

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Quora adalah situs web tanya jawab dengan konten yang dipersonalisasi menggunakan teknologi algoritma untuk menyesuaikan kebutuhan penggunanya (Rughiniş, 2014; Yang dan Amatriain, 2016). Algoritma tersebut termasuk salah satu usaha pengembangan situs web Quora untuk meningkatkan keterlibatan pengguna (*user engagement*), serta kualitas dan performa situs web bersangkutan. Namun, belum diketahui kesesuaian antara selera bentukan algoritma dengan selera organik pengguna situs web tersebut. Apalagi terdapat beberapa kesenjangan antara rekomendasi algoritma Quora dengan kebutuhan pengguna. Misalnya, Quora menawarkan konten bereputasi tinggi di peringkat teratas laman situs. Tetapi dengan karakteristik pengguna yang didominasi oleh kalangan terpelajar dan berpendidikan tinggi, serta mereka yang cenderung tertarik mendalami suatu topik, tentu tidak akan puas jika hanya membaca konten yang disajikan begitu saja (Rughiniş, 2014). Kalangan pengguna yang kritis bisa jadi menemukan konten informasi berkualitas justru di dasar laman situs web Quora. Sebab konten pertanyaan yang disajikan pada posisi teratas, di laman beranda situs web Quora, adalah konten yang sesuai dengan kebutuhan informasi khalayak pengguna, menurut penilaian sistem algoritma Quora, bukan berdasar otoritas atau persepsi subjektif individu (Yang dan Amatriain, 2016). Hal ini berdampak pada pengalaman yang diperoleh pengguna ketika mengakses informasi dalam sebuah situs web (Napitupulu, 2017). Untuk itu perlu dilakukan evaluasi menggunakan model analisis kualitas situs web. Mengutip pernyataan Adam D'Angelo, CEO Quora, di *Tech in Asia Indonesia* tentang pertimbangannya melakukan ekspansi ke Indonesia. Ia beralasan bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna Quora terbanyak kedua di Asia, dengan populasi warganet (*netizen*) yang cukup melimpah serta penutur bahasa Indonesia yang banyak (Diaz, 2018). Dengan demikian situs web Quora Indonesia menjadi layak untuk diteliti.

Kualitas suatu situs web dapat diketahui dengan cara menganalisis persepsi pengguna atas dimensi-dimensi yang dimiliki oleh situs web tersebut (Barnes dan Vidgen, 2003). Napitupulu (2017) menyebutkan setidaknya ada empat model kerangka kerja yang biasa digunakan untuk mengukur kualitas atau performa sebuah situs web, yaitu *E-S-QUAL* yang terdiri dari tujuh dimensi dan dikembangkan oleh Zeithaml serta Parasuraman; *SITE-QUAL* yang biasa digunakan untuk mengukur kualitas situs web toko daring (*online*) dan dikembangkan oleh Yoo serta Donthu; *eTAILQ* yang terdiri dari empat dimensi dan dikembangkan oleh Wolfinbarger serta Gilly; juga *WebQual* dengan tiga dimensinya yang diformulasikan oleh Barnes dan Vidgen.

Saat ini, di tengah berkembangnya situs web mesin pencari yang semakin efektif dan efisien, ternyata masih ada kebutuhan informasi pengguna yang belum dapat terpenuhi. Penyebabnya, antara lain karena pengguna kesulitan menerjemahkan informasi yang kompleks menjadi sebuah kata kunci (*keyword*) yang singkat, juga ketiadaan konten hasil pencarian yang relevan, serta masih adanya hasrat untuk berinteraksi dengan sesama manusia, bukannya mesin pencari (Liu, 2012). Menurut Liu, alasan-alasan inilah yang membuat sebagian kalangan pengguna internet beralih dari situs web mesin pencari menuju ke situs-situs web tanya jawab seperti Stack Overflow, Quora, Yahoo Answer, Zhihu, Baidu Knows, Ask MetaFilter, dan sebagainya.

Platform-platform web tanya jawab tersebut ternyata mampu menarik perhatian jutaan pengguna internet (Khusro, 2017). Khusro menggambarkan bahwasannya secara umum situs web tanya jawab berfungsi sebagai ruang komunitas maya yang diciptakan untuk mem-*posting* persoalan personal dalam kategori-kategori yang sesuai, untuk kemudian ditemukan solusinya bersama-sama. Dan hampir semua web tanya jawab memiliki kesamaan cara dalam mengontrol kualitas konten mereka, yakni melalui fitur *rating* dan komentar. Tetapi, dibandingkan dengan situs web tanya jawab lain, Quora memiliki keistimewaan yang membedakannya dengan situs serupa. Quora adalah platform situs web tanya jawab yang mendukung fungsi media sosial sekaligus berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*). Seperti ditulis oleh Ovadia (2011), Quora mencoba mengintegrasikan akun jejaring sosial yang dimiliki pengguna, seperti

akun Twitter atau Facebook, agar pengguna tertarik untuk menempatkan konten dari Quora ke akun media sosial mereka masing-masing. Dengan demikian konten pertanyaan dari Quora akan menjangkit perhatian lebih banyak orang, dan secara teoritis, lebih besar kemungkinan pertanyaan tersebut akan dijawab. Selain itu, eksposur dari akun media sosial masing-masing pengguna juga membuka kesempatan bagi pengguna lain yang tidak memiliki akun Quora untuk mengetahui konten dari situs web Quora. Pengguna situs web Quora sendiri rata-rata berasal dari kalangan berpendidikan tinggi (Turner dan Shah, 2010: 98). Di Indonesia pun demikian, praktisi Informasi dan Teknologi (IT) serta ahli keamanan informasi Institut Teknologi Bandung, Budi Rahardjo, memprediksi aplikasi Quora Indonesia akan banyak digunakan oleh pelajar dan mahasiswa (Setyowati, 2018).

