

ANALISIS KUALITAS SITUS WEB QUORA INDONESIA

Chandra Perkasa Alam

Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga

Surel: chandraperkasaalam@gmail.com

ABSTRAK

Situs web Quora Indonesia dipersonalisasi menggunakan teknologi algoritma untuk meningkatkan kualitas serta performa situs web bersangkutan. Namun, belum diketahui apakah selera bentukan algoritma tersebut sudah sesuai dengan selera organik pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas situs web Quora Indonesia dinilai dari persepsi pengguna. Berdasar teori *WebQual 4.0*, dari Barnes dan Vidgen, penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Peneliti menyebarkan kuesioner secara daring melalui formulir *google*. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 100 responden dengan kriteria yang sudah ditentukan, yakni merupakan pengguna aktif situs web Quora Indonesia yang telah mengakses situs web tersebut setidaknya sebanyak tiga kali. Kualitas situs web dapat dinilai baik bila mendapatkan skor $> 3,40$. Temuan menunjukkan personalisasi yang dilakukan oleh situs web Quora Indonesia ternyata sesuai dengan kebutuhan pengguna, ditunjukkan dengan skor kualitas situs web secara keseluruhan sebesar 3,66 atau tergolong baik. Penelitian ini dibatasi pada lingkup situs web *id.quora.com*, dan cukup relevan bagi peneliti lain yang ingin mendalami topik terkait kualitas situs web. Juga bagi pengembang situs web, khususnya situs web dengan *platform* tanya jawab. Sebab masih jarang riset dengan topik *WebQual* yang meneliti situs web tanya jawab, serta generasi web semantik.

Kata kunci: kualitas situs web, *WebQual 4.0*, situs web tanya jawab.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Quora adalah situs web tanya jawab dengan konten yang dipersonalisasi menggunakan teknologi algoritma untuk menyesuaikan kebutuhan pengguna (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). 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, memrediksi aplikasi Quora Indonesia akan banyak digunakan oleh pelajar dan mahasiswa (Setyowati, 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.

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 Tinjauan Pustaka

1.2.1 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.

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 memperbandingkannya 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*.

1.2.2 Persepsi Pengguna Situs Web

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).

1.2.3 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 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 *mem-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).

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. 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).

3. Kegunaan (*Usability*)

Dimensi ini berhubungan dengan interaksi antara pengguna dengan kegunaan (*usability*) dan desain atau rancangan suatu situs web (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).

1.3 Metodologi Penelitian

Riset dengan fokus penelitian kualitas situs web Quora Indonesia ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pendekatan tersebut dipakai berdasarkan asumsi bahwa variabel yang diidentifikasi dapat diukur dengan alat-alat yang objektif dan baku. Lalu, pendekatan deskriptif dipilih sebab penelitian ini hendak mendeskripsikan variabel yang diteliti tanpa mengaitkannya

dengan variabel lain. Lokasi penelitian yang dipilih adalah situs web Quora Indonesia (id.quora.com). Situs web tersebut menarik untuk diteliti karena keunikan sistem moderasinya yang terdesentralisasi. Moderasi dalam situs web Quora Indonesia dilakukan secara swadaya, oleh *machine learning* serta para penggunanya sendiri (*user generated*) (Diaz, 2018). Dan sesuai pendapat Syahrums serta Salim (2012), bahwasannya populasi dalam setiap penelitian sudah tercermin pada judul. Maka populasi dalam penelitian ini ialah pengguna aktif dari situs web Quora Indonesia. Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria sampel yang ditetapkan yakni, pertama, 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.) yang dikutip oleh Israel (1992: 3) menggunakan penghitungan berdasar rumus serupa, 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, maka penelitian ini memutuskan untuk mengambil sampel sejumlah 100 responden yang merupakan pengguna aktif situs web Quora Indonesia.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden melalui surel, media sosial, forum daring, dan ruang virtual lain. Selain juga melalui observasi untuk mendapatkan informasi serta gambaran langsung mengenai situs web Quora Indonesia. Serta studi literatur dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, dan internet untuk menghimpun informasi yang relevan dan berhubungan dengan topik serta permasalahan penelitian.

