

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan *usability testing* dari *verbal protocol* terhadap pengguna lama, pengguna baru, praktisi UI/UX, dan pihak internal Mercury Media Group, diperoleh beberapa kesimpulan utama yang menjawab rumusan masalah penelitian mengenai bagaimana persepsi pengguna terhadap aplikasi Onears sebagai bagian dari strategi konvergensi Mercury Media Group.

Kehadiran Onears sebagai produk konvergensi dari Mercury Media Group diharapkan menjadi perluasan jangkauan radio konvensional Mercury Media Group. Akan tetapi, pengguna lama maupun pengguna baru masih mengalami kendala dalam memahami struktur antarmuka dan konsistensi tampilan aplikasi. Stimulus berupa fitur, konten, dan elemen visual Onears belum memberikan respons positif dari pengguna, sebagaimana digambarkan dalam kerangka teori S-O-R. Proses internal pengguna (*organism*) memperlihatkan bahwa persepsi mereka lebih banyak dipengaruhi pengalaman masa lalu menggunakan aplikasi digital lain yang memiliki standar desain lebih mudah dipahami dibandingkan Onears.

Berdasarkan *Direct Perception Theory*, antarmuka aplikasi belum menyediakan *affordance* yang jelas bagi pengguna. Elemen visual seperti ikon, tombol, warna, dan hierarki visual belum memberikan petunjuk langsung mengenai tindakan apa yang dapat dilakukan pengguna. Beberapa tombol memiliki kemiripan bentuk dan ukuran sehingga tidak menciptakan diferensiasi fungsi.

Tidak adanya konsistensi warna serta ketidakteraturan spasi memperlemah kemampuan pengguna dalam mendeteksi pola visual yang seharusnya memberi kejelasan fungsi (*invariants*). Hal ini mengakibatkan persepsi pengguna terbentuk melalui proses *top-down* secara dominan, yaitu mengandalkan pengalaman dan ekspektasi sebelumnya, bukan informasi langsung dari desain aplikasi.

Aspek analisis *Human-Computer Interaction* pada Onears memberikan gambaran bahwa pengguna baru mengalami hambatan pada tahap *learnability* karena struktur navigasi tidak terarah dan beberapa label menu tidak sejalan dengan isi fitur. Pengguna lama yang seharusnya memiliki memorability lebih baik justru menunjukkan kebingungan ketika aplikasi diperbarui atau ketika konten tidak konsisten. Selain itu, adanya error teknis seperti aplikasi yang tiba-tiba tertutup, lambat memuat halaman tertentu, dan konten yang tidak diperbarui membuat pengalaman penggunaan menjadi kurang stabil. Faktor-faktor ini memberikan kesan yang belum sepenuhnya memenuhi kepuasan pengguna.

Aspek konten digital sebagai elemen penting konvergensi media juga belum dipersepsikan optimal oleh pengguna. Pengguna baru menyampaikan bahwa Onears tidak memberikan kesan aplikasi media yang aktif karena banyak konten seperti *podcast*, *radio magazine*, dan *banner* informasi tidak diperbarui. Hal ini bertentangan dengan ekspektasi pengguna terhadap media digital yang menuntut aktualitas dan dinamika konten. Selain itu, adanya pembaruan konten yang berkelanjutan tidak hanya memberikan kesan bahwa aplikasi dikelola dengan baik, tetapi juga membantu pengguna memanfaatkan fitur Onears secara lebih maksimal.

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa potensi Onears sebagai *platform* media digital sangat besar, terutama jika dilihat dari arah pengembangan yang telah dilakukan Mercury Media Group. Potensi tersebut tercermin dari upaya perusahaan menggabungkan dua karakteristik audiens yang berbeda, yaitu pengguna lama yang cenderung loyal terhadap format radio konvensional dan pengguna baru yang lebih terbiasa dengan pola konsumsi media digital. Perbedaan preferensi musik serta gaya interaksi antargenerasi ini menunjukkan bahwa Onears memiliki ruang yang luas untuk menjadi jembatan antarselera, sekaligus memperluas basis pendengar Mercury melalui pendekatan desain dan konten yang lebih adaptif.

Onears juga memiliki peluang signifikan melalui keberadaan konten *on-demand* seperti *podcast*, *Mercury Radio Magz*, serta fitur-fitur tematik lainnya yang jika dikelola secara konsisten dapat menjadi sumber engagement baru yang tidak dimiliki radio konvensional. Konten *on-demand* memberikan fleksibilitas dan otonomi bagi pengguna untuk memilih waktu dan cara mereka mengakses informasi, sehingga meningkatkan nilai tambah Onears sebagai kanal konvergensi yang menawarkan pengalaman audio yang lebih personal dan relevan. Dengan demikian, meskipun persepsi pengguna saat ini masih memperlihatkan sejumlah tantangan, Onears memiliki landasan strategis yang kuat untuk berkembang menjadi *platform* media digital yang kompetitif, sepanjang pembenahan antarmuka, pembaruan konten, dan penguatan identitas digital dilakukan secara konsisten

5.2. Saran

5.2.1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian mendatang disarankan memperluas ruang lingkup dengan menerapkan pendekatan metodologis yang lebih beragam. Penggunaan metode campuran (*mixed methods*) dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif, khususnya dalam mengukur tingkat kepuasan, efektivitas antarmuka, serta preferensi audiens secara kuantitatif. Penelitian berikutnya juga dapat mengkaji aplikasi media digital lain sebagai pembanding untuk melihat strategi konvergensi diterapkan di berbagai institusi media. Selain itu, penggunaan teori tambahan seperti *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Expectation-Confirmation Theory*, atau *Uses and Gratifications Theory* dapat memperkaya analisis mengenai motivasi dan ekspektasi pengguna terhadap aplikasi media digital. Dengan memperluas model dan objek penelitian, kajian lanjutan diharapkan dapat memperdalam literatur tentang interaksi pengguna dan praktik konvergensi media di era digital.

5.2.2. Bagi Akademis/Universitas

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi program studi komunikasi, media, atau desain interaksi untuk mengembangkan materi pembelajaran yang lebih relevan dengan kebutuhan industri digital saat ini. Universitas dapat memanfaatkan temuan penelitian sebagai studi kasus dalam mata kuliah terkait HCI, desain antarmuka, pengalaman pengguna, dan konvergensi media. Selain itu, institusi akademik disarankan mendorong mahasiswa untuk melakukan penelitian terapan mengenai transformasi media digital agar tercipta jembatan antara teori dan kebutuhan industri media.

5.2.3. Bagi Perusahaan

Perusahaan media yang sedang atau akan melakukan praktik konvergensi melalui pengembangan aplikasi digital disarankan untuk memberikan perhatian pada konsistensi desain antarmuka dan kemudahan navigasi. Struktur tampilan yang jelas, hierarki visual yang terarah, serta penggunaan elemen antarmuka yang konsisten akan membantu meningkatkan persepsi dan kenyamanan pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi. Selain itu, perusahaan perlu memastikan keberlanjutan pembaruan konten, baik konten *live* maupun *on-demand*, agar pengguna merasakan bahwa aplikasi dikelola secara aktif dan relevan dengan kebutuhan audiens digital. Perusahaan juga dianjurkan untuk melakukan evaluasi rutin terhadap perilaku pengguna dan hasil uji *usability* untuk mengidentifikasi bagian aplikasi yang memerlukan peningkatan. Pendekatan berbasis data ini penting untuk menjaga kualitas pengalaman pengguna dan memastikan bahwa strategi konvergensi media yang diterapkan tetap adaptif terhadap perkembangan teknologi, preferensi audiens, dan dinamika industri digital.