

Analisis *User Experience* Aplikasi Getcontact dengan Metode *HEART Metrics*

**Fathoni¹, Inneke Via Mariska^{2*}, Marco Saputra³, Nadia Epriyanti⁴,
 Qothrunnada Wafi Anadia⁵, Ali Ibrahim⁶**

Sistem Informasi, Universitas Sriwijaya, Palembang, Indonesia
 *e-mail *Corresponding Author*: 09031282227043@student.unsri.ac.id

Abstract

Issues related to privacy and security in digital communication have become a primary concern in the use of internet-based applications. This study was conducted to evaluate user experiences with the Getcontact application by applying the HEART Metrics framework, which includes the dimensions of satisfaction, engagement, adoption, retention, and task success. Data were collected from 100 respondents through a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The results indicate that the overall usability level of the application falls into the high category, with an average score of 77.41%. The adoption and task success dimensions achieved the highest results in the very high category, while other dimensions also showed positive outcomes but still require improvement. This study is expected to serve as a foundation for developing more intuitive application interfaces and features, thereby enabling continuous enhancement of the user experience.

Keywords: *User Experience; HEART Metrics; Getcontact; Level of Usability; UX Evaluation*

Abstrak

Permasalahan terkait privasi dan keamanan komunikasi digital telah menjadi perhatian utama dalam penggunaan aplikasi berbasis internet. Studi ini dilakukan untuk menilai pengalaman pengguna terhadap aplikasi Getcontact dengan menerapkan pendekatan *HEART Metrics*, yang mencakup dimensi kepuasan, keterlibatan, adopsi, retensi, dan keberhasilan tugas. Data dikumpulkan dari 100 responden yang disebar melalui kuesioner dan telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menampilkan bahwa secara keseluruhan tingkat kegunaan aplikasi berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 77,41 persen. Dimensi adopsi dan keberhasilan tugas memperoleh hasil tertinggi dalam kategori sangat tinggi, sementara dimensi lainnya menunjukkan hasil yang juga positif namun masih memerlukan peningkatan. Studi ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam pengembangan antarmuka dan fitur aplikasi agar lebih intuitif, sehingga pengalaman pengguna dapat ditingkatkan secara berkelanjutan.

Kata kunci: *User Experience; HEART Metrics; Getcontact; Level of Usability; Evaluasi UX*

1. Pendahuluan

Dalam era digital yang semakin berkembang, perlindungan terhadap privasi dan keamanan pengguna menjadi isu yang sangat penting dalam dunia teknologi informasi. Maraknya panggilan spam dan penipuan melalui telepon merupakan salah satu bentuk ancaman yang dapat merugikan pengguna secara finansial maupun psikologis [1]. Oleh karena itu, dibutuhkan sistem atau aplikasi yang mampu memberikan perlindungan dan meningkatkan kewaspadaan pengguna terhadap komunikasi yang tidak dikenal.

Salah satu aplikasi yang cukup populer digunakan untuk mengatasi masalah tersebut adalah Getcontact. Aplikasi ini menyediakan fitur seperti identifikasi penelepon (*Caller Identification*), pemblokiran spam (*Spam Blocking*), dan pelabelan komunitas (*Community Tagging*) [2]. Meskipun telah diunduh oleh jutaan pengguna dan memiliki berbagai fitur yang membantu, masih terdapat keluhan dan keraguan dari pengguna terkait pengalaman penggunaan (*User Experience/UX*), khususnya dalam aspek kepercayaan terhadap akses data pribadi dan kenyamanan dalam penggunaan aplikasi. Permasalahan ini dapat diukur dari tingkat kepuasan pengguna, keterlibatan penggunaan, serta sejauh mana pengguna tetap menggunakan aplikasi dalam jangka waktu tertentu.

Untuk menjawab tantangan tersebut, penelitian ini menawarkan solusi dengan melakukan evaluasi terhadap UX aplikasi Getcontact menggunakan metode *HEART Metrics*. Metode ini dikembangkan oleh Google dan terbukti efektif dalam mengukur pengalaman pengguna berdasarkan lima aspek utama, yaitu: *Happiness*, *Engagement*, *Adoption*, *Retention*, dan *Task Success* [3]. Penggunaan *HEART Metrics* dianggap tepat karena mampu memberikan data kuantitatif dan kualitatif yang komprehensif dalam mengevaluasi keberhasilan interaksi pengguna dengan aplikasi [4][5]. Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa *HEART Metrics* dapat membantu mengidentifikasi titik lemah dalam antarmuka dan fitur aplikasi secara lebih sistematis [6].

