

Persepsi Pengguna Aplikasi Onears sebagai Media Konvergensi Mercury Media Group

Dicky Friardani Januar Syah Muhammadin¹, Windri Saifudin²,
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
friardanijanuar@gmail.com, windri.saifudin.ilkom@upnjatim.ac.id.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi pengguna terhadap aplikasi Onears sebagai wujud praktik konvergensi media Mercury Media Group, dengan menekankan bagaimana desain antarmuka (UI/UX) dipersepsi dalam proses penggunaan. Permasalahan seperti rendahnya jumlah pengguna dibandingkan kompetitor serta berhentinya pembaruan konten menunjukkan perlunya kajian pengalaman pengguna untuk melihat sejauh mana strategi konvergensi diwujudkan melalui kualitas interaksi digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus dan paradigma interpretif. Informan terdiri dari tujuh partisipan, mencakup pengguna lama, pengguna baru, praktisi UI/UX, serta pihak internal perusahaan. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, *usability testing* dengan teknik think aloud, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap antarmuka terbentuk oleh tiga kategori utama, yaitu kejelasan struktur visual, kemudahan penggunaan awal, dan stabilitas teknis aplikasi. Ketidakselarasan elemen visual serta hambatan teknis membentuk pengalaman yang belum sesuai dengan ekspektasi kenyamanan dan kemudahan. Penelitian ini memberikan gambaran mengenai bagaimana affordance, persepsi visual, dan proses kognitif bekerja dalam memahami aplikasi radio digital, sekaligus memperluas kajian *Human-Computer Interaction* pada praktik konvergensi media. Temuan ini dapat menjadi dasar pengembangan antarmuka dan model evaluasi pengguna pada penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: Konvergensi Media; Persepsi Pengguna; UI/UX; *Human-Computer Interaction*

Abstract: *This study aims to understand users' perceptions of the Onears application as a manifestation of Mercury Media Group's media convergence practice, with particular attention to how the interface design (UI/UX) is perceived during use. Issues such as the relatively low number of users compared to competing platforms and the discontinuation of on-demand content highlight the need to examine user experience in order to assess how effectively the convergence strategy is translated into digital interaction quality. This research employs a qualitative approach using a case study design and an interpretive paradigm. The informants consist of seven participants, including long-term users, new users, a UI/UX practitioner, and internal company representatives. Data were collected through observation, in-depth interviews, usability testing with the think-aloud technique, and documentation. The findings indicate that users' perceptions of the interface are shaped by three main categories: clarity of visual structure, ease of initial use, and technical stability of the application. Inconsistencies in visual elements and the presence of technical issues contribute to an experience that does not fully align with expectations of comfort and ease. This study provides insight into how affordance, visual perception, and cognitive processes operate in the context of a digital radio application, while also extending Human-Computer Interaction scholarship within media convergence practices. These findings offer a foundation for future interface development and user evaluation models.*

Keywords: *Media Convergence; User Perception; UI/UX; Human-Computer Interaction*

1. Pendahuluan

Konvergensi media telah banyak dilakukan oleh berbagai media konvensional, termasuk pada media radio siaran (Albadri, 2023). Konvergensi yang dilakukan oleh perusahaan media konvensional dilakukan sebagai solusi atas semakin menurunnya jumlah audiens media (Saifudin et al., 2022). Selain itu, nilai belanja iklan radio hingga tahun 2022 hanya 0,3% saja (Databoks.id, 2022). Data tersebut menunjukkan bahwa industri radio tidak hanya mengalami penurunan pendengarnya saja, tetapi juga belanja iklan radio yang cukup kecil dibandingkan media lainnya. Padahal, audiens dan iklan merupakan pasar media yang mampu memberikan dampak pada keberlangsungan bisnisnya (Pérez-Seijo et al., 2020).

Penurunan jumlah pendengar radio disebabkan oleh pergeseran preferensi masyarakat dalam mengkonsumsi media. Pergeseran selera masyarakat tersebut telah menuntut perusahaan media untuk terus mengikuti perubahan agar dapat bertahan dan berkembang (Saifudin et al., 2022). Hal inilah yang dilakukan Mercury Media Group untuk tetap berkembang sesuai dengan perubahan selera audiens, seperti adanya portal media *online*, konten digital media sosial, serta mengembangkan aplikasi Onears.

Aplikasi Onears diciptakan sebagai fungsi sosial dan fungsi bisnis bagi Mercury Media Group. Sebagai fungsi sosial, Onears mampu menjadi sumber informasi, edukasi, dan kontrol sosial. Sedangkan sebagai fungsi bisnis, Onears mampu menjadi media yang bisa mendatangkan potensi iklan. Akan tetapi, diketahui bahwa Onears yang dirilis sejak 20 Maret 2020 hingga 2025 saat ini, hanya diunduh sebanyak 1000 unduhan di *Play Store* meskipun seringkali digaungkan dan dipromosikan melalui *broadcasting* radio maupun sosial media dari Mercury Media Group. Sedangkan dibanding kompetitornya dari Mspace Mradio Surabaya terunduh sebanyak 10.000 unduhan pada 29 September 2020. Sedangkan pada Suara Surabaya Mobile lebih banyak jumlah unduhan sebesar 100.000 unduhan sejak rilis pada tahun 2012. Jika pertumbuhan jumlah audiens digital dari Mercury Media Group terasa lambat, maka fungsi media sebagai fungsi bisnis terancam gagal untuk mencapai tujuannya.