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai instrumen pengukuran variabel untuk direspon oleh individu. Tiap pilihan jawaban memiliki nilai numerik, dengan 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
Ragu - ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Lalu, perlu dilakukan penentuan kelas interval (0,8) yang didapatkan dengan mencari selisih antara skor tertinggi (5) dan terendah (1) untuk dibagi dengan jumlah kategori jawaban (5). Dari hasil tersebut, maka didapat kategori pembobotan dari setiap jawaban responden, pada tiap variabel, dengan rincian sebagai berikut:

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 melalui proses *editing*, *coding* dan tabulasi 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. Temuan data lalu dianalisis dengan menginterpretasi 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. Selain itu penelitian ini mencoba menganalisis hubungan antar variabel pada karakteristik responden

dengan menggunakan tabulasi silang (*cross tab*).

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1 Karakteristik Pengguna

Pengguna situs web Quora Indonesia rata-rata merupakan kalangan berlatar pendidikan strata satu dan strata dua. Sebanyak 57% responden berpendidikan strata satu, sementara 24% responden berpendidikan strata dua, dan sisanya sebanyak 19% pelajar/ diploma. Asumsi tentang karakteristik pengguna situs web Quora tersebut mendukung pernyataan Turner dan Shah (2010: 98) serta Budi Rahardjo (dalam Setyowati, 2018) bahwa pengguna situs web Quora maupun Quora Indonesia berasal dari kalangan berpendidikan tinggi. Selain itu, temuan data menunjukkan sebagian besar pengguna situs web Quora Indonesia dapat digolongkan dalam tipe pengguna *evaluator*, seperti menurut definisi Chak (2002 dalam Ash, 2012). Asumsi ini didukung temuan data yang menunjukkan mayoritas responden mengakses situs web Quora Indonesia untuk mencari informasi (53%). Pengguna situs web Quora Indonesia bertipe *evaluator* didominasi kalangan berpendidikan tinggi, yakni laki-laki berpendidikan strata satu (23%) dan perempuan berpendidikan strata dua (14%). Karakteristik pengguna situs web yang digolongkan Chak (2002 dalam Ash, 2012) dalam tipe *transactor* dan *customers* di situs web Quora Indonesia juga ditunjukkan dengan 21% responden yang berkunjung ke situs web Quora Indonesia untuk berkontribusi membuat konten pertanyaan atau jawaban. Pengguna bertipe *transactor* dan *customers*

didominasi oleh responden laki-laki dari latar belakang pendidikan pelajar/ diploma (6%) dan strata dua (8%).

2.2 Dimensi Kualitas Informasi

Pada dimensi kualitas informasi situs web Quora Indonesia, variabel akurasi informasi tergolong baik. Akan tetapi, mayoritas responden (64%) meragukan pernyataan bahwa konten informasi yang disajikan dalam situs web Quora Indonesia tidak menyesatkan, sehingga indikator menunjukkan skor rata-rata cukup baik. Temuan ini sesuai dengan pendapat Rieh (2002 dalam Ghasemaghaei dan Hassanein, 2018), bahwasannya konten informasi pada ranah daring terkadang cukup menyesatkan. Sedangkan variabel keterpercayaan informasi dan variabel ketepatan waktu tergolong baik (3,77). Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna beranggapan konten tanya jawab dalam situs web Quora Indonesia - yang juga dibuat oleh sesama pengguna - berasal dari sumber yang terjamin kebenarannya, serta selalu *up to date* dan tepat waktu, walau tidak sedikit pula responden yang meragukannya (38%). Dalam hal relevansi, konten informasi yang disajikan situs web Quora Indonesia dapat digolongkan baik (3,94). Mayoritas pengguna setuju jika konten yang tersaji dalam situs web Quora Indonesia bermanfaat dan sudah sesuai dengan kebutuhan informasi pengguna. Pengguna tidak menemukan kelemahan pada kualitas relevansi dan nilai informasi dalam situs web Quora Indonesia. Meski Barnes dan Vidgen (2003) menemukan bahwa relevansi serta nilai informasi menjadi salah satu indikator dalam analisis kualitas situs

