



Visual Login Fingerprints Scanner Aplikasi Mobile Banking (BRImo, Jenius, BNI Mobile Banking) berdasarkan Model Kait Nir Eyal

Visual Login Fingerprints Scanner for Mobile Banking Applications (BRImo, Jenius, BNI Mobile Banking) based on the Kait Nir Eyal Model

Muhammad Anshari, Mitra Istiar Wardhana*, Dhara Alim Cendekia
Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia
*Penulis korespondensi, Surel: mitra.istiar.fs@um.ac.id

Paper received: 10-05-2022; revised: 20-07-2023; accepted: 31-08-2023

Abstrak

Fitur fingerprint scanner cenderung lebih sering digunakan secara repetitif untuk login pada aplikasi perbankan karena dianggap lebih cepat dan mudah. Anggapan ini juga terlihat dari sedikitnya usaha kognitif pada proses pencarian tombol fingerprint scanner. Tombol *fingerprint scanner* aplikasi BRImo, BNI Mobile Banking dan Jenius cenderung menjadi kontras serta halaman login didesain untuk mengarahkan pengguna pada fitur tersebut. Berdasarkan kebiasaan repetitif penggunaan fingerprint scanner dan aspek visual yang mengarahkan pengguna ke fingerprint scanner peneliti ini menggunakan model kait untuk menguraikan cara visual fitur tersebut berefek pada penggunaan yang repetitif ketika. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa aplikasi BRImo yang menggunakan kontras visual pada tombol fingerprint scanner yang juga secara implisit memberikan kontras secara fungsi pada tombol disekitarnya bila ditinjau berdasarkan model kait bisa memicu pengguna untuk menekan tombol tersebut secara repetitif.

Kata kunci: model Kait; aplikasi perbankan; *fingerprint scanner*

Abstract

The fingerprint scanner feature tends to be used repeatedly to log in to banking applications because it is considered faster and easier. This assumption is also seen from the lack of cognitive effort in the process of searching for the fingerprint scanner button. The fingerprint scanner buttons for the BRImo, BNI Mobile Banking and Jenius applications tend to be in contrast and the login page is designed to direct users to these features. Based on the repetitive habit of using fingerprint scanners and the visual aspects that direct users to the fingerprint scanner, this study uses a hook model to describe how visually these features have an effect on repetitive use. The results of this study indicate that the BRImo application that uses visual contrast on the fingerprint scanner button which also implicitly provides functional contrast to the surrounding buttons when viewed based on the latch model can trigger the user to press the button repeatedly.

Keywords: Kait model; internet banking; fingerprint scanner

1. Pendahuluan

Fingerprint scanner merupakan fitur autentikasi yang sudah sangat dikenal dan diadaptasi di berbagai teknologi seperti *smartphone*. Pada tahun 2018 sebuah media massa berbasis internet melakukan survey yang menunjukkan *fingerprint scanner* dan *face recognition* adalah yang paling banyak digunakan pada berbagai perusahaan dengan hasil 57% menggunakan *fingerprint scanner* dan 14% pada *face recognition* (spicework, 2020). Mayoritas penggunaannya adalah Apple Touch ID sebanyak 34%, diikuti Lenovo *fingerprint manager* 13%, dan Samsung *fingerprint readers* 13% (spicework, 2020).

Aplikasi perbankan *mobile* juga mulai menambahkan fitur autentikasi ini pada produk mereka. Pada sebuah wawancara yang dilakukan oleh media massa CNBC Indonesia terhadap seorang direktur digital dan teknologi bank BRI (BBRI) Indra Utoyo mengungkapkan bahwa transaksi pada aplikasi BRI^{mo} meningkat 31% selama satu bulan (Astutik, 2020). Hal ini mengindikasikan diperlukannya sistem keamanan yang baik dan tidak rumit. Menurut Indra Utoyo sendiri sensor Biometrik merupakan jawaban untuk permasalahan tersebut (Astutik, 2020).

Pemanfaatan sensor biometrik seperti *fingerprint scanner* sendiri tidak hanya sebagai identifikasi namun juga digunakan sebagai pemercepat proses login yang mengurangi beban kognitif bila terjadi kesalahan. Kelemahan autentikasi berbasis *password* mempunyai potensi login yang tidak berhasil karena kesalahan input *password*, kesalahan ini memerlukan usaha kognitif seperti mengingat kombinasi yang benar (Iqbal et al., 2020). Masalah lainnya pada login menggunakan *password* membutuhkan kombinasi *password* yang rumit, bahkan sering kali pengguna tidak mengetahui kombinasi yang cocok untuk mencapai keamanan (Sharma & Mathuria, 2018). Kombinasi *password* berpotensi dilupakan sehingga menggunakan informasi yang diketahui oleh pengguna untuk menghasilkan kombinasi yang mudah diingat, namun hal ini menjadi ancaman pada keamanan (Ogbanufe & Kim, 2018). Maka bisa dikatakan autentikasi berbasis *password* lebih sering menimbulkan usaha kognitif dan kurang aman dibandingkan *fingerprint scanner*. Selain itu, menurut Fogg (Eyal & Hoover, 2016) keberadaan usaha kognitif mengurangi aspek kemudahan dalam sebuah fitur ataupun aplikasi.

Penggunaan fitur *fingerprints scanner* dapat memudahkan usaha kognitif daripada autentikasi berbasis *password*, namun mayoritas aplikasi perbankan tetap menghadirkan kedua fitur ini pada halaman login mereka. Sedangkan menurut Fogg (2003) pengguna biasanya lebih suka saat memindai halaman menghentikan aktivitasnya pada sesuatu yang menarik perhatian. Kebiasaan ini merupakan hal yang dilakukan pengguna ketika berselancar pada sebuah halaman *website*. Hal ini membuat pengembang aplikasi memberi perhatian pada keterjangkauan isyarat visual untuk membantu pengguna mengambil aksi atau menekan tombol (Li & Chen, 2021). Oleh karena itu, fitur *fingerprint scanner* yang sebelumnya belum pernah ada pada aplikasi perbankan membutuhkan isyarat visual yang menarik perhatian untuk memberitahu pengguna keberadaan baru dari fitur *fingerprint scanner*.

Isyarat visual digunakan untuk mengurangi usaha kognitif melalui keterjangkauan visualnya. Hal ini terkait logika keterjangkauan seperti tombol yang lebih besar lebih mudah memunculkan tindakan dibanding tombol yang lebih kecil (Li & Chen, 2021). Meski begitu dalam hal keterjangkauan tidak hanya tentang ukuran, tetapi juga aspek isyarat visual lainnya seperti icon, warna, dan tata letak tombol (Li & Chen, 2021). Maka dari itu keberadaan isyarat visual pada aplikasi perbankan selain berfungsi untuk mempermudah pencarian fitur *fingerprint scanner* melalui tampilan visualnya, juga berfungsi untuk mempengaruhi tindakan pengguna sehingga ingin menggunakan lagi fitur tersebut. Penggunaan yang repetitif ini mendasari penelitian ini untuk mengkaji isyarat visual *fingerprint scanner*.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cipta Hadi & Assegaff (2022) berjudul Analisis Aplikasi Mobile Banking Jenius Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Di Kota Jambi mengungkapkan perkembangan teknologi perbankan d.a. Bank BTPN akan terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi demi meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah sehingga mengembangkan aplikasi mobile banking Jenius dari visual sampai

fitur keamanan didalamnya merupakan keniscayaan. Hampir sama dengan riset yang dilakukan oleh (Chigori et al., 2020) berjudul *Mobile phone banking: A comparative analysis of e-service quality and customer loyalty of banking applications and Unstructured Supplementary Service Data services*, menyatakan bahwa pemenuhan privasi dan efisiensi dalam layanan aplikasi perbankan saling terhubung secara signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan dan loyalitas pelanggan.

