

Evaluasi *Usability* Antarmuka Instagram pada Mahasiswa

Usability Evaluation of the Instagram Interface Among University Students

Arini Sastra Marulafau¹, Mahda Khairun Nazwa Daulay², Rafika Hadi Siregar³, Syukri Falahi Capah⁴, M. Khalil Gibran⁵

^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail: ¹arinimarulafau@gmail.com, ²mahdakhairun@gmail.com,

³rafikahadisiregar@gmail.com, ⁴syukrifalahi@gmail.com,

⁵m.khalil110000202@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas *usability* antarmuka Instagram di kalangan mahasiswa karena Instagram sudah menjadi salah satu media sosial yang paling sering digunakan dalam aktivitas sehari-hari maupun kegiatan akademik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa mudah dan nyaman Instagram digunakan berdasarkan dimensi *usability* menurut Nielsen yang meliputi *learnability*, *memorability*, *efficiency*, *error prevention*, dan *satisfaction*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan penyebaran kuesioner skala Likert 5 poin kepada 76 mahasiswa aktif pada bulan Mei 2026. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor *usability* secara keseluruhan memperoleh nilai 3,88 dan termasuk dalam kategori "Baik". Dimensi *satisfaction* memperoleh skor tertinggi sebesar 3,98 sedangkan *error prevention* memperoleh skor terendah sebesar 3,75. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa masih merasa bingung dengan kemiripan fitur Reels dan Explore sementara penempatan iklan dianggap cukup mengganggu navigasi. Selain itu banyak responden mengusulkan adanya fitur mode fokus belajar untuk membantu produktivitas saat menggunakan Instagram. Secara keseluruhan Instagram sudah memberikan pengalaman penggunaan yang baik namun masih perlu perbaikan pada konsistensi navigasi, pencegahan kesalahan, dan pengembangan fitur yang lebih mendukung kebutuhan mahasiswa.

Kata kunci: *usability*, antarmuka pengguna, Instagram, dimensi *usability* Nielsen, mahasiswa.

Abstract

This study examines the *usability* of Instagram's interface among university students since Instagram has become one of the social media platforms most frequently used in daily life and academic activities. The study aims to find out how easy and comfortable Instagram is to use based on Nielsen's *usability* dimensions which include *learnability*, *memorability*, *efficiency*, *error prevention*, and *satisfaction*. This research used a descriptive quantitative method by distributing a 5-point Likert scale questionnaire to 76 active university students in May 2026. The results showed that the overall *usability* score reached 3.88 and was categorized as "Good". The *satisfaction* dimension obtained the highest score of 3.98 while *error prevention* received the lowest score of 3.75. The findings also revealed that some students were still confused by the similarity between the Reels and Explore features while the placement of advertisements was considered disruptive to navigation. In addition, many respondents suggested adding a study focus mode to support productivity while using Instagram. Overall, Instagram already provides a good *usability* experience, although improvements are still needed in navigation consistency, error prevention, and features that better support student needs.

Keywords: *usability*, user interface, Instagram, Nielsen's *usability* dimensions, university students.

1. PENDAHULUAN

Media sosial kini merupakan elemen yang sangat penting dalam kehidupan mahasiswa di zaman digital. Instagram, yang diperkenalkan pada tahun 2010 dan kemudian diambil alih oleh Meta (yang sebelumnya dikenal sebagai Facebook) pada tahun 2012, saat ini menjadi salah satu *platform* media sosial dengan jumlah pengguna paling tinggi secara global. Diperkirakan pada tahun 2025, Instagram akan memiliki lebih dari dua miliar pengguna aktif setiap bulan, dengan mayoritas penggunanya berada di rentang usia 18 hingga 24 tahun. Di Indonesia, Instagram berada di urutan ketiga sebagai aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan, dengan tingkat penggunaan yang paling tinggi di kalangan mahasiswa berusia antara 17 hingga 24 tahun.