web yang kerap tidak sesuai dengan kebutuhan dan seringkali dikeluhkan pengguna. Pengguna juga beranggapan kemudahan informasi dalam situs web Quora Indonesia baik (4,00). Sedangkan, variabel detail informasi dalam situs web Quora Indonesia juga menunjukkan skor rata-rata baik (3,90). Sehingga dapat diasumsikan konten informasi pada situs web Quora Indonesia lengkap, terperinci, dan mudah dipahami. Sementara itu, variabel kesesuaian format informasi menjadi satu-satunya variabel yang mendapat skor di bawah rata-rata kategori baik (3,31). Mayoritas responden (>70%) meragukan pernyataan bahwa konten informasi yang tersaji dalam situs web Quora Indonesia menggunakan kaidah bahasa dan penulisan yang baik. Temuan ini sesuai dengan pendapat Barnes dan Vidgen (2003), bahwasannya salah satu kelemahan yang acap mendapat skor rendah dalam analisis dimensi kualitas informasi suatu situs web adalah penerjemahan bahasa. Tetapi skor rata-rata keseluruhan dimensi kualitas informasi tergolong dalam kategori baik (3,77). Idealnya, Quora Indonesia dapat meningkatkan dimensi kualitas informasi situs web dengan berusaha mengeliminasi konten informasi yang ambigu atau menyesatkan. Quora Indonesia juga dapat menghimbau pengguna untuk berpedoman pada kaidah penulisan dan berbahasa yang baik, serta mengambil informasi dari sumber-sumber yang *up to date* dan terjamin kebenarannya.

2.3 Dimensi Kualitas Interaksi Layanan

Dimensi kualitas interaksi layanan dalam situs web Quora Indonesia memiliki skor di bawah

rata-rata baik pada variabel reputasi layanan (3,38). Mayoritas responden (68%) ragu-ragu dengan layanan dalam situs web Quora Indonesia. Tidak sedikit pula responden (75%) yang meragukan anggapan bahwa Quora Indonesia memelihara hubungan baik dengan penggunanya. Selain itu, skor rata-rata di bawah kategori baik juga ditunjukkan pada variabel kualitas keamanan transaksi situs web Quora Indonesia (3,34). Berdasarkan temuan data, mayoritas responden (70%) ragu-ragu dengan pernyataan bahwa layanan situs web Quora Indonesia aman dari penipuan dan pembajakan. Sementara, variabel kualitas keamanan data pribadi pada situs web Quora Indonesia mendapat skor rata-rata baik (3,79). Kim dan Lennon (2013) mengutip Hui, dkk (2007) bahwasannya resiko terkait kerugian privasi dan keamanan informasi pribadi yang dialami oleh pengguna merupakan penghalang terbesar bagi adopsi dan penggunaan internet. Hal tersebut menekankan betapa pentingnya kualitas situs web berkaitan dengan isu keamanan dan privasi. Kim dan Lennon (2013) menambahkan, informasi pribadi pengguna harus dijaga dengan melindungi kebijakan privasi pada situs web, serta mengurangi persepsi pengguna tentang resiko mengakses situs web tersebut. Caranya dengan meningkatkan layanan, menyediakan informasi produk dan informasi keamanan yang memadai, serta membangun reputasi yang dapat diandalkan.