Teori yang mengkaji penggunaan aplikasi secara repetitif diungkapkan oleh Eyal & Hoover (2016) pada buku berjudul *Hooked* bernama teori Model Kait. Teori Model Kait mengkaji empat siklus model yang didesain untuk menghubungkan permasalahan pengguna dengan solusi yang disediakan oleh aplikasi sampai terbentuk kebiasaan repetitif untuk menggunakan aplikasi tersebut (Razi & Putra, 2020). Kemudian, untuk mengetahui kualitas isyarat visual dari *fingerprnt scanner* pada fitur login aplikasi perbankan, maka penelitian ini mengambil data visual halaman login dari tiga aplikasi perbankan yaitu BRImo, BNI Mobile Banking dan Jenius. Pemilihan BRImo dan BNI Mobile Banking dikarenakan kedua aplikasi tersebut merupakan milik bank konvensional yang cukup dikenal di Indonesia. BRI merupakan bank konvensional tertua di Indonesia dan BNI merupakan bank milik negara pertama yang menjadi perusahaan publik. Sedangkan untuk Jenius sendiri merupakan pioneer bank digital di Indonesia dengan jumlah pengguna tertinggi di antara bank digital lainnya (Pahlevi, 2022).

Riset ini mengambil tema Visual Login *Fingerprints Scanner* Aplikasi Mobile Banking (BRImo, Jenius, BNI Mobile Banking) Berdasarkan Model Kait Nir Eyal merupakan analisis isyarat visual pada empat tahapan model kait Nir Eyal menggunakan analisis visual di tiga halaman login aplikasi perbankan. Alasan penggunaan analisis ini untuk mengetahui kualitas visual dalam mengarahkan pengguna ke fitur *fingerprnt scanner* secara repetitif. Analisis ini akan membandingkan kualitas isyarat visual *fingerprnt scanner* di tiga aplikasi perbankan untuk mendapatkan masukan isyarat visual *fingerprnt scanner* yang dapat melaksanakan fungsinya dengan baik.

2. Metode

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini merupakan pendekatan secara kualitatif dengan menguraikan objek penelitian secara mendalam melalui teori dan gagasan yang akan digunakan untuk menemukan tujuan penelitian yang dicari. Menurut Erickson (Anggito & Setiawan, 2018) metode kualitatif bertujuan untuk menemukan serta menarasikan secara deskriptif sebuah fenomena dari kegiatan yang terjadi pada manusia dan kegiatannya.

Pengambilan data

Pada penelitian ini data akan didapat dari tiga jalur yaitu (1) pengamatan, pada penelitian analisis visual memerlukan data dari aspek imaji serta mencatat imaji atau gambar dari media yang diamati (Soewardikoen, 2019), (2) dokumentasi, pada tahap ini data yang akan diambil merupakan dokumen resmi yang bersifat eksternal yaitu video promosi dari tiga aplikasi yang didapat dari YouTube, dan (3) wawancara, tahap ini digunakan untuk mendapatkan perspektif dari pihak pengguna aplikasi yang digunakan sebagai keabsahan data-data dari dua teknik pengumpulan data yang lain. Triangulasi data yang digunakan adalah triangulasi sumber dengan wawancara kepada empat pengguna aktif aplikasi perbankan yang diteliti.

Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* menseleksi sumber data berdasarkan pada kriteria-kriteria yang ditentukan

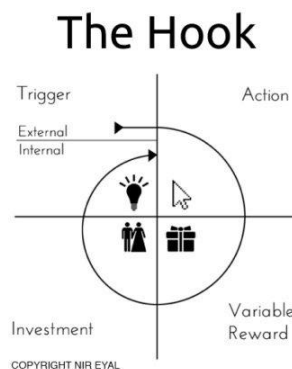
oleh tujuan penelitian (Soewardikoen, 2019). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah narasumber yang menggunakan aplikasi perbankan yang berbeda. Oleh karena itu, wawancara dalam penelitian ini dilakukan pada empat pengguna aplikasi yang menggunakan aplikasi perbankan yang berbeda. Pengguna aplikasi tersebut minimal telah menggunakannya selama satu tahun secara aktif. Narasumber pertama menggunakan aplikasi BRImo, narasumber kedua menggunakan aplikasi BNI Mobile Banking, narasumber ketiga menggunakan aplikasi Jenius, dan narasumber keempat menggunakan aplikasi BRImo dan Jenius.

Teknik analisis

Fitur login *fingerprint scanner* dianalisis menggunakan tahapan teori Model Kait yang terdiri dari pemicu, tindakan, imbalan bervariasi, dan investasi. Untuk tahap pemicu dan tindakan, isyarat visual dianalisis menggunakan analisis visual. Tahapan analisis adalah menganalisis *fingerprint scanner* dari tiga aplikasi secara berurutan. Temuan dari analisis diuji keabsahannya dengan hasil wawancara kepada empat narasumber pengguna aplikasi yang dikaji.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Bentuk Empat Tahap Model Kait



Gambar 1. Empat tahap model Kait

1) Pemicu

Pemicu merupakan objek yang digunakan untuk memicu pengguna melakukan tindakan (Eyal & Hoover, 2016). Lebih lanjut dalam bukunya yang berjudul *Hooked*, Nir Eyal & Hoover (2016) mengatakan bahwa pemicu terbagi menjadi dua yaitu pemicu eksternal dan pemicu internal. Pemicu eksternal yaitu pemicu yang dilihat berdasarkan representasi visual dari objek pemicu. Pemicu eksternal ini terbagi menjadi empat diantaranya *paid trigger*, *earned trigger*, *relationship trigger*, dan *owned trigger*.

Paid trigger merupakan kegiatan promosi suatu produk yang menggunakan media berbayar yang bertujuan untuk memicu pengguna menggunakan produk tersebut. *Earned trigger* merupakan reputasi produk yang memicu pengguna untuk menggunakan produk tersebut. *Relationship trigger* merupakan informasi yang didapat dari orang lain mengenai suatu produk yang memicu penggunaan produk tersebut. *Owned trigger* merupakan pemicu yang konsisten terpasang di sebuah produk yang memicu penggunaan berkelanjutan.

Sedangkan untuk pemicu internal adalah pemicu yang tidak memiliki bentuk visual, melainkan impuls insting yang mendasari penggunaan sebuah produk. Impuls insting tersebut

dapat berupa emosi negatif seperti bosan, keraguan, malas, dan frustrasi yang akan mendorong tindakan spontan.

2) Tindakan

Tahap tindakan merupakan motivasi dalam penggunaan sebuah produk yang digambarkan sebagai energi untuk bertindak (Eyal & Hoover, 2016). Motivasi bekerja melalui tiga hal, yaitu; mencari harapan dan meninggalkan rasa takut; mencari kesenangan dan menghindari rasa sakit; serta penerimaan sosial dan menghindari penolakan (Fogg, 2003). Nir Eyal juga menyarankan penyederhanaan cara penggunaan produk dengan menyediakan tampilan yang sederhana dan komunikatif, dapat meningkatkan motivasi pengguna sebab berkurangnya beban kognitif (Eyal & Hoover, 2016). Selain itu, penyederhanaan langkah tindakan juga dapat mengurangi beban kognitif serta meningkatkan motivasi pengguna.

3) Imbalan Bervariasi

Imbalan bervariasi merupakan hasil yang didapat yang bervariasi setelah melakukan tindakan (Eyal & Hoover, 2016). Imbalan yang bervariasi ini membuat pengguna menggunakan produk secara repetitif. Nir Eyal (2016) menyatakan efek imbalan bukanlah tentang hasil yang diberikan produk namun lebih ke perasaan *craving* dari pengguna. Imbalan bervariasi terbagi menjadi tiga, diantaranya; 1) *social reward*, yaitu imbalan yang menghasilkan penerimaan sosial, dipandang penting, dan menjadi bagian dari suatu kelompok; 2) *hunt reward*, yaitu imbalan yang bergantung pada pencarian pada hal yang menarik dan memiliki unsur misteri; 3) *selfreward*, yaitu imbalan yang didapat dari motivasi intrinsik untuk mendapatkan hasil yang mencapai tujuan personal.

4) Investasi

Investasi berfokus pada waktu dan usaha yang diinvestasikan agar membuat produk bernilai. Investasi terbagi menjadi empat bentuk yaitu konten, data, *follower*, reputasi, dan keahlian. Investasi konten merupakan koleksi data pribadi atau informasi yang disimpan pengguna pada suatu produk, seperti foto di aplikasi sosial media dan playlist lagu di aplikasi pemutar musik. Investasi data merupakan informasi pribadi pengguna yang diberikan ke suatu produk aplikasi. Data ini bisa ditambahkan secara langsung ataupun tidak langsung dan dapat memudahkan penggunaan aplikasi. Investasi *follower* merupakan jumlah pengikut yang menjadi nilai ekonomi dan sosial. Investasi dalam bentuk ini biasanya terdapat di aplikasi sosial media. Investasi reputasi merupakan investasi yang didapat dari penilaian orang lain terhadap pengguna. Investasi jenis ini biasanya digunakan pada aplikasi e-commerce, tempat penjual mendapatkan rating untuk barang yang mereka jual. Investasi keahlian merupakan investasi dalam bentuk menguasai suatu produk. Bentuk investasi ini biasanya terdapat pada game.

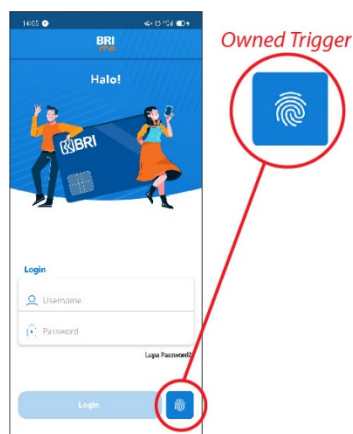
3.1.1. Analisis BRImo, BNI Mobile Banking, dan Jenius Berdasarkan Model Kait

BRImo

1) Pemicu

Pada BRImo teridentifikasi memiliki dua kategori pemicu eksternal diantaranya *owned trigger* dan *paid trigger*. Berikut akan dijelaskan hasil analisa *owned trigger* dan *paid trigger* pada aplikasi BRImo.

a) *Owned Trigger*



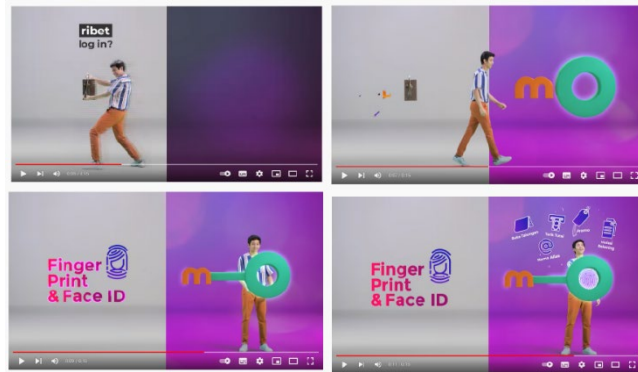
Gambar 2. Owned trigger fingerprint scanner BRImo

Owned trigger fingerprint scanner BRImo tetap ada di halaman kedua login meski tombol tersebut belum berfungsi atau belum bisa digunakan untuk login ketika pertama kali. Untuk login yang kedua kalinya, tombol tersebut sudah dapat langsung digunakan untuk login tanpa mengaktifkannya di menu setting.

Penyetingan awal fitur *fingerprint scanner* BRImo yang menghilangkan langkah penyetingan/penyesuaian pada menu *setting* tersebut memudahkan pengguna. Fitur tersebut secara otomatis aktif setelah login kedua bagi smartphone yang telah menyimpan data *fingerprint*. *Owned trigger* pada aplikasi BRImo mempunyai bentuk visual persegi, berwarna biru, bersudut *rounded*, diposisikan berdekatan dengan tombol *login password* pada bagian bawah halaman login, dan memiliki icon sidik jari berwarna putih dengan garis ujung *rounded* ditengah tombol. Untuk mengevaluasi *owned trigger* aplikasi BRImo dilakukan analisis menggunakan tiga tahap pemahaman dan penggunaan icon yaitu *legibility*, *recognition*, *interpretation* (Carney et al., 1998). Analisis aspek *legibility* dilihat berdasarkan tampilan icon dan tampilan di sekitarnya. Analisis aspek *recognition* dilihat berdasarkan konteks bentuk icon dan keakuratannya. Analisis aspek *interpretation* dilihat dari hubungan pengguna terhadap pesan yang dibawa icon tersebut. Pada tahap ini icon dilihat berdasarkan tujuan dari icon tersebut.

Aspek *legibility owned trigger* aplikasi BRImo dicapai melalui warna biru tombol yang kontras terhadap tombol *password* berwarna biru muda. Kekontrasan ini didukung oleh *background* berwarna putih sehingga tombol *fingerprint scanner* terlihat lebih menonjol. Aspek *recognition owned trigger* aplikasi BRImo dicapai melalui ilustrasi icon sidik jari yang sederhana berbentuk spiral namun tetap dapat diidentifikasi sebagai bentuk sidik jari. Aspek *interpretation* dicapai melalui familiarnya pengguna terhadap pengetahuan tentang bentuk visual guratan sidik jari dan pengetahuan tentang dibutuhkannya penempelan jari pada fitur *fingerprint scanner*. Oleh karena itu, bila *owned trigger* menggunakan ilustrasi guratan sidik jari sebagai visualnya, pengguna dapat memperkirakan bahwa tombol tersebut mempunyai fungsi sebagai *fingerprint scanner*. Hubungan tingkat pengetahuan pengguna tentang cara melakukan *fingerprint scanner* dengan penggunaan ilustrasi visual yang dapat dikaitkan dengan proses tersebut dapat memberikan interpretasi yang tepat pada pengguna.

b) *Paid Trigger*



Gambar 3. Iklan BRImo #loginkeseruanmu
(<https://www.youtube.com/watch?v=RIt437CR7bY>)

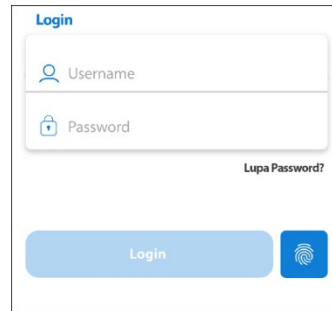
Paid trigger aplikasi BRImo berupa iklan #LoginKeseruanmu yang berdurasi 15 detik. Iklan tersebut memperlihatkan situasi seorang pemuda yang sedang kesulitan ketika memutar kunci yang dianalogikan sebagai *login* menggunakan *password* di halaman sebelah kiri iklan. Pada saat itu terjadi terdapat tulisan “ribet” yang mengindikasikan bahwa *login* yang menggunakan *password* merupakan proses *login* yang rumit. Namun pemuda tersebut berpindah ke halaman sebelah kanan iklan setelah mendengarkan narasi iklan yang berbunyi “Mau gampang login?”. Setelah pemuda tersebut berpindah ke halaman sebelah kanan, terdapat narasi yang berbunyi “Pakai BRImo, bisa *fingerprint* dan *face id*” yang juga diperkuat dengan adegan pemuda tersebut melakukan pemindaian *fingerprint* pada kunci berlogo BRImo. Narasi dan ilustrasi tersebut menyampaikan informasi tentang adanya fitur *login* menggunakan *fingerprint scanner* pada aplikasi BRImo dan kelebihanannya yang lebih mudah digunakan dibandingkan fitur *login* menggunakan *password*.

c) *Pemicu Internal*

Pemicu internal aplikasi BRImo terdapat pada iklan #LoginKeseruanmu berupa *fear appeal*. *Fear appeal* adalah daya tarik rasa takut yang digunakan untuk mempersuasi pengguna menggunakan produk yang diiklankan (Sternthal & Craig, 1974). *Fear appeal* pada iklan tersebut dipicu melalui tulisan “ribet” ketika pemuda tersebut kesulitan memutar kunci yang merupakan analogi dari *login* menggunakan *password*. Oleh karena itu, pemicu internal berdasarkan *fear appeal* tersebut berhubungan dengan proses *login* menggunakan *password* yang dianggap pengguna akan mempersulit proses *login* pada aplikasi perbankan sehingga pengguna akan terpicu untuk menggunakan *fingerprint scanner*.