Menurut Abuaddous (2022), ketika aplikasi yang dirancang telah dilakukan evaluasi perbaikan dengan baik dan beriringan dengan kualitas konten yang disajikan, maka akan berpotensi meningkatnya pengguna aplikasi. Semakin bertambahnya jumlah pengguna maka berpotensi mendatangkan iklan sebagai sumber pendapatan. Berdasarkan wawancara penulis dengan Manajer IT Mercury Media Group menjelaskan bahwa aplikasi Onears sejak pertama kali dirilis belum pernah dilakukan evaluasi. Padahal, evaluasi sangat dibutuhkan untuk mengetahui selera pengguna, kemudahan dalam penggunaan serta efisiensi aplikasi tersebut.

Penelitian mengenai aplikasi radio digital sebagai produk konvergensi media masih terbatas dan cenderung memposisikan aplikasi hanya sebagai *platform streaming*. Li & Chen (2021) meneliti desain antarmuka FM New Media pada beberapa aplikasi radio FM di Taiwan dengan menggunakan *mixed method*. Sedangkan pada penelitian Audi et al. (2018) menerapkan pendekatan kuantitatif melalui skenario pengujian dan instrumen UEQ untuk mengukur *learnability*, *efficiency*, dan dimensi *usability* lainnya secara numerik pada aplikasi radio Prambors di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji aplikasi Onears milik Mercury Media Group sebagai bentuk konvergensi media yang mengintegrasikan siaran radio, konten digital, dan interaksi pengguna dalam satu *platform*. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan masukan praktis bagi perusahaan dalam mengevaluasi aplikasi radio digital, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai rujukan bagi

penelitian selanjutnya yang mengkaji aplikasi radio digital, konvergensi media, maupun studi antarmuka dan pengalaman pengguna pada *platform* media lokal.

2. Metode Penelitian

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Fokus penelitian adalah memahami secara mendalam bagaimana pengguna memaknai aplikasi Onears sebagai produk konvergensi Mercury Media Group serta pengalaman pengguna dengan aplikasi. Paradigma yang digunakan adalah paradigma interpretif, di mana realitas dipahami sebagai sesuatu yang dibentuk melalui pengalaman subjek.

2.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Surabaya pada tahun 2024-2025. Lokasi penelitian mencakup lingkungan kerja Mercury Media Group sebagai pemilik, dan lingkungan pengguna aplikasi Onears. Aplikasi Onears diperlakukan sebagai objek utama yang diamati, baik dari sisi tampilan antarmuka maupun alur interaksi pengguna.

2.3 Subjek Penelitian

Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Informan terdiri dari tiga kelompok utama, yaitu: (1) pengguna baru aplikasi Onears yang belum lama mengenal dan menggunakan aplikasi; (2) pengguna lama yang sebelumnya merupakan pendengar radio konvensional Mercury dan kemudian beralih atau menambah saluran akses melalui aplikasi Onears; dan (3) pihak yang memiliki keahlian atau pengalaman dalam bidang desain antarmuka dan pengalaman pengguna. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 6 orang diantaranya pendengar baru, pendengar lama, praktisi UI/UX, Developer Onears, Teknisi Mercury Media Group, serta *Program Director* salah satu radio naungan Mercury Media Group.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, *usability testing*, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk melihat tampilan serta alur penggunaan aplikasi. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali persepsi dan pengalaman pengguna. *Usability testing* dilakukan untuk mengetahui respon pengguna saat berinteraksi dengan antarmuka. Dokumentasi berupa tangkapan layar dan materi pendukung lain.

2.5 Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan tahapan analisis kualitatif. Transkrip wawancara dikelompokkan ke dalam tema-tema utama terkait persepsi dan pengalaman pengguna. Kemudian disajikan dalam bentuk narasi dan dihubungkan dengan model S-O-R, teori persepsi langsung Gibson, konsep affordance, serta prinsip HCI dan hirarki visual untuk menghasilkan kesimpulan mengenai bagaimana pengguna memaknai Onears sebagai media konvergensi dan bagaimana desain antarmuka (UI/UX) mendukung atau menghambat pengalaman tersebut.

2.6 Siklus

Siklus penelitian dilakukan secara iteratif melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

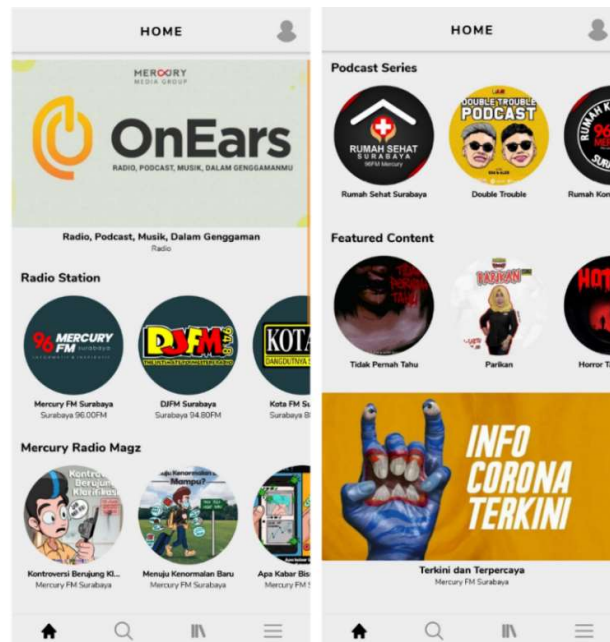
1. Pengumpulan Data: Melakukan observasi awal terhadap antarmuka aplikasi Onears dan mengumpulkan informan berdasarkan kriteria penelitian.
2. Wawancara Awal: Menggali pengalaman awal, persepsi, dan ekspektasi pengguna terkait aplikasi Onears.

3. *Usability testing*: Memberikan skenario tugas kepada informan serta menerapkan teknik think aloud untuk menangkap proses kognitif selama interaksi dengan antarmuka.
4. Refleksi & Catatan Lapangan: Mencatat hambatan, kebingungan, maupun respons spontan pengguna yang muncul selama pengujian.
5. Analisis Tematik: Menghubungkan temuan dengan teori S-O-R, persepsi langsung, affordance, serta prinsip HCI.
6. Validasi Temuan: Melakukan member check kepada sejumlah informan untuk memastikan konsistensi pemaknaan dan akurasi interpretasi.
7. Penyusunan Kesimpulan: Menyusun interpretasi akhir mengenai persepsi pengguna serta aspek UI/UX yang mendukung maupun menghambat penggunaan aplikasi.

3. Hasil Pembahasan

3.1 Persepsi dan Pengalaman Pengguna Aplikasi Onears

Adanya persepsi dan pengalaman pengguna bertujuan untuk memahami sejauh mana Onears mampu memenuhi fungsi konvergensinya sebagai media digital Mercury Media Group. Menurut Jenkins (2006) konvergensi tidak hanya melalui kebijakan dan strategi perusahaan media saja, tetapi juga melalui praktik dan partisipasi pengguna sebagai bagian dari arus bottom-up, seperti pengguna memanfaatkan teknologi dan berinteraksi dengan konten digital. Dengan demikian, memahami persepsi dan pengalaman pengguna Onears dapat menjadi dasar evaluasi dalam meningkatkan kepuasan audiens Mercury Media Group.



Gambar 1. Tampilan Beranda Utama Onears

Tampilan awal pada aplikasi Onears menyajikan beberapa fitur utama, di antaranya *Live Radio Station*, *Mercury Radio Magz*, *Podcast Series*, dan *Featured Content* yang secara fungsional telah merepresentasikan kebutuhan dasar sebuah *platform* radio digital berbasis konvergensi media. Kehadiran fitur-fitur tersebut menunjukkan bahwa Onears tidak hanya berperan sebagai media streaming radio konvensional, tetapi juga berupaya menghadirkan variasi konten digital yang lebih interaktif dan *on-demand*. Namun demikian, berdasarkan pengalaman pengguna baru, tampilan antarmuka aplikasi ini dinilai masih kurang menarik

secara visual dan cenderung memberikan kesan old school yang kurang sesuai dengan ekspektasi pengguna terhadap aplikasi digital masa kini.

Tampilan antarmuka aplikasi Onears sebagai stimulus utama yang memicu proses persepsi pengguna melalui elemen visual seperti tata letak halaman utama, komposisi warna, bentuk ikon, dan gaya tipografi. Pengguna baru mengungkapkan bahwa tampilan aplikasi Onears dirasa kurang elegan dan membingungkan saat pertama kali dibuka. Hal tersebut menandakan bahwa stimulus yang diterima memberikan persepsi visual yang belum sepenuhnya jelas dalam menyampaikan fungsi dan arah navigasi. Persepsi dapat terbentuk secara langsung melalui informasi yang tersedia di lingkungan melalui susunan optik atau pola visual yang terlihat.

Antarmuka aplikasi seharusnya bisa langsung memberikan petunjuk yang jelas mengenai apa yang bisa dilakukan ataupun bagaimana cara melakukannya, Jika petunjuk visual tersebut tidak menyediakan informasi yang cukup, pengguna akan mengalami keraguan atau kebingungan saat pertama kali berinteraksi (Gibson, 2015). Pendapat pengguna baru yang kurang menyukai dengan tampilan awal Onears dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya yang menggunakan aplikasi digital serupa.

“Misalnya dibandingkan sama Spotify, meskipun bukan aplikasi radio digital. Tapi setidaknya tampilan aplikasinya bisa dimengerti. Contohnya ada *textbox* yang bikin beberapa genre musik disitu.”
(Wawancara Brian, Pengguna Baru)

Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap tampilan antarmuka tidak hanya dipengaruhi oleh aspek visual yang ditampilkan aplikasi, tetapi juga dari faktor internal pengguna. Menurut Hariyanto (2021), pengalaman dan ingatan masa lalu berperan penting dalam membentuk cara seseorang menafsirkan stimulus baru. Ketika pengguna telah terbiasa dengan pola antarmuka dari aplikasi lain yang lebih familiar, seperti Spotify, maka ia cenderung menggunakan pengalaman tersebut sebagai acuan dalam menilai kemudahan dan kejelasan tampilan Onears.

Selain dari aspek visual Onears, pengguna baru menyoroti isi dan pembaruan konten yang ada pada aplikasi Onears. Bagi pengguna baru, kesan terhadap aplikasi tidak hanya dari tampilannya saja, melainkan bagaimana penyajian konten yang tetap relevan dan *update*. Pengguna baru menyangkan jika fitur dari Onears seperti *Mercury Radio Magz*, *Podcast Series* dan *Featured Content* tidak ada keberlanjutan terkait produksi konten baru agar selalu *update* dan relevan dalam mengikuti selera pendengar Mercury Media Group.

Kurangnya pembaruan konten pada aplikasi Onears menunjukkan bahwa proses konvergensi media yang dilakukan oleh Mercury Media Group belum berjalan secara optimal. Hal ini dikarenakan salah satu elemen kunci keberhasilan transformasi media konvensional ke digital adalah kemampuan menghadirkan konten yang dinamis, interaktif, dan berkelanjutan (Balbi et al., 2021). Konvergensi bukan sekadar mengalihkan *platform* dari radio konvensional ke aplikasi digital saja, tetapi juga menuntut sinkronisasi antara teknologi dan isi media agar tetap relevan dengan kebutuhan audiens masa kini yang berubah cepat (Tang & Gan, 2025).

Berbeda pandangan dengan pengguna lama yang lebih menekankan bahwa fitur utama dari Onears adalah *Live Radio Station*, fitur lainnya hampir tidak pernah digunakan. Hal ini

dikarenakan latar belakang pengguna lama yang hanya ingin mendengarkan Mercury 96 FM sebagai salah satu stasiun radio dari Mercury Media Group yang dapat memuaskan rasa nostalgianya saat zaman radio konvensional.

“Saya yang dulu bertempat tinggal di Surabaya, sering mendengarkan beberapa radio, seperti Suzana, Karlina, dan Mercury. Saya tau Mercury yang bisa didengar lewat HP ya dari anak saya, akhirnya download aplikasi Onears. Karena Mercury juga jadi salah satu radio favorit saya dari dulu. Kalau untuk fiturnya Onears, saya lebih sering denger siaran radio saja”

(Wawancara Endang, Pendegar Lama)

Pengalaman masa lalu mendengarkan Mercury 96 FM melalui radio konvensional menjadi faktor internal pengguna yang membentuk persepsi terhadap Onears sebagai media baru yang menghadirkan kembali kenangan masa lalu melalui *platform* digital. Kehadiran aplikasi Onears sebagai media konvergensi menjadi stimulus (S) yang memicu proses internal pada diri pengguna lama. Tahapan organism (O) mencakup berbagai proses psikologis seperti ingatan, pengalaman, motivasi, serta sikap individu yang membentuk cara seseorang menafsirkan stimulus.

Kebiasaan mendengarkan radio pada pengguna lama menjadi salah satu alasan utama jarang mengeksplorasi fitur lain yang tersedia di aplikasi Onears. Fungsi utama aplikasi Onears sudah menggantikan pengalaman mendengarkan siaran radio konvensional yang sudah dilakukan selama bertahun-tahun. Pengguna lama cenderung langsung menuju fitur *Live Radio Station* tanpa memperhatikan konten lain seperti *podcast*, majalah digital, atau *Featured Content* karena persepsi mereka terhadap aplikasi sudah terbentuk oleh kebutuhan awalnya, yaitu mendengarkan Mercury sebagaimana biasanya. Bagi pengguna lama, interaksi dengan aplikasi berlangsung secara otomatis dan efisien karena mengikuti pola yang familiar dari kebiasaan sebelumnya. Fokus pengguna tertuju pada fitur *Live Radio Station* dikarenakan dekat dengan rutinitas dan kebutuhan sehari-hari.

Dalam interaksinya dengan Onears, pengguna lama tetap menyadari bahwa bentuk siaran radio saat ini tidak lagi sama seperti yang didengarkan pada masa lalu. Pengguna lama merasakan adanya perubahan dalam gaya siaran, jenis konten, dan cara penyajiannya, dan perubahan tersebut dipahami sebagai bagian dari perkembangan radio ke arah yang lebih informatif.

Langkah Mercury Media Group memasukkan variasi program ke dalam siaran *Live Radio* sebagai strategi untuk tetap relevan di tengah persaingan media digital. Dengan hadirnya aplikasi Onears, Mercury Media Group tidak hanya mempertahankan siaran radio sebagai medium konvensional, tetapi juga menyesuaikan isi siaran agar dapat menjangkau pendengar baru. Kombinasi musik modern dan musik tahun 2000-an merupakan cara untuk menjaga kedekatan dengan pendengar lama sekaligus menarik audiens muda yang terbiasa dengan musik populer masa kini.

Menurut pengguna lama, Onears bisa memenuhi ekspektasi terhadap kualitas siaran program *Live Radio Station* dikarenakan adanya variasi program siaran. Pengguna akan cenderung terus menggunakan suatu layanan apabila pengalaman yang mereka terima sesuai atau bahkan melampaui harapan mereka (Lai et al., 2016). Variasi program siaran radio

seperti gabungan musik era 2000an dan musik populer masa kini dapat memenuhi ekspektasi pendengar lama sekaligus beradaptasi dengan kebutuhan pendengar baru. Ketika pengguna mendengar sesuatu yang disukainya, maka terjadi proses confirmation yang menciptakan kepuasan dan niat untuk terus menggunakan layanan aplikasi (Lai et al., 2016).

Selain adanya ekspektasi dan konfirmasi, kebiasaan pengguna berperan dalam keberlanjutan penggunaan aplikasi (Lai et al., 2016). Pendengar lama telah memiliki rutinitas mendengarkan radio sejak masa remaja, sehingga ketika adanya fitur *Live Radio Station* di Onears maka secara otomatis menggunakan fitur tersebut tanpa perlu mempertimbangkan fitur lain. Pemenuhan ekspektasi dan kebiasaan yang sudah terbentuk membuat pengguna lama terus kembali pada fitur *Live Radio Station*. Terlebih lagi dalam *Live Radio Station* tersebut ada program Mercury News, Mercury Fact, dan lainnya yang dapat memberikan manfaat bagi pengguna lama ketika mendengarkan di aplikasi Onears.

Pengguna lama menyukai program dari Mercury News yang menyajikan berita politik dan Mercury Fact khususnya seputar kesehatan. Pengguna merasa mendapatkan manfaat ketika mendengarkan siaran langsung dari salah satu stasiun radio dari Mercury Media Group, yaitu Mercury 96 FM. Selain itu, langkah Mercury Media Group yang dirasakan pengguna lama sudah memenuhi ekspektasi dan kebutuhannya dalam mendengarkan radio.

Meskipun adanya respons positif dari pengguna lama terhadap program siaran dari salah satu stasiun radio yang ada di Onears, namun masih terdapat permasalahan di tampilan aplikasi Onears yang cukup menghambat dalam penggunaan sehari-hari baik dari pengguna baru maupun pengguna lama. Mulai dari adanya bug, *font* yang terlalu kecil dan beberapa keterangan terlalu repetitif ataupun tidak adanya keterangan program, serta tombol play radio yang dirasa kurang bisa dimengerti pada awalnya.

Adanya permasalahan desain ini dapat berakibat pada terganggunya proses pengguna dalam mengenali fungsi aplikasi sejak awal, sehingga pengguna membutuhkan waktu yang lebih lama dalam memahami alur penggunaan maupun menemukan fitur yang dibutuhkan. Ketika tampilan tidak mampu memberikan kejelasan informasi atau panduan visual yang jelas, maka pengalaman pengguna dalam mendengarkan radio Onears menjadi kurang intuitif dan memberikan ketidaknyamanan pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi.

3.2 Persepsi Pengguna pada Desain Antarmuka (UI/UX) Aplikasi Onears

Desain antarmuka pada aplikasi sebagai media utama dalam menyampaikan informasi dan fungsi kepada pengguna. Menurut (Suprpto, 2021), desain antarmuka harus dirancang sedemikian rupa agar tidak menimbulkan kesalahan persepsi. Setiap elemen visual seperti ikon, warna, ukuran *font*, serta susunan menu pada aplikasi harus memberikan petunjuk yang jelas.

Permasalahan utama yang muncul pada saat pertama kali menggunakan Onears yaitu adanya ketidakjelasan petunjuk visual pada fitur pemutaran *Live Radio*. Dalam kerangka usability, beberapa aspek utama dapat menjelaskan permasalahan yang dialami pengguna Onears. *Learnability* menggambarkan kemampuan pengguna memahami cara kerja aplikasi ketika pertama kali menggunakannya. Ketika pengguna menyebut tombol play radio membingungkan atau keterangan program tidak jelas, maka pengguna belum mampu memahami bagaimana aplikasi tersebut disajikan.

A. Pengalaman Pengguna pada Fitur Utama Onears

Permasalahan yang dialami pengguna bisa disebabkan oleh 2 faktor internal dari pengalaman dan persepsi langsung pengguna, atau dari kurangnya petunjuk visual dari aplikasi

Onears. Namun permasalahan ini tidak berasal dari kondisi internal pengguna, melainkan dari kurangnya petunjuk visual dari Onears. Situasi tersebut dirasakan tidak hanya oleh pengguna lama dan pengguna baru, tetapi juga oleh praktisi UI/UX yang melihat bahwa tampilan tombol tersebut belum menyampaikan fungsinya dengan jelas. Hal ini membuat pengguna merasakan pengalaman awal yang belum sepenuhnya sesuai pada harapan.



Gambar 2. Halaman Radio Mercury 96 FM

Pada salah satu halaman stasiun radio dari Mercury Media Group, pengguna baru sempat salah menafsirkan elemen visual pada fitur utama Onears. Ikon yang terlihat tidak langsung memberikan pendanda visual yang mudah dipahami pada saat pertama kali menggunakan aplikasi Onears, sehingga pengguna mencoba-coba fitur tersebut berdasarkan dugaan.

Situasi ini memperlihatkan bahwa antarmuka Onears masih belum sepenuhnya membantu pengguna baru memahami fungsi utama tanpa perlu menebak-nebak. Pengalaman pengguna terhadap tahap awal *learnability* dalam interaksi digital menjadi terhambat. *Learnability* sebagai kondisi dimana pengguna dapat memahami aplikasi dengan mudah tanpa kendala. Adanya hambatan ini berdampak pada aspek *efficiency* karena pengguna membutuhkan langkah tambahan untuk mencapai tujuan utamanya, sehingga pengalaman awal yang semestinya sederhana justru berubah menjadi proses mencoba-coba.

Kesulitan dalam menemukan tombol play untuk fitur *Live Radio* tidak hanya dialami oleh pengguna baru, tetapi juga dialami oleh pengguna lama sejak awal penggunaan aplikasi. Meskipun adanya perbedaan rentang usia dan pengalaman digital, hal ini tidak memberikan perbedaan kondisi dikarenakan tampilan tombol tidak terbaca secara universal oleh kedua segmen pengguna. Permasalahan pengguna lama dalam penggunaan aplikasi adalah ketika hendak memutar salah satu stasiun radio dari Mercury Media Group. Pengguna lama perlu menelusuri tampilan beberapa kali sebelum menemukan ikon yang dimaksud, karena bentuk dan penempatannya tidak langsung memberi petunjuk mengenai fungsinya.

Proses pembelajaran (*learnability*) pada pengguna lama tidak berjalan secara natural karena pengguna perlu beberapa kali mengingat kembali langkah pencarian ketika ingin memutar siaran. Kondisi ini membuat alur penggunaan terasa kurang efisien, dikarenakan pengguna tidak langsung menuju tombol yang dibutuhkan. Kebutuhan untuk mengulang langkah yang

sama menunjukkan bahwa proses mengingat kembali posisi fitur belum terbentuk secara otomatis. Proses *memorability* tidak hadir begitu saja, melainkan memerlukan usaha tambahan setiap kali pengguna ingin mengakses *Live Radio*. Hal ini juga disebabkan oleh pengalaman pengguna lama dalam aplikasi digital masih terbatas. Salah satu pada penggunaan aplikasi digital sehari-hari adalah aplikasi YouTube yang mana tombol play ditampilkan dengan bentuk segitiga yang mudah dikenali secara universal.

Praktisi UI/UX turut menegaskan bahwa tombol *Live Radio* memang kurang menonjol dan tidak memiliki kejelasan visual yang memadai untuk dikenali pada saat awal melihat tampilan halaman salah satu stasiun radio saat pertama kali. Pengamatan dari praktisi UI/UX memperlihatkan bahwa permasalahan tidak hanya muncul dari sisi pengguna awam, tetapi juga terasa dari pengelihat desainer. Temuan ini menunjukkan bahwa masalah utama terletak pada cara informasi visual disusun dalam antarmuka aplikasi. Penempatan tombol yang tercampur dengan elemen lainnya membuat fungsi *Live Radio* tidak tampil sebagai fitur utama, sehingga keberadaan tombol tidak dipahami oleh pengguna dari pertama kali melihatnya.