Dalam dunia pendidikan, Instagram lebih dari sekadar media untuk bersenang-senang. Banyak pelajar menggunakan Instagram untuk mendapatkan informasi mengenai seminar, beasiswa, kesempatan magang, serta mengikuti akun-akun yang memberikan pendidikan sesuai dengan jurusan mereka. Dengan demikian, mutu desain antarmuka pengguna (*user interface/UI*) dan pengalaman pengguna (*user experience/UX*) Instagram menjadi elemen yang krusial untuk dianalisa secara ilmiah.

Usability adalah salah satu konsep penting dalam penilaian sistem interaktif. Standar ISO 9241-11 menjelaskan *usability* sebagai "sejauh mana produk dapat dimanfaatkan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara yang efektif, efisien, dan memuaskan dalam konteks penggunaan yang telah ditentukan" [3]. Dalam pelaksanaannya, evaluasi *usability* dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah *Heuristik Usability Nielsen* yang diperkenalkan oleh Jakob Nielsen pada tahun 1993. Nielsen menguraikan *usability* melalui lima karakteristik utama: (1) *learnability*, kemudahan bagi pengguna baru dalam mempelajari sistem; (2) *efficiency*, kecepatan dalam menyelesaikan tugas setelah menguasai sistem; (3) *memorability*, kemudahan untuk mengingat cara menggunakan sistem setelah tidak menggunakannya untuk sementara; (4) *errors*, jumlah dan tingkat kesalahan yang dilakukan oleh pengguna; serta (5) *satisfaction*, tingkat kepuasan subjektif yang dirasakan pengguna terhadap sistem [4].

Beberapa studi sebelumnya telah menilai kegunaan aplikasi media sosial. Rahmat dan Supriyatna [5] menemukan bahwa tampilan Instagram memiliki tingkat kegunaan yang cukup baik, tetapi masih perlu perbaikan pada aspek konsistensi navigasi, terutama setelah pembaruan aplikasi. Pratama et al. [6] mengungkapkan bahwa penambahan fitur baru yang dilakukan secara berkala oleh Instagram kadang-kadang mengurangi tingkat kemudahan belajar bagi pengguna yang telah familier dengan antarmuka yang lama. Penelitian oleh Hairudin et al. [10] menunjukkan adanya hubungan negatif antara frekuensi penggunaan media sosial dan prestasi akademik mahasiswa, yang menandakan perlunya desain antarmuka yang lebih mendukung produktivitas.

Meskipun begitu, studi yang secara khusus meneliti kegunaan Instagram dari sudut pandang mahasiswa Indonesia dengan menggunakan data primer dari lapangan masih sangat jarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menilai secara langsung tingkat kegunaan antarmuka Instagram di kalangan mahasiswa menggunakan pendekatan Heuristik Kegunaan Nielsen.

Penelitian ini memiliki tiga sasaran utama: (1) menilai skor kegunaan antarmuka Instagram menurut setiap dimensi Nielsen dari pandangan mahasiswa; (2) menemukan fitur-fitur yang dianggap paling membingungkan, mengganggu, dan memerlukan perbaikan; serta (3) menyusun rekomendasi perbaikan antarmuka yang didasarkan pada data dan temuan lapangan yang nyata.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk mengevaluasi *usability* antarmuka Instagram pada mahasiswa. Metode ini dipilih karena mampu menggambarkan tingkat kemudahan penggunaan aplikasi berdasarkan data numerik dari responden [7]. Penelitian dilakukan pada bulan Mei 2026 dengan objek penelitian berupa antarmuka aplikasi Instagram versi terbaru yang digunakan mahasiswa dalam aktivitas sehari-hari.

2.1. Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat *usability* antarmuka Instagram pada mahasiswa menggunakan lima dimensi *usability* menurut Nielsen yaitu *learnability*, *memorability*, *efficiency*, *error prevention*, dan *satisfaction* [4]. Penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan mulai dari identifikasi masalah, penyusunan instrumen penelitian, pengumpulan data, hingga analisis hasil penelitian.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berbasis Google Form yang disebarkan kepada mahasiswa aktif sebagai responden penelitian. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis untuk mengetahui tingkat kemudahan, kenyamanan, dan pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi Instagram.

2.2. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner tertutup dan pertanyaan terbuka yang dibuat melalui Google Form. Kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju [8].

Kuesioner terdiri dari 20 pernyataan yang disusun berdasarkan lima dimensi *usability* menurut Nielsen yaitu *learnability*, *memorability*, *efficiency*, *error prevention*, dan *satisfaction*. Pembagian pernyataan dilakukan secara proporsional dengan 3 pernyataan untuk *learnability*, 2 pernyataan untuk *memorability*, 5 pernyataan untuk *efficiency*, 5 pernyataan untuk *error prevention*, dan 5 pernyataan untuk *satisfaction*.

Selain pertanyaan tertutup, penelitian ini juga menggunakan 5 pertanyaan terbuka untuk mengetahui pengalaman dan pendapat responden selama menggunakan Instagram. Pertanyaan tersebut membahas fitur yang dianggap membingungkan, pengaruh iklan terhadap kenyamanan navigasi, perubahan tata letak aplikasi, dukungan terhadap produktivitas akademik, serta saran untuk meningkatkan kenyamanan penggunaan aplikasi.

Interpretasi nilai rata-rata dilakukan menggunakan kriteria dari Riduwan yaitu 1,00–1,79 termasuk kategori Sangat Buruk, 1,80–2,59 Buruk, 2,60–3,39 Cukup, 3,40–4,19 Baik, dan 4,20–5,00 Sangat Baik [7].

2.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data

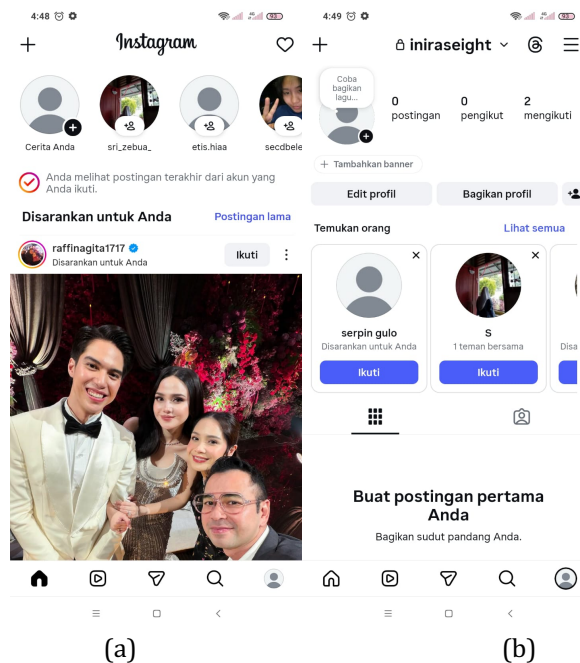
Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif yang menggunakan atau pernah menggunakan aplikasi Instagram. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden merupakan mahasiswa aktif di perguruan tinggi.

Pengumpulan data dilakukan secara online menggunakan Google Form yang disebar pada tanggal 7 Mei 2026. Jumlah responden yang diperoleh sebanyak 76 mahasiswa dan seluruh jawaban yang masuk dapat digunakan dalam proses analisis penelitian.

Analisis data kuantitatif dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata pada setiap pernyataan dan dimensi usability [7]. Sementara itu data kualitatif dari pertanyaan terbuka dianalisis dengan melihat pola jawaban dan masukan yang paling sering disampaikan oleh responden.

2.4 Prototipe Antarmuka Instagram 2026

Penelitian ini menyertakan tampilan antarmuka Instagram versi 2026 yang digunakan responden saat proses pengumpulan data berlangsung. Tampilan tersebut digunakan sebagai acuan visual dalam proses evaluasi usability sehingga responden dapat memberikan penilaian berdasarkan pengalaman penggunaan secara langsung.



