

## Adaptasi Pengguna Ponsel Cerdas Wilayah Pedesaan pada Implementasi Program Desa Broadband Terpadu

Agatha Dinarah Sri Rumestri<sup>1</sup>, Yohanes Firananta Setyo Atmono<sup>2</sup>, Detyo Campoko<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Desain Produk, Institut Teknologi Telkom Purwokerto (ITTP)

Jl. D.I Panjaitan No. 128, Purwokerto, Indonesia

<sup>1</sup> agatha@ittelkom-pwt.ac.id

<sup>2,3</sup> Program Studi Desain Produk, Institut Sains dan Teknologi Terpadu Surabaya (ISTTS)

Jl. Ngagel Jaya Tengah No.73-77, Surabaya, Indonesia

<sup>2</sup> yohanes@stts.edu; <sup>3</sup> detyo@stts.edu

Received 9 Mei 2023, Revised 19 Mei 2023, Accepted 21 Mei 2023

---

**Abstract** — *The Indonesian government policy regarding the procurement of the Integrated Broadband Village Program, aims to accommodate community activities in rural areas with the optimization of digital technology. Digitalization occurred in rural area was also accelerated by the Covid-19 Pandemic. Social distance has created new habits for connecting to the internet and smart devices. This raises problems in the design of mobile devices and applications that are appropriate for rural communities. User characteristics also influence the experience, thus forming individual perceptions. This study aims to identify the user's experience when interacting with a smartphone, by measuring perceptions based on different levels of understanding of interactive products. This study used the Attrakdiff 2 and UEQ questionnaire survey method to 62 novice smartphone users in rural areas. The results of the investigation show that differences in the level of user understanding have an effect on perceptions related to product functionality and psychological aspects of users. This research can be used as a basis for recommendations for the implementation of the Integrated Broadband Village Program, as well as for industry players in developing digital technology-based devices and services, which are suitable for the character of rural communities.*

**Keywords:** *User experience, Perception, Smartphone, Rural community*

**Abstrak** — Kebijakan pemerintah Indonesia terkait pengadaan Program Desa *Broadband* Terpadu, bertujuan untuk mengakomodir aktivitas masyarakat di pedesaan dengan optimalisasi teknologi digital. Proses digitalisasi yang terjadi pada masyarakat pedesaan dipercepat pula oleh terjadinya Pandemi Covid-19, yang nyaris melumpuhkan setiap sendi kehidupan banyak negara, tak terkecuali Indonesia. Pembatasan interaksi sosial memunculkan kebiasaan baru untuk terkoneksi dengan internet dan perangkat cerdas. Hal ini memunculkan permasalahan desain perangkat dan aplikasi bergerak yang tepat guna bagi masyarakat pedesaan. Dalam hal ini karakteristik pengguna turut mempengaruhi terjadinya sebuah pengalaman, sehingga membentuk persepsi individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan ponsel cerdas, dengan mengukur persepsi yang didasarkan pada perbedaan tingkat pemahaman terhadap produk interaktif. Penelitian ini menggunakan metode survei kuesioner Attrakdiff 2 dan UEQ terhadap 62 pengguna ponsel cerdas tingkat pemula di wilayah pedesaan di Indonesia. Hasil investigasi menunjukkan bahwa perbedaan tingkat pemahaman pengguna berpengaruh pada persepsi terkait aspek fungsionalitas produk dan psikologis pengguna saat berinteraksi dengan ponsel cerdas. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar rekomendasi bagi pelaksanaan Program Desa *Broadband* Terpadu, maupun bagi pelaku industri dalam mengembangkan perangkat maupun layanan berbasis teknologi digital, yang sesuai bagi karakter masyarakat pedesaan.

**Kata Kunci:** Pengalaman pengguna, Persepsi, Ponsel cerdas, Masyarakat pedesaan

---

### PENDAHULUAN

Penggunaan internet di Indonesia telah meluas baik di wilayah perkotaan maupun pedesaan, terlebih di masa Pandemi Covid-19. Berbagai aktivitas seperti belajar, bekerja, dan berinteraksi dengan orang lain, beralih menjadi kegiatan yang bersifat daring melalui perangkat digital seperti ponsel cerdas maupun laptop. Pandemi Covid-19 berdampak luar biasa bagi kehidupan masyarakat di berbagai belahan negara di dunia ini, termasuk Indonesia. Upaya penanganan maupun pencegahan dilakukan secara serius melalui penetapan berbagai kebijakan oleh pemerintah. Salah satu kebijakan yang memberatkan adalah adanya pembatasan interaksi sosial. Hal ini berdampak

pada penurunan kondisi ekonomi masyarakat secara drastis, baik dari aspek usaha maupun konsumsi masyarakat mengalami penurunan yang signifikan (Prayogi & Kirom, 2022; Wijayanto et al., 2022).

Dampak negatif dari Pandemi Covid-19 sangat dirasakan masyarakat, namun juga memberi dampak positif bagi percepatan digitalisasi, tak terkecuali di wilayah pedesaan (Aulady & Legowo, 2022). Masyarakat desa seolah dituntut beradaptasi dengan cepat dalam penggunaan perangkat digital. Ponsel cerdas merupakan salah satu produk interaktif yang banyak digunakan masyarakat desa dalam upaya adaptasi kebiasaan baru di masa Pandemi Covid-19, baik untuk mengakses informasi dan beberapa aspek kehidupan lainnya. Penggunaan ponsel cerdas di wilayah pedesaan menjadi topik yang menarik diteliti, mengingat perkembangannya yang begitu pesat, baik dari segi teknologi, kuantitas dan pola interaksi penggunaannya, maupun keragaman fungsinya (Dinarah et al., 2017).

Perubahan yang begitu cepat terkait digitalisasi tersebut berdampak pada pola interaksi dan adaptasi pengguna gawai, terdapat masyarakat yang dapat beradaptasi dengan cepat, sebaliknya ada pula yang proses adaptasinya lambat. Hal ini menjadi permasalahan yang perlu segera ditangani agar tercapai pemerataan digitalisasi, khususnya upaya membangun kesejahteraan di wilayah pedesaan (Suartini et al., 2023). Di lain pihak, Negara Indonesia tengah berupaya mewujudkan pemerataan implementasi konsep revolusi industri 4.0, dengan demikian berbagai perubahan yang terjadi harus mampu diadaptasi oleh seluruh masyarakat secara komprehensif (Jumadi et al., 2020; Ohy et al., 2020). Hal ini dapat disebut juga sebagai era modernisasi, yang mana hampir seluruh aspek kehidupan manusia dapat diakses dengan mudah melalui pemanfaatan teknologi (Laily Bunga Rahayu & Syam, 2021).

Sejak Tahun 2014, Pemerintah Indonesia menargetkan peningkatan layanan internet khususnya di wilayah pedesaan. Hal ini ditunjang dengan adanya Program Pembangunan Desa Broadband Terpadu. Desa broadband terpadu merupakan desa yang dilengkapi fasilitas jaringan internet, perangkat akhir pengguna, serta aplikasi yang sesuai karakteristik penduduk setempat. Hal ini tentunya membuka peluang bagi para pengembang aplikasi lokal, dengan potensi untuk diakses sebanyak 40-50 juta pengguna pemula di pedesaan melalui ponsel cerdas masing-masing (Siaran Pers No.62/PIH/Kominfo/08/2015). Permasalahannya kemudian adalah tidak ada definisi dan parameter yang jelas mengenai pengguna pemula di pedesaan.

Digitalisasi memang terkesan memberikan banyak kemudahan, namun perlu dipertimbangkan pula kondisi SDM nya, apakah mampu beradaptasi dengan teknologi atau tidak, sebab literasi masyarakat desa akan penggunaan teknologi internet masih terbelah belum merata dan pemanfaatan bantuan teknologi ini belum optimal (Dhahir, 2018; Sulistyadewi et al., 2022). Oleh karena itu, ketidakmampuan dalam adaptasi teknologi informasi dan komunikasi dapat menimbulkan diskriminasi dalam masyarakat tertentu (Mustikarani & Irwansyah, 2019). Sementara itu, masyarakat desa yang mendapat literasi digital dengan baik akan mampu memanfaatkan media digital dengan bijaksana, serta mengoptimalkan pemanfaatan infrastruktur internet dengan baik pula (Oktaviyani et al., 2021; Wulandari & Sonjaya, 2022).

Berdasarkan pemaparan tentang program pemerintah di atas, tentu timbul pertanyaan bagaimana optimalisasi penggunaan layanan internet di pedesaan? Bagaimana pemahaman masyarakat pedesaan tentang pemanfaatan ponsel cerdas sebagai perangkat untuk mengakses internet? Hal ini menjadi menarik untuk dikaji, agar pelaksanaan program tersebut tepat sasaran dan bermanfaat bagi masyarakat desa. Tantangan bagi pelaksanaan Program Desa Broadband Terpadu adalah bagaimana mengakomodir kebutuhan pengguna terhadap perangkat dan layanan berbasis teknologi digital, yang sesuai dengan karakteristik masyarakat pedesaan.

