

PENDEKATAN SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW DAN EUCS: MENGUKUR KEPUASAN PENGGUNA TIKTOK DAN INSTAGRAM

Pratama Angga Buana^{1*)}, Luthfi Haikalul Hafidz²⁾, Andika Rahmat Hartadi³⁾,
Yusuf Ivan Kurniawan⁴⁾, Hari Tri Anggoro⁵⁾, Nanda Shofa Saghita⁶⁾

^{*1, 2,3,4,5,6)} Prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, USM

Jalan Soekarno Hatta, Tlogosari Kulon, Semarang, Jawa Tengah, 50196, Indonesia

e-mail: pratama_angga@usm.ac.id^{*1)}, haikalhafidz24@gmail.com²⁾, cahayacellular122018@gmail.com³⁾,
yusufivan11@gmail.com⁴⁾, haritri282@gmail.com⁵⁾, nandashofasaghita015@gmail.com⁶⁾

*corresponding author

(Naskah masuk : xx xx xxxx Diterima untuk diterbitkan : xx xx xxxx)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna aplikasi TikTok dan Instagram Reels menggunakan pendekatan *End User Computing Satisfaction (EUCS)* dan *Systematic Literature Review (SLR)*. Lima dimensi utama *EUCS* yang dianalisis meliputi konten, akurasi, format, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu. Data utama dikumpulkan melalui kuesioner daring yang melibatkan 58 responden dengan metode *random sampling*. Selain itu, analisis literatur sistematis dilakukan dengan model PRISMA untuk memperkuat temuan empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua aplikasi memperoleh tingkat kepuasan yang tinggi pada semua dimensi, dengan dimensi konten dan akurasi sebagai faktor yang paling signifikan. TikTok unggul dalam variasi dan relevansi konten serta akurasi rekomendasi, sementara Instagram Reels lebih menonjol dalam desain antarmuka. Kombinasi pendekatan *EUCS* dan *SLR* memberikan wawasan holistik mengenai pengalaman pengguna, yang dapat digunakan oleh pengembang aplikasi untuk meningkatkan kualitas layanan.

Kata Kunci: *EUCS, Instagram Reels, Kepuasan Pengguna, SLR, TikTok,*

ABSTRACT

This study aims to evaluate user satisfaction with TikTok and Instagram Reels applications using the End User Computing Satisfaction (EUCS) and Systematic Literature Review (SLR) approaches. Five key EUCS dimensions—content, accuracy, format, ease of use, and timeliness—were analyzed. Primary data was collected through an online questionnaire involving 58 respondents using random sampling, complemented by systematic literature analysis using the PRISMA model to support empirical findings. The results show that both applications achieved high satisfaction levels across all dimensions, with content and accuracy being the most significant factors. TikTok excels in content variety, relevance, and recommendation accuracy, while Instagram Reels stands out for its interface design. The combination of EUCS and SLR approaches offers holistic insights into user experiences, which can be leveraged by application developers to enhance service quality.

Keywords: *EUCS, Instagram Reels, SLR, TikTok, User Satisfaction*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial yang pesat telah menjadikannya lebih dari sekadar sarana komunikasi atau hiburan. Saat ini, media sosial memainkan peran strategis dalam dunia pemasaran karena efektivitas biaya yang rendah serta kemampuannya menjangkau *audiens* secara luas [1]. *Platform-platform* seperti Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, TikTok, dan lainnya merupakan contoh media sosial yang paling sering digunakan [2].

TikTok telah menjadi salah satu aplikasi dengan pertumbuhan signifikan beberapa tahun terakhir, khususnya di Indonesia, dengan dominasi pengguna dari generasi milenial (Y) dan generasi Z (usia 11–26 tahun) [3]. Data global menunjukkan bahwa 60% pengguna TikTok berasal dari Gen Z, sedangkan 35% lainnya dari generasi milenial. Di Indonesia, jumlah pengguna TikTok mencapai sekitar 99,07 juta orang [4]. Sementara itu, Instagram juga menjadi *platform* besar dengan lebih dari 1,45 miliar pengguna aktif bulanan secara global. Rentang usia penggunanya didominasi oleh kelompok 25–34 tahun (31,6%)

dan 18–24 tahun (30,1%) [5].

Kehadiran fitur video pendek seperti TikTok dan Instagram Reels memberi potensi besar dalam mendukung kegiatan pembelajaran. Format ini dinilai mampu meningkatkan minat serta mempermudah pemahaman materi karena penyajiannya yang menarik dan ringkas [6]. Fokus penelitian ini adalah mengukur tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan kedua *platform* tersebut. Evaluasi kepuasan difokuskan pada aspek-aspek teknologi seperti konten, akurasi, kemudahan penggunaan, format penyajian, dan ketepatan waktu [7], yang dapat membentuk persepsi positif serta kepercayaan terhadap aplikasi.

Penelitian sebelumnya telah menelusuri kepuasan pengguna TikTok. Salah satunya adalah studi oleh Abdillah yang mengkaji kegunaan aplikasi menggunakan *System Usability Scale (SUS)*. Berdasarkan data dari 30 responden melalui Google Form, TikTok memperoleh skor rata-rata 74 dan termasuk dalam kategori “*Acceptable*” dengan rating “*Good*” [8].

Studi lain oleh Novemnur et al. memanfaatkan pendekatan *End User Computing Satisfaction (EUCS)* untuk mengidentifikasi faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna TikTok. Dari lima variabel. Hasilnya menyatakan hanya konten yang menunjukkan pengaruh signifikan. Nilai R^2 sebesar 0,486 menunjukkan bahwa lima variabel tersebut menjelaskan sekitar 48,6% dari tingkat kepuasan pengguna [9].

Nurvarahim juga menyatakan bahwa selain sebagai media hiburan, TikTok menarik perhatian pengguna karena kemudahan akses dan kontennya yang variatif. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis PLS-SEM melalui SmartPLS 4.0, hasil penelitiannya kembali menegaskan bahwa hanya variabel konten yang berdampak signifikan terhadap kepuasan pengguna [10].

Amelia Agustin et al. menekankan pentingnya kepuasan dan penerimaan teknologi terhadap kesuksesan aplikasi seperti TikTok dan Snack Video. Mengkombinasikan dua metode, yaitu UTAUT dan EUCS, melibatkan 28 indikator. Pada TikTok, ditemukan bahwa variabel seperti konten, akurasi, kemudahan, tata letak, dan ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Sebaliknya, di Snack Video, hanya beberapa variabel seperti ekspektasi kinerja dan kemudahan penggunaan yang terbukti signifikan [11].

Qomarul Huda meneliti Instagram dengan pendekatan *usability testing*. Dari 50 responden, skor SUS yang diperoleh sebesar 77,6, mengindikasikan kualitas layanan yang baik (*adjective rating: "Good"*) [12].

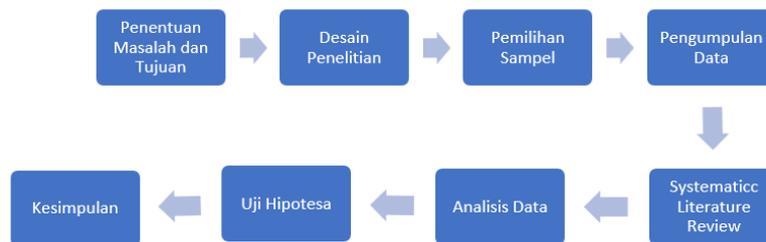
Penelitian ini mengangkat aspek kebaruan melalui pendekatan gabungan antara EUCS dan *Systematic Literature Review (SLR)*. EUCS memungkinkan analisis tingkat kepuasan berdasarkan lima indikator utama, sedangkan SLR memberikan dasar teoretis untuk menyintesis temuan dari berbagai studi sebelumnya [13]. Tujuan utama penelitian adalah untuk mengevaluasi dan membandingkan sejauh mana TikTok dan Instagram Reels memenuhi harapan pengguna, sekaligus memberikan masukan bagi pengembang aplikasi dan pelaku pemasaran digital dalam meningkatkan kualitas layanannya. Pendekatan terpadu ini menawarkan perspektif yang lebih luas dan valid karena menggabungkan data empiris dan teori dalam satu kerangka kerja.

II. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan terdiri dari kuesioner dan *Systematic Literature Review (SLR)* untuk menganalisis tingkat kepuasan pengguna aplikasi TikTok dan Instagram Reels. Pengumpulan data utama dilakukan melalui kuesioner yang dirancang berdasarkan metode *End User Computing Satisfaction (EUCS)*, yang mencakup lima dimensi utama, yaitu : konten, akurasi, tata letak, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu [14]. Kuesioner disebarkan secara daring kepada 58 responden yang dipilih menggunakan metode sampel *random*, dengan tingkat kesalahan sebesar 5% untuk menjaga validitas data [15].

Pendekatan SLR digunakan untuk mendukung temuan empiris melalui analisis literatur secara sistematis. Proses SLR mengikuti model PRISMA yang terdiri dari identifikasi, penyaringan, pemilihan, dan sintesis studi yang relevan dengan topik penelitian [16], [17]. Model PRISMA memungkinkan penelitian memperoleh wawasan yang lebih luas dari studi terdahulu sekaligus memperkuat hasil dari data kuesioner [18]. Kombinasi data primer dan sintesis literatur ini memberikan perspektif yang holistik dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna, serta

menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif. Gambar 1 berikut ini menggambarkan alur metode penelitian tahap demi tahap, yang dimulai dari penentuan masalah dan tujuan, desain penelitian, pemilihan sampel, pengumpulan data, pelaksanaan SLR, analisis data, uji hipotesis, hingga penyusunan kesimpulan.



Gambar 1. Alur Metode Penelitian

2.1. Tahap Penentuan Masalah dan Tujuan

Tahap awal adalah mengidentifikasi permasalahan penelitian, yaitu menganalisis tingkat kepuasan pengguna aplikasi TikTok dan Instagram Reels. Tujuan dari penelitian ini adalah mengevaluasi kepuasan pengguna dengan dua pendekatan utama: EUCS dan SLR.

2.2. Tahap Desain Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggabungkan instrumen kuesioner dan metode SLR. Data primer diperoleh melalui kuesioner, sedangkan SLR untuk menganalisis dan mensintesis literatur yang relevan.

2.3. Tahap Pemilihan Sampel

Sampel penelitian ditentukan menggunakan metode *random sampling* [19]. Sebanyak 58 responden dipilih secara acak untuk mengisi kuesioner yang telah disusun. Pemilihan sampel dilakukan dengan memperhatikan *margin of error* sebesar 5% untuk memperoleh hasil yang representatif.

2.4. Tahap Pengumpulan Data

Kuesioner dirancang berdasarkan lima variabel dalam metode EUCS, yaitu konten, akurasi, tata letak, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu. Responden memberikan penilaian terhadap masing-masing variabel menggunakan skala *Likert*. Kuesioner disebarluaskan secara daring untuk menjangkau responden dengan lebih luas dan efisien.

2.5. Tahap Systematic Literature Review

Pada tahap ini, dilakukan kajian literatur terkait penggunaan aplikasi TikTok dan Instagram Reels serta kepuasan pengguna. Proses SLR mengikuti alur PRISMA, yang terdiri dari : (a) Identifikasi Studi, Pengumpulan artikel relevan dari berbagai sumber jurnal, *database*, dan publikasi; (b) Penyaringan, Seleksi artikel berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi; (c) Pemilihan, Evaluasi studi yang telah disaring untuk dianalisis lebih lanjut; (d) Sintesis, Penggabungan temuan dari studi-studi terpilih guna memperoleh wawasan yang lebih luas.

2.6. Tahap Analisis Data

Data dari kuesioner dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif untuk menghitung skor kepuasan berdasarkan lima variabel EUCS. Sementara itu, hasil kajian SLR disintesis untuk melengkapi dan memperkaya hasil temuan dari data primer, sehingga diperoleh pemahaman secara menyeluruh mengenai dimensi yang memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi TikTok dan Instagram Reels.

2.7. Tahap Uji Hipotesis

Setelah seluruh data terkumpul dan dianalisis, dilakukan uji hipotesis untuk mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel terhadap tingkat kepuasan pengguna. Uji ini bertujuan untuk mengonfirmasi apakah variabel *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna kedua aplikasi.

2.8. Tahap Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan sintesis literatur, peneliti menyusun kesimpulan serta rekomendasi. Hasil akhir penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembang

aplikasi maupun pemangku kepentingan terkait, mengenai faktor-faktor penting yang memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi media sosial.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini diawali dengan proses pemilihan sampel menggunakan teknik random sampling dari total 58 responden, dengan *Margin of Error* sebesar 5%. Perhitungan jumlah sampel mengacu pada rumus Slovin [20] berikut.

$$\frac{N}{1+N.e^2} \quad (1)$$

Dimana :

N : 58 (Jumlah Populasi)

e : 5% atau 0,05 (*MoE*)

Sehingga diperoleh :

$$n = \frac{58}{1+58.(0,05)^2}$$

$$n = \frac{58}{1+0,145}$$

$$n = \frac{58}{1,145}$$

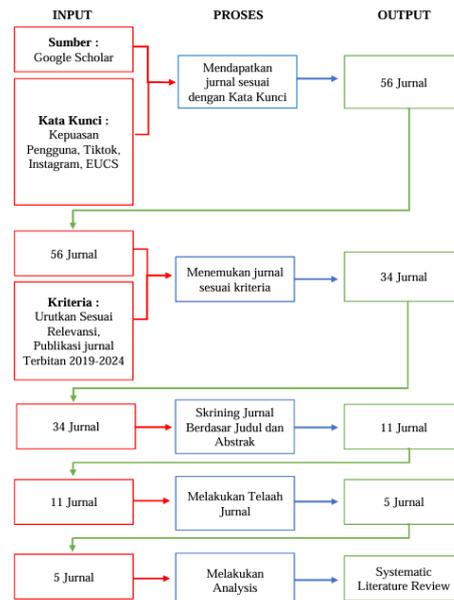
$$n = 50,65$$

Data yang terkumpul disebarkan secara acak dan daring melalui kuesioner kepada 51 responden. Kuesioner memuat pernyataan yang disusun berdasarkan lima dimensi EUCS sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Pernyataan Kuesioner Dimensi EUCS Tiktok/Instagram Reels

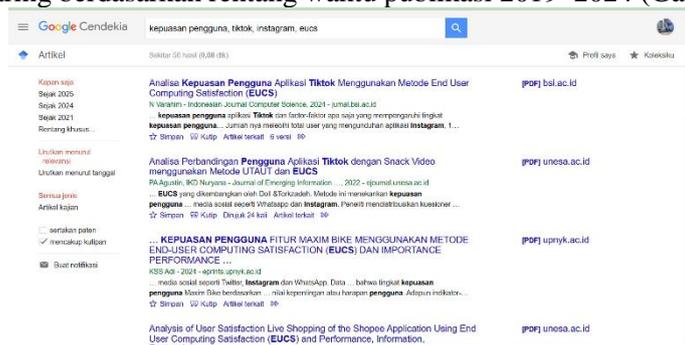
No.	Dimensi EUCS	Pernyataan Kuesioner
1.	Content/Konten	<ol style="list-style-type: none"> Konten yang disajikan oleh aplikasi TikTok/Instagram Reels sudah relevan. Saya puas akan kualitas konten video pendek di aplikasi ini. Aplikasi TikTok/Instagram Reels menyajikan konten yang bervariasi.
2.	Accuracy/Akurat	<ol style="list-style-type: none"> Rekomendasi video pada TikTok/Instagram Reels akurat sesuai preferensi saya. Aplikasi memberikan hasil pencarian yang sesuai dengan apa yang saya cari. Informasi pada deskripsi konten video dapat dipercaya.
3.	Format/Tata Letak	<ol style="list-style-type: none"> Tata letak dan desain aplikasi TikTok/Instagram Reels mudah dipahami. Aplikasi memiliki tampilan antarmuka yang menarik dan interaktif. Penggunaan fitur seperti efek dan filter mudah ditemukan dan digunakan.
4.	Ease of Use / Kemudahan penggunaan	<ol style="list-style-type: none"> Aplikasi TikTok/Instagram Reels mudah digunakan bahkan untuk pengguna baru. Saya dapat dengan cepat memahami fungsi-fungsi dalam aplikasi ini. Navigasi aplikasi ini terasa mudah dipahami dan sederhana.
5.	Timeliness/Ketepatan Waktu	<ol style="list-style-type: none"> Video di aplikasi TikTok/Instagram Reels selalu tersedia dan dapat diakses kapan saja Waktu pemuatan (loading) video pada aplikasi ini sangat cepat Saya tidak pernah mengalami keterlambatan dalam pembaruan konten di aplikasi ini

Tahapan selanjutnya adalah telaah pustaka menggunakan metode PRISMA, sebagaimana diperlihatkan dalam Gambar 2 berikut.