Gambar 1. Antarmuka Instagram 2026: (a) Halaman Feed/Beranda, (b) Halaman Profil Pengguna

Berdasarkan Gambar 1, antarmuka Instagram versi 2026 memiliki bilah navigasi utama di bagian bawah yang terdiri dari menu Beranda, Reels, Tambah (+), Jelajahi, dan Profil. Halaman Feed menampilkan Stories di bagian atas, kiriman dari akun yang diikuti, serta konten rekomendasi. Sementara itu halaman Profil menampilkan informasi akun, statistik pengguna, dan fitur pendukung lainnya yang menjadi bagian dari evaluasi usability dalam penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Tabel 1 menyajikan karakteristik demografis 76 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Data menunjukkan sebaran yang representatif dari kalangan mahasiswa aktif.

Tabel 1. Karakteristik Demografis Responden (n = 76)

Karakteristik	Kategori	Jumlah (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	43 (56,6%)
	Laki-Laki	33 (43,4%)
Usia Rata-rata	18-20 tahun	76 (100%)
Program Studi	Ilmu Komputer	69 (90,8%)
	Sistem Informasi	4 (5,3%)
	Lainnya	3 (3,9%)
Pengguna Aktif Instagram	Ya	69 (90,8%)
	Tidak	7 (9,2%)
Durasi Penggunaan/Hari	< 1 jam	21 (27,6%)
	1-3 jam	37 (48,7%)
	3-5 jam	10 (13,2%)
	> 5 jam	8 (10,5%)

Sebagian besar peserta penelitian adalah mahasiswi (56,6%) yang berusia antara 18 hingga 20 tahun, yang mencerminkan karakteristik demografis pengguna Instagram yang sering aktif di Indonesia. Program Studi Ilmu Komputer menjadi kelompok yang paling banyak diwakili (90,8%), menunjukkan bahwa para responden memiliki keterampilan digital yang baik sehingga penilaian *usability* yang mereka berikan adalah berdasarkan informasi yang relevan. Sebanyak 90,8% dari responden aktif menggunakan Instagram, dengan kebiasaan waktu penggunaan paling sering berada di kisaran 1 hingga 3 jam setiap harinya (48,7%), menjadikan kelompok ini sangat sesuai untuk penilaian *usability* yang didasarkan pada pengalaman langsung.

3.2. Skor Usability Per Dimensi Nielsen

Tabel 2 menyajikan rata-rata skor usability untuk setiap dimensi Nielsen's *Usability Heuristics*. Perhitungan dilakukan berdasarkan rata-rata skor skala *Likert* dari seluruh butir dalam setiap dimensi.

Tabel 2. Skor Usability Per Dimensi Nielsen (n = 76)

Dimensi Usability	Skor Rata-rata (1-5)	Kategori
Learnability (kemudahan dipelajari)	3,89	Baik
Memorability (kemudahan diingat)	3,86	Baik

Efficiency (efisiensi penggunaan)	3,93	Baik
Error Prevention (pencegahan kesalahan)	3,75	Baik
Satisfaction (kepuasan pengguna)	3,98	Baik
Rata-rata Keseluruhan	3,88	Baik

Hasil evaluasi yang tercantum di Tabel 2 mengindikasikan bahwa semua aspek kegunaan masuk dalam kategori "Baik" (skor 3,40–4,19) dengan rata-rata keseluruhan sebesar 3,88. Aspek kepuasan mendapatkan skor tertinggi (3,98), yang menunjukkan bahwa dari segi estetika dan pengalaman berinteraksi, mahasiswa merasa senang saat menggunakan Instagram. Hal ini sejalan dengan komitmen besar Meta terhadap desain visual yang *up-to-date* dan sesuai dengan tren antarmuka saat ini.

Dimensi efisiensi berada di peringkat kedua dengan skor 3,93, yang menunjukkan bahwa proses berpindah antar fitur dan mengunggah konten dianggap cukup cepat dan tidak menghabiskan waktu. Hal ini dibuktikan dengan nilai tinggi pada pernyataan keenam yang mencapai 4,03 terkait dengan kecepatan berpindah antar fitur. Dimensi kemudahan belajar dengan skor 3,89 dan kemampuan mengingat dengan 3,86 juga menunjukkan hasil yang positif, yang berarti antarmuka Instagram cukup mudah untuk dipahami dan diingat oleh mahasiswa walaupun fitur-fiturnya terus berkembang.

Dimensi pencegahan kesalahan mendapatkan nilai terendah (3,75), meskipun tetap termasuk dalam kategori "Baik". Nilai ini menunjukkan bahwa ada peluang untuk perbaikan dalam aspek pencegahan dan pemulihan dari kesalahan yang dibuat oleh pengguna. Hasil ini sejalan dengan penelitian Pratama et al. [6] yang menunjukkan bahwa pembaruan fitur secara rutin di Instagram dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya kesalahan navigasi di kalangan pengguna yang sudah akrab dengan desain yang lama.

3.3 Skor Usability Per Butir Pernyataan

Tabel 3 menyajikan skor rata-rata untuk setiap butir pernyataan secara rinci, yang memungkinkan identifikasi kekuatan dan kelemahan antarmuka Instagram pada aspek yang paling spesifik.

Tabel 3. Skor Rata-rata Per Butir Pernyataan

No	Pernyataan	Skor Rata-rata	Kategori
	<i>LEARNABILITY</i>		
1	Ikon navigasi utama (<i>Home, Search, Reels, Profile</i>) mudah dipahami	4,17	Sangat Baik
2	Tidak perlu waktu lama untuk mempelajari fitur baru	3,97	Baik

3	Tata letak menu konsisten dan tidak berubah secara membingungkan	3,54	Baik
	<i>MEMORABILITY</i>		
4	Mudah mengingat letak pengaturan privasi dan keamanan akun	3,80	Baik
5	Istilah antarmuka mudah dimengerti oleh mahasiswa	3,91	Baik
	<i>EFFICIENCY</i>		
6	Dapat berpindah antar fitur (Feed ke DM) dengan sangat cepat	4,03	Baik
7	Proses mengunggah konten (<i>Story/Feed/Reels</i>) singkat dan efisien	3,83	Baik
8	Fitur <i>Explore</i> memberikan hasil pencarian akurat	3,74	Baik
9	Penempatan tombol <i>Share</i> dan <i>Comment</i> strategis dan mudah dijangkau	4,13	Sangat Baik
10	Fitur <i>Saved/Collections</i> membantu mengorganisir informasi penting	3,92	Baik
	<i>ERROR PREVENTION</i>		
11	Jarang melakukan salah klik saat mengakses menu tertentu	3,50	Baik
12	Peringatan jelas sebelum tindakan permanen (hapus postingan)	4,11	Sangat Baik
13	Pesan error saat gangguan jaringan membantu memahami masalah	3,80	Baik
14	Mudah membatalkan tindakan tidak sengaja	3,63	Baik
15	Antarmuka stabil, jarang <i>force close</i>	3,70	Baik
	<i>SATISFACTION</i>		
16	Kombinasi warna dan tipografi nyaman di mata	4,01	Baik
17	Desain antarmuka modern dan sesuai tren saat ini	3,99	Baik
18	<i>White space</i> membuat tampilan rapi dan tidak penuh	3,83	Baik
19	<i>Dark Mode</i> terintegrasi baik dan meningkatkan kenyamanan	4,12	Sangat Baik
20	Secara keseluruhan puas dengan pengalaman interaksi	3,96	Baik

Dari Tabel 3, dapat dilihat bahwa pernyataan dengan skor tertinggi adalah pernyataan yang pertama tentang kemudahan dalam memahami ikon navigasi utama, dengan skor 4,17 yang termasuk dalam kategori Sangat Baik. Ini menunjukkan bahwa desain ikon Instagram—yang menggunakan simbol rumah untuk merujuk ke beranda, kaca pembesar untuk fungsi pencarian, dan siluet orang untuk profil—dikenali sebagai sangat mudah oleh para mahasiswa. Skor Sangat Baik juga dicapai pada pernyataan yang kesembilan (penempatan tombol *Share* dan *Comment*, dengan skor 4,13), pernyataan yang kesembilan belas (mode gelap, skor

4,12), dan pernyataan yang kedua belas (peringatan sebelum tindakan yang bersifat permanen, dengan skor 4,11).