2) Tindakan

Proses tindakan yang terjadi pada *login* menggunakan *fingerprint scanner* di aplikasi BRImo memanfaatkan motivasi yang dipicu rasa takut. Motivasi ini ditimbulkan oleh pemicu internal berupa rasa takut terhadap kesulitan *login* menggunakan *password*. Motivasi yang menghindari rasa takut akan ditindaklanjuti dengan pencarian harapan (B.J Fogg dalam Eyal & Hoover, 2016). BRImo menjawab harapan pengguna dengan menyediakan *fingerprint scanner* yang membuat proses *login* lebih mudah dan mengurangi usaha kognitif.



Gambar 4. Posisi tombol *fingerprint scanner* BRImo

Tindakan login pada aplikasi BRImo dilakukan dengan menekan tombol login atau *owned trigger* yang terletak pada kanan bawah halaman login. Peletakkan tombol login dan tombol lupa *password* yang berada di kanan bawah serta *username* dan *password* di kanan atas menjadikan alur baca halaman login dari kiri atas ke kanan bawah.

Alur baca dari kiri ke kanan dan atas ke bawah ini mengikuti cara membaca text tulisan latin (Surianto, 2008). Dengan mengikuti kebiasaan membaca ini pemindaian halaman dan pengidentifikasian tombol *login fingerprint scanner* menjadi lebih cepat. Cepatnya pengidentifikasian *fingerprint scanner* secara implisit membuat pengguna menjadi mengetahui tindakan selanjutnya.

Kecepatan pembaca dalam menemukan tombol *login fingerprint scanner* dibantu oleh peletakan tombol lupa *password* di atasnya yang berdekatan. Hal itu terjadi selain karena alur baca yang dibentuk oleh *layout*-nya, namun juga karena pembaca digiring untuk berpikir bila melupakan *password* dapat langsung menekan tombol *login fingerprint scanner* di bawahnya. Tombol lupa *password* tersebut memberikan fokus kepada pengguna tentang alternatif cara login.

Tindakan pengguna untuk menekan tombol *login fingerprint scanner* dipengaruhi oleh desain warna tombol di sekitarnya. Warna tombol *login password* yang menggunakan warna lebih muda disejajarkan dengan tombol *login fingerprint scanner* yang berwarna biru tua solid, hal itu membuat *layout area* login menjadi asimetris dan alur baca menjadi berfokus kepada tombol *login fingerprint scanner*. Karena *layout asimetris* memberikan kesan *movement* pada halaman login (Beaird, 2014) maka hal tersebut memberikan dorongan kepada pengguna untuk lebih melihat tombol *login fingerprint scanner* di aplikasi BRImo.

3) Imbalan bervariasi

Imbalan pada fitur *fingerprint scanner* berupa *self reward* yang dilihat dari pemicu internal (*fear appeal*) yang memicu pengguna menggunakan fitur *fingerprint scanner* dan motivasi pada tahap tindakan. *Self reward* didasari pada keinginan personal pengguna untuk dapat login ke aplikasi dengan cepat dan mudah.

Variasi imbalan pada kategori *selfreward* tidak memiliki unsur variasi lain selain dari rasa puas karena pengguna berhasil *login* lebih baik dan cepat dengan menggunakan *fingerprint scanner*. Tidak adanya unsur lain selain kepuasan pada *login* yang lebih baik dan cepat sebab pada fitur tersebut hanya berfungsi sebagai *login*.

4) Investasi

Investasi yang didapatkan dari penggunaan fitur *fingerprint scanner* di BRImo adalah investasi data. Investasi data tersebut berupa data sidik jari. Data sidik jari yang diberikan digunakan untuk mengaktifkan fitur *login fingerprint scanner* dan untuk *login* selanjutnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Nir Eyal (2016) bahwa investasi dalam bentuk pemberian data merupakan bentuk komitmen yang memiliki efek untuk memicu pengguna menggunakan aplikasi secara repetitif.

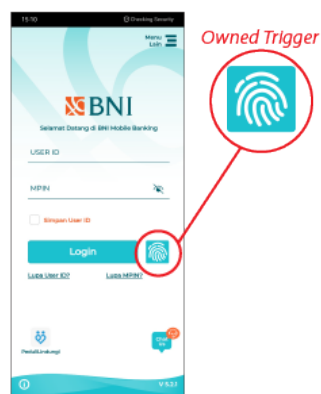
Sedangkan investasi lain seperti *follower*, *content*, reputasi, dan keahlian tidak ditemukan pada fitur *fingerprint scanner* aplikasi BRImo. Tidak ditemukannya imbalan tersebut pada fitur *fingerprint scanner* dikarenakan fitur hanya bekerja sebagai fitur login yang membutuhkan atau daru pengguna untuk bisa digunakan.

BNI Mobile Banking

1) Pemicu

Pada BRImo teridentifikasi memiliki dua kategori pemicu eksternal diantaranya *owned trigger* dan *paid trigger*. Berikut akan dijelaskan hasil analisa *owned trigger* dan *paid trigger* pada aplikasi BRImo.

a) *Owned trigger*



Gambar 5. *Owned trigger* BNI Mobile Banking

Owned trigger fingerprint scanner BNI Mobile Banking tetap ada di halaman *login* namun belum bisa difungsikan sebagai tombol *login*. Pengaktifan *owned trigger* sebagai tombol *login fingerprint scanner* melalui menu *setting* serta pengguna diharuskan untuk memindai sidik jari dan mengidentifikasi diri sebagai pemilik sidik jari menggunakan *password*. Bila semua rangkaian pengaktifan sukses dilakukan pengguna bisa menggunakan *fingerprint scanner* ketika *login*.

Owned trigger pada aplikasi BNI Mobile Banking mempunyai bentuk visual persegi bersudut *rounded* dan berwarna biru muda. Posisi tombol berdekatan dengan tombol *login password* pada bagian tengah halaman. *Owned trigger* memiliki ilustrasi icon sidik berwarna putih terbentuk dari garis putus-putus yang melengkung dan berujung *rounded* serta yang diposisikan di tengah tombol.

Owned trigger BNI Mobile Banking dievaluasi melalui tiga tahapan pemahaman dan penggunaan icon yaitu *legibility*, *recognition* dan *interpretation* (Carney, Campbell, & Mitchell, 1998). Aspek *legibility owned trigger* aplikasi BNI Mobile Banking dicapai melalui penggunaan animasi pada sidik jari yang kontras terhadap elemen lainnya yang tidak beranimasi. Animasi

dapat menjadi kontras yang baik karena mengandung elemen gerakan yang mampu menarik perhatian pengguna untuk melihatnya (Hagen & Golombisky, 2017). Aspek *recognition owned trigger* dicapai melalui ilustrasi sidik jari yang mengalami penyederhanaan pada bentuknya namun dapat diidentifikasi sebagai bentuk sidik jari. Aspek *interpretation owned trigger* dicapai melalui pengetahuan pengguna terhadap fungsi bentuk sidik jari, sehingga ketika *owned trigger* menggunakan bentuk sidik jari untuk merepresentasikan fungsi tombol sebagai *fingerprint scanner* dapat diketahui dengan mudah oleh pengguna. Hubungan antara pengetahuan pengguna dengan penggunaan representasi visual ini memberikan interpretasi yang mudah dipahami oleh pengguna.

b) *Paid trigger*



Gambar 6. Iklan *fingerprint scanner* BNI Mobile Banking
(<https://www.youtube.com/watch?v=Wc8QYUPMcHE>)

Paid trigger BNI Mobile Banking berupa iklan yang berjudul #GakPakeNanti. Iklan tersebut menceritakan seorang supir serta ibu dan anak sebagai penumpang. Pada iklan tersebut memperlihatkan tokoh anak mengalami kesulitan untuk mengeluarkan barang bawaannya. Saat itu terjadi, anak tersebut diingatkan oleh tokoh ibu untuk membayar “Grubcar” dan di saat bersamaan supir Grubcar tersebut meminta pembayaran disegerakan. Tokoh anak tersebut panik dan menjatuhkan barang bawaannya kemudian untuk memenuhi permintaan ibu dan supir Grubcar tokoh anak dengan susah payah berusaha untuk *login* ke aplikasi untuk menyelesaikan pembayaran namun desakan dari ibunya membuat tokoh anak semakin panik hingga mempersulit proses *logi* dengan *password*, disaat kejadian tersebut berlangsung seseorang datang dan memberitahukan cara mudah untuk login di aplikasi BNI Mobile Banking dengan menggunakan *fingerprint scanner* serta menunjukkan tahapan untuk mengaktifkannya. Kehadiran orang tersebut untuk menyampaikan informasi tentang *fingerprint scanner* yang lebih mudah digunakan dibandingkan fitur *login* menggunakan *password*.