Permasalahan ini menunjukkan munculnya berbagai bentuk permasalahan pada *perceived affordances*, yaitu kondisi ketika apa yang menurut pengguna bisa dilakukan pada suatu elemen, ternyata tidak tersampaikan dengan baik. Selain itu, permasalahan yang dialami pengguna menimbulkan *false affordances*, kondisi ini terjadi ketika ikon yang tampak seperti tombol pemutaran radio tetapi bukan tombol sebenarnya dikarenakan lemahnya signifiers (kurangnya isyarat visual yang memberi tahu tindakan apa yang dapat dilakukan).

Meskipun secara konsep tombol *Live Radio* pada Onears telah mengikuti prinsip *metaphorical affordance*, yaitu ketika elemen digital divisualisasikan menyerupai objek dunia nyata. Visualisasi dengan *metaphorical affordance* awalnya dibuat dengan harapan agar pengguna mengenali ikon tersebut ketika memutar siaran radio secara online.

Dalam praktiknya, aplikasi Onears yang menggunakan ikon radio konvensional sebagai tombol untuk pemutaran *Live Radio*, ikon tersebut tidak terbaca sebagaimana fungsinya oleh pengguna. Representasi radio fisik tidak langsung dipahami sebagai tindakan untuk memutar siaran secara online, terutama bagi pengguna yang lebih familiar dengan simbol universal seperti yang digunakan pada aplikasi lain, misalnya YouTube.

B. Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Onears secara Teknis

Permasalahan selanjutnya adalah adanya *bugs* di aplikasi Onears yang dialami oleh pengguna baru, pengguna lama, maupun praktisi UI/UX. Gangguan teknis ini muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari fitur yang tidak merespons, tampilan yang tidak stabil, hingga kendala saat memutar siaran radio.

Pada pengguna baru, gangguan teknis menjadi salah satu kendala yang cukup menghambat proses penggunaan aplikasi Onears. Pengguna baru mengalami adanya *bugs* saat awal melakukan *login* untuk mendaftarkan akun di Onears yang membuat interaksi dengan aplikasi tidak berjalan sebagaimana mestinya. Selain pengguna baru, pengguna lama juga mengalami kendala teknis saat menggunakan Onears, khususnya ketika berinteraksi dengan tautan eksternal pada fitur Hubungi Kami. Masalah ini muncul ketika mencoba kembali ke aplikasi setelah membuka tautan tertentu, tetapi sistem tidak merespons sesuai harapannya.

Pengguna lama juga mengalami kendala pada *Navigation Bar* yang tidak muncul di perangkatnya. Situasi serupa juga ditemukan oleh praktisi UI/UX saat menguji Onears, terutama ketika menggunakan guest account, di mana elemen *Navigation Bar* tidak tampil seperti seharusnya. Pada pengguna lama, kendala ini muncul di perangkat Oppo A53 yang

tergolong bukan perangkat terbaru, sedangkan praktisi UI/UX menggunakan Samsung S24 yang merupakan seri terbaru dan tetap mengalami gangguan yang sama. Kondisi ini menunjukkan bahwa *bugs* pada *Navigation Bar* tidak hanya muncul pada perangkat lama, tetapi juga dapat terjadi pada perangkat dengan spesifikasi tinggi.

Temuan *bugs* yang dialami pengguna baru, pengguna lama, serta praktisi UI/UX menunjukkan bahwa aspek *errors* dalam pengalaman penggunaan Onears masih muncul pada beberapa titik interaksi. *Errors* dipahami sebagai kondisi ketika tindakan pengguna tidak menghasilkan respons yang sesuai dengan harapan, bukan karena kesalahan pengguna, tetapi karena sistem tidak memberikan umpan balik yang stabil. Kasus tombol yang tidak merespons, proses *login* yang berulang kali menampilkan pesan invalid, hilangnya *Navigation Bar*, hingga kembalinya aplikasi ke luar Onears saat membuka tautan eksternal, semuanya menjadi contoh bagaimana sistem belum bekerja secara konsisten pada situasi tertentu.

Permasalahan *Errors* pada aplikasi Onears bukan hanya sekadar isu teknis, tetapi juga bagian dari bagaimana pengguna membangun hubungan awal dengan aplikasi. Persepsi pengguna terhadap keandalan sistem terbentuk dari pengalaman sederhana seperti menekan tombol, kembali ke halaman sebelumnya, atau masuk menggunakan akun tertentu, sebagaimana dijelaskan oleh Hariyanto (2021) bahwa persepsi muncul dari proses otak dalam menafsirkan stimulus yang diterima dari lingkungan visual aplikasi. Stabilitas teknis dalam *Human-Computer Interaction* tidak sekadar memastikan fitur dapat berjalan, tetapi berperan penting dalam menciptakan rasa nyaman dan kepuasan yang menjadi landasan utama keberlangsungan penggunaan aplikasi Onears oleh penggunanya.

C. Pengalaman Pengguna terhadap Hirarki Visual pada Onears

Selain permasalahan tombol utama dan adanya *bugs* di aplikasi Onears, baik pada pengguna baru, pengguna lama, maupun praktisi UI/UX, mereka menyayangkan kurangnya hirarki visual pada tampilan keseluruhan aplikasi Onears. Mulai dari tampilan beranda dan halaman setiap stasiun radio. Menurut praktisi UI/UX, susunan tampilan pada halaman utama Onears belum memberikan alur yang jelas bagi pengguna. Pengelompokan antara fitur *Radio Station* dan konten lain masih terlihat bercampur, sehingga tidak menunjukkan bagian mana yang seharusnya menjadi titik fokus utama.