Di sisi lain, pernyataan dengan skor terendah adalah nomor 11 yang berkaitan dengan frekuensi terjadinya salah klik saat mengakses menu (3,50) dan nomor 3 mengenai konsistensi tata letak menu (3,54). Meskipun keduanya masih berada dalam kategori "Baik", skor yang lebih rendah ini menunjukkan bahwa pengguna masih sering mengalami kesalahan klik saat bernavigasi dan merasakan adanya ketidakkonsistenan pada layout sebagai akibat dari update aplikasi yang dilakukan Meta cukup sering. Hasil ini diperkuat dengan data kualitatif yang menunjukkan banyak responden mengeluhkan perubahan posisi tombol DM yang berpindah dari pojok kanan atas ke bilah navigasi di bagian bawah.

3.4 Analisis Temuan Kualitatif

Data dari pertanyaan terbuka menghasilkan wawasan kualitatif yang memperkaya pemahaman terhadap skor kuantitatif. Tabel 4 merangkum temuan kualitatif utama beserta rekomendasi yang dirumuskan.

Tabel 4. Rangkuman Temuan Kualitatif dan Rekomendasi

Kategori Temuan	Isu Utama	Rekomendasi
Kebingungan Navigasi	<i>Reels & Explore</i> tampilan serupa, tombol DM berpindah posisi	Diferensiasi visual <i>Reels vs Explore</i> ; stabilisasi posisi tombol DM
Gangguan Iklan	Iklan di <i>Story</i> tidak dapat di-skip langsung; iklan <i>Feed</i> muncul setiap 3-4 postingan	Transparansi label " <i>Sponsored</i> " diperjelas; batasi frekuensi iklan
Produktivitas Mahasiswa	Konten hiburan mengganggu fokus belajar	Tambah fitur " <i>Study Mode</i> " untuk membatasi <i>Reels & iklan</i>
Konsistensi Tata Letak	Pembaruan aplikasi mengubah posisi elemen secara mendadak	Komunikasikan perubahan UI melalui tour panduan setiap pembaruan
Fitur Pencarian	<i>Explore</i> kurang spesifik untuk konten edukasi	Filter pencarian berdasarkan kategori (edukasi, seminar, magang)

Temuan kualitatif yang pertama dan paling menonjol adalah adanya kebingungan antara fitur *Reels* dan *Explore*. Banyak responden menjelaskan bahwa kedua fitur ini menyajikan konten video rekomendasi yang mirip, sehingga sulit untuk memahami perbedaan fungsi masing-masing. Dilihat dari sudut pandang Prinsip Heuristik Nielsen, situasi ini melanggar aturan "Konsistensi dan Standar" karena dua pilihan menu yang berbeda memberikan pengalaman pengguna yang hampir serupa. Tambahan pula, beberapa responden juga menunjukkan kebingungan terkait fitur *Share ke Story*, *Close Friends*, dan *Notes* yang letaknya berdekatan dan memiliki tampilan yang mirip.

Temuan kedua berhubungan dengan gangguan yang ditimbulkan oleh iklan. Sebagian besar responden mengungkapkan bahwa iklan di *Story* lebih mengganggu dibandingkan dengan iklan di *Feed*, karena iklan ini muncul secara otomatis di antara *Story* teman dan sering kali sulit untuk dilewati. Beberapa responden juga

melaporkan bahwa iklan di *Feed* kadang-kadang menyebabkan mereka keluar dari aplikasi secara tidak sengaja saat tersentuh. Dari sudut pandang pencegahan kesalahan, situasi ini berpotensi meningkatkan kemungkinan terjadinya navigasi yang salah yang tidak diinginkan.