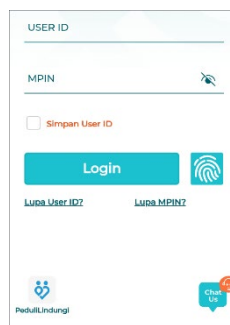
c) Pemicu internal

Pemicu internal aplikasi BNI Mobile Banking pada iklan #login keseruanmu berupa fear appeal. Adegan yang memperlihatkan fear appeal yaitu ketika si anak yang kesusahan mengeluarkan barang bawaan dari mobil dan disaat bersamaan dipaksa oleh ibunya dan si supir untuk melakukan pembayaran namun si anak terlalu panik untuk bisa fokus sehingga login tidak pernah tercapai. Oleh karena itu pemicu internal berdasarkan fear appeal pada iklan didasari rasa takut pada sulitnya login menggunakan *password* yang akan mempersulit proses login dan berpotensi merugikan orang lain. Hal ini merupakan gambaran dari permasalahan yang

ada di penggunaan login password jika digunakan pada situasi yang terdesak. Memanfaatkan fear appeal pada iklan menciptakan pemicu internal untuk menggunakan fingerprint scanner menjadi kuat.

2) Tindakan

Proses bertindak yang terjadi di fitur *fingerprint scanner* BNI Mobile Banking memanfaatkan pemicu internal yang dipicu rasa takut pada potensi kerumitan menggunakan *password* yang memotivasi pengguna untuk menghindarinya dan berharap pada cara yang disediakan BNI Mobile Banking yaitu melalui *login fingerprint scanner* yang prosesnya lebih cepat dibandingkan *password*.



Gambar 7. Posisi tombol *fingerprint scanner* BNI Mobile Banking

Tindakan *login* dilakukan dengan menekan *owned trigger* yang telah diaktifkan sebagai tombol *fingerprint scanner*. Peletakkan tombol *login fingerprint scanner* tersebut berada dibagian tengah kanan halaman *login* tepat dibawah isian untuk *USER ID* dan *MPIN* yang berada di kiri atas halaman. Posisi peletakkan ini menunjukkan pengguna alur pemindaian dari kiri halaman ke kanan halaman. Dengan adanya alur pemindaian seperti ini membuat pengguna mengetahui tindakan selanjutnya.

Pengarahan fokus pembaca pada tombol *fingerprint scanner* juga dibantu oleh posisi tombol-tombol di halaman *login* yang menggunakan prinsip unitas yaitu proksimitas. Konsep proksimitas ini digunakan untuk mengelompokkan objek yang memiliki kesamaan konten atau fungsi (Miller, 1973). Konsep proksimitas terlihat dari posisi dua tombol dengan fungsi *login* yang diposisikan sejajar dan posisi dua tombol bantuan untuk lupa *USER ID* dan *MPIN* yang juga sejajar serta diposisikan tepat berada di bawah tombol *login MPIN*. Pengelompokan fitur-fitur yang berhubungan dengan *login MPIN* menjadikan tombol *fingerprint scanner* memiliki ruang kosong yang lebih banyak di bagian atas dan bawah tombol sehingga ruang kosong tersebut membantu pengguna untuk fokus pada tombol *fingerprint scanner*.

Pengumpulan tombol lupa *User ID* dan lupa *MPIN* dibawah tombol *login User ID* dan *MPIN* tidak hanya untuk mengelompokkan tahapan *login* namun juga memberikan kesan kompleks pada *fitur login* tersebut. Kesan kompleks ini berpotensi mempengaruhi pengguna untuk menghindari potensi kerumitan yang akan ditimbulkan oleh *login USERID* dan *MPIN*.

3) Imbalan Bervariasi

Imbalan pada fitur *fingerprint scanner* merupakan imbalan sosial dan *self reward*. Kedua imbalan dilihat dari pemicu internal penggunaan pada fitur *fingerprint scanner* yang didasari pada pemenuhan ekspektasi orang lain dan harapan *login* menggunakan *fingerprint scanner* lebih cepat dari pada *login* menggunakan *MPIN*

Variasi imbalan pada aspek *social reward* aplikasi ini terlihat dari penggunaan *login fingerprint scanner* yang membantu pengguna untuk memenuhi tuntutan sosial dengan lebih baik dan cepat. Variasi yang dicapai oleh pengguna berupa perasaan diterima oleh lawan interaksinya karena bisa memenuhi tuntutan tersebut dengan cepat dan mudah. Nir eyal (2016) juga menyatakan hal ini dianggap variasi sebab otak manusia beradaptasi untuk mencari penerimaan secara sosial.

Variasi imbalan pada kategori *self reward* tidak memiliki unsur variasi baru yang didapat dari penggunaan *fingerprint scanner* selain rasa puas karena bisa login lebih baik. Tidak adanya unsur lain selain kepuasan pada *login* yang lebih baik sebab fitur tersebut hanya menawarkan fitur untuk *login*.

4) Investasi

Tahap investasi yang ditemukan pada aplikasi BNI Mobile banking berupa investasi dalam bentuk pemberian data. Investasi data ini merupakan kontribusi yang harus dilakukan pengguna aplikasi untuk bisa mengaktifkan fitur *fingerprint scanner*. Investasi dalam bentuk pemberian data merupakan sebuah komitmen yang dapat mendorong pengguna untuk kembali menggunakan fitur *fingerprint scanner*.

Pada tahap investasi di fitur *fingerprint scanner* hanya dapat teridentifikasi investasi data. Sedangkan investasi lain seperti *follower*, *content*, reputasi, dan keahlian tidak ditemukan. Tidak ditemukannya imbalan tersebut pada fitur *fingerprint scanner* dikarenakan fitur hanya bekerja sebagai fitur login yang membutuhkan data dari pengguna untuk bisa digunakan.

Jenius

1) Pemicu

Pada Jenius teridentifikasi memiliki dua kategori pemicu eksternal diantaranya *owned trigger* dan *paid trigger*. Berikut akan dijelaskan hasil analisa *owned trigger* dan *paid trigger* pada aplikasi Jenius.



Gambar 8. Owned trigger scanner Jenius

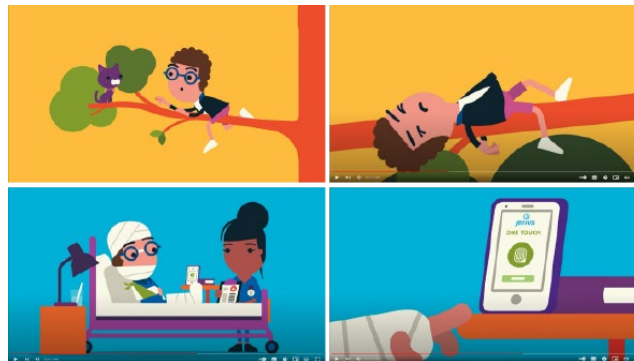
Owned trigger fingerprint scanner Jenius bisa ditemukan di halaman *login* namun belum berfungsi ketika *login* pertama kali. Pengaktifan *fingerprint scanner* haruslah melalui menu setting dan menekan tombol “Aktifkan Biometrik”. Setelah menekan tombol “Aktifkan Biometrik” aplikasi akan secara otomatis membaca data *fingerprint scanner* yang tersimpan di *smartphone*.

Penyetingan fitur *fingerprint scanner* seperti ini yang menghilangkan langkah pemindaian sidik jari ketika mengaktifkan fitur *fingerprint scanner* di menu setting tersebut memudahkan pengguna dan memberikan pilihan ke pengguna untuk mengaktifkannya atau tidak.