Permasalahan ini bukan karena faktor usia atau pengalaman digital, tetapi berasal dari struktur tampilan aplikasi yang kurang memberikan penegasan visual. Penataan ulang hirarki visual menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan Onears. Hirarki visual yang baik seharusnya menempatkan elemen secara terstruktur baik dari segi *layout*, pemilihan dan ukuran *font*, serta informasi/fitur mana yang menjadi prioritas. Norén & Nyman (2021) menjelaskan bahwa ukuran, warna, tipografi, spasi, dan posisi memainkan peran penting dalam membentuk urutan perhatian pengguna.

Ketidakteraturan *layout* pada Onears membuat alur baca ini tidak terbentuk. Tampilan beranda yang menempatkan fitur *Radio Station* bercampur dengan konten lain seperti *Mercury Radio Magz* dan *Podcast Series* membuat pengguna kesulitan memahami bagian mana yang menjadi titik mulai. *Layout* yang tidak terorganisasi menyebabkan pengguna harus menafsirkan sendiri alur penggunaan aplikasi.

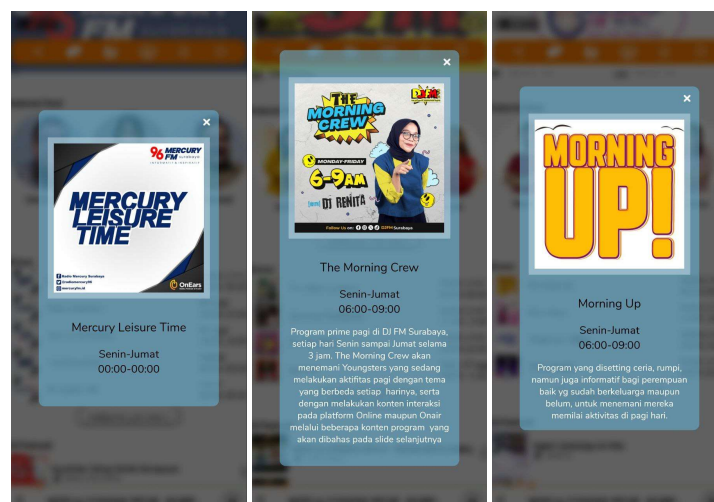
Pengguna lama ketika hanya ingin langsung memutar radio, pengguna tidak bisa menemukan fitur utama secara cepat karena posisinya tidak berada pada area prioritas. Selain itu, pengguna lama menyayangkan terhadap tampilan teks yang kurang mudah dibaca bagi pengguna yang berusia lanjut. Berdasarkan observasi penulis, Onears belum menyediakan opsi

ukuran *font* bagi pengguna. Oleh dari itu, pengguna lama yang berusia lanjut kesusahan saat membaca beberapa keterangan yang ada dalam aplikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek tipografi dalam penyusunan *layout* tidak hanya berpengaruh pada estetika, tetapi juga pada aksesibilitas dan pengalaman pengguna.

Praktisi UI/UX juga menyoroti bahwa *layout* Onears belum membedakan tingkatan informasi. Fitur utama dan konten pendukung muncul dalam satu area tanpa pembatas visual, sehingga tidak ada perbedaan antara fungsi primer (memilih stasiun radio) dan fungsi sekunder (konten tambahan). Selain itu, terdapat kritik *minor* seperti *margin* yang terlalu rapat dengan batas layar *smartphone*. Ketidakselarasan ini mengurangi kesan kesatuan visual. Padahal konsistensi bentuk diperlukan agar pengguna dapat mengenali pola tampilan secara stabil dan menavigasi aplikasi dengan lebih mudah (Rogers, 2023). Sementara itu, *whitespace* dalam tampilan seharusnya digunakan untuk memberikan “napas” pada elemen visual agar tampilan terasa lebih lega. Namun, *margin* yang terlalu dekat dengan sisi layar, ikon yang rapat, serta penempatan konten yang berdekatan membuat tampilan Onears terasa sempit.

D. Warna dan Kontras dalam Keseluruhan Aplikasi Onears

Selain temuan yang berkaitan dengan *layout*, praktisi UI/UX juga memberikan perhatian khusus pada bagaimana warna dan kontras dalam antarmuka Onears memengaruhi cara pengguna menafsirkan tampilan aplikasi. Warna bukan sekadar elemen visual yang memperindah layar, melainkan bagian dari identitas yang ingin dibangun oleh Mercury Media Group melalui *platform* digitalnya. Ketika masuk pada halaman setiap stasiun radio di Onears, terdapat detail visual kecil yang kurang diperhatikan, khususnya pada penyajian foto profil penyiar maupun karyawan. Penyajian foto profil penyiar maupun karyawan pada beberapa stasiun radio terkesan kurang diperhatikan, sehingga tidak mencerminkan karakter visual dari radio yang bersangkutan. Meskipun tidak berpengaruh besar terhadap fungsi aplikasi, detail seperti ini dapat memberikan kesan profesional apabila ditata dengan lebih konsisten.



Gambar 3. *Layout* Jadwal Siaran di Onears

Selain itu, terdapat permasalahan kecil terkait kombinasi warna pada jadwal siaran serta ketiadaan keterangan pada beberapa fitur program. Hal ini membuat pengguna merasa kurang memperoleh informasi mengenai isi program yang disajikan oleh Mercury Media Group. Pengguna lama merasakan ketidaknyamanan visual dari jadwal siaran program *Mercury*

Leisure Time. Hal tersebut dikarenakan pemilihan warna latar biru dan hitam yang dirasa terlalu redup. Menurut observasi peneliti, desain visual yang kurang kontras tidak hanya berasal dari Jadwal siaran program *Mercury Leisure Time*, melainkan dari keseluruhan visualisasi jadwal program dari setiap stasiun radio di Onears. Kondisi ini terasa bagi pengguna lanjut usia karena keterbatasan penglihatan agar teks dapat dibaca dengan jelas.