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis UX aplikasi Getcontact menggunakan metode *HEART Metrics*, dengan fokus pada bagaimana aspek *Happiness*, *Engagement*, *Adoption*, *Retention*, dan *Task Success* memengaruhi kewaspadaan pengguna terhadap ancaman komunikasi digital. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih komprehensif tentang elemen-elemen yang memengaruhi pengalaman pengguna Getcontact, serta rekomendasi perbaikan yang dapat diterapkan untuk memperkuat keterlibatan dan keamanan pengguna dalam jangka panjang.

2. Tinjauan Pustaka

Aplikasi pengamanan komunikasi digital seperti Getcontact dikembangkan untuk memfasilitasi pengguna dalam mengenali nomor tidak dikenal serta mencegah panggilan spam, seiring meningkatnya kasus penipuan melalui media telekomunikasi. Penelitian terhadap aplikasi Getcontact memberikan kontribusi signifikan dalam menangkal modus penipuan, namun aspek *User Experience* (UX) seperti kejelasan tampilan dan kemudahan navigasi masih perlu ditingkatkan [2]. Hanifah dan Wisudawati (2023) melalui evaluasi heuristik juga mencatat bahwa kendala pada desain antarmuka dan kurangnya transparansi informasi menjadi hambatan dalam penggunaan optimal aplikasi ini [1]. Studi serupa yang menggunakan metode PSSUQ dan menunjukkan bahwa persepsi efisiensi dan kepraktisan penggunaan aplikasi masih rendah, terutama bagi pengguna baru [7].

Evaluasi UX berbasis data telah banyak dilakukan menggunakan berbagai pendekatan, salah satunya metode *HEART Metrics* yang dikembangkan oleh Google. Evaluasi UX dalam metode ini mencakup lima indikator: Kepuasan (*Happiness*), Keterlibatan (*Engagement*), Pengadopsian awal (*Adoption*), Retensi pengguna (*Retention*), dan Keberhasilan tugas (*Task Success*). Studi pada aplikasi perpesanan dan marketplace menunjukkan bahwa *HEART Metrics* efektif dalam mengukur pengalaman pengguna, khususnya dalam aspek keterlibatan dan keberhasilan tugas yang berkontribusi terhadap loyalitas pengguna [8], [9]. Meskipun belum banyak digunakan secara eksplisit dalam aplikasi keamanan digital, pendekatan ini dinilai mampu mengidentifikasi aspek UX secara komprehensif dan terukur.

Studi yang menggunakan pendekatan alternatif, seperti analisis sentimen, juga memberikan wawasan penting tentang persepsi pengguna terhadap aplikasi keamanan digital. Dengan memanfaatkan algoritma *Support Vector Machine* (SVM), beberapa studi berhasil mengungkap bahwa meskipun dominasi ulasan pengguna bersifat positif, masih terdapat keluhan terhadap iklan, akses data, dan kompleksitas fitur [10]. Perbandingan metode klasifikasi sentimen menunjukkan bahwa pendekatan tertentu seperti Naive Bayes lebih akurat dalam mengidentifikasi keluhan pengguna yang bersifat negatif, terutama terkait navigasi dan gangguan iklan [11]. Hal serupa juga terlihat dalam analisis awal pengalaman pengguna yang menunjukkan kebingungan terhadap fitur aplikasi [12].

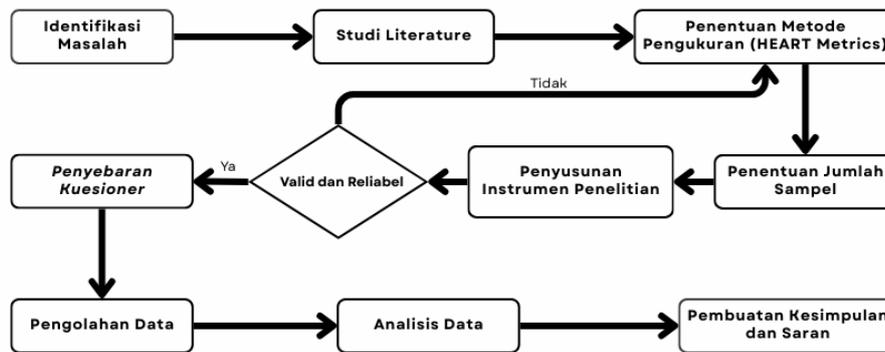
Dalam konteks aplikasi serupa, Aplikasi Truecaller menyoroti bahwa antarmuka yang intuitif dan fitur yang mudah diakses berperan besar dalam meningkatkan retensi pengguna [13]. Sementara itu, studi terhadap aplikasi layanan publik menunjukkan bahwa meskipun keamanan data menjadi prioritas, kurangnya edukasi pengguna menyebabkan proses adopsi berjalan lambat [14]. Penelitian terhadap aplikasi lain seperti PeduliLindungi, iPusnas, dan ABCD Universitas Jambi juga mengonfirmasi pentingnya desain UX dalam menjamin penggunaan aplikasi secara berkelanjutan [15], [16], [17].