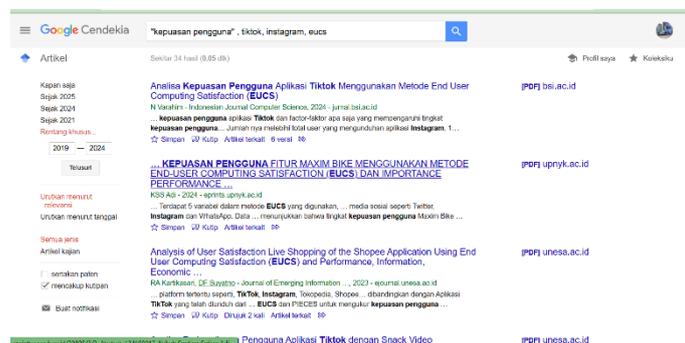


Gambar 2. Tahapan Systematic Literatur Review dengan Model PRISMA

Proses identifikasi melibatkan pencarian artikel melalui Google Scholar dengan kata kunci seperti “Kepuasan Pengguna”, “TikTok”, “Instagram”, dan “EUCS”. Awalnya ditemukan 56 jurnal (Gambar 3), yang kemudian disaring berdasarkan rentang waktu publikasi 2019–2024 (Gambar 4).



Gambar 3. Hasil Awal Identifikasi Literatur



Gambar 4. Hasil Penyaringan Literatur

Dari 56 jurnal awal, sebanyak 34 jurnal dipilih berdasarkan kriteria inklusi, seperti kesesuaian topik dan tahun publikasi. Penyaringan lanjutan menghasilkan 11 jurnal, dan dari jumlah tersebut, lima jurnal dijadikan referensi utama sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2.

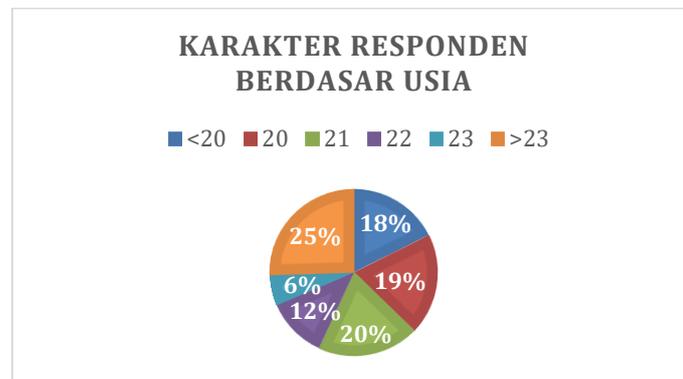
Tabel 2. Hasil SLR PRISMA

No.	Judul Artikel	Tahun	Penulis
1.	Analisis Evaluasi Penggunaan Aplikasi TikTok dengan Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS)	2023	Abdillah F
2.	Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction	2024	Novemnur R, Afdal M, Permana I, Fronita M
3.	Analisa Kepuasan Pengguna Aplikasi Tiktok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)	2024	Nurvarahim
4.	Analisa Perbandingan Pengguna Aplikasi Tiktok dengan Snack Video menggunakan Metode UTAUT dan EUCS	2022	Amelia Agustin P, Kadek Dwi Nuryana I
5.	Evaluasi Usability Pada Aplikasi Instagram Menggunakan Metode Usability Testing	2023	Qomarul Huda M, Mustafa Maulana R

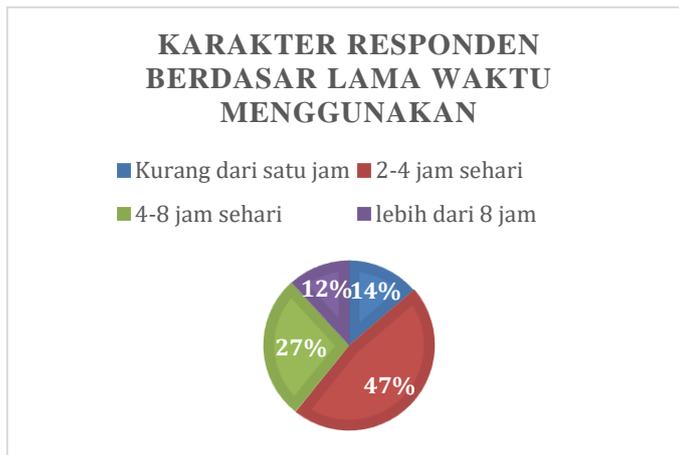
Karakteristik responden ditampilkan pada Gambar 5 hingga Gambar 7. Sebaran berdasarkan jenis kelamin menunjukkan 30 laki-laki dan 21 perempuan. Distribusi usia terbesar berada pada kelompok di atas 23 tahun (13 orang). Waktu penggunaan aplikasi per hari berkisar antara 2-4 jam (24 orang), disusul 4-8 jam (14 orang), kurang dari 1 jam (7 orang), dan lebih dari 8 jam (6 orang).



Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin



Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasar Usia Pengguna



Gambar 7. Karakteristik Responden Berdasar Lama Penggunaan

Validitas instrumen diuji dengan mengkorelasikan setiap item terhadap total skor. Item dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabelnya. Seluruh item dalam kuesioner untuk aplikasi TikTok dan Instagram Reels dinyatakan valid (Tabel 3).

Tabel 3. Uji Validitas pada Aplikasi Tiktok dan Instagram Reels

Dimensi	ID	R-Hitung TikTok	R-Hitung IG	R-Tabel	Status
Konten	K1	0,826	0,798		
	K2	0,765	0,722		
	K3	0,797	0,849		
Akurat	A1	0,654	0,905		
	A2	0,852	0,772		
	A3	0,864	0,691		
Tata Letak	T1	0,884	0,697		
	T2	0,830	0,665	0,276	Valid
	T3	0,768	0,775		
Kemudahan Penggunaan	KP1	0,753	0,828		
	KP2	0,805	0,888		
	KP3	0,886	0,865		
Ketepatan Waktu	KW1	0,887	0,853		
	KW2	0,885	0,812		
	KW3	0,706	0,764		

Reliabilitas diuji menggunakan Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai alpha > 0,6 (Tabel 4).

Tabel 4. Uji Reliabilitas pada Aplikasi Tiktok dan Instagram Reels

Dimensi	R Hitung TikTok	R Hitung IG	R Tabel	Status
Konten	0,846	0,784		Reliabel
Akurat	0,801	0,847		
Tata Letak	0,818	0,880	0,6	
Kemudahan Penggunaan	0,830	0,828		
Ketepatan Waktu	0,843	0,800		

Penelitian ini mengevaluasi pengaruh dimensi EUCS terhadap kepuasan pengguna. Berikut rata-rata skor masing-masing dimensi pada Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5. Kepuasan Pengguna Aplikasi TikTok

Dimensi	Mean	Level	Kategori
Konten	4,06	4	Puas
Akurat	4,05	4	Puas
Tata Letak	4,05	4	Puas
Kemudahan Penggunaan	3,97	4	Puas
Ketepatan Waktu	3,95	4	Puas

Tabel 6. Tingkat Kepuasan Pegguna Aplikasi Instagram Reels

Dimensi	Mean	Level	Kategori
Konten	4,03	4	Puas
Akurat	4,03	4	Puas
Tata Letak	4,03	4	Puas
Kemudahan Penggunaan	3,95	4	Puas
Ketepatan Waktu	3,92	4	Puas

Pembahasan dari penelitian ini dapat dijelaskan bahwa kedua aplikasi menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi pada semua dimensi *EUCS*. Tabel 5 dan Tabel 6 memperlihatkan rata-rata skor untuk dimensi konten berada pada kategori "Puas" dengan nilai 4,06 untuk TikTok dan 4,03 untuk Instagram Reels. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan keduanya sesuai dengan preferensi pengguna, dengan TikTok sedikit unggul dalam variasi dan relevansi konten. Namun, pada dimensi kemudahan penggunaan, Instagram Reels mencatat skor 3,92, lebih rendah dibanding dimensi yang lain. Hal tersebut mengindikasikan bahwa meskipun antarmuka Instagram Reels menarik secara visual, pengguna mungkin merasa kesulitan dalam memahami beberapa fitur, terutama pengguna baru. Skor yang tinggi pada dimensi konten mencerminkan bahwa kedua aplikasi telah berhasil memenuhi harapan pengguna terkait variasi dan relevansi konten. Namun, skor yang lebih rendah pada kemudahan penggunaan untuk Instagram Reels menunjukkan potensi untuk meningkatkan pengalaman *on boarding* atau tutorial bagi pengguna baru.

Analisis berdasarkan grafik karakteristik responden pada gambar 6 menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia di atas 23 tahun, dengan dominasi penggunaan harian sebesar 2-4 jam (seperti nampak pada gambar 7). TikTok tampaknya lebih populer di kalangan pengguna dengan durasi penggunaan harian yang lebih tinggi dibandingkan Instagram Reels. Durasi penggunaan harian yang tinggi menunjukkan bahwa TikTok lebih mampu menarik perhatian pengguna dalam jangka waktu lebih lama. Hal ini mungkin disebabkan oleh *algoritma* rekomendasi video yang lebih akurat (dimensi akurasi pada Tabel 5 memiliki skor 4,05). Bagi Instagram Reels, ini dapat menjadi peluang untuk mengoptimalkan *algoritma* rekomendasinya agar lebih menarik bagi pengguna dengan kebiasaan penggunaan yang intens.