Owned trigger aplikasi Jenius hanya menggunakan icon sidik jari yang terbentuk dari garis-garis tipis melengkung yang membentuk bentuk sidik jari. Posisi tombol berada di kiri bawah halaman pada area keyboard khusus *login pin*. Secara ukuran *owned trigger* sendiri lebih besar dibandingkan angka-angka pada keyboard.

Owned trigger Jenius dievaluasi melalui tiga aspek yaitu *legibility*, *recognition* dan *interpretation*. Aspek *Legibility owned trigger* dicapai melalui kontras dari bentuk *icon* sidik jari terhadap karakter angka di area keyboard khusus pin. Kontras pada *icon* didukung juga oleh penggunaan ruang kosong antar objek yang memudahkannya untuk di lihat. Aspek *Recognition owned trigger* dicapai melalui penggunaan bentuk sidik jari yang disederhanakan dan didesain untuk terlihat canggin. Bentuk yang disederhanakan ini dikenali sebagai bentuk sidik jari melalui penggunaan garis melengkung yang disusun menyerupai bentuk spiral sidik jari serta menyerupai bentuk ujung tapak jempol. Maka dari itu dengan penyusunan garis-garis tersebut pengguna familiar dan mengenali bentuknya sebagai sidik jari. Tahap *interpretation* dicapai melalui hubungan antara pengetahuan Pengguna pada fungsi symbol sidik jari di halaman login merupakan *login fingerprint scanner* dan Aplikasi menggunakan symbol sidik jari di halaman login untuk merepresentasikan fungsi tombol *fingerprint scanner*.

d) *Paid trigger*



Gambar 9. One Touch - Sekarang hanya dengan satu sentuhan bisa mengubah cara hidup
(<https://www.youtube.com/watch?v=efMJ0eMV4DU>)

Paid trigger aplikasi Jenius berupa iklan yang berjudul *Jenius One Touch* berdurasi 58 detik, Iklan tersebut memperlihatkan tokoh pria yang ingin pamer kebolehannya dengan menolong kucing pacarnya. tokoh pria tersebut gagal menyelamatkan kucing lalu terjatuh ke dahan pohon dibawahnya yang kemudian dahan pohon tersebut melemparkan tokoh pria ke tebing batu hingga terjatuh ke tanah dan tertimpa oleh pohon lalu adegan berpindah ke rumah sakit dengan keadaan tokoh pria diperban seluruh tubuhnya. Adegan di rumah sakit menunjukkan tokoh pria dihampiri oleh perawat yang ingin menagih biaya rumah sakit. dalam keadaan diperban seluruh tubuhnya tokoh pria berhasil *login* ke aplikasi jenius melalui *fingerprint scanner* dengan satu sentuhan serta membiarkan perawat tersebut menyelesaikan transaksi pembayaran.

e) Pemicu internal

Pemicu internal aplikasi Jenius diperlihatkan melalui iklan *Jenius One Touch* berupa *humor appeal*. *Humor appeal* adalah cara untuk mengkomunikasikan suatu pesan pada iklan dengan memanfaatkan situasi yang humoris untuk membuat pengguna mengingat iklan tersebut. Dalam iklan situasi yang memuat *humor appeal* terlihat ketika si pria terjatuh, terlempar oleh dahan pohon, tertimpa oleh pohon-pohon, dan akhirnya berada dirumah sakit serta harus melakukan pembayaran yang dapat diselesaikan pengguna dengan bantuan *login fingerprint scanner*.

Dengan penggunaan *humor appeal* ini pengguna akan mengingat iklan tersebut serta ingatan tersebut akan mengarahkan pengguna ke pesan yang dibawanya. Pesan pada iklan yang memicu pengguna secara internal menggunakan *fingerprint scanner* setelah teringat oleh adegan *humor appeal* berupa penggunaan *fingerprint scanner* yang dapat menyelesaikan semua transaksi finansial ataupun transaksi lainnya pada aplikasi Jenius dengan satu sentuhan.

2) Tindakan

Proses bertindak untuk menggunakan *fingerprint scanner* aplikasi Jenius mendahulukan penyederhanaan proses *login fingerprint scanner* dengan langsung mengarahkan pengguna untuk memindai sidik jari. Penyederhanaan seperti ini sesuai dengan pernyataan Nir Eyal (2016) bahwa meningkatkan kemudahan menggunakan produk akan menjadi keuntungan terbesar bagi perusahaan berbasis teknologi dan meningkatkan motivasi pengguna untuk bertindak. Penyederhanaan proses *login* dengan *fingerprint scanner* ini juga membuat pengguna tidak perlu lagi melakukan pemindaian elemen visual pada halaman *login* untuk mencari dimana *owned trigger* Jenius sehingga pengguna tidak memerlukan usaha kognitif untuk *login*.

Tahap tindakan Jenius yang memotong jumlah proses *login* menggunakan *fingerprint scanner* ini merupakan perwujudan dari pesan iklan *Jenius one touch*. Penyederhanaan jumlah proses ini menjawab harapan pengguna dan secara tidak langsung memunculkan motivasi untuk menggunakan fitur *fingerprint scanner* secara repetitif.

3) Imbalan bervariasi

Imbalan pada fitur *fingerprint scanner* merupakan *social reward* dan *self reward*. *Social reward* terlihat dari alur cerita iklan bahwa *login* menggunakan *fingerprint scanner* dengan sekali tekan dapat membantu pengguna untuk menyelesaikan transaksi pembayaran sehingga *fingerprint scanner* pada iklan menggambarkan peran *fingerprint scanner* pada kegiatan interaksi sosial pengguna. *Self reward* didapat berdasarkan hubungan dari pemicu internal dan tahap tindakan yang menggambarkan keinginan personal pengguna untuk tidak ingin mengkhawatirkan cara *login*. Hubungan tersebut berupa efek dari *humor appeal* yang mengarahkan ingatan pengguna ke pesan iklan bahwa *login* bisa diselesaikan dengan satu tahapan sedangkan pada tahap tindakan *login fingerprint scanner* memotong proses pencarian *owned trigger* di halaman *login* sehingga satu tahapan pada proses *login fingerprint scanner* tercapai.

Variasi imbalan ditinjau dari aspek *social reward* yaitu pemenuhan tuntutan sosial berupa transaksi pembayaran. Melalui transaksi *login* yang cepat pengguna bisa sepenuhnya fokus ke pembayaran sehingga berefek pada pengguna yang mendapatkan penerimaan secara sosial dari lawan interaksinya. Dari sisi *self reward* variasi imbalan merupakan keinginan untuk mencapai motivasi personalnya untuk tidak direpotkan oleh permasalahan *login* masuk ke aplikasi dan hal ini berhasil dipenuhi oleh *login fingerprint scanner*.

4) Investasi

Tahap investasi yang ditemukan pada aplikasi Jenius sama seperti dua aplikasi sebelumnya yaitu investasi berbentuk data. Hal ini karena Jenius juga memerlukan kontribusi serta komitmen pengguna untuk bisa mengaktifkan fitur tersebut dengan secara sukarela membiarkan aplikasi Jenius membaca data sidik jari yang tersimpan di *smartphone* pengguna. Efek dari investasi inipun mampu mendorong pengguna untuk tetap menggunakan fitur tersebut

Pada tahap investasi ini hanya ditemukan investasi berbentuk data. Sedangkan tahap investasi lainnya seperti investasi *follower*, *content*, reputasi dan keahlian tidak ditemukan pada aplikasi *login fingerprint* Jenius. Tidak ditemukannya imbalan tersebut pada fitur *fingerprint scanner* dikarenakan fitur hanya bekerja sebagai fitur login yang membutuhkan data dari pengguna untuk bisa digunakan.