Selain itu, Quora diklaim menyajikan konten tanya jawab berkualitas tinggi (Tang, 2017). Sebab konten tersebut diproduksi dari hasil kolaborasi dan kontribusi pengguna yang merevisi jawaban bersama-sama. Interaksi antar pengguna Quora kemudian menghasilkan pengetahuan baru yang menjangkau beragam topik. Uniknya, konten jawaban tersebut diproduksi oleh profesional dan tidak dipilih secara langsung oleh pembaca, melainkan dipilih dari skema *voting*, *ranking*, serta pemberian reputasi. Skema ini membantu mempromosikan informasi berguna, serta mengeliminasi informasi yang tidak berguna secara objektif dan swadaya (Tang, 2017). Quora juga berusaha mempermudah pengguna untuk menyirkulasikan informasi melalui fitur *tag questions*, *follow a question*, *follow a topic*, *share questions*, *voting*, komentar, dan lain-lain (Maity, 2015). Selain juga mempermudah akses bagi pengguna maupun non-pengguna untuk *log in* menggunakan akun media sosial atau surel (*e-mail*) mereka, seperti Google, Twitter, atau Facebook. Lewat cara tersebut Quora berhasil memperoleh cukup banyak pengguna (Xiao, 2014). Fitur-fitur yang menawarkan kemudahan bagi pengguna seperti ini berkaitan erat dengan dimensi kegunaan (*usability*). Seperti diketahui, dimensi kegunaan suatu situs web berpengaruh secara signifikan terhadap keinginan pengguna untuk mengakses situs web tersebut (Rahayu, 2018). Berdasar statistik trafik pengunjung di *Alexa.com*, Quora menduduki peringkat ke-77 dalam skala internet global. Sayangnya tidak ada data

valid tentang jumlah pengguna aktif situs web Quora Indonesia. Tetapi statistik pengguna internet aktif di Indonesia, berdasar riset yang dilakukan pada bulan Januari 2019 oleh *We Are Social* dan *Hootsuite*, adalah sebanyak 150 juta orang, dengan rata-rata waktu yang dihabiskan untuk mengakses internet adalah selama 8 jam 36 menit per hari.

Meski begitu, Sawitri (2017) justru tidak menemukan adanya hubungan antara intensitas kunjungan di situs web dengan dimensi-dimensi yang ada dalam kualitas sebuah situs web, berdasar *WebQual* (dimensi kualitas informasi, kualitas interaksi layanan, dan kegunaan). Walaupun semua dimensi tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (Napitupulu, 2017). Maka dapat diasumsikan bahwa kuantitas kunjungan dalam suatu situs web tidak mencerminkan kualitas situs web tersebut. Berkaitan dengan kualitas situs web, Viswanathan (2019) menemukan banyak kalimat duplikat, yaitu kalimat yang sama di Quora. Seperti pertanyaan-pertanyaan yang sudah pernah ditanyakan sebelumnya, tapi ditanyakan kembali. Padahal bisa jadi terdapat konten informasi berkualitas, tetapi tidak mendapat cukup perhatian dan tenggelam ke dasar laman situs web Quora. Sementara konten pertanyaan yang disajikan pada posisi teratas di laman beranda situs web Quora adalah konten yang sesuai dengan kebutuhan informasi khalayak pengguna, menurut sistem algoritma Quora, bukan berdasar otoritas atau persepsi individu (Yang dan Amatriain, 2016). Di sisi lain, Rughiniş (2014) juga menemukan bahwa pertanyaan yang berada di peringkat bawah laman web Quora hanya dibaca oleh pengguna yang benar-benar penasaran atau berdedikasi terhadap topik yang dibahas. Visibilitas konten pertanyaan yang berada di peringkat bawah akan mengurangi kesempatan konten tersebut untuk mendapat lebih banyak *view* dan *upvote*. Sebab tipikal pembaca di situs web tanya jawab Quora hanya akan membaca pertanyaan yang berada di peringkat teratas laman web. Pemeringkatan algoritma berpengaruh secara signifikan terhadap pengalaman pembaca di Quora, terutama pada konten-konten pertanyaan dengan jumlah jawaban yang banyak. Meskipun strategi membaca masing-masing orang beragam, banyak pengguna akan berhenti setelah membaca beberapa jawaban. Bahkan pada perangkat *mobile* mungkin lebih cepat lagi, mereka akan berhenti pada jawaban yang berada di peringkat pertama. Seperti diketahui pemeringkatan

jawaban oleh algoritma Quora juga berkaitan dengan jumlah *upvote*, kebaruan jawaban, dan popularitas *author* (pemberi pertanyaan). Dari temuan Rughiniş (2014) muncul anggapan bahwa tipikal pengguna Quora mungkin akan mendapat kesan yang bagus, terkait dengan kemudahan yang ditawarkan Quora dalam menemukan jawaban di peringkat teratas laman situs. Tetapi tidak bagi pengguna yang sedang mendalami topik tertentu. Mereka belum tentu puas jika hanya membaca konten yang disajikan di peringkat teratas laman situs web Quora. Menurut Napitupulu (2017), dimensi-dimensi dalam pengukuran persepsi pengguna atas kualitas situs web berdasar *WebQual* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, termasuk juga dimensi kualitas interaksi layanan. Napitupulu menegaskan bahwa kualitas interaksi layanan berkaitan dengan pengalaman yang diperoleh pengguna ketika mengakses informasi dalam sebuah situs web secara mendalam, sehingga tumbuh empati atau perasaan terlibat dengan situs web tersebut. Dengan demikian persepsi pengguna atas kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan situs web Quora perlu mendapat evaluasi lebih lanjut.

WebQual telah digunakan secara luas dalam berbagai penelitian yang mengukur kualitas suatu situs web. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Primaditya (2017) pada risetnya yang berjudul “Analisa Kualitas *Website* Forum Diskusi *Online* Kaskus”. Primaditya menggunakan pendekatan deskriptif dan mengukur 3 dimensi *WebQual* dalam forum diskusi Kaskus. Temuannya menunjukkan, situs web forum diskusi Kaskus memiliki dimensi kualitas informasi sebesar 3,82; lalu, dimensi kualitas interaksi layanan sebesar 3,88; dan dimensi kegunaan atau *usability* sebesar 3,82, dari skala antara 1,00 sampai 5,04. Artinya evaluasi *WebQual*, seperti yang dilakukan oleh Primaditya, dapat digunakan untuk menganalisis kualitas sebuah situs web dengan baik. *WebQual* juga digunakan Jatmiko (2017) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas *Website* perpusbungkarno.perpusnas.go.id Terhadap Kepuasan Pengguna”. Jatmiko mengukur pengaruh kualitas website yang meliputi kualitas informasi, kualitas interaksi layanan, serta kegunaan (*usability*) terhadap kepuasan pengguna situs web perpusbungkarno.perpusnas.go.id, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif. Total jawaban responden penelitian Jatmiko

pada variabel kepuasan pengguna sebesar 3,12 yang termasuk dalam kategori tinggi. Sedangkan besarnya pengaruh kualitas situs web terhadap kepuasan pengguna, dilihat dari hasil uji analisis koefisien determinasi, adalah sebesar 38,2 %. Dalam artian, hasil penelitian Jatmiko berhasil menunjukkan bahwa analisis *WebQual* dapat digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas situs web terhadap kepuasan pengguna situs web tersebut.

Berangkat dari fenomena-fenomena yang telah dijelaskan serta riset-riset dengan model *WebQual* yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti ingin mengevaluasi situs web Quora Indonesia berdasar persepsi pengguna, menggunakan dimensi-dimensi *WebQual*, dan melalui pendekatan kuantitatif deskriptif, dalam penelitian yang berjudul “Analisis Kualitas Situs Web Quora Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana kualitas situs web Quora Indonesia menurut persepsi pengguna, dinilai dari dimensi kualitas informasi, dimensi kualitas interaksi layanan, serta dimensi kegunaan (*usability*) berdasar teori *WebQual* 4.0?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian mengenai kualitas situs web ini mempunyai tujuan untuk menganalisis kualitas situs web Quora Indonesia menurut persepsi pengguna, dinilai dari dimensi kualitas informasi, dimensi kualitas interaksi layanan, serta dimensi kegunaan (*usability*) berdasar teori *WebQual* 4.0.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian di bidang ilmu informasi dan perpustakaan, khususnya yang berkaitan dengan topik analisis kualitas situs web.

2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi terkait topik kualitas situs web dalam penelitian yang dilakukan oleh civitas akademika lain di masa mendatang.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberi sumbangsih wawasan dan khazanah baru bagi pengembang situs web, khususnya situs web berkonsep tanya jawab, dengan mengenali kebutuhan penggunanya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberi pandangan baru kepada masyarakat dan khalayak mengenai penelitian di bidang ilmu informasi dan perpustakaan.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Pengguna Situs Web

Konsep situs web, seperti diperkenalkan oleh Tim Burners-Lee pada 1989, adalah suatu konstruksi informasi yang dapat ditransformasikan. Situs web dibuat sebagai sarana publikasi informasi untuk siapa saja, kapan saja, tanpa memerlukan kehadiran fisik, dan cukup secara daring. Generasi awal situs web menggunakan protokol inti berupa HTTP, HTML, dan URI. Sampai kemudian berkembang dan menggunakan protokol XML, serta RSS untuk situs web yang lebih interaktif. Kini, generasi web semantik meningkatkan keterlibatan pengguna dengan cara mengembangkan teknologi yang dapat dipersonalisasi sesuai karakteristik pengguna (Aghaei, 2012). Quora sendiri adalah situs web tanya jawab yang termasuk dalam generasi web semantik. Seperti diketahui, konten yang tersaji di laman situs web Quora dipersonalisasi dengan teknologi algoritma untuk menyesuaikan kebutuhan penggunanya (Rughiniş, 2014; Yang dan Amatriain, 2016). Algoritma tersebut termasuk salah satu usaha pengembangan situs web Quora untuk meningkatkan keterlibatan pengguna (*user engagement*). Seperti diketahui, selain personalisasi situs web, keterlibatan pengguna juga termasuk dalam salah satu karakteristik web semantik menurut Aghaei.

Ash (2012), dalam karyanya yang berjudul *Landing Page Optimization: The Definitive Guide to Testing and Tuning for Conversations*, menyatakan bahwa suatu situs web harus didesain sedemikian rupa untuk bisa meningkatkan

keterlibatan pengguna, dengan menyesuaikan empat tipe pengunjung situs web seperti menurut Chak (2002), yaitu:

1. Pengguna Tipe *Browser*

Pengguna yang kemungkinan tidak benar-benar tahu apa yang mereka inginkan, dengan kata lain memiliki kebutuhan yang belum ditemukan. Pengguna tipe ini belum mengenali situs web yang dikunjunginya secara menyeluruh, dan memerlukan bantuan dari administrator atau pengguna lain yang lebih mengenali situs web tersebut.

2. Pengguna Tipe *Evaluators*

Pengguna yang mengetahui dan menyadari berbagai pilihan yang ada, serta membandingkannya secara mendetail. Pengguna dengan tipe ini sudah mengenali keinginan dan kebutuhannya saat mengunjungi suatu situs web, serta sudah menentukan kriteria yang terperinci untuk ditemukan.

3. Pengguna Tipe *Transactors*

Pengguna yang telah mengambil keputusan dan ingin sesegera mungkin menyelesaikan keperluannya. Pengguna bertipe *transactor* sudah siap melakukan transaksi produk yang ditawarkan dalam suatu situs web saat mengunjunginya.

4. Pengguna Tipe *Customers*

Pengguna yang telah memenuhi transaksi mereka dan ingin memuaskan diri mereka, sampai waktunya melakukan transaksi kembali. Pengguna dengan tipe *customers* pada dasarnya adalah pengguna tipe *transactor* yang telah melakukan transaksi lebih dari, atau sama dengan, satu kali dan siap melakukan transaksi berikutnya di masa mendatang.

Dari keempat tipe pengunjung menurut Chak, dapat diketahui bahwa pengguna yang sudah mengenal suatu situs web dengan baik termasuk dalam tipe *evaluators*, *transactors*, dan *customers*.

1.5.2 Persepsi Pengguna Situs Web

Dalam ranah psikologi dijelaskan bahwasannya persepsi adalah kegiatan menyortir, menginterpretasikan, menganalisis, dan mengintegrasikan rangsang (stimulus) yang dibawa oleh organ indra dan otak (Feldman, 2012). Berbeda dengan sensasi yang merupakan aktivasi dari organ indra saja, persepsi

merupakan interpretasi atas stimulus yang berarti melibatkan aktivitas otak. Persepsi adalah suatu proses konstruktif, di mana kita memperhatikan stimulus yang dipresentasikan pada kita untuk membentuk suatu situasi yang berarti. Persepsi dalam kualitas layanan menurut Kottler dan Keller (2012), dalam Kadar, dkk (2017), berasal dari pengguna, bukan dari produk. Oleh karena itu, untuk mengetahui kualitas suatu layanan kita perlu mengetahui kebutuhan pengguna untuk kemudian mengetahui persepsi mereka. Persepsi pengguna situs web atas faktor-faktor kognitif dan afektif, seperti rasa kebergunaan, rasa kenikmatan, dan kepercayaan terhadap layanan situs web tersebut, berperan secara signifikan pada *website stickiness* (Benlian, 2015; Li, et al., 2006; Lin, 2007; dalam Friedrich, et al., 2019). Seperti diketahui, *website stickiness* merupakan kemampuan untuk menarik dan menahan pengguna agar bersedia memperpanjang durasi kunjungan mereka (Li, 2006; Lin, 2007; dalam Liu, 2017).

1.5.3 *WebQual*

WebQual adalah instrumen untuk melakukan survei kualitas suatu situs web dengan menggunakan penilaian dari persepsi pengguna atas dimensi-dimensi yang dimiliki situs web bersangkutan (Barnes dan Vidgen, 2003). Metode *WebQual* yang dikembangkan sejak tahun 1998 mencoba mengubah nilai kualitatif persepsi pengguna menjadi berupa metrik kuantitatif, guna mempermudah pengambilan keputusan manajemen situs web bersangkutan. *WebQual* berbasis pada penyebaran fungsi kualitas (*Quality Function Deployment/QFD*) yang merupakan proses terstruktur dan ketat untuk mengidentifikasi persepsi pengguna di tiap tingkatan pengembangan serta implementasi produk dan jasa (Slabey, 1990, dalam Barnes dan Vidgen, 2003). Melalui *WebQual* pengguna diberikan kesempatan untuk menilai suatu situs web berdasar ukuran kualitasnya untuk memperoleh keluaran (*output*) berupa pengetahuan atas kualitas mana yang terpenting, dari instrumen *WebQual* yang ada dalam situs web yang diteliti.

Versi awal dari *WebQual* terbagi menjadi empat dimensi utama, yaitu kemudahan penggunaan (*ease of use*), pengalaman, informasi, serta komunikasi dan integrasi. Dimensi-dimensi kualitas yang diidentifikasi menggunakan

WebQual 1.0 ini menjadi titik awal untuk menilai kualitas informasi dari situs web pada versi *WebQual* selanjutnya, yaitu *WebQual* 2.0. Pengembangan *WebQual* 2.0 kemudian merambah perspektif baru, yakni dimensi kualitas interaksi yang sebelumnya kurang mendapat perhatian. Seperti didefinisikan dalam SERVQUAL, kualitas interaksi berhubungan dengan ekspektasi pengguna. Belakangan, dalam pengembangannya, *WebQual* 2.0 mengomparasikan SERVQUAL dengan *WebQual* 1.0 untuk kemudian mendapati tiga dimensi kualitas, yakni kualitas informasi, kualitas interaksi layanan, dan kualitas situs web (Barnes dan Vidgen, 2001, dalam Rahayu, 2018). Lalu pada *WebQual* 3.0 dikembangkanlah dua variabel utama yaitu kualitas interaksi layanan dan *usability* (Barnes dan Vidgen, 2002, dalam Rahayu, 2018). Dan yang terbaru, *WebQual* 4.0, dikembangkan untuk mengevaluasi situs web komersial elektronik (*e-commerce*), atau situs web dengan medium pemasaran digital (*digital marketing*) (Nivia, et al., 2017, dalam Rahayu, 2018).

WebQual 4.0, dengan standar pertanyaan sejumlah 23 soal, menjadi titik awal untuk pengembangan situs web yang *powerful* dan berorientasi pada pengguna. Sebab *WebQual* membantu mengetahui kualitas situs web berdasar persepsi pengguna yang memiliki latar belakang beragam atau heterogen (Barnes dan Vidgen, 2003). Riset *WebQual* 4.0 pada situs web FSMKE (*Forum on Strategic Management Knowledge Exchange*) - sebuah situs web administrasi dan polis pajak internasional - yang dilakukan oleh Barnes dan Vidgen (2003) diselenggarakan menggunakan kuesioner berbasis internet (*daring*) untuk memudahkan pengguna mengidentifikasi dimensi kualitas yang dievaluasi. Walau bukan pengunjung tetap dari situs web yang diteliti, tipikal responden yang mengisi kuesioner dari riset tersebut adalah pengguna yang berpengalaman dan intensif dalam menggunakan internet. Tiga dimensi kualitas dari *WebQual* 4.0 sendiri adalah:

1. Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Kualitas informasi adalah kualitas konten yang disajikan oleh situs web. Ghasemaghaei dan Hassanein (2018), mengutip Delone dan Mclean (2004), bahwasannya indikator-indikator yang ada pada dimensi kualitas informasi (seperti relevansi, akurasi, detail, dan lain-lain) cukup berperan dalam membentuk

persepsi individu, terutama di ranah daring. Perlu diketahui, kualitas informasi di ranah daring berbeda dengan kualitas informasi di ranah luring (*offline*). Sebagai contoh, tidak ada standar atau kaidah umum yang harus dipatuhi dalam *posting* informasi di ranah daring. Berbeda dengan informasi di ranah luring yang harus melalui *filter* dari *gatekeeper* profesional. Hal ini menyebabkan informasi di ranah daring menjadi mudah disalahartikan (Rieh, 2002 dalam Ghasemaghaei dan Hassanein, 2018). Kualitas informasi dapat juga diartikan sebagai kesesuaian maksud dari informasi yang disajikan untuk pengguna, misalnya dalam hal format dan koherensi konten. Dimensi kualitas informasi dalam *WebQual* 4.0 memiliki tujuh indikator pengukuran, yakni penyediaan informasi yang jelas, reliabel atau dapat dipercaya, *up to date*, relevan atau saling terkait, mudah dibaca dan dicerna, detail, serta menggunakan format yang sesuai (Barnes dan Vidgen, 2002, dalam Napitupulu, 2017). Sementara kelemahan yang seringkali dikeluhkan dalam dimensi kualitas informasi antara lain adalah volume informasi, penerjemahan bahasa, relevansi, dan nilai informasi yang tidak sesuai kebutuhan pengguna (Barnes dan Vidgen, 2003).

2. Kualitas Interaksi Layanan (*Service Interaction Quality*)

Kualitas interaksi layanan adalah kualitas interaksi yang dialami oleh pengguna saat mengeksplorasi suatu situs web. Pengalaman tersebut kemudian dimanifestasikan dalam bentuk kepercayaan atau empati pengguna. Misalnya hal-hal yang berkaitan dengan isu keamanan informasi dan transaksi, pemaparan produk, reputasi, personalisasi, serta jalinan komunikasi dengan pemilik situs web. Dimensi interaksi layanan dalam *WebQual* 4.0 terdiri dari tujuh indikator pengukuran, yakni reputasi, keamanan transaksi, rasa aman dalam penggunaan data pribadi, kemudahan menarik perhatian, rasa kebersamaan dalam komunitas, kemudahan memberi umpan balik (*feedback*), serta kepercayaan terhadap informasi yang ada di dalam situs web (Barnes dan Vidgen, 2002, dalam Napitupulu, 2017). Sementara kelemahan yang biasa ditemukan dalam dimensi kualitas interaksi layanan, antara lain ketidaksesuaian tujuan pembuatan situs web, partisipasi *member*, serta nilai (*value*) yang diperoleh individu dari situs web (Barnes dan Vidgen, 2003).

3. Kegunaan (*Usability*)

Dimensi ini berhubungan dengan interaksi antara pengguna dengan kegunaan (*usability*) dan desain atau rancangan suatu situs web, misalnya dalam hal kemudahan penggunaan atau navigasi situs web, serta tampilan atau *image* yang disajikan untuk pengguna (Sawitri, 2017). Kualitas dimensi kegunaan berkaitan dengan ketertarikan pengguna untuk mengakses suatu situs web (Rahayu, 2018). Dalam *WebQual* 4.0, dimensi kegunaan terdiri dari delapan item atau indikator pengukuran, yaitu kemudahan pengoperasian, interaksi dengan situs web yang jelas dan mudah dimengerti, kemudahan navigasi, kemudahan dalam menemukan alamat situs web, tampilan yang atraktif, kesesuaian dalam penyusunan rancangan informasi, serta desain menurut tipe situs web (Barnes dan Vidgen, 2002, dalam Napitupulu, 2017). Kelemahan yang biasa ditemui dari dimensi kegunaan, antara lain berupa tautan yang rusak (*broken links*), sulitnya fitur navigasi, serta estetika situs web (Barnes dan Vidgen, 2003).

1.6 Variabel Penelitian

1.6.1 Definisi Konseptual

1. *WebQual* 4.0 sebagai instrumen yang digunakan untuk mengukur kualitas situs web Quora Indonesia berdasar atas persepsi pengguna dikaji dari tiga dimensi, yakni:
 - a. Kualitas informasi, ialah kesesuaian konten informasi yang ada dalam situs web Quora Indonesia dengan persepsi pengguna yang diukur dari tujuh indikator, yaitu akurasi, keterpercayaan, ketepatan waktu, relevansi, kemudahan untuk dimengerti, tingkat detail, dan kesesuaian format informasi.
 - b. Kualitas interaksi layanan, merupakan kualitas interaksi berupa pengalaman pengguna saat mengeksplorasi suatu situs web yang dimanifestasikan dalam bentuk kepercayaan atau empati pada situs web Quora Indonesia diukur dari tujuh indikator pengukuran, yaitu reputasi, keamanan transaksi, keamanan data pribadi, personalisasi, rasa kebersamaan dalam komunitas, kemudahan menjalin komunikasi dengan layanan situs web, serta kepercayaan pada situs web.
 - c. Kegunaan (*usability*), adalah kualitas interaksi antara pengguna dengan kegunaan dan desain atau rancangan situs web Quora Indonesia diukur dari

delapan item pengukuran, yaitu kemudahan pengoperasian, kemudahan fitur, kemudahan navigasi, kemudahan penggunaan, tampilan, kesesuaian desain tipe situs web, kompetensi, serta pengalaman yang ditawarkan situs web.

1.6.2 Definisi Operasional

1. Kualitas informasi terdiri dari beberapa indikator pengukuran, yaitu:
 - a. akurasi
 - informasi yang disajikan bebas dari kesalahan
 - b. keterpercayaan
 - informasi yang disajikan didukung dengan data yang valid
 - informasi yang disajikan disertai sumber referensi yang jelas
 - c. ketepatan waktu
 - informasi yang disajikan selalu *up to date*
 - d. relevansi
 - informasi yang disajikan sesuai konteks
 - informasi yang disajikan berfaedah
 - e. kemudahan untuk dimengerti
 - informasi yang disajikan mudah dibaca dan dipahami
 - f. tingkat detail
 - informasi yang disajikan lengkap dan terperinci
 - g. kesesuaian format
 - struktur bahasa yang digunakan sesuai/ sudah tepat
2. Kualitas interaksi layanan terdiri dari beberapa indikator pengukuran, yakni:
 - a. reputasi
 - reputasi layanan bagus
 - hubungan baik dengan pengguna
 - b. keamanan transaksi
 - layanan aman dari penipuan
 - layanan aman dari pembajakan
 - c. keamanan data pribadi
 - keamanan data pribadi terjamin
 - d. personalisasi

- rekomendasi pertanyaan, topik, ruang sesuai/ sudah tepat
 - e. rasa kebersamaan dalam komunitas
 - partisipasi *member*
 - ruang interaksi antar *member*
 - f. kemudahan menjalin komunikasi dengan layanan situs web
 - kelancaran jalinan komunikasi dengan layanan situs web
 - g. kepercayaan
 - percaya pada pelayanan
3. Dimensi kegunaan terdiri dari beberapa indikator pengukuran, yaitu:
- a. kemudahan pengoperasian
 - fungsi menu
 - menu bantuan
 - b. kemudahan fitur
 - akses melalui berbagai jenis gadget
 - *log in* dan pendaftaran akun
 - eksplorasi situs web
 - c. kemudahan navigasi
 - pengelompokan kategori
 - pengelompokan menu
 - fitur pencarian
 - d. kemudahan penggunaan
 - rekomendasi pertanyaan, topik, dan ruang
 - e. tampilan
 - resolusi gambar
 - ikon menu
 - warna dan animasi
 - f. kesesuaian desain dengan tipe situs web
 - tema situs web
 - estetika layout
 - g. kompetensi
 - kecakapan/ kemampuan rancangan situs web
 - h. pengalaman

- kepuasan atas rancangan situs web
- keinginan mengunjungi kembali

1.7 Metode dan Prosedur Penelitian

1.7.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian

Riset dengan fokus penelitian kualitas situs web Quora Indonesia ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Dalam buku *Metodologi Penelitian* karya Kuntjojo (2009), dijelaskan bahwasannya penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Pendekatan ini dipakai berdasarkan asumsi bahwa variabel yang diidentifikasi dapat diukur dengan alat-alat yang objektif dan baku. Sesuai dengan karakteristik penelitian kuantitatif yang menggunakan logika positivistik guna menghindari hal-hal bersifat subjektif. Lalu, pendekatan deskriptif dipilih sebab penelitian ini hendak mendeskripsikan variabel yang diteliti tanpa mengaitkannya dengan variabel lain. Menurut Kuntjojo (2009), penelitian deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fakta-fakta mengenai suatu populasi secara sistematis serta akurat. Seperti diketahui, dalam penelitian deskriptif fakta-fakta hasil penelitian disajikan apa adanya. Sehingga nantinya hasil dari penelitian deskriptif dapat ditindaklanjuti dengan penelitian analitik.

1.7.2 Lokasi Penelitian

Riset ini mengambil lokasi penelitian di situs web Quora Indonesia (id.quora.com). Alasan memilih lokasi bersangkutan ialah agar peneliti dapat mengetahui persepsi pengguna atas kualitas situs web Quora Indonesia. Situs web Quora Indonesia menarik untuk diteliti karena keunikan sistem moderasinya yang terdesentralisasi. Seperti diketahui, situs web Quora Indonesia dimoderasi secara swadaya, oleh *machine learning* serta para penggunanya sendiri (*user generated*) (Diaz, 2018).

1.7.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1.7.3.1 Populasi

Syahrum dan Salim (2012), dalam bukunya yang berjudul *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, mendefinisikan populasi sebagai jumlah keseluruhan objek yang hendak diteliti. Anggota populasi, atau biasa disebut sebagai unit analisis, dapat berupa benda hidup maupun benda mati, seperti orang-orang, institusi-institusi, atau benda-benda di mana sifat-sifat yang ada padanya dapat diukur serta diamati. Sesuai pendapat Syahrum dan Salim, bahwasannya populasi dalam setiap penelitian sudah tercermin pada judul. Dan populasi dalam penelitian ini ialah pengguna aktif dari situs web Quora Indonesia.

1.7.3.2 Sampel

Menurut Syahrum dan Salim (2012), sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan objek penelitian. Pengambilan sampel harus mewakili populasi secara menyeluruh, sebab bila sampel yang diteliti hanya mewakili sebagian dari populasi maka akan timbul banyak kesalahan (*sampling error*). Oleh karena itu, peneliti harus memperhatikan sifat-sifat serta penyebaran populasi penelitian, agar diperoleh sampel yang representatif. Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan penentuan kriteria yang berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria sampel yang ditetapkan pada penelitian ini, pertama, adalah memiliki akun situs web Quora Indonesia. Dan, kedua, pernah mengunjungi situs web Quora Indonesia sedikitnya tiga kali. Diasumsikan pengguna yang telah mengunjungi suatu situs web sebanyak tiga kali termasuk dalam tipe pengunjung *evaluator*, *transactor*, atau *customer* menurut Chak (2002). Dalam artian, pengguna tersebut sudah mengenal situs web Quora Indonesia dengan baik.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, atau bisa disebut sebagai populasi infinitif, yakni populasi yang jumlahnya tidak terbatas. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan rumus untuk menentukan jumlah sampel dari Cochran (1977: 75), dalam buku berjudul *Sampling Techniques* (3rd ed.):

$$n_0 = \frac{t^2 \cdot pq}{d^2}$$

yang dikutip oleh Israel (1992: 3) sebagai berikut:

$$n_0 = \frac{z^2 \cdot pq}{e^2}$$

$$n_0 = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,10^2}$$

$n_0 = 96,04$, dibulatkan menjadi 100 responden

Keterangan:

n_0 = ukuran sampel

z^2 = absis dari kurva normal yang memotong area $\alpha = 1 - \alpha$ (setara dengan tingkat kepercayaan diri)