Personalisasi dalam situs web Quora menggunakan teknologi *machine learning*, serta kontrol kualitas konten informasi yang dilakukan secara swadaya oleh sesama pengguna (Tang, 2017). Oleh karena itu, 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 (Yang dan Amatriain, 2016). Sementara, temuan data menunjukkan variabel kualitas personalisasi dalam layanan situs web Quora Indonesia tergolong baik (3,55). Sehingga dapat diasumsikan bahwa konten tanya jawab serta kategori topik yang direkomendasikan oleh sistem algoritma situs web Quora Indonesia juga sesuai dengan selera pengguna. Selain itu, terdapat layanan berupa berupa fitur ruang dan fitur jawab yang disediakan oleh situs web Quora Indonesia. Variabel rasa kebersamaan dalam komunitas pengguna situs web Quora Indonesia menunjukkan skor rata-rata baik (3,59). Tidak ditemukan skor rata-rata rendah yang biasa dijumpai dalam dimensi kualitas interaksi layanan menurut Barnes dan Vidgen (2003) yang salah satunya adalah variabel partisipasi *member* dalam situs web. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna ikut aktif berpartisipasi dalam aktivitas penciptaan konten informasi di situs web Quora Indonesia, dan situs web Quora Indonesia telah menyediakan ruang untuk berinteraksi antar pengguna dengan baik.

Situs web Quora Indonesia juga memiliki layanan laman bantuan yang menyediakan panduan serta *FAQ (Frequently Asked Question)* berisi informasi umum untuk membantu pengguna mengenali situs web Quora Indonesia. Temuan data menunjukkan variabel kualitas kemudahan jalinan komunikasi dengan layanan situs web Quora Indonesia tergolong cukup baik

(3,37). Sementara, variabel kepercayaan layanan dalam situs web Quora Indonesia juga tergolong baik (3,78). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna masih percaya pada pelayanan situs web Quora Indonesia. Dan pengguna beranggapan bahwa layanan situs web Quora Indonesia sudah sesuai dengan ekspektasi pengguna. Oleh karena itu, meskipun variabel kualitas reputasi layanan, keamanan transaksi, serta kemudahan jalinan komunikasi dengan layanan situs web menunjukkan skor di bawah rata-rata baik, secara keseluruhan kualitas interaksi layanan situs web Quora Indonesia masih tergolong baik (3,54). Quora Indonesia dapat meningkatkan dimensi kualitas interaksi layanan dengan menjamin kerahasiaan serta keamanan data pribadi pengguna situs web Quora Indonesia. Caranya dengan menutup celah-celah akses informasi yang dapat ditembus oleh pihak ketiga. Quora Indonesia juga dapat memperbaiki layanan menu bantuan agar memiliki visibilitas yang lebih baik serta lebih responsif dalam menangani keluhan pengguna.

2.4 Dimensi Kegunaan (*Usability*)

Pada dimensi kegunaan situs web Quora Indonesia, variabel kemudahan pengoperasian tergolong baik (3,69). Temuan menunjukkan bahwa responden beranggapan fungsi menu dalam situs web Quora Indonesia sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna, walaupun menu bantuan dalam situs bersangkutan masih meragukan untuk dapat membantu mengatasi keluhan pengguna. Hal ini mendukung temuan pada variabel pada dimensi kualitas interaksi layanan sebelumnya, yakni kualitas

kemudahan jalinan komunikasi yang menunjukkan skor di bawah rata-rata baik. Di mana mayoritas responden menunjukkan keraguan pengguna pada kualitas layanan menu bantuan (71%). Sementara itu, variabel kualitas kemudahan fitur tergolong baik (3,82). Responden beranggapan situs web Quora Indonesia mudah diakses melalui berbagai jenis *gadget* dan mudah untuk dieksplorasi. Selain laman *desktop*, situs web Quora Indonesia menyediakan laman *mobile*. Penelitian yang dilakukan ChanLin dan Hung (2016) menemukan bahwa laman *mobile* mendapat anggapan oleh sebagian besar pengguna sebagai alat yang lebih mudah diakses, efektif, serta efisien untuk temu kembali informasi. Mereka juga menemukan bahwa pengguna dapat menghabiskan lebih sedikit waktu untuk menyelesaikan tugas, menyelesaikan lebih banyak tugas pencarian, dan mendapat jawaban yang lebih benar saat menggunakan laman *mobile*, jika dibandingkan dengan laman *desktop*. Mayoritas pengguna juga mengekspresikan hal positif tentang tampilan antarmuka (*interface*), tata letak, pengoperasian, kenyamanan, serta akses pada laman *mobile*.