Kombinasi warna gelap tanpa kontras yang memadai menyebabkan elemen teks dan informasi sulit muncul secara jelas. Menurut Norén & Nyman (2021), warna dan kontras merupakan bagian penting dari hirarki visual yang berfungsi menonjolkan elemen tertentu agar mudah dikenali dan dipindai oleh pengguna. Ketika tingkat kontras tidak cukup, informasi visual menjadi kurang terbaca dan menurunkan kenyamanan tampilan.

Permasalahan lain muncul pada keterangan program yang belum disediakan secara merata. Pengguna baru menyebut bahwa menu seperti *Mercury Radio Magz* tidak dilengkapi deskripsi mengenai isi atau tema yang dibahas, sehingga fungsi dan manfaatnya tidak dapat dipahami secara langsung. Hal serupa dialami pengguna lama yang mencontohkan bahwa program *Mercury Leisure Time* juga tidak memiliki keterangan apa pun, berbeda dengan aplikasi lain seperti DJFM yang menyediakan deskripsi jelas pada program *The Morning Crew*.

Tidak adanya deskripsi pada beberapa program menunjukkan lemahnya cognitive affordance, yaitu petunjuk informasi yang seharusnya membantu pengguna memahami konteks dan tujuan sebuah fitur (Norman, 2013). Tanpa affordance informasi yang memadai, pengguna terpaksa menebak isi program berdasarkan judul saja, sehingga proses memahami konten menjadi kurang efektif. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan *branding* pada aplikasi Onears tidak dapat hanya pada aspek visual seperti warna dan ikon, tetapi perlu dirancang sebagai pengalaman yang menyeluruh.

4. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi konvergensi media melalui aplikasi Onears masih berada dalam tahap perkembangan, baik dari aspek desain antarmuka maupun pengalaman pengguna. Pada pengguna baru, proses memahami tampilan awal aplikasi berlangsung tidak selalu mulus karena struktur hirarki visual, ikon, warna, dan petunjuk navigasi masih membutuhkan penyesuaian agar alur interaksi dapat terbaca lebih jelas. Pengguna lama cenderung berfokus pada fitur *Live Radio* sejalan dengan kebiasaan serta pengalaman sebelumnya dalam mendengarkan radio konvensional, sehingga fitur lain seperti *podcast* dan majalah digital belum banyak diakses. Selain itu, ditemukannya beberapa gangguan teknis, inkonsistensi tampilan, serta *perceived affordance* yang belum sepenuhnya kuat. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa agar fungsi aplikasi sebagai media konvergensi berjalan lebih optimal, diperlukan pembaruan konten secara berkelanjutan disertai penguatan antarmuka dan penyempurnaan alur interaksi.

Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi kajian serupa yang membahas aplikasi radio digital, konvergensi media, atau desain antarmuka. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan membandingkan beberapa aplikasi radio digital lain, menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed method, serta melibatkan informan yang lebih beragam untuk mendapatkan gambaran pengalaman pengguna yang lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Abuaddous, H. Y., Saleh, A. M., Enaizan, O., Ghabban, F., & Al-Badareen, A. B. (2022). Automated User Experience (UX) Testing for Mobile Application: Strengths and Limitations. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 16(4), 30–45. <https://doi.org/10.3991/ijim.v16i04.26471>
- Albadri, H. A. (2023). The Convergence of Traditional Media to the Digital Communicative Environment-The Reality and Gap. *Information Sciences Letters*, 12(4), 1827–1839. <https://doi.org/10.18576/isl/120408>
- Audi, M., Rokhmawati, R. I., & Az-Zahra, H. M. (2018). Analisis Aspek Usability dan User Experience Website dan Aplikasi Mobile Radio Streaming (Studi Pada Website dan Aplikasi Mobile Radio Prambors). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya*, 2(12), 6391–6400.
- Balbi, G., Ribeiro, N., Schafer, V., & Schwarzenegger, C. (2021). Historicizing Media and Communication Concepts of the Digital Age. In *Digital Roots* (pp. 43–64).
- Databoks.id. (2022). *Pangsa Pasar Iklan Radio dan Media Cetak Ambles pada Semester I 2022*.
- Gibson, J. J. (2015). The Ecological Approach to Visual Perception. In *Behavioral and Brain Sciences* (Vol. 6, Issue 1). <https://doi.org/10.1017/S0140525X00015466>
- Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*.
- Lai, H., Chen, C., & Chang, Y. (2016). *Expectation-Confirmation Model of Information System Continuance : A Meta-Analysis*. 10(7), 2325–2330.
- 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>
- Norén, M., & Nyman, I. (2021). *User Interface Design for Promoting Wellness: An Application User Interface with a Focus on Usability and Encouragement of Physical Activity*. <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:1530766>
- Norman, D. (2013). The Design of Everyday Things. In *Interactions* (Vol. 15, Issue 2). <https://doi.org/10.1145/1340961.1340979>
- Pérez-Seijo, S., Vizoso, Á., & López-García, X. (2020). Accepting the Digital Challenge: Business Models and Audience Participation in Online Native Media. *Journalism and Media*, 1(1), 78–91. <https://doi.org/10.3390/journalmedia1010006>
- Rogers, Y. (2023). *Interaction Design Beyond Human-Computer Interaction*.
- Saifudin, W., Kusuma, A., & Rachmawati, F. (2022). Aktivasi Digital Radio Siaran Sebagai Upaya Perluasan Audience. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 85–99. <https://doi.org/10.35760/mkm.2022.v6i1.6676>
- Suprpto, A. (2021). *Dasar-Dasar Interaksi Manusia dan Komputer* (Issue December).
- Tang, Q., & Gan, F. (2025). Media Convergence: The Cross-Media Communication Revolution in the Post-Broadcast Era. *Cultura. International Journal of Philosophy of Culture and Axiology*, 22(1), 22–36.