Berdasarkan kajian literatur, pengalaman pengguna dalam aplikasi keamanan digital sangat dipengaruhi oleh desain antarmuka, kejelasan fitur, dan kepercayaan terhadap perlindungan data. Namun, belum banyak penelitian yang secara spesifik menggabungkan aspek *User Experience* dan elemen keamanan digital dalam satu kerangka evaluasi yang terukur seperti *HEART Metrics*. Dengan demikian, studi ini dirancang untuk mengkaji *User Experience* aplikasi

Getcontact secara mendetail dengan memanfaatkan pendekatan HEART sebagai dasar evaluasi, guna menghasilkan rekomendasi berbasis data yang mendukung peningkatan keterlibatan, loyalitas, serta efektivitas fitur perlindungan dalam menghadapi ancaman komunikasi digital.

3. Metodologi

Metodologi ini disusun untuk menggambarkan langkah-langkah sistematis dalam mengukur pengalaman pengguna menggunakan pendekatan *HEART Metrics* dan *Level of Usability*. Berikut merupakan ilustrasi tahapan penelitian yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

3.1. Identifikasi Masalah

Untuk menentukan masalah pada penelitian ini, dilakukan pengamatan terhadap *review* atau komentar pengguna aplikasi Getcontact di *Google Playstore*. Dari hasil pengamatan, ditemukan beberapa keluhan seperti tampilan antarmuka yang kurang intuitif, notifikasi yang mengganggu, serta kekhawatiran terkait keamanan dan privasi data pengguna. Berdasarkan hal tersebut, dirumuskan rumusan masalah yang berkaitan dengan bagaimana pengalaman pengguna terhadap aplikasi Getcontact. Identifikasi masalah ini juga telah dibahas pada pendahuluan melalui hasil studi sebelumnya yang dilakukan oleh Hanifah dan Wisudawati (2023) [1], serta Pavita dan Hasan (2024) [2].

3.2. Studi Literatur

Setelah tahap identifikasi masalah, langkah berikutnya adalah melakukan studi literatur. Studi literatur dilakukan untuk menggali ide-ide serta teknik-teknik yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Selain itu, studi literatur juga bertujuan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang objek yang menjadi fokus penelitian. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memahami landasan teori yang relevan, serta memperoleh referensi dari penelitian-penelitian terdahulu yang serupa [9].

3.3 Goals Signal Metrics

Goals-Signals-Metrics (GSM) merupakan bagian dari proses dalam *HEART Metrics* yang bertujuan untuk menyusun tujuan evaluasi, mengidentifikasi sinyal sebagai parameter keberhasilan, dan menetapkan metrik untuk mengukur sinyal tersebut [3]. Berikut *Goals-Signals-Metrics* (GSM) Getcontact yang terlihat pada Tabel 1.

Tabel. 1 *Goals-Signals-Metrics* (GSM) Getcontact

Variabel	Goals	Signals	Metrics
<i>Happiness</i>	Sekitar 70% pengguna merasa puas menggunakan Getcontact karena tampilannya menarik, mudah dipahami, dan nyaman saat digunakan.	Kuesioner diberikan dengan pertanyaan seputar kesan pengguna terhadap aplikasi, kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan keinginan merekomendasikan aplikasi.	Skala Likert 5 poin, dengan opsi (1) Sangat Tidak Setuju hingga (5) Sangat Setuju.

<i>Variabel</i>	<i>Goals</i>	<i>Signals</i>	<i>Metrics</i>
<i>Engagement</i>	Pengguna secara aktif mengakses dan menjelajahi fitur-fitur aplikasi Getcontact setidaknya satu kali dalam seminggu.	Kuesioner menanyakan seberapa sering pengguna membuka aplikasi, mengeksplor fitur, serta memperbarui aplikasi secara berkala.	Skala Likert 5 poin, dengan opsi (1) Sangat Tidak Setuju hingga (5) Sangat Setuju.
<i>Adoption</i>	Sebagian besar pengguna dapat dengan cepat memahami cara kerja aplikasi dan lebih memilihnya dibanding alternatif serupa.	Kuesioner menilai pemahaman awal pengguna terhadap fitur aplikasi serta preferensi pengguna terhadap aplikasi dibandingkan kompetitor.	Skala Likert 5 poin, dengan opsi (1) Sangat Tidak Setuju hingga (5) Sangat Setuju.
<i>Retention</i>	Setidaknya 70% pengguna berniat untuk tetap menggunakan aplikasi karena fitur-fiturnya yang bermanfaat dan kualitas penggunaan yang baik.	Kuesioner fokus pada keberlanjutan penggunaan aplikasi, ketertarikan terhadap fitur, serta niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi dalam jangka panjang.	Skala Likert 5 poin, dengan opsi (1) Sangat Tidak Setuju hingga (5) Sangat Setuju.
<i>Task Success</i>	Sebagian besar pengguna mampu menjalankan fungsi-fungsi utama aplikasi seperti melihat tag, melaporkan nomor, atau mengelola privasi nomor.	Kuesioner menanyakan pengalaman pengguna saat menjalankan tugas tertentu dalam aplikasi seperti pencarian informasi nomor dan pengaturan privasi.	Skala Likert 5 poin, dengan opsi (1) Sangat Tidak Setuju hingga (5) Sangat Setuju.

3.4 Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi mengacu pada seluruh individu atau objek yang menjadi target dalam suatu penelitian, yang memiliki karakteristik khusus sesuai dengan fokus studi. Peneliti menentukan populasi ini untuk dianalisis agar dapat menghasilkan kesimpulan yang bersifat menyeluruh. Sampel merupakan bagian terpilih dari populasi karena memiliki ciri-ciri yang mewakili keseluruhan populasi dan digunakan sebagai dasar pengambilan data dalam penelitian [1]. Pada studi ini, populasi yang dijadikan rujukan adalah para pengguna aplikasi Getcontact, yang diketahui telah diunduh lebih dari 100 juta kali melalui platform Play Store.

Pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, yang umum digunakan pada penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei ketika jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus Lemeshow untuk proporsi adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2_{1-\alpha/2} \times P(1-P)}{d^2} \dots\dots (1)$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = nilai Z pada tingkat kepercayaan tertentu (1,96 untuk 95% CI)

p = proporsi populasi yang diperkirakan memiliki karakteristik tertentu (diasumsikan 0,5 untuk konservatif)

d = margin of error (presisi yang diinginkan, misalnya 0,1 atau 10%)

Maka:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{(0,1)^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Lemeshow, jumlah minimum sampel yang dibutuhkan adalah 96 responden. Namun, untuk mengantisipasi kemungkinan adanya data yang tidak valid serta untuk meningkatkan akurasi dan kekuatan analisis statistik, peneliti menggunakan data dari **100 responden**.

3.5 Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini instrumen disusun berdasarkan lima komponen utama dalam metode *HEART Metrics*, yakni *Happiness*, *Engagement*, *Adoption*, *Retention*, dan *Task Success*. Kelima dimensi tersebut dimanfaatkan untuk mengevaluasi pengalaman serta pandangan pengguna terhadap fitur yang dianalisis secara komprehensif. Untuk menilai setiap pernyataan yang mewakili dimensi tersebut, digunakan skala Likert 5 poin yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral, Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Berikut adalah daftar pertanyaan kuisisioner yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Daftar Pertanyaan Kuisisioner

Variabel	Kode	Pernyataan
<i>Happiness</i>	H1	Saya merasa puas setelah menggunakan aplikasi Getcontact.
	H2	Saya merasa aplikasi Getcontact mudah digunakan.
	H3	Saya tertarik dengan tampilan aplikasi Getcontact.
	H4	Saya merasa nyaman ketika menggunakan aplikasi Getcontact.
	H5	Saya akan merekomendasikan aplikasi Getcontact kepada orang lain.
	H6	Saya merasa perlu menggunakan aplikasi Getcontact secara rutin.
<i>Engagement</i>	E1	Aplikasi Getcontact dapat diakses kapan saja saya membutuhkannya.
	E2	Semua fitur dalam aplikasi Getcontact berfungsi dengan baik.
	E3	Fitur-fitur di aplikasi Getcontact memberikan manfaat bagi saya.
	E4	Saya sering mengeksplorasi fitur-fitur di dalam aplikasi Getcontact.
	E5	Saya rutin memperbarui aplikasi Getcontact ke versi terbaru.
<i>Adoption</i>	A1	Saya memahami cara menggunakan aplikasi Getcontact.
	A2	Aplikasi Getcontact membantu saya dalam mengidentifikasi nomor yang tidak dikenal.
	A3	Saya tidak membutuhkan waktu lama untuk memahami cara kerja aplikasi Getcontact.
	A4	Saya lebih memilih menggunakan aplikasi Getcontact dibandingkan layanan serupa lainnya.
<i>Retention</i>	R1	Fitur utama yang pertama kali saya gunakan di aplikasi Getcontact masih saya gunakan hingga sekarang.
	R2	Saya sering menggunakan fitur-fitur yang tersedia di aplikasi Getcontact.
	R3	Saya menilai kualitas aplikasi Getcontact sudah cukup baik.
	R4	Saya akan terus menggunakan aplikasi Getcontact untuk meningkatkan kewaspadaan terhadap nomor tidak dikenal.
	R5	Saya tidak berencana untuk menghapus aplikasi Getcontact dari perangkat saya.
<i>Task Succes</i>	T1	Saya dapat dengan mudah melihat tag atau label dari nomor yang tidak dikenal di aplikasi Getcontact.
	T2	Saya bisa melihat identitas atau informasi tambahan dari nomor yang tidak dikenal.
	T3	Saya dapat menandai atau melaporkan nomor yang mencurigakan melalui aplikasi Getcontact.
	T4	Saya bisa mencari informasi nomor telepon yang pernah menghubungi saya di aplikasi Getcontact.
	T5	Saya dapat mengatur privasi nomor saya melalui fitur di aplikasi Getcontact.
	T6	Saya dapat melihat riwayat pencarian nomor yang pernah saya lakukan di aplikasi Getcontact.
	T7	Saya bisa mendapatkan peringatan terhadap panggilan mencurigakan dari aplikasi Getcontact.

3.6 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan secara *online*, di mana partisipan diminta untuk terlebih dahulu membuka fitur Getcontact agar dapat mengingat kembali pengalaman mereka saat menggunakannya. Setelah itu, mereka diarahkan ke tautan kuesioner dalam bentuk Google Form untuk memberikan penilaian terhadap fitur tersebut berdasarkan pengalaman pribadi yang telah mereka rasakan.

3.7 Pengolahan Data

Pada tahap ini, peneliti menjalankan sebuah evaluasi terhadap instrumen penelitian melalui uji validitas dan reliabilitas. Selain itu, data yang telah dikumpulkan dianalisis dan diolah untuk mendukung proses penelitian. Pernyataan-pernyataan dalam instrumen disusun berdasarkan pendekatan *HEART Metrics* yang mencakup lima indikator utama, yaitu *Happiness*, *Engagement*, *Adoption*, *Retention*, dan *Task Success*.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Sebanyak 100 responden turut serta dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang disediakan. Karakteristik responden yang dianalisis mencakup dua aspek utama yang dianggap relevan dalam konteks penggunaan aplikasi, yaitu usia responden dan frekuensi penggunaan aplikasi. Analisis terhadap kedua aspek ini penting untuk memahami profil pengguna serta pola interaksi mereka dengan aplikasi yang diteliti.

Berdasarkan data usia pengguna, mayoritas responden berada dalam rentang usia 20–39 tahun sebanyak 78 responden atau 78% dari total responden. Kelompok ini merupakan usia produktif dan umumnya sangat akrab dengan penggunaan aplikasi digital. Selanjutnya, terdapat 17 responden (17%) yang berada dalam rentang usia 13–19 tahun, serta 5 responden (5%) yang berusia 40–59 tahun. Tidak terdapat responden dari kelompok usia di bawah 13 tahun maupun di atas 60 tahun.

Sementara itu, berdasarkan data frekuensi penggunaan aplikasi, sebagian besar responden menggunakan aplikasi beberapa kali dalam sebulan, yaitu sebanyak 49 orang (49%). Sebanyak 30 orang (30%) menggunakan aplikasi beberapa kali dalam seminggu, dan 17 orang (17%) hanya menggunakan aplikasi sekali pada saat pertama kali mengunduhnya. Hanya 4 responden (4%) yang menggunakan aplikasi setiap hari atau hampir setiap hari. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna bersifat aktif, meskipun belum menjadikan aplikasi sebagai bagian dari rutinitas harian.

4.2 Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengetahui seberapa sah atau valid nilai dari suatu kuesioner [1]. Dalam analisis data uji validitas, sebuah data dikatakan valid jika nilai yang telah dihitung dapat melebihi nilai *r-Tabel*. Nilai *r-Tabel* ini ditentukan dengan menggunakan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5% dari total 100 data kuesioner. Penerapan rumus $df=N-2$ menghasilkan nilai *r-Tabel* sebesar 0,196. Berikut merupakan hasil uji validitas yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji Validitas

Kode Soal	r-hitung	r-tabel	Keterangan
H1	0.643	0.196	Valid
H2	0.538	0.196	Valid
H3	0.518	0.196	Valid
H4	0.667	0.196	Valid
H5	0.534	0.196	Valid
H6	0.422	0.196	Valid
E1	0.449	0.196	Valid
E2	0.687	0.196	Valid
E3	0.551	0.196	Valid
E4	0.662	0.196	Valid
E5	0.661	0.196	Valid
A1	0.460	0.196	Valid
A2	0.531	0.196	Valid

Kode Soal	r-hitung	r-tabel	Keterangan
A3	0.356	0.196	Valid
A4	0.530	0.196	Valid
R1	0.560	0.196	Valid
R2	0.733	0.196	Valid
R3	0.685	0.196	Valid
R4	0.574	0.196	Valid
R5	0.653	0.196	Valid
T1	0.596	0.196	Valid
T2	0.600	0.196	Valid
T3	0.530	0.196	Valid
T4	0.457	0.196	Valid
T5	0.602	0.196	Valid
T6	0.638	0.196	Valid
T7	0.525	0.196	Valid

4.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi suatu instrumen, di mana nilai *Cronbach's Alpha* yang melebihi 0,6 menandakan bahwa instrumen tersebut dapat dipercaya (reliabel) [1]. Berikut merupakan hasil nilai *Cronbach's Alpha* dalam penelitian ini yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Kode Soal	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H1	0.740
H2	0.741
H3	0.740
H4	0.737
H5	0.741
H6	0.740
E1	0.740
E2	0.736
E3	0.740
E4	0.734
E5	0.733
A1	0.742
A2	0.742
A3	0.743
A4	0.741
R1	0.738
R2	0.735
R3	0.738
R4	0.739
R5	0.734
T1	0.738
T2	0.739
T3	0.741
T4	0.743
T5	0.739
T6	0.738
T7	0.740

4.4 Level of Usability

Dalam menggunakan *HEART Metrics*, terdapat beberapa aspek tingkat *usability* yang dimanfaatkan untuk menilai tingkat kepuasan pengguna dalam berinteraksi dengan suatu sistem atau produk. Proses pengukurannya dilakukan dalam beberapa tahap:

1. Menentukan nilai maksimum (N_{max}) dari setiap kriteria.

Rumus:

$$N_{max} = Q_{max} \times \Sigma Q \times R \dots\dots (2)$$

Keterangan:

Q_{max} = Nilai maksimum per pertanyaan
 ΣQ = Jumlah pertanyaan untuk tiap kriteria
 R = Jumlah responden

2. Menghitung nilai total dari setiap kriteria berdasarkan hasil jawaban responden dari kuesioner.

3. Menilai setiap kriteria menggunakan persentase dari nilai total terhadap nilai maksimum.

Rumus:

$$\text{Nilai Kriteria} = \left(\frac{N_{total}}{N_{max}} \right) \times 100\% \dots\dots (3)$$

4. Menghitung rata-rata setiap variabel berdasarkan gabungan nilai dari beberapa kriteria dalam satu variabel HEART.

5. Menghitung tingkat kegunaan akhir sebagai hasil akhir *usability* berdasarkan kuesioner, N_{max} , dan nilai total. Berikut merupakan hasil *Level of Usability* pada penelitian ini yang dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. *Level of Usability*

Correlation Coefficient	Level Criteria
$0,81 < x \leq 1,00$	Sangat Tinggi
$0,61 < x \leq 0,80$	Tinggi
$0,41 < x \leq 0,60$	Cukup/Netral
$0,21 < x \leq 0,40$	Buruk
$0,00 < x \leq 0,01$	Sangat Buruk

Perhitungan N_{max} :

$$N_{max} = Q_{max} \times \Sigma Q \times R \dots\dots (4)$$

Hasil Perhitungan:

H: $5 \times 6 \times 100 = 3000$
 E: $5 \times 5 \times 100 = 2500$
 A: $5 \times 4 \times 100 = 2000$
 R: $5 \times 5 \times 100 = 2500$
 T: $5 \times 7 \times 100 = 3500$

Perhitungan Nilai Kriteria:

$$\text{Nilai Kriteria} = \left(\frac{N_{total}}{N_{max}} \right) \times 100\% \dots\dots (5)$$

Hasil Perhitungan:

Happiness = $(2219 / 3000) \times 100\% = 73.97\%$
Engagement = $(1813 / 2500) \times 100\% = 72.52\%$
Adoption = $(1696 / 2000) \times 100\% = 84.80\%$
Retention = $(1909 / 2500) \times 100\% = 76.36\%$
Task Success = $(2849 / 3500) \times 100\% = 81.40\%$

4.5 Analisis HEART Metrics

HEART Metrics merupakan sebuah kerangka kerja yang dirancang untuk mengevaluasi *user experience* melalui 5 dimensi utama seperti *Happiness*, *Engagement*, *Adoption*, *Retention* dan *Task Succes*. Adapun hasil analisis deskriptif yang dilakukan setelah penyebaran kuesioner untuk mengevaluasi pengalaman pengguna aplikasi GetContact yang terlihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Analisis HEART METRICS

Kriteria	Nmax	Ntotal	Persentase	Kategori	Status
<i>Happiness</i>	3000	2219	73.97%	Tinggi	Tercapai
<i>Engagement</i>	2500	1813	72.52%	Tinggi	Tercapai
<i>Adoption</i>	2000	1696	84.80%	Sangat Tinggi	Tercapai
<i>Retention</i>	2500	1909	76.36%	Tinggi	Tercapai
<i>Task Success</i>	3500	2849	81.40%	Sangat Tinggi	Tercapai
<i>Rata-Rata</i>	-	-	77.41%	Tinggi	Tercapai

Dari kelima metrik HEART, dua metrik (*Adoption* dan *Task Success*) menunjukkan kategori “Sangat Tinggi”, sementara tiga lainnya (*Happiness*, *Engagement*, dan *Retention*) berada pada kategori “Tinggi”. Tidak ada metrik yang masuk kategori sedang, buruk, maupun sangat buruk.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat *usability* aplikasi ini tergolong dalam kategori “Tinggi” secara keseluruhan, dengan rata-rata skor *usability* sebesar 77,41%. Artinya, aplikasi dinilai cukup memuaskan, efektif, dan berhasil memenuhi kebutuhan serta harapan pengguna berdasarkan persepsi responden. Seluruh indikator evaluasi HEART mencapai ambang nilai yang ditetapkan, sehingga dapat dikatakan bahwa *usability* aplikasi ini sudah tercapai dengan baik.

Happiness, menggambarkan tingkat kepuasan emosional pengguna terhadap aplikasi. Dengan perolehan skor 73,97%, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna merasa senang dan puas dalam menggunakan aplikasi. Aplikasi dinilai nyaman, tidak membingungkan, serta mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan selama digunakan.

Engagement menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna dalam menggunakan aplikasi secara aktif. Skor sebesar 72,52% menandakan bahwa pengguna cukup sering menggunakan fitur-fitur yang tersedia dan merasa terhubung dengan fungsi aplikasi secara keseluruhan, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan interaksi yang lebih intensif.

Adoption, aplikasi memperoleh nilai sebesar 84,80%, termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini mencerminkan bahwa aplikasi mudah dipelajari dan digunakan oleh pengguna baru, serta memiliki kemudahan dalam proses onboarding dan navigasi awal. Pengguna baru dapat dengan cepat memahami cara kerja aplikasi dan mulai menggunakannya tanpa banyak kesulitan.

Retention, yang menilai sejauh mana pengguna tetap setia menggunakan aplikasi dari waktu ke waktu, memperoleh nilai sebesar 76,36%. Ini mengindikasikan bahwa aplikasi berhasil mempertahankan minat dan loyalitas pengguna, serta menyediakan manfaat yang dirasakan cukup signifikan dalam jangka panjang.

Task Success, aplikasi meraih skor 81,40%, termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas pengguna dapat menyelesaikan tugas atau aktivitas yang mereka lakukan di dalam aplikasi dengan mudah dan berhasil. Fitur-fitur yang disediakan berfungsi dengan baik dan sesuai harapan pengguna. Secara keseluruhan, kelima kategori HEART menunjukkan performa *usability* yang baik, dengan seluruh aspek berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi, serta status ketercapaian yang memuaskan. Hal ini membuktikan bahwa aplikasi secara umum sudah berhasil memenuhi ekspektasi pengguna dari berbagai aspek pengalaman penggunaan.

4.6 Pembahasan dan Rekomendasi

Hasil analisis *HEART Metrics* menunjukkan bahwa aplikasi Getcontact memiliki tingkat *usability* yang tinggi secara keseluruhan dengan rata-rata skor 77,41%. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna merasa cukup puas dalam menggunakan aplikasi, baik dari segi kemudahan penggunaan maupun pencapaian tugas-tugas utama yang disediakan oleh fitur aplikasi.

Dimensi *Adoption* dan *Task Success* menunjukkan hasil tertinggi, masing-masing sebesar 84,80% dan 81,40%. Nilai yang tinggi ini menunjukkan bahwa aplikasi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna, bahkan sejak pertama kali mengunduh. Pengguna juga merasa terbantu dalam menyelesaikan tugas-tugas utama seperti melihat tag, mengelola privasi, dan memblokir nomor mencurigakan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Hanifah dan Wisudawati (2023) [1], yang meskipun tidak menggunakan metode *HEART Metrics*, mencatat bahwa aplikasi Getcontact memiliki tingkat *usability* yang tinggi

(86,9%). Namun, mereka juga menyoroti bahwa masih terdapat kendala pada aspek desain antarmuka dan transparansi privasi, yang dapat memengaruhi persepsi kenyamanan jangka panjang.

Adapun dimensi *Happiness*, *Engagement*, dan *Retention* masing-masing memperoleh nilai 73,97%, 72,52%, dan 76,36%. Ketiganya berada dalam kategori tinggi, tetapi belum mencapai kategori sangat tinggi. Nilai *Happiness* yang belum optimal mengindikasikan bahwa meskipun pengguna puas, masih terdapat faktor-faktor emosional yang belum sepenuhnya terpenuhi, seperti kenyamanan visual atau personalisasi fitur. Penelitian oleh Pavita dan Hasan (2024) [2] juga mengamati bahwa pengguna Getcontact merasa terbantu secara fungsi, namun terdapat masukan terkait peningkatan kenyamanan dan pengalaman yang lebih menyenangkan dalam penggunaan harian.

Pada dimensi *Engagement*, skor 72,52% menunjukkan bahwa sebagian pengguna belum sepenuhnya aktif menjelajahi fitur-fitur aplikasi secara rutin. Hal ini konsisten dengan penelitian pada aplikasi lain seperti PeduliLindungi [15], di mana keterlibatan pengguna menurun karena kurangnya edukasi fitur dan interaksi yang terbatas. Hal serupa kemungkinan juga terjadi pada Getcontact, di mana pengguna cenderung menggunakan fungsi utama saja tanpa mengeksplorasi fitur tambahan seperti tag komunitas atau pengaturan detail privasi.

Retention yang berada pada nilai 76,36% menandakan bahwa sebagian besar pengguna ingin tetap menggunakan aplikasi, namun masih ada sebagian yang mempertimbangkan untuk berhenti. Penelitian lain menunjukkan bahwa pembaruan fitur dan peningkatan keamanan sangat berpengaruh terhadap keputusan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi secara berkelanjutan. Dalam konteks ini, Getcontact dapat mempertimbangkan optimalisasi *notifikasi* dan transparansi kebijakan data untuk meningkatkan loyalitas pengguna.

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini, terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pengembangan aplikasi ke depan. Untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna secara berkelanjutan, pengembangan desain antarmuka yang lebih intuitif dan menarik secara visual menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan. Antarmuka yang ramah pengguna tidak hanya mempermudah navigasi, tetapi juga dapat meningkatkan kenyamanan emosional selama penggunaan aplikasi. Di samping itu, edukasi yang lebih intensif terkait fitur-fitur tambahan perlu dilakukan agar pengguna memiliki pemahaman yang menyeluruh dan terdorong untuk menjelajahi seluruh fungsi aplikasi, bukan hanya terbatas pada fitur utama.

Langkah lain yang juga penting adalah memperkuat kepercayaan pengguna melalui transparansi kebijakan privasi dan peningkatan sistem keamanan. Pengguna perlu merasa yakin bahwa data pribadi mereka dikelola secara bertanggung jawab. Optimalisasi notifikasi dan peningkatan komunikasi dua arah antara aplikasi dan pengguna juga berpotensi memperkuat loyalitas serta mendorong penggunaan yang lebih konsisten. Studi ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam pengembangan antarmuka dan fitur aplikasi agar lebih intuitif, sehingga pengalaman pengguna dapat ditingkatkan secara berkelanjutan dan berdampak positif terhadap retensi pengguna serta pencapaian tujuan organisasi secara lebih luas.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari 100 responden menggunakan metode HEART *Metrics*, dapat disimpulkan bahwa pengalaman pengguna terhadap aplikasi Getcontact secara umum berada pada kategori baik. Dimensi *Happiness* menunjukkan bahwa pengguna merasa cukup puas dengan fitur dan tampilan aplikasi. Pada dimensi *Engagement*, pengguna cenderung aktif menggunakan aplikasi untuk kebutuhan pemblokiran spam dan identifikasi nomor. Dimensi *Adoption* dan *Retention* mengindikasikan bahwa aplikasi memiliki daya tarik awal yang kuat serta mampu mempertahankan pengguna dalam jangka waktu tertentu. Sementara itu, *Task Success* menunjukkan bahwa pengguna dapat dengan mudah menyelesaikan tugas-tugas utama dalam aplikasi, seperti mencari informasi kontak dan melaporkan spam. Namun, meskipun hasil keseluruhan menunjukkan tren positif, pengembang masih dapat meningkatkan aspek *Happiness* dan *Engagement* melalui peningkatan desain antarmuka yang lebih menarik secara emosional, serta fitur interaktif yang lebih memikat agar pengguna semakin loyal dan merasa nyaman dalam penggunaan jangka panjang. Oleh karena itu, pengembang disarankan untuