

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, didapatkan hasil dari *User Experience* pengguna mengenai penerapan *object-based audio* dan *stereophonic* pada televisi dengan menggunakan metode *Kansei Engineering* tipe 1 : Klasifikasi Kategori untuk mendapatkan nilai *user experience* tersebut.

Jumlah responden yang berpartisipasi pada penelitian ini sebanyak 55 orang yang merupakan mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Andalas. Pada proses pengumpulan *Kansei Words*, peneliti mendapatkan 124 *Kansei Words* yang dikumpulkan dari berbagai macam sumber literatur, tenaga ahli, dan melakukan survey pada pengguna. Berdasarkan hasil analisis faktor dan interpretasi pada properti produk dan *Kansei Words*, maka didapatkan kesimpulan pada penelitian ini berupa :

1. Pada *object-based audio* didapatkan 4 faktor yang mewakili perasaan pengguna pada sistem tersebut. Masing-masing faktor tersebut diwakili oleh Imaginatif (0,758), Nyaman (0,835), Termotivasi (0,780), dan Unik (0,748).
2. Pada *stereophonic* didapatkan 2 faktor yang mempengaruhi *Kansei* pengguna, yaitu Nyaman (0,867) dan Menantang (0,796).
3. Berdasarkan hasil interpretasi dan analisis faktor yang terbentuk, *object-based audio* memiliki lebih banyak faktor *Kansei* dibandingkan dengan *stereophonic*, maka secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa *object-based audio* lebih disukai dan mempengaruhi lebih banyak *Kansei* (kesan) pengguna.
4. Produsen televisi diharapkan untuk mulai mengaplikasikan sistem *object-based audio* pada tiap produk yang dihasilkan, demi meningkatkan kepuasan pengguna.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka beberapa hal yang menjadi saran untuk penelitian selanjutnya adalah :

1. Pengujian *object-based audio* dan *stereophonic* pada penelitian ini masih berupa simulasi, kontrol *audio* pada televisi baik dengan sistem *object-based audio* dan *stereophonic* sudah menggunakan *remote* jarak jauh. Sehingga diperlukan adanya pengembangan aplikasi dan perangkat untuk penelitian selanjutnya.
2. Genre tiap *video* yang digunakan saat pengujian sampel harus lebih beragam untuk mempengaruhi kesan pengguna.
3. Pembuatan *video* dilakukan setelah proses strukturisasi dan pembuatan kuesioner *Kansei Words* selesai, sehingga tiap *video* bisa disesuaikan dengan *Kansei* pengguna.
4. Penelitian ini hanya menggunakan Metode *Kansei Engineering Type I* : Klasifikasi Kategori dan pengukuran makna *Kansei* masih menggunakan *Kansei Words* saja. Sementara itu, Metode *Kansei Engineering* terus berkembang dan masih banyak jenis pengukuran makna *Kansei* lainnya yang bisa digunakan untuk penelitian lebih lanjut, sehingga nantinya dapat memberikan perbandingan hasil yang lebih beragam dan spesifik.