p = derajat variabilitas

q = 1 - p

e = tingkat presisi atau *sampling error*

Menggunakan penghitungan berdasar rumus tersebut, dengan tingkat kepercayaan yang ditentukan sebesar 95% maka didapat $z^2 = 1,96$. Lalu, mengambil derajat variabilitas sebesar 50% (variabilitas maksimum), dengan batas kesalahan yang ditentukan $\pm 10\%$, maka didapat ukuran sampel sebanyak 96,04 atau bila dibulatkan menjadi 100 responden. Seperti dianjurkan oleh Fraenkel, et al. (2012) mengenai jumlah sampel minimum yang dibutuhkan untuk studi deskriptif, yakni sebanyak 100 responden. Maka penelitian ini memutuskan untuk mengambil sampel sejumlah 100 responden yang merupakan pengguna aktif situs web Quora Indonesia.

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan:

1. Kuesioner

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pihak-pihak yang diperlukan datanya (Kuntjojo, 2009). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui seperangkat pertanyaan dalam kuesioner yang telah dijawab oleh responden. Kuesioner tersebut disebar kepada responden yang merupakan pengguna aktif situs web Quora Indonesia, melalui surel, media sosial, forum

daring, serta ruang virtual lain. Pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner bersifat tertutup, serta dirangkai sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

2. Observasi

Observasi atau pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi serta gambaran langsung mengenai situs web Quora Indonesia. Pengamatan tersebut diharapkan membantu penelitian ini untuk mendapatkan fakta yang dapat mendukung data primer.

3. Studi Literatur

Studi literatur adalah usaha untuk menghimpun informasi yang relevan dan berhubungan dengan topik serta permasalahan penelitian mengenai kualitas situs web. Literatur tersebut dikumpulkan dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, internet, dan lain sebagainya.

1.7.5 Metode Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai instrumen pengukuran variabel untuk direspon oleh individu. Tiap pilihan jawaban memiliki nilai numerik, dan skor total yang diperoleh dari keseluruhan jawaban menjadi indikator atas sikap atau kepercayaan responden pada pertanyaan yang diajukan. Skala Likert menyediakan nilai untuk setiap alternatif jawaban yang dibagi menjadi lima kategori, seperti tertera pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1

Pedoman Penskoran Jawaban

Jawaban	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Tidak menjawab/ ragu-ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Lalu, perlu dilakukan penentuan kelas interval dengan cara seperti berikut:

$$\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kategori}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dari hasil tersebut, maka didapatkan kategori pembobotan dari setiap jawaban responden, pada tiap variabel, dengan rincian:

Tabel 1.2
Pedoman Pembobotan Nilai

Indikator	Skor
Sangat baik	4,21-5,00
Baik	3,41-4,20
Cukup baik	2,61-3,40
Tidak baik	1,81-2,60
Sangat tidak baik	1,00-1,80

Nantinya jawaban responden yang diperoleh diolah terlebih dahulu menggunakan piranti lunak SPSS 25, untuk kemudian menghasilkan nilai *mean* (rata-rata). Nilai *mean* yang didapat, dari skala antara 1,00-5,00, lalu digolongkan dengan berpedoman pada pengategorian pembobotan nilai seperti ditunjukkan pada Tabel 1.2.

1.7.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1.7.6.1 Teknik Pengolahan Data

1. *Editing*

Editing adalah kegiatan pengecekan atau pengoreksian data yang telah dikumpulkan dengan tujuan untuk mengevaluasi kelengkapan serta kesesuaian pada kriteria data yang diperlukan (Kuntjojo, 2019). Selain untuk menghindari kesalahan-kesalahan yang terjadi saat pencatatan di lapangan, juga agar tidak menciptakan masalah pada saat analisis data.

2. *Coding*

Coding merupakan kegiatan kuantifikasi data, yaitu mengubah data kualitatif menjadi dalam bentuk kuantitatif. Pemberian kode dilakukan pada semua pilihan jawaban sebelum diolah menggunakan perangkat SPSS 25 (Kuntjojo, 2009).

3. Tabulasi data

Tabulasi data adalah kegiatan memasukkan data ke dalam tabel-tabel yang telah disediakan, baik tabel untuk data mentah maupun tabel kerja untuk menghitung data tertentu secara statistik (Kuntjojo, 2019). Proses tabulasi dilakukan dengan menggunakan perangkat SPSS 25, dan merupakan tahap akhir dari kegiatan pengolahan data.

1.7.6.2 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menjelaskan temuan data di lapangan dengan menggunakan teori *WebQual* 4.0 yang diformulasikan oleh Barnes dan Vidgen. Tahap analisis dilakukan dengan menginterpretasi temuan data berupa nilai *mean* dari karakteristik pengguna dan masing-masing dimensi, sesuai dengan teori *Webqual* 4.0, yakni dimensi kualitas informasi, dimensi kualitas interaksi layanan, serta dimensi kegunaan, menggunakan indikator pengukuran variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Selain itu penelitian ini mencoba menganalisis hubungan antar variabel pada karakteristik responden dengan menggunakan tabulasi silang (*cross tab*).