Memahami karakteristik pengguna dalam berinteraksi dengan produk interaktif tidaklah mudah. Hal ini disebabkan perbedaan tingkat pengetahuan dan kemampuan pengguna yang sangat bervariasi pada tiap individu, sehingga berdampak pada perbedaan opini serta persepsi tentang produk interaktif itu sendiri (Ahsanullah et al., 2015).

Kualitas interaksi antara pengguna dengan sebuah produk interaktif memunculkan pengalaman yang unik dan bersifat personal bagi setiap individu. Keragaman karakteristik pengguna menjadi fokus studi yang sangat penting dalam pengembangan produk konsumen interaktif, hal ini dikarenakan produk tersebut digunakan oleh sejumlah populasi yang sangat besar dengan berbagai ciri khasnya (Berkman & Erbug, 2005).

Berdasarkan investigasi Frens (Frens, 2006), produk berbasis komputasi sebenarnya dirancang untuk lingkungan kerja profesional (banyak berinteraksi dengan sistem komputer). Hal ini menjadi menarik untuk dikaji, mengingat sebagian besar masyarakat di wilayah pedesaan di Indonesia menjalankan aktivitas yang minim berinteraksi dengan komputer.

Menurut Hassenzahl (Hassenzahl & Tractinsky, 2006), karakter produk tersusun atas atribut pragmatik dan hedonik. Kualitas pragmatik berkaitan dengan kinerja produk, sementara kualitas hedonik berkaitan dengan faktor psikologis pengguna. Berdasarkan kedua atribut tersebut, terbentuk impresi general yang disebut kualitas daya tarik produk. Di lain pihak, pola konsumsi terhadap produk yang berkembang saat ini tidak hanya sekedar untuk pemenuhan fungsionalitasnya saja, namun juga pemenuhan akan kebutuhan psikologis pengguna yang didapatkan dari pengalaman saat berinteraksi dengan produk. Pemahaman secara menyeluruh terhadap pengalaman pengguna (user experience) terkait interaksinya dengan sebuah produk, merupakan isu kritis yang perlu dikaji dalam bidang desain produk (Forlizzi & Battarbee, 2004).

Ponsel cerdas, merupakan produk interaktif dengan fungsi yang kompleks, terdiri dari bagian antarmuka perangkat lunak (software) dan antarmuka perangkat keras (hardware). Interaksi antara pengguna dengan antarmuka produk berbasis teknologi digital tersebut, menjadi salah satu faktor terbentuknya berbagai pengalaman pengguna (user experience). Perlunya dilakukan investigasi secara holistik tersebut, merupakan langkah awal untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh tentang pengalaman pengguna terhadap ponsel cerdas di wilayah pedesaan, mengingat permasalahan ini tidak banyak diteliti. Hal ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ponsel cerdas secara komprehensif, baik terkait aspek kinerja produk maupun faktor psikologis pengguna. Hassenzahl (Hassenzahl, 2010) menyatakan bahwa, kompleksitas kajian pada ponsel cerdas pada dasarnya tetap berfokus pada interaksi yang terjadi antara pengguna dengan aplikasi/fitur ponsel.

Riset ini merupakan studi eksploratori dengan pendekatan studi kasus, mengingat informasi dan penelitian serupa masih sangat jarang dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi pengguna di wilayah pedesaan, terkait pengalamannya saat berinteraksi dengan ponsel cerdas, baik pengalaman positif maupun negatif. Dalam hal ini variabel yang diteliti adalah pengguna berdasarkan tingkat pemahamannya, dengan kategori apps user dan non-apps user. Kategori tersebut ditetapkan sebagai variabel riset karena melihat kecenderungan pengguna ponsel cerdas di pedesaan ada yang menggunakan aplikasi bergerak, ada pula yang tidak menggunakan aplikasi bergerak.

## METODE PENGUKURAN PENGALAMAN PENGGUNA

Pengumpulan data dilakukan dengan cara survei kuesioner guna mengukur persepsi responden berdasarkan pengalaman sehari-hari saat berinteraksi dengan ponsel cerdas android. Evaluasi tentang persepsi pengguna terkait pengalaman berinteraksi dengan ponsel cerdas, diukur dengan kuesioner hasil adaptasi dari kuesioner Attrakdiff 2 yang dirumuskan oleh Hassenzahl (Hassenzahl & Tractinsky, 2006), serta User Experience Questionnaire (UEQ) yang dirumuskan oleh Laugwitz (Laugwitz et al., 2008). Berdasarkan alat ukur tersebut, atribut produk yang dinilai adalah kualitas pragmatik (*Pragmatic Quality/PQ*), kualitas hedonik-stimulasi (*Hedonic Quality–Stimulation/HQS*), kualitas hedonik-identifikasi (*Hedonic Quality-Identification /HQI*), serta impresi keseluruhan produk (*Attractiveness*).

Aspek Pragmatik - berkaitan dengan kinerja produk, meliputi faktor-faktor seperti: *efficiency* (tingkat efisiensi produk), *perspicuity* (kemudahan dipahami dan dipelajari), serta *dependability* (kemudahan diperkirakan dan dikontrol).

Aspek Hedonik - memberi pengaruh pada kondisi psikologis pengguna, meliputi faktor-faktor seperti: *hedonic-stimulation* (perasaan termotivasi untuk mengembangkan diri), serta *hedonic-identification* (wujud komunikasi produk terhadap aktualisasi pribadi penggunanya).

Aspek Daya Tarik Produk – impresi umum pengguna terhadap kualitas keseluruhan produk, terkait perasaan nyaman, kepuasan, suka/tidak suka, dan lain-lain.

Kuesioner ini tersusun atas dua puluh delapan item pernyataan berbasis skala Likert pada empat poin skala perhitungan (sangat tidak setuju - tidak setuju – setuju - sangat setuju). Adapun proses survei mencakup dua (2) tahapan, yaitu: uji usabilitas dan pengisian kuesioner skala Likert.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Penentuan sampel diawali dengan memilih populasi. Dalam hal ini, populasi masyarakat Desa Kedungrejo, Lumajang, Jawa Timur, pada usia 20 - 60 tahun dipilih sebagai target penelitian. Adapun jumlah penduduk di rentang usia tersebut adalah 3.839 orang ( $N=3.839$ ). Teknik *sampling purposive* dilakukan guna menyeleksi sampel yang benar-benar sesuai untuk penelitian, yaitu pengguna ponsel cerdas Android tingkat pemula. Populasi Desa Kedungrejo dipilih dengan pertimbangan bahwa wilayah desa ini cukup dapat menggambarkan kondisi masyarakat desa di Indonesia pada umumnya yang memiliki cukup banyak keterbatasan akses teknologi. Namun demikian, Desa Kedungrejo memiliki kelompok tani berprestasi yang kerap dijadikan percontohan untuk pelaksanaan berbagai program pengembangan desa, serta mendapat perhatian lebih dari pemerintah daerah setempat. Dengan demikian, wilayah desa ini cukup memenuhi kriteria untuk pelaksanaan Program Desa *Broadband* Terpadu.

Responden merupakan pengguna ponsel cerdas layar sentuh berbasis Android dengan masa pakai  $\geq 6$  bulan. Melalui survei, diperoleh sampel sejumlah 75 responden ( $n=75$ ), namun hanya 62 responden ( $n=62$ ) yang datanya layak diolah, karena 13 responden lainnya tidak terkategori sebagai pengguna pemula.

### Usability Test – Task Completion

Uji usabilitas dilakukan untuk menentukan kelayakan sampel dan memilih calon responden yang terkategori pemula. Uji usabilitas dilakukan melalui pendekatan *task completion*, yaitu metode pemberian materi uji yang tidak didasarkan pada tenggat waktu tertentu, responden memiliki kebebasan waktu penyelesaian tugas.

Terdapat enam tugas yang ditentukan bagi responden untuk melakukan pengaturan (*setting*) ponsel cerdas yang telah disediakan. Keenam tugas tersebut ditentukan berdasarkan aktivitas pengaturan yang biasa dilakukan seseorang saat awal membeli sebuah ponsel. Tugas-tugas tersebut diantaranya: melakukan pengaturan (1) bahasa,

(2) tampilan *wallpaper*, (3) nada dering dan volume, (4) sistem penanggalan, (5) sistem keamanan dengan *Private Identity Number (PIN)* yang sudah ditentukan, (6) pengunduhan aplikasi bergerak dari *Google Play Store*. Sebelum dilakukan Uji usability terhadap responden, terlebih dahulu dilakukan pengujian pada sembilan responden sebagai kelompok kontrol. Kelompok kontrol ini merupakan pakar di bidang sistem informasi dan perancangan aplikasi Android. Kelompok kontrol mampu menyelesaikan seluruh tugas dengan rata-rata waktu 110 detik, dikategorikan sebagai kelompok mahir. Sementara kelompok pemula menyelesaikan tugas dengan rata-rata waktu 391-400 detik, secara signifikan lebih lama dibanding kelompok kontrol.

Berdasarkan uji usability, pengguna pemula di wilayah pedesaan dapat dibedakan menjadi dua kelompok berdasarkan tingkat pemahaman, dalam mengoperasikan berbagai fungsi pada ponsel cerdas, yaitu: kelompok responden yang memiliki cukup pengetahuan dalam mengoperasikan aplikasi bergerak yang terintegrasi dengan internet (tipe pengguna *Apps user*), dan kelompok responden yang hanya mampu mengoperasikan fitur *SMS* dan panggilan (tipe pengguna *non-Apps user*). Aspek tingkat pemahaman inilah yang dijadikan sebagai variabel kontrol dalam riset ini.

Dari 62 orang responden, 51 orang mewakili kelompok pengguna *Apps user*, dan 11 orang mewakili kelompok pengguna *non-Apps user*. Berdasarkan jumlah sampel yang kurang berimbang dalam kategorisasi ini, dengan komposisi jumlah responden *Apps user* lebih banyak, maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat pedesaan sudah mulai terbuka untuk beradaptasi dengan teknologi ponsel cerdas, sebagai kelompok pengguna yang masuk dalam tahap belajar.

### Tahap Kuesioner

Tahap selanjutnya setelah seseorang dikategorikan sebagai pengguna pemula adalah pengisian kuesioner. Materi kuesioner yang diberikan pada target responden merupakan kuesioner yang telah diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu melalui uji pilot. Adapun item kuesioner yang diujikan diadaptasi dari kuesioner *Attrakdiff 2* dan *User Experience Questionnaire (UEQ)*, sebagai berikut:

**Tabel 1.** Variabel pengukuran aspek pragmatik (Hassenzahl & Tractinsky, 2006; Laugwitz et al., 2008)

Aspek pragmatik		
Efficiency	Perspiciuity	Dependability
1. Cepat	1. Dapat dipahami	1. Dapat diperkirakan
2. Efisien	2. Mudah dipelajari	2. Dapat dikontrol
3. Praktis	3. Rumit	3. Sesuai harapan
4. Teratur	4. Membingungkan	

**Tabel 2.** Variabel pengukuran aspek hedonik (Hassenzahl & Tractinsky, 2006; Laugwitz et al., 2008)

Aspek hedonik		
Stimulation	Novelty	Identification
1. Membosankan	1. Menantang	1. Membanggakan
2. Memotivasi	2. Inovatif	2. Mewah
	3. Kreatif	3. Perasaan lebih diterima
		4. Mendekatkan pada orang lain

**Tabel 3.** Variabel pengukuran aspek attractiveness (Hassenzahl & Tractinsky, 2006; Laugwitz et al., 2008)

Aspek attractiveness
1. Nyaman
2. Menyenangkan
3. Kepuasan

## HASIL DAN DISKUSI

Hasil analisis didapat dengan melakukan perhitungan uji beda antara variabel yang telah ditetapkan peneliti sebagai hipotesis, dengan menggunakan pendekatan *Mann-Whitney test (U-test)*. Adapun formulasi hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- H01 : Tidak terdapat perbedaan persepsi berdasarkan aspek pragmatik terhadap apps user dan non-apps user.
- H11 : Terdapat perbedaan persepsi berdasarkan aspek pragmatik terhadap apps user dan non-apps user.
- H02 : Tidak terdapat perbedaan persepsi berdasarkan aspek hedonik terhadap apps user dan non-apps user.
- H12 : Terdapat perbedaan persepsi berdasarkan aspek hedonik terhadap apps user dan non-apps user.
- H03 : Tidak terdapat perbedaan persepsi berdasarkan aspek attractiveness terhadap apps user dan non-apps user.