Pada variabel kualitas kemudahan navigasi, skor rata-rata dapat dikatakan baik (3,77). Temuan ini mencerminkan bahwa pengguna beranggapan pengelompokan kategori topik, pengelompokan menu, serta fitur pencarian dalam situs web Quora Indonesia sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna dan memudahkan pengguna dalam pencarian informasi. Dengan demikian pernyataan Barnes dan Vidgen (2003) yang menemukan bahwa fitur navigasi menjadi salah

satu variabel yang seringkali mendapat skor rerata rendah tidak ditemui pada dimensi kegunaan situs web Quora Indonesia. Sementara, temuan data menunjukkan variabel kemudahan penggunaan situs web Quora Indonesia baik (3,52). Responden beranggapan konten tanya jawab yang direkomendasikan dalam situs web Quora Indonesia memudahkan pengguna menemukan informasi. Tetapi tidak demikian dengan kategori topik yang direkomendasikan. Responden beranggapan rekomendasi kategori topik dalam situs web Quora Indonesia kurang memiliki andil dalam memudahkan pengguna menemukan informasi (74% ragu-ragu). Sedangkan pada variabel kualitas tampilan skor menunjukkan rata-rata baik (3,48). Namun, terdapat dua pernyataan yang mendapat skor di bawah rata-rata baik. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun resolusi gambar pada situs web Quora Indonesia dinilai baik, akan tetapi fitur atau simbol menu kurang sesuai dengan harapan sebagian pengguna. Selain itu, warna dan animasi yang digunakan dalam situs web Quora Indonesia juga kurang sesuai dengan harapan sebagian pengguna. Merujuk pada temuan Garrett, et al. (2016) bahwasannya representasi grafis dalam desain situs web, seperti gambar, animasi, audio, warna, huruf, logo, ikon, serta elemen visual lain berpengaruh pada keterlibatan pengguna (*user engagement*) situs web tersebut. Dan dapat diasumsikan representasi grafis dalam situs web Quora Indonesia berdampak pada ketidaktertarikan sebagian pengguna yang kurang puas dengan kualitas tampilan situs web bersangkutan.

Lalu, temuan data menunjukkan variabel kesesuaian desain dengan tipe situs web baik (3,85). Dengan demikian temuan Barnes dan Vidgen (2003), bahwasannya estetika situs web menjadi salah satu kelemahan yang biasa terjadi pada dimensi kegunaan, tidak dijumpai dalam situs web Quora Indonesia. Sementara itu, variabel kompetensi pada dimensi kegunaan situs web Quora Indonesia tergolong di bawah rata-rata baik (3,47). Dapat diasumsikan bahwasannya rancangan situs web Quora Indonesia sangat mumpuni untuk bersaing dengan situs web lain, meski kualitas rancangan atau desain situs web Quora Indonesia masih meragukan. Dan lalu, temuan data pada variabel kualitas pengalaman dalam dimensi kegunaan situs web Quora Indonesia dianggap baik (3,81). Dengan demikian dapat diasumsikan pengguna situs web Quora Indonesia puas dengan rancangan situs dan memiliki keinginan untuk kembali mengunjungi situs web Quora Indonesia di masa mendatang. Temuan tersebut sekaligus menunjukkan bahwa mayoritas pengguna situs web Quora Indonesia bertipe *customer* (Chak, 2002 dalam Ash, 2012). Seperti diketahui, 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. Dan secara keseluruhan, dimensi kegunaan dalam situs web Quora Indonesia tergolong baik (29,41). Idealnya, Quora Indonesia dapat meningkatkan dimensi kualitas kegunaan dengan merancang ulang ikon menu, pilihan warna, serta

animasi yang atraktif, *eye catching*, dan mudah diingat oleh pengguna. Selain juga meningkatkan performa sistem algoritma agar dapat memberi rekomendasi kategori topik yang sesuai dengan kebutuhan dan mendukung aktivitas temu kembali informasi pengguna.

III. PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas situs web Quora Indonesia menurut persepsi pengguna, dinilai dari dimensi kualitas informasi, kualitas interaksi layanan, serta dimensi kegunaan (*usability*) berdasar teori *WebQual* 4.0. Hasil analisis temuan data menunjukkan bahwasannya kualitas informasi dalam situs web Quora Indonesia tergolong baik, dengan skor rata-rata sebesar 3,77. Responden menyatakan konten informasi yang ada dalam situs web Quora Indonesia sudah sesuai dengan harapan pengguna. Sementara itu, kualitas interaksi layanan situs web Quora Indonesia juga dinilai baik oleh pengguna, diperlihatkan dengan skor rata-rata sebesar 3,54. Responden beranggapan bahwa pengalaman interaksi dengan situs web Quora Indonesia telah sesuai dengan harapan pengguna. Sedangkan, dimensi kegunaan pada situs web Quora Indonesia mendapat skor rata-rata sebesar 3,66 atau tergolong baik. Pengguna menilai desain atau rancangan situs web Quora Indonesia telah sesuai dengan ekspektasi pengguna. Sehingga dapat disimpulkan, menurut persepsi pengguna, kualitas situs web Quora Indonesia secara keseluruhan tergolong baik, ditunjukkan dengan

skor rata-rata kualitas situs web secara keseluruhan sebesar 3,66.

3.2 Saran

Dari hasil analisis kualitas situs web Quora Indonesia peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan eksplanatif untuk mengetahui lebih jauh mengenai pengaruh kualitas situs web terhadap persepsi pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ash, Tim, et al. (2012). *Landing Page Optimization: The Definitive Guide to Testing and Tuning for Conversations*. Kanada: John Wiley & Sons.
- Cochran, William G. (1977). *Sampling Technique* (3rd ed.). Canada: John Willey & Sons. Diakses melalui https://archive.org/details/Cochran1977SamplingTechniques_201703 pada 14 Mei 2019.
- Fraenkel, Jack R., et al. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education* (8th ed.). New York: McGraw Hill.
- Syahrum & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Turner, Jamie & Shah, Reshma. (2010). *How to Make Money with Social Media: An Insider's Guide on Using New and Emerging Media to Grow Your Business*. Amerika Serikat: Pearson FT Press.

ARTIKEL

- Israel, Glenn D. (1992). *Determining Sample Size*. The Institute of Food and Agricultural Science, University of Florida.

ARTIKEL JURNAL & PROSIDING

- Aghaei, Sarah, et al. (2012). Evolution of the World Wide Web: from Web 1.0 to Web 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology*, 3(1): 1-10. DOI: 10.5121/ijwest.2012.3101.
- Barnes, Stuart J. & Vidgen, Richard. (2003). Measuring Web Site Quality Improvements: A Case Study of the Forum on Strategic Management Knowledge Exchange. *Industrial Management & Data Systems*, 103(5): 297-309. DOI: 10.1108/02635570310477352 . Diakses melalui <https://www.researchgate.net/publication/220672090> pada 7 Mei 2019.
- ChanLin, Lih-Juan & Hung, Wei-Hsiang. (2016). Usability and Evaluation of a Library Mobile Website. *The Electronic Library*, 34(4): 636-650. DOI: 10.1108/EL-07-2015-0119. Diakses melalui <https://pdfs.semanticscholar.org/0ec1/a32847fb6180e5b748c945d1c72614e43ba8.pdf> pada 13 Juni 2019.
- Friedrich, Thomas, et al. (2019). The Impact of Social Commerce Feature Richness on Website Stickiness Through Cognitive and Affective Factors: An Experimental Study. *Electronic Commerce Research and Applications*