Temuan ketiga adalah perlunya fitur untuk manajemen waktu dan peningkatan produktivitas. Sebagian besar responden yang memberikan masukan menyarankan adanya tambahan "mode fokus belajar" yang secara otomatis membatasi akses ke konten hiburan seperti Reels dan iklan ketika pengguna sedang dalam sesi belajar. Beberapa responden bahkan menyarankan pengembangan fitur pengelompokan konten berbasis AI (misalnya folder otomatis untuk materi edukasi, magang, dan acara kampus), menunjukkan bahwa harapan mahasiswa terhadap fungsionalitas produktif Instagram semakin meningkat.

3.5 Pembahasan dan Implikasi

Secara keseluruhan, temuan dari studi ini menegaskan dan memperdalam hasil penelitian sebelumnya di berbagai bidang. Pertama, rata-rata skor *usability* sebesar 3,88 yang termasuk dalam kategori "Baik" sejalan dengan hasil penelitian Rahmat dan Supriyatna [5] yang menyebutkan bahwa Instagram memiliki tingkat kegunaan yang baik bagi pengguna secara umum. Namun, studi ini memberikan wawasan lebih mendalam bahwa meskipun secara umum baik, terdapat perbedaan yang signifikan antar dimensi (dari 3,75 hingga 3,98) yang menunjukkan bagian-bagian yang masih perlu diperhatikan oleh pengembang.

Kedua, skor rendah pada pencegahan kesalahan (3,75) dan konsistensi tata letak (item 3 = 3,54) mendukung pendapat Pratama et al. [6] bahwa pendekatan Meta dalam memperbarui tampilan Instagram secara berkala tanpa memberikan informasi yang cukup kepada pengguna dapat merusak pengalaman pengguna yang sudah mapan. Dari sudut pandang HCI, ini menunjukkan perlunya manajemen perubahan yang lebih baik saat melakukan pembaruan tampilan, misalnya dengan menyediakan tur panduan interaktif setiap kali ada perubahan elemen navigasi.

Ketiga, munculnya saran "mode fokus belajar" dalam data kualitatif menunjukkan adanya ketegangan yang belum teratasi antara model bisnis Instagram (yang bergantung pada keterlibatan pengguna yang tinggi) dan kebutuhan mahasiswa (yang memerlukan batasan penggunaan yang sehat). Penelitian oleh Hairudin et al. [10] telah mencatat dampak negatif media sosial terhadap pencapaian akademik, dan hasil kualitatif dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari dilema tersebut dan secara aktif mencari solusi dari platform. Implikasi praktis ini dapat menjadi masukan penting bagi tim produk Instagram untuk mengembangkan fitur yang benar-benar mendukung kesejahteraan pengguna di kalangan mahasiswa.

Dari sudut pandang akademis, studi ini memberikan sumbangan pada literatur tentang evaluasi kegunaan aplikasi mobile di Indonesia dengan menyajikan data empiris yang didasarkan pada sampel primer yang jarang ada terkait konteks Instagram secara khusus. Kerangka Heuristik Kegunaan Nielsen terbukti dapat digunakan dan sesuai untuk menilai *platform* media sosial, serta temuan dari penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk studi jangka panjang yang mengamati perubahan pandangan terhadap kegunaan seiring perkembangan antarmuka Instagram.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengevaluasi tingkat *usability* antarmuka Instagram pada 76 mahasiswa menggunakan dimensi *usability* menurut Nielsen [4]. Hasil penelitian menunjukkan bahwa antarmuka Instagram memperoleh kategori “Baik” dengan rata-rata skor sebesar 3,88 dari skala 5. Dimensi *satisfaction* memperoleh nilai tertinggi yang menunjukkan bahwa pengguna merasa cukup puas terhadap tampilan dan desain Instagram. Sementara itu dimensi *error prevention* memperoleh nilai terendah sehingga masih diperlukan perbaikan pada konsistensi navigasi dan pencegahan kesalahan saat menggunakan aplikasi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa masih merasa bingung dengan kemiripan fitur Reels dan Explore. Selain itu penempatan iklan dianggap cukup mengganggu pengalaman navigasi dan perubahan tampilan aplikasi yang terlalu sering membuat beberapa pengguna merasa kurang nyaman. Responden juga mengusulkan adanya fitur pendukung produktivitas seperti mode fokus belajar agar penggunaan Instagram lebih terkontrol saat kegiatan akademik berlangsung.