H13 : Terdapat perbedaan persepsi berdasarkan aspek attractiveness terhadap apps user dan non-apps user.  
 $\alpha = 5\%$

**Tabel 4.** Hasil perhitungan U-test

Aspek produk	Tipe pengguna	Rata-rata	Z	P Value	Kesimpulan
Aspek pragmatik	Apps user	38,20	-	0,000	ada perbedaan
	Non-Apps user	22,00	4,973		
Aspek hedonik	Apps user	31,55	-	0,000	ada perbedaan
	Non-Apps user	21,27	4,095		
Aspek attractiveness	Apps user	8,57	-	0,000	ada perbedaan
	Non-Apps user	5,18	4,284		

Hasil perhitungan uji beda berdasarkan tingkat pemahaman pengguna pada tabel IV di atas dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil pengujian dengan *Mann-Whitney*, aspek pragmatik, aspek hedonik dan aspek daya tarik produk memiliki nilai Sig (2-tailed) < 0,05, yaitu sebesar 0,000 untuk ketiga aspek, maka bermakna signifikan. Diperoleh kesimpulan bahwa persepsi pengguna terkait aspek pragmatik, aspek hedonik dan aspek daya tarik produk, berbeda antara tipe pengguna *apps user* dengan *non-apps user*.

Berdasarkan hasil analisis uji beda diketahui bahwa, variabel tingkat pemahaman produk memberi pengaruh pada seluruh aspek persepsi produk, baik aspek pragmatik, aspek hedonik maupun aspek daya tarik produk. Berikut adalah pembahasannya:

### Persepsi Aspek Pragmatik Berdasarkan Perbedaan Tingkat Pemahaman

Berdasarkan hasil analisis yang telah diperoleh diketahui bahwa, aspek pragmatik yang terdiri atas faktor efisiensi (*efficiency*), kemudahan dipelajari/dipahami (*perspicuity*) dan kemudahan dikendalikan (*dependability*). Secara umum baik tipe pengguna *apps user* maupun *non apps user* memiliki persepsi kurang lebih sama terhadap operasional ponsel cerdas yaitu cenderung rumit. Pengguna tipe *non apps user* memiliki tingkat pemahaman yang kurang terasah dibanding pengguna tipe *apps user*, hal tersebut dapat diindikasikan dari pengguna *non apps user* yang merasa enggan untuk mempelajari operasional ponsel cerdas karena dirasa terlalu rumit. Pada pengguna tipe *apps user*, secara umum aktif menggunakan beberapa aplikasi bergerak khususnya media sosial dan komunikasi.

Kesulitan pengoperasian aplikasi bergerak yang dialami pengguna *apps user*, terindikasikan dari sejumlah fitur dalam aplikasi yang tidak mereka ketahui manfaatnya. Secara umum, pengguna dengan tipe *apps user* menyatakan cukup mampu memperkirakan proses dan melakukan kontrol terhadap aplikasi yang biasa/sering mereka gunakan, namun merasa kurang mampu melakukan kendali terhadap pengaturan sistem operasional ponsel cerdas. Dapat disimpulkan bahwa pengguna tipe *apps user* lebih memiliki pengalaman menyenangkan terkait nilai kemanfaatan dan kinerja produk, karena mampu menggunakan beberapa aplikasi bergerak dibandingkan pengguna tipe *non apps user* yang hanya aktif menggunakan fitur SMS dan panggilan (*call*).

### Persepsi Aspek Hedonik Stimulasi Berdasarkan Perbedaan Tingkat Pemahaman

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa, pengguna dengan tipe *apps user* merasa ponsel cerdas menawarkan fungsi-fungsi yang kreatif dengan aktivitas yang tidak membosankan saat berinteraksi. Hal tersebut kurang dirasakan pengguna dengan tipe *non apps user*, yang kurang mampu memanfaatkan beragam fungsi pada ponsel cerdas (sebatas fitur SMS dan panggilan). Hal tersebut berakibat pada derajat ketertarikan pada produk, bahwa pengguna tipe *apps user* lebih merasa tertarik menggunakan ponsel cerdas dibandingkan pengguna *non apps user*. Kondisi ini juga yang menyebabkan kedua jenis pengguna tersebut, berbeda dalam menanggapi dorongan untuk mengikuti perkembangan teknologi terkait penggunaan ponsel cerdas. Dengan kemampuan literasi produk yang lebih baik, pengguna *apps user* lebih memiliki keberanian dalam mengeksplorasi fitur ponsel cerdas dibandingkan pengguna *non apps user*.

### Persepsi Aspek Hedonik Identifikasi Berdasarkan Perbedaan Tingkat Pemahaman

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa, khususnya fungsi komunikasi pada ponsel cerdas, pengguna tipe *apps user* lebih mampu menjalin kedekatan dengan kerabat/teman melalui pengalaman berkomunikasi berbasis multimedia yang efektif dan efisien (hemat biaya dan waktu). Fungsi komunikasi yang efektif dan efisien tersebut menjadi cukup penting bagi pengguna tipe *apps user*, mengingat banyak dari kerabat dan teman mereka yang merantau. Fitur *video call* memiliki peranan cukup besar bagi sebagian pengguna di wilayah pedesaan dalam menjaga silaturahmi dengan teman/kerabat yang jauh lokasi keberadaannya. Faktor penerimaan oleh lingkungan lebih berdampak pada pengguna tipe *apps user*, dengan



alasan kemudahan komunikasi. Hal tersebut tidak dirasakan oleh pengguna tipe *non apps user* yang beranggapan bahwa hubungan kekerabatan/pertemanan tidak didasarkan pada kepemilikan gawai.

### Persepsi Aspek Product Attractiveness Berdasarkan Perbedaan Tingkat Pemahaman

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa, pengguna dengan tipe *apps user* lebih memiliki ketertarikan terhadap ponsel cerdas dibandingkan pengguna tipe *non apps user*. Hal ini berkaitan dengan tingkat pemahaman yang lebih baik pada pengguna tipe *apps user*, sehingga merasa cukup nyaman menggunakan ponsel cerdas untuk aktivitas keseharian. Pada pengguna dengan tipe *non apps user* kurang tercipta daya tarik ponsel cerdas, karena kurangnya pemahaman terhadap operasional dan fungsionalitas produk, sehingga penggunaan ponsel cerdas dirasa kurang nyaman untuk menunjang aktivitas keseharian. Dapat disimpulkan bahwa pengguna tipe *apps user* memiliki lebih banyak pengalaman positif saat berinteraksi dengan ponsel cerdas, jika dibandingkan dengan pengguna *non apps user*. Kedua kondisi terkait kenyamanan dan pengalaman positif tersebut, turut andil dalam membentuk faktor kepuasan produk yang lebih baik pada pengguna tipe *apps user*, dibandingkan pengguna tipe *non apps user* saat berinteraksi dengan ponsel cerdas.

### KESIMPULAN

Sebuah produk interaktif direspon secara psikologis oleh individu yang mengalami proses interaksi dengan produk, sehingga menjadi bermakna. Kebermaknaan produk dalam hal ini mencakup daya guna produk, motivasi diri, aktualisasi pribadi, serta daya tarik produk. Melalui rangkaian pengalaman dan interaksinya dengan produk, masyarakat di wilayah pedesaan menciptakan makna produk dan mengaitkan dengan dirinya.

Hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa tingkat pemahaman pengguna yang dibedakan berdasarkan tipe *apps user* dan *non-apps user*, merupakan salah satu faktor yang bisa memunculkan perbedaan persepsi di wilayah pedesaan. Keberbedaan persepsi antara tipe *apps user* dan *non-apps user* di pedesaan menunjukkan nilai signifikan. Hal ini berarti dalam mengembangkan produk interaktif bagi masyarakat pedesaan, perlu mempertimbangkan kemampuan pengguna dalam memahami prosedur pengoperasian produk digital, agar sesuai ekspektasi kebutuhan akan daya guna produk dan aktualisasi diri. Bagi masyarakat pedesaan, produk interaktif yang menarik dipersepsi sebagai produk yang mampu menstimulasi pengguna dengan varian fitur, dan berbagai kemungkinan untuk dimanipulasi secara mudah.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ahsanullah, Sulaiman, S., Mahmood, A. K. Bin, & Khan, M. (2015). Understanding factors influencing User Experience of interactive systems: A literature review. *ARPN Journal of Engineering and Applied Sciences*, 10(23), 18175–18185.
- Aulady, F., & Legowo, M. (2022). *Pola Adaptasi Masyarakat Desa Winong Menghadapi Digitalisasi Kegiatan Ekonomi Pasca Pandemi COVID-19*. 5(2), 81–88.
- Berkman, A. E., & Erbuğ, Ç. (2005). Accommodating individual differences in usability studies on consumer products. *Proceedings of the 11th Conference on Human Computer Interaction*, 3(January 2005).
- Dhahir, D. F. (2018). Pemanfaatan Program Desa Broadband Terpadu Oleh Masyarakat Desa Lutharato. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*, 19(2), 73. <https://doi.org/10.31346/jpkp.v19i2.1520>.
- Dinarah, S. R., Syarief, A., & Irfansyah, I. (2017). Kajian Penggunaan Ponsel Cerdas Berdasarkan Profesi Pengguna di Wilayah Pedesaan. *Jurnal Sositologi*. <https://www.neliti.com/publications/131062/kajian-penggunaan-ponsel-cerdas-berdasarkan-profesi-pengguna-di-wilayah-pedesaan>.
- Forlizzi, J., & Battarbee, K. (2004). Understanding experience in interactive systems. *DIS2004 - Designing Interactive Systems: Across the Spectrum*, 261–268. <https://doi.org/10.1145/1013115.1013152>.
- Frens, J. W. (2006). Designing for Rich Interactions. In *Integrating Form, Interaction, and Function*. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.100.4299>.
- Hassenzahl, M. (2010). Experience Design: Technology for All the Right Reasons. In *Synthesis Lectures on Human-Centered Informatics* (Vol. 3, Issue 1). <https://doi.org/10.2200/s00261ed1v01y201003hci008>.
- Hassenzahl, M., & Tractinsky, N. (2006). User experience - A research agenda. *Behaviour and Information Technology*, 25(2), 91–97. <https://doi.org/10.1080/01449290500330331>.
- Jumadi, R., Sukaris, Fauziyah, N., Rahim, A. R., Adhim, M. S., Bashori, Ayyubi, S. Al, F. G., & Wusono, B. (2020). Sosialisasi Revolusi Industri 4.0 sebagai Program Pemberdayaan Masyarakat Menghadapi Era Digitalisasi, Desa Kedungsumber Kecamatan Balongpanggang, Kabupaten Gresik. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 2(2), 275–285.
- Laily Bunga Rahayu, E., & Syam, N. (2021). Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 672–685. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v4i2.1303>.
- Laugwitz, B., Held, T., & Schrepp, M. (2008). Construction and evaluation of a user experience questionnaire. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 5298 LNCS, 63–76. [https://doi.org/10.1007/978-3-540-89350-9\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-540-89350-9_6).
- Mustikarani, T. D., & Irwansyah, I. (2019). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Fashion Indonesia. *Warta ISKI*, 2(01), 8–18. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v2i01.23>.
- Ohy, G., Kawung, E. J. R., & Zakarias, J. D. (2020). Perubahan Gaya Hidup Sosial Masyarakat Pedesaan Akibat Globalisasi di Desa Rasi Kecamatan Ratahan Kabupaten Minahasa Tenggara. *Holistik-Journal of Social and Culture*, 13(3), 1–16.

- Oktaviyani, E. D., Lestari, A., & Licantik, L. (2021). Membangun Literasi Digital Bagi Warga Desa Hurung, Kecamatan Banama Tingang, Kabupaten Pulang Pisau. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 49–59. <https://doi.org/10.47747/jnpm.v2i2.386>.
- Prayogi, A., & Kirom, M. I. (2022). Pendampingan Pengembangan Digitalisasi UMKM Masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan Menghadapi Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, 3(2), 108–118. <https://ejournal.stkip-mmb.ac.id/index.php/JPPM/article/view/917/526>.
- Suartini, S., Sulistiyo, H., Hasanuh, N., & Sugiharti, H. (2023). *Sosialisasi Peningkatan Pemberdayaan UMKM melalui Literasi Digital E Commerce pada UMKM di Desa Sindangsari Kabupaten Karawang pada Masa Pandemi Covid-19*. 7, 127–132.
- Sulistiyadewi, N. P., Putri, N. P. K., Sugiantari, N. K. I., Dyllayanthi, N. P. H., Satiawan, I. G. A., Wijaya, I. G. N. P. A., & Januhari, N. N. U. (2022). Sinergi Digitalisasi Bersama Desa Carangsari untuk Meningkatkan Ekonomi Produktif. *Widyabhakti*, 4(2), 12–16.
- Wijayanto, G., Jushermi, J., Restu, R., Pramadewi, A., & Rama, R. (2022). Pemulihan Ekonomi Pada Masa Pandemi Covid-19 Melalui Digitalisasi Markeing Pada Sektor UMKM. *Jurnal Sosial Teknologi*, 2(7), 630–635. <https://doi.org/10.36418/jurnalsostech.v2i7.378>.
- Wulandari, T., & Sonjaya, H. R. (2022). Edukasi Literasi Informasi Di Era Digital Adaptasi Smartpolitan Desa Wantilan Kabupaten Subang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 733–739. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4687>.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2015). Desa Broadband Terpadu. diakses pada tanggal 28 Februari 2023 dari [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/5432/Siaran+Pers+No.62-PIHKOMINFO-08-2015+tentang+Desa+Broadband+Terpadu/0/siaran\\_pers](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/5432/Siaran+Pers+No.62-PIHKOMINFO-08-2015+tentang+Desa+Broadband+Terpadu/0/siaran_pers).