- Journal*: 1-46. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.elera.p.2019.100861>.
- Garett, R., et al. (2016). A Literature Review: Website Design and User Engagement. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 6(3): 1–14. Diakses melalui <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4974011> pada 13 Juni 2019.
- Ghasemaghaei, Maryam & Hassanein, Khaled. (2018). Dynamic Model of Online Information Quality Perceptions and Impacts: a Literature Review. *Behaviour & Information Technology*, 1-16. DOI: 10.1080/0144929X.2018.1531928.
- Kim, Jiyoung & Lennon, Sharon J. (2013). Effects of Reputation and Website Quality on Online Consumers's Emotion, Perceived Risk and Purchase Intention: Based on the Stimulus-Organism-Response Model. *Journal of Research in Interactive Marketing* 7(1): 33-56. DOI: 10.1108/17505931311316734 . Diakses melalui <https://www.researchgate.net/publication/263525114> pada 13 Juni 2019.
- Liu, Lin, et al. (2017). Website Service Quality and Shopping Website Stickiness: The Mediating Effect of Website Involvement. *Proceedings of The Sixteenth Wuhan International Conference on e-Business*: 1-10.
- Liu, Qiaoling, et al. (2012). When Web Search Fails, Searchers Become Askers: Understanding the Transition. *Proceedings of the International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval*, 801-810.
- Napitupulu, Darmawan. (2017). Analysis of Factors Affecting the Website Quality Based on WebQual Approach (Study Case: XYZ University). *International Journal on Advanced Science Engineering Information Technology*, 7(3): 792-798.
- Rahayu, et al. (2018). Analysis of Quality from Users Perspective for Develop Website. *Journal of Physics: Conference Series*, 1-9. DOI: 10.1088/1742-6596/1140/1/012051.
- Rughiniş, Cosima. et al. (2014). Digital Rhetoric in Collaborative Knowledge-Making: Reading Answers and Super-Answers to Existential Questions on Quora. *Proceedings of International Conference on Human-Computer Interaction 2014*: 218-223.
- Sawitri, Ni Nyoman, et al. (2017). Analysis of WebQual Usefulness, Information Quality and Interaction Service in Cultural Sites Online. *International Journal of Economic Research*, 14(5): 1-9. Diakses melalui <https://www.researchgate.net/publication/317745414> pada 1 Mei 2019.
- Tang, Yixuan, et. al. (2017). QALink: Enriching Text Documents with Relevant Q&A Site Contents. *Proceedings of CIKM'17*:

- 1359-1368. DOI:
10.1145/3132847.3132934
- Yang, Lei & Amatriain, Xavider.
(2016). Recommending the
World's Knowledge:
Application of Recommender
Systems at Quora.
*Proceedings of the 10th ACM
Conference on Recommender
Systems*: 389-389. DOI:
10.1145/2959100.2959128.
- o/quora.com pada 29 April
2019.

SKRIPSI

- Jatmiko, Victoryya Maharay. (2017).
*Pengaruh Kualitas Website
perpusbungkarno.perpusnas.
go.id Terhadap Kepuasan
Pengguna*. Surabaya:
Universitas Airlangga.
- Primaditya, Ryan Rubby. (2017).
*Analisa Kualitas Website
Forum Diskusi Online
Kaskus*. Surabaya:
Universitas Airlangga.

ARTIKEL WEB

- Praditya, Diaz. (2018). *CEO Quora
Ungkap Alasan Melakukan
Ekspansi ke Indonesia*.
Diakses melalui
[https://id.techinasia.com/quor
a-ekspansi-ke-indonesia](https://id.techinasia.com/quora-ekspansi-ke-indonesia) pada
29 April 2019.
- Setyowati, Desy. (2018). *Platform
Tanya Jawab Quora Kini
Hadir dalam Bahasa
Indonesia*. Diakses melalui
[https://katadata.co.id/berita/2
018/05/30/platform-tanya-
jawab-quora-kini-hadir-
dalam-bahasa-indonesia](https://katadata.co.id/berita/2018/05/30/platform-tanya-jawab-quora-kini-hadir-dalam-bahasa-indonesia) pada
13 Mei 2019.

LAMAN WEB

- Quora.com Traffic Statistics*. 2019.
Diakses melalui
<https://www.alexa.com/siteinf>