Berdasarkan hasil tersebut penelitian ini menyarankan agar Instagram meningkatkan kejelasan fungsi antar fitur, mengurangi gangguan iklan, serta menghadirkan fitur yang lebih mendukung kenyamanan dan produktivitas pengguna.

Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar jumlah responden diperluas dengan melibatkan lebih banyak mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi dan program studi. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan metode evaluasi lain seperti *System Usability Scale* (SUS), *think-aloud*, atau *eye-tracking* agar hasil evaluasi *usability* dapat diperoleh dengan lebih mendalam [9].

DAFTAR PUSTAKA

- [1] We Are Social & Hootsuite, "Digital 2025 Global Overview Report: Indonesia," DataReportal, vol. 1, no. 1, pp. 40–75, Jan. 2025.
- [2] R. Kemp, "Connected Indonesia 2024: Social Media Usage Trends," *Journal of Digital Society*, vol. 6, no. 2, pp. 15–34, Apr. 2024.
- [3] H. Abras, K. Maloney-Krichmar, and J. Preece, "User-Centered Design and ISO 9241-11: Revisiting Usability Definitions in Interactive Systems," *International Journal of Human-Computer Studies*, vol. 181, no. 3, pp. 103–119, Sep. 2023.
- [4] M. Iqbal, A. Sanjaya, and R. Nugraha, "Revisiting Nielsen's Usability Heuristics for Mobile Application Evaluation: A Systematic Review," *Journal of Information Systems and Informatics*, vol. 5, no. 4, pp. 872–885, Dec. 2023.
- [5] A. Rahmat and A. Supriyatna, "Evaluasi Usability Aplikasi Instagram Menggunakan Metode Heuristic Evaluation," *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, vol. 7, no. 1, pp. 12–20, Mar. 2022.
- [6] D. Pratama, R. Hidayat, and S. Andriani, "Analisis Pengalaman Pengguna pada Pembaruan Fitur Media Sosial: Studi Kasus Instagram Reels," *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, vol. 10, no. 2, pp. 88–97, Jun. 2024.
- [7] F. Alqahtani and H. Alshamrani, "Evaluating the Usability of Social Media Applications: A Framework for Mobile Platforms," *Journal of King Saud University – Computer and Information Sciences*, vol. 35, no. 8, pp. 101–115, Aug. 2023.

- [8] A. Mulyani, B. Santoso, and C. Hidayat, "Validasi Skala Likert dalam Penelitian Persepsi Usability Aplikasi Mobile pada Mahasiswa Indonesia," *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, vol. 16, no. 1, pp. 45–58, Apr. 2024.
- [9] S. Nurhadryani, A. Sianturi, and I. Hermadi, "Pengujian Usability untuk Meningkatkan Antarmuka Aplikasi Mobile dengan Metode Nielsen," *Jurnal Ilmu Komputer dan Agri-Informatika*, vol. 9, no. 2, pp. 76–88, Okt. 2022.
- [10] A. Hairudin, M. Z. Abdullah, and N. A. Zulkifli, "Social Media and Student Academic Performance: A Systematic Review," *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, vol. 14, no. 3, pp. 521–530, 2023.
- [11] R. Andini, D. Kurniawan, and M. Fauzi, "Analisis User Experience Antarmuka Aplikasi Media Sosial pada Generasi Z: Pendekatan Kuantitatif," *Jurnal Teknologi dan Sistem Komputer*, vol. 12, no. 1, pp. 33–44, Jan. 2024.
- [12] Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D," 3rd ed. Bandung: Alfabeta, 2023.