikasikan perlunya evaluasi *user experience* pada website SMB Telkom University untuk memastikan situs ini benar-benar mampu memenuhi kebutuhan informasi calon mahasiswa dan mendukung keputusan mereka secara positif.

Sonianto dan Novianto (2024) menunjukkan bahwa *user experience*, yang mencakup navigasi, tampilan, kecepatan, dan informasi, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan mempertimbangkan empat dimensi tersebut—kemudahan menemukan informasi, kecepatan akses, tampilan menarik, dan navigasi yang mudah—perlu dilakukan kajian mendalam mengenai kontribusinya terhadap tingkat kepuasan pengguna website *smb.telkomuniversity.ac.id*. Mengingat situs ini merupakan pintu gerbang utama informasi bagi calon mahasiswa Universitas Telkom, evaluasi berbasis dimensi pengalaman pengguna menjadi langkah strategis untuk memastikan informasi dapat diakses cepat, mudah, dan menyenangkan, sekaligus mendukung proses seleksi dan pendaftaran secara optimal.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran *user experience* pada website *smb.telkomuniversity.ac.id*
2. Bagaimana gambaran kepuasan pengguna pada website *smb.telkomuniversity.ac.id*
3. Seberapa besar pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna pada website *smb.telkomuniversity.ac.id*

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis *user experience* pada kepuasan pengguna di website *smb.telkomuniversity.ac.id*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi tolak ukur bagi perusahaan untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada website *smb.telkomuniversity.ac.id*
2. Secara akademis, hasil Penelitian ini dapat menambah ilmu dan wawasan bagi penulis dan masyarakat mengenai *user experience* pada di website *smb.telkomuniversity.ac.id*

3. Secara pragmatis, hasil penelitian ini dapat di jadikan sumber referensi bagi mahasiswa maupun yang ingin mengadakan penelitian mengenai *user experience* pada kepuasan pengguna di website *smb.telkomuniversity.ac.id*

1.5 Batasan Ruang Lingkup

Penelitian ini di fokuskan pada *user experience* terhadap website pendaftara universitas telkom yang akan memberikan dampak pada kepuasan pelanggan, agar pembahasan ini sesuai dengan latar belakang yang akan di paparkan, maka penelitian ini membatasi ruang lingkup penelitian dan tidak mencakup kepuasan terhadap layanan di luar website pendaftaran universitas telkom

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Menjelaskan susunan bab dalam laporan secara singkat. Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas Laporan Tugas Akhir (TA).

A. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan umum, ringkas, dan mendalam tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, keuntungan, dan kekurangan penelitian, serta prosedur untuk menulis laporan proyek akhir secara sistematis.

B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Untuk membangun kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis, bab ini menjelaskan dengan jelas, ringkas, dan mendalam hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian.

C. BAB II METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data untuk menjawab atau menjelaskan masalah penelitian dibahas dalam bab ini.

D. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan diskusi penelitian harus diuraikan secara sistematis dan kronologis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Menyajikan hasil dan diskusi ini dalam subjudul terpisah akan membuat lebih jelas luasnya, batasnya, dan garis besarnya.

E. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan adalah jawaban atas pertanyaan penelitian dan rekomendasi tentang manfaatnya.