3.1.2. Pembahasan Model Kait

Owned trigger ketiga aplikasi berdasarkan evaluasi aspek *legibility* memiliki perbedaan yang signifikan sehingga pada aspek ini banyak mempengaruhi kualitas *owned trigger*. Pada BRImo aspek *legibility* yang dicapai melalui kontras warna yaitu tombol biru yang didukung background putih. Selain itu ditemukan pada bagian Background ilustrasi Halaman *login* memiliki karakteristik warna yang sama dengan *owned trigger*. Hal ini bisa meningkatkan keterlihatan objek dan mengurangi waktu pencarian di objek yang memiliki karakteristik yang sama (Scott, 1993). BNI Mobile Banking juga memiliki objek yang memiliki karakteristik warna yang sama namun tidak digunakan pada *fingerprint scanner* dan *Legibility owned trigger* hanya dicapai menggunakan animasi pada *icon*. Kontras *Owned trigger* Jenius pada aspek *legibility* bergantung pada tombol angka dan ruang kosong antar tombol. Hal ini bisa menguntungkan Tombol *fingerprint scanner* bila pengguna langsung melihat ke arah *keyboard* namun halaman login jenius di fokuskan pada penggunaan pin sehingga isian angka pin menjadi *emphasis* di halaman yang membuat pengguna cenderung melihat ke isian angka tersebut.

Owned trigger diluar aspek *legibility* pada ketiga aplikasi menggunakan bentuk sidik jari sebagai *icon* untuk merepresentasikan tombol *fingerprint scanner*. *Icon* sidik jari dari ketiga aplikasi tidak mengalami perubahan yang banyak dan tetap mempertahankan ciri khas dari bentuk aslinya. Dari bentuk *icon* yang identikal terhadap objek aslinya akan lebih cepat dikenali oleh grup masyarakat yang mengenali bentuk aslinya (Daniel et al., 2020). Hal ini akan mempertegas fungsi *icon* untuk menyampaikan informasi secara akurat, cepat dan efektif dalam suatu fungsi fitur pada proses operasi komputer (Yan, 2011).

Proses *fingerprint scanner* pada aplikasi Jenius lebih baik dibandingkan BRImo dan BNI Mobile Banking. Dalam hal ini fitur *fingerprint scanner* Jenius ditemukan tidak lagi perlu melakukan pemindaian halaman login untuk mencari tombol *fingerprint scanner* namun pengguna langsung diarahkan untuk memindai sidik jarinya di tempat yang disediakan *smartphone*. Pemotongan proses *fingerprint scanner* akan sangat membantu mengurangi beban kognitif pengguna untuk login dan merupakan sebuah kemudahan.

Pengurangan usaha kognitif untuk mencari fitur *fingerprint scanner* melalui tampilan pada BRImo lebih baik dari BNI Mobile Banking karena penyediaan warna untuk mengisyaratkan aktif dan tidak aktifnya tombol *login*. Penyediaan warna seperti ini mampu mendorong pengguna untuk menekan tombol *fingerprint scanner* yang aktif. Penekanan tombol didukung

dengan tata letak yang mengikuti alur baca text latin yang membuat pengguna secara otomatis mengidentifikasi tombol di halaman *login*. Kebiasaan membaca ini membuat otak pengguna berhenti bekerja begitu keras untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan (Duhigg, 2019).

BNI Mobile banking memang ditemukan mengikuti alur baca dari kiri atas ke kanan bawah. Meski begitu tidak adanya penyediaan isyarat tombol aktif dan tidak aktif melalui warna membuat alur ini tidak berfungsi untuk mengarahkan pengguna ke tombol *fingerprint scanner* namun hanya untuk memudahkan pengguna memindai keseluruhan halaman.

Imbalan pada aplikasi BNI Mobile Banking dan Jenius ditemukan variasi *social reward* yang akan mendorong pengguna menggunakan fitur tersebut pada transaksi di situs sosial. Hal ini dikarenakan manusia sebagai makhluk sosial cenderung mencari cara untuk membuat dirinya di terima oleh orang lain bahkan cenderung termotivasi untuk memenuhi ekspektasi orang lain (Eyal & Hoover, 2016). Sehingga penambahan variasi ini bagus untuk mengikat pengguna dengan fitur *fingerprint scanner*.

Pada tahap investasi ditemukan ketiga aplikasi menggunakan jenis investasi yang sama yaitu investasi berupa data. Jenis investasi ini wajar ditemukan pada fitur *fingerprint scanner* sebab kontribusi yang bisa dilakukan pengguna pada fitur ini yaitu untuk memberikan data sidik jari untuk mengaktifkan fitur tersebut. Namun pengaruhnya pada kembalinya pengguna menggunakan fitur tersebut sangat signifikan.

3.2. Hasil Wawancara

Berdasarkan wawancara menunjukkan alasan login dengan *fingerprint scanner* karena fitur tersebut lebih mudah dan mampu memicu Tindakan yang spontan. Narasumber BRImo mengutarakan Login *fingerprint* dilakukan tanpa sadar pada situasi terburu buru seperti saat Narasumber perlu sekali “tarik tunai” tanpa kartu namun fitur tersebut tidak tersedia di halaman *shortcut* sehingga narasumber perlu *login* dan pada situasi tersebut spontan menggunakan *fingerprint scanner* untuk *login*.

Ditemukan pada wawancara, narasumber BRImo dan BNI Mobile Banking spontan menemukan fitur *fingerprint scanner* berdasarkan kontras *owned trigger* Namun hanya pada Narasumber BRImo yang terpicu untuk melakukan tindakan. Narasumber BRImo terpicu untuk bertindak sebab mengetahui warna biru pekat pada tombol menandakan tombol tersebut bisa ditekan. Narasumber BRImo menambahkan pilihannya untuk bertindak juga disebabkan karena terintimidasi oleh tombol biru muda yang perlu proses untuk mengaktifkannya. Narasumber BNI Mobile banking diketahui spontan melihat ke arah *owned trigger* karena animasinya namun tidak memicu narasumber untuk bertindak

Reaksi narasumber Jenius ketika membuka halaman login tidak langsung melihat ke arah *owned trigger fingerprint scanner*. Narasumber Jenius pertama cenderung memperhatikan logo sebagai objek yang menarik dan yang pertama dilihatnya. Narasumber Jenius lainnya mengakui dia langsung melihat ke arah *keyboard* karena menurutnya *keyboard* memenuhi setengah halaman login. Dari ini diketahui bahwa desain halaman *login* Jenius tidak mengarahkan narasumber untuk menggunakan *fingerprint scanner* namun lebih mengutamakan penggunaan pin.

Sintesis hasil wawancara dan analisis model Kait

Pemberian kontras pada *owned trigger fingerprint scanner* berhasil menarik perhatian narasumber BRImo dan BNI Mobile Banking. Pernyataan narasumber BRImo yang tepicu untuk melihat *owned trigger* ketika memindai halaman *login* karena warna biru solid pada *owned trigger* dan Pengalaman narasumber BNI Mobile Banking yang seponatan melihat animasi di tombol *fingerprint scanner*. Pernyataan narasumber ini memvalidasi kualitas *legibility Owned trigger* yang dicapai melalui kontras warna maupun keunikan tampilan *owned trigger*. *Legibility* pada *owned trigger* bertujuan untuk menarik perhatian dan menunjukkan keberadaan fitur *fingerprint scanner* di halaman login dengan adanya pemicu yang menarik maka pengguna akan terpicu untuk menggunakannya.

Pemicu internal pada analisis berupa rasa takut bahwa login *password* atau pin akan mempersusah proses login tidak ditemukan berdasarkan wawancara dengan narasumber. Namun faktor rasa takut menggunakan *password* atau pin tetap ditemukan pada narasumber BNI Mobile Banking dan BRImo yang mengkhawatirkan ketika memasukkan *password*, pin dan *username* didepan umum ditakutkan di ketahui oleh orang lain yang tidak bertanggung jawab. Rasa takut seperti ini memicu narasumber untuk selalu menggunakan *fingerprint scanner*.

Pada analisis halaman *login* Jenius didesain untuk menguntungkan fitur *login* pin serta halaman *login* tidak menggunakan bentuk ataupun warna pada tombol hanya *icon* sehingga membuat pengguna susah mencari tombol *fingerprint scanner*. Ini dialami oleh Narasumber Jenius pertama yang mencoba memindai Halaman login namun sedikit kesusahan untuk mencari tombol tersebut. Meski begitu. Narasumber mengakui selalu menggunakan *fingerprint scanner* karena pada Jenius notifikasi yang mengarahkan untuk memindai sidik jari muncul sebelum masuk ke halaman login.