Hasil uji validitas dan reliabilitas pada Tabel 3 dan Tabel 4 menunjukkan bahwa semua item kuesioner pada dimensi *EUCS* valid dan reliabel dengan nilai lebih besar dari 0,6. Dimensi akurasi pada TikTok menunjukkan nilai R-hitung tertinggi (0,905), sedangkan dimensi yang sama untuk Instagram Reels memiliki nilai yang lebih rendah (0,772). Hasil ini menunjukkan bahwa *algoritma* TikTok lebih efektif dalam memberikan rekomendasi yang relevan bagi pengguna dibandingkan Instagram Reels. Dimensi akurasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Namun, Instagram Reels dapat meningkatkan performanya dengan menyesuaikan sistem rekomendasi berdasarkan data perilaku pengguna.

Gabungan data kuantitatif dari kuesioner dan analisis literatur melalui pendekatan *SLR* menunjukkan bahwa dimensi konten memiliki pengaruh paling signifikan terhadap kepuasan pengguna di kedua aplikasi. TikTok unggul dalam konten variatif dan relevansi, sementara Instagram Reels menonjol dalam desain antarmuka. Namun, terdapat ruang untuk perbaikan pada dimensi lain, seperti kemudahan

penggunaan dan akurasi, terutama pada Instagram Reels. Temuan tersebut dapat memberikan masukan pengembang aplikasi guna meningkatkan aspek teknis (misalnya, *algoritma* rekomendasi) dan pengalaman pengguna (misalnya, fitur *onboarding*) untuk memperkuat daya tarik *platform* masing-masing.

Hasil hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa kelima dimensi EUCS secara signifikan memengaruhi tingkat kepuasan pengguna aplikasi TikTok maupun Instagram Reels.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna aplikasi TikTok dan Instagram Reels dengan pendekatan *EUCS* dan *Systematic Literature Review (SLR)*. Hasilnya, dimensi konten berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna di kedua aplikasi, diikuti oleh dimensi akurasi. TikTok unggul dalam variasi dan relevansi konten, serta akurasi rekomendasi, sedangkan Instagram Reels menunjukkan kelebihan dalam desain antarmuka yang menarik. Meskipun keduanya memiliki tingkat kepuasan yang tinggi, terdapat ruang untuk perbaikan. Instagram Reels perlu meningkatkan sistem rekomendasi konten untuk lebih kompetitif, sementara TikTok dapat mengoptimalkan fitur *onboarding* untuk mendukung pengguna baru. Hasil penelitian memberikan masukan kepada pengembang aplikasi media sosial dan meningkatkan kualitas layanan. Penelitian ini juga berkontribusi pada literatur dengan mengintegrasikan pendekatan *EUCS* dan *SLR*, yang memberikan pemahaman holistik tentang kepuasan pengguna. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengeksplorasi variabel tambahan, seperti interaksi sosial atau dampak psikologis pengguna, untuk memahami pengalaman pengguna secara lebih menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Hafifuddi, N. Nursaadah, and M. A. Busro, "Pengaruh Media Sosial Tiktok Dan Instagram Terhadap Minat Beli Pada Produk Kecantikan," *Tax and Business Journal*, vol. 48, no. 1, pp. 48–57, Mar. 2024.
- [2] A. Z. Yonatan, "10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak 2024," <https://data.goodstats.id/statistic/10-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-2024-CaJT1>.
- [3] S. V. Mahardika, I. I. Mauna, Z. Islamiyah, and I. Nurjannah, "Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok," *Social Science Educational Research*, vol. 2, no. 1, pp. 40–53, Dec. 2021.
- [4] Redaksi, "Raja Aplikasi Terbaru 2023, Facebook-Instagram Tenggelam," <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230511134131-37-436553/raja-aplikasi-terbaru-2023-facebook-instagram-tenggelam>.
- [5] R. Wijaya, A. Putranto, and B. Pemeriksa Keuangan, "Instagram dalam Perspektif Kapitalisme Lanjut," vol. 02, no. 2023, pp. 93–102.
- [6] Davina Pebrimireni and Diena San Fauziya, "Analisis Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Motivasi Belajar Siswa," *Jurnal Bima : Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan bahasa dan Sastra*, vol. 2, no. 3, pp. 169–178, Jul. 2024, doi: 10.61132/bima.v2i3.1040.
- [7] P. Angga Buana, A. Wicaksana, and S. Adinugroho, "Pengukuran Kegunaan dan Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Virtual Tour Reality dalam Meningkatkan Pengalaman Wisata," *Jurnal Algoritma*, vol. 21, no. 2, pp. 101–111, Nov. 2024, doi: 10.33364/algoritma/v.21-2.1991.
- [8] F. Abdillah, "Analisis Evaluasi Penggunaan Aplikasi TikTok dengan Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS)," *JVEIT: Journal of Vocational Education and Information Technology*, vol. 4, no. 2, pp. 57–61, 2023, [Online]. Available: <http://ejournal.undhari.ac.id/index.php/jveit>
- [9] R. Novemnur, M. Afdal, I. Permana, and M. Fronita, "Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction," *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, vol. 13, no. 1, pp. 131–141, Apr. 2024.
- [10] Nurvarahim, "Analisa Kepuasan Pengguna Aplikasi Tiktok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)," *Indonesian Journal Computer Science*, vol. 3, no. 1, pp. 8–15, Apr. 2024.
- [11] P. Amelia Agustin and I. Kadek Dwi Nuryana, "Analisa Perbandingan Pengguna Aplikasi Tiktok dengan Snack Video menggunakan Metode UTAUT dan EUCS," *JEISBI: (Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence)*, vol. 3, no. 4, 2022.

-
- [12] M. Qomarul Huda and R. Mustafa Maulana, "Evaluasi Usability Pada Aplikasi Instagram Menggunakan Metode Usability Testing," *Jurnal Perangkat Lunak*, vol. 5, no. 3, pp. 259–270, Oct. 2023.
- [13] D. S. Maharani, S. P. Putra, A. F. Prasetyo, and P. A. Buana, "Peran Infrastruktur Teknologi Dalam Meningkatkan Strategi Digital Marketing Umkm The Role Of Technology Infrastructure In Enhancing Msme Digital Marketing Strategies," *Jurnal Komputer dan Teknologi Sains (KOMTEKS)*, vol. 4, no. 1, pp. 15–22, Jan. 2025.
- [14] F. R. Abriansah *et al.*, "Exploring User Experiences of Chat GPT and Google Gemini AI: A SUS and EUCS Approach," *Computer Engineering and Artificial Intelligence*, vol. 1, no. 2, pp. 68–76, Dec. 2024, [Online]. Available: <https://journal.redtechidn.org/index.php/itcea>
- [15] P. Angga Buana, Y. A. Prasetyo, M. Muhsinin, M. S. Riza, A. M. Arif, and A. T. Prakoso, "User Satisfaction Evaluation of Meta AI Integration in WhatsApp: A Quantitative EUCS Approach," *Computer Engineering and Artificial Intelligence*, vol. 1, no. 2, pp. 77–84, Dec. 2024, [Online]. Available: <https://journal.redtechidn.org/index.php/itcea>
- [16] N. F. Zuhroh and F. A. Pradhani, "Peran Sistem Informasi Dalam Implementasi Digital Marketing: A Systematic Literature Review," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis)*, vol. 3, no. 2, pp. 174–187, May 2024, doi: 10.24034/jimbis.v3i2.6690.
- [17] D. Fitriani and A. Putra, "Systematic Literature Review (SLR): Eksplorasi Etnomatematika pada Makanan Tradisional," *Journal of Mathematics Education and Learning*, vol. 2, no. 1, pp. 18–26, Mar. 2022, doi: 10.19184/jomeal.v2i1.29093.
- [18] T. K. F. Chiu, Q. Xia, X. Zhou, C. S. Chai, and M. Cheng, "Systematic literature review on opportunities, challenges, and future research recommendations of artificial intelligence in education," *Computers and Education: Artificial Intelligence*, vol. 4, pp. 1–15, Jan. 2023, doi: 10.1016/j.caeai.2022.100118.
- [19] D. Firmansyah and D. Dede, "Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, vol. 1, no. 2, pp. 85–114, 2022, doi: 10.55927.
- [20] N. D. Arisyi, F. M. Haykal, D. I. Setiawan, R. A. Masum, and P. A. Buana, "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Digital Akademik Menggunakan System Usability Scale (SUS)," *Jurnal Komputer dan Teknologi Sains (KOMTEKS)*, vol. 4, no. 1, pp. 29–34, Jan. 2025, [Online]. Available: <http://sima.usm.ac.id>