Tahapan tindakan berdasarkan alur pemindaian ataupun peletakkan tombol *fingerprint scanner* BRImo dan BNI Mobile Banking sendiri tidak ditemukan kesamaan dari analisis dan tindakan narasumber. Hal ini disebabkan narasumber merupakan pengguna yang telah terbiasa menggunakan aplikasi tersebut sehingga tindakan untuk menggunakan fitur *fingerprint scanner* dilakukan secara spontan. Namun tetap terdapat motivasi untuk menghindari kerumitan penggunaan *password* yang memicu pengguna untuk bertindak serta pengambilan tindakan berdasarkan warna pada *owned trigger*.

Tahap imbalan bervariasi pada analisis ditemuaka adanya dua tipe imbalan yaitu *self reward* dan imbalan suku. Tipe *self reward* ditemukan pada keempat Narasumber dalam bentuk motivasi *login* menggunakan *fingerprint scanner* karena *fingerprint scanner* membantu mereka untuk login lebih cepat dan membantu untuk menghemat waktu. Pada tipe imbalan suku ditemukan pada perilaku Narasumber BNI Mobile Banking yang tertolong untuk bisa lebih fokus dengan transaksi pembayaran tanpa khawatir gagal *login*.

Pada tahap investasi dari ketiga bank pemberian data sidik jari membuat pengguna konsisten menggunakan fitur *fingerprint scanner* benar adanya. Keempat narasumber menyatakan bahwa mereka konsisten menggunakan *fingerprint scanner* setelah mengaktifkan tombol tersebut. Maka dari konsistensi ini keempat narasumber akan kembali mengulang semua tahapan model kait.

4. Simpulan

Disimpulkan dari ketiga aplikasi, *fingerprint scanner* aplikasi BRImo lebih unggul pada tampilan *owned trigger* yang mampu memicu pengguna untuk bertindak. Perbedaan warna antara tombol aktif dan tidak aktif menjadi hal yang memicu pengguna untuk menggunakan *fingerprint scanner* setelah melakukan pemindaian halaman dan perbedaan kontras warna pula yang menjadikan pengguna lebih fokus ke *owned trigger*. Hal ini juga akan memicu penggunaan secara repetitif maka apa yang dilakukan BRImo sangat disarankan. BNI Mobile Banking dan Jenius dari segi tampilan *owned trigger* pada halaman login tidak hanya memicu pengguna untuk melihat pada *owned trigger* tersebut namun tidak mengarahkan pengguna untuk bertindak. Maka yang mempengaruhi pengguna untuk bertindak bergantung pada pemicu internal dan motivasi pengguna. Jenius mengarahkan pengguna untuk langsung *login* dengan *fingerprint scanner* tanpa perlu mencari *owned trigger* di halaman *login*. Pemotongan proses ini memang sesuai dengan tahap tindakan yang menghilangkan semua bentuk proses namun tidak adanya proses pencarian secara visual ataupun visual yang mengarahkan pengguna untuk bertindak tidak sesuai dengan topik penelitian yang membahas visual login *fingerprint scanner* berdasarkan model kait. Pada analisis ini ditemukan banyak ketidakcocokan dengan yang terjadi dilapangan karena narasumber telah terbiasa menggunakan *fingerprint scanner* sehingga narasumber cenderung seponatan memperhatikan dan menggunakan *fingerprint scanner* dan tidak bisa menjelaskan proses pencarian tombol tersebut. Maka dari itu analisis selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan narasumber yang baru menggunakan aplikasi perbankan agar dapat melihat proses bertindak pengguna yang belum terbiasa menemukan *fingerprint scanner* pada aplikasi yang akan diteliti.

Daftar Rujukan

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Astutik, Y. (2020). *Lebih Aman Transaksi Digital Pakai PIN atau Sidik Jari?* CNBC Indonesia.
- Beard, J. (2014). The Principles of Beautiful Web Design. In P. Fitzpatrick (Ed.), *Midwifery today with international midwife* (Third, Issue 99). SitePoint Pty. Ltd.
- Carney, C., Campbell, J. L., & Mitchell, E. A. (1998). *In-Vehicle Display Icons and Other Information Elements : Literature Review* (Issue May). U.S. Department of Transportation Federal Highway Administration. <https://doi.org/DOI:10.1037/e664642007-001>
- Chigori, D., Viljoen, K., Ford, M., & Cilliers, L. (2020). Mobile phone banking: A comparative analysis of e-service quality and customer loyalty of banking applications and Unstructured Supplementary Service Data services. *Journal of Economic and Financial Sciences*, 13(1), 1–12. <https://doi.org/10.4102/jef.v13i1.471>
- Cipta Hadi, D. S., & Assegaff, S. (2022). Analisis Aplikasi Mobile Banking Jenius Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 7(4), 666–677. <https://doi.org/10.33998/jurnalmsi.2022.7.4.691>
- Daniel, B., Hemmert, F., & Jorn, H. (2020). Universal and Intuitive? Scientific Guidelines for Icon Design. *MuC'20*, 91–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/3404983.3405518>
- Duhigg, C. (2019). The Power of Habit. *Journal of College Orientation, Transition, and Retention*, 20(3). <https://doi.org/10.24926/jcotr.v20i3.2852>
- Eyal, N., & Hoover, R. (2016). *HOOKED Bagaimana Aplikasi Membentuk Kebiasaan* (Pertama). Kepustakaan Populer Gramedia.
- Fogg, B. J. (2003). Persuasive Technology Using Computers to Change WhatWe Think and Do. In *Encyclopedia of Applied Ethics*. Morgan Kaufman Publisher. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-373932-2.00008-9>
- Iqbal, S., Irfan, M., Ahsan, K., Hussain, M. A., Awais, M., Shiraz, M., Hamdi, M., & Alghamdi, A. (2020). A novel mobile wallet model for elderly using fingerprint as authentication factor. *IEEE Access*, 8, 177405–177423. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3025429>

- Li, H., & Chen, C. H. (2021). Effect of the affordances of the fm new media communication interface design for smartphones. *Sensors (Switzerland)*, 21(2), 1–14. <https://doi.org/10.3390/s21020384>
- Miller, B. G. (1973). *Above the fold : understanding the principles of successful web site design*. HOW BOOKS.
- Ogbanufe, O., & Kim, D. J. (2018). Comparing fingerprint-based biometrics authentication versus traditional authentication methods for e-payment. *Decision Support Systems*, 106(November), 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2017.11.003>
- Pahlevi, R. (2022). *Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Bank Digital Jenius Tertinggi di Indonesia*. Databoks.
- Razi, A. A., & Putra, R. P. (2020). *The Hooked Model as Communication Strategy of “Kembaliin” App as an Information Media for Handling Lost and Found*. 409(SoRes 2019), 214–218. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200225.044>
- Scott, D. (1993). Visual search in modern human-computer interfaces. *Behaviour and Information Technology*, 12(3), 174–189. <https://doi.org/10.1080/01449299308924378>
- Sharma, L., & Mathuria, M. (2018). Mobile banking transaction using fingerprint authentication. *Proceedings of the 2nd International Conference on Inventive Systems and Control, ICISC 2018, Icisc*, 1300–1305. <https://doi.org/10.1109/ICISC.2018.8399016>
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian DKV*. PT Kanisius.
- spicework. (2020). *Spiceworks Study Reveals Nearly 90 Percent of Businesses Will Use Biometric Authentication Technology by 2020*. Spicework.
- Sternthal, B., & Craig, C. S. (1974). Fear Appeals: Revisited and Revised. *Journal of Consumer Research*, 1(3), 22. <https://doi.org/10.1086/208597>
- Surianto, R. (2008). *LAYOUT dasar & penerapannya*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yan, R. (2011). Icon design study in computer interface. *Procedia Engineering*, 15, 3134–3138. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2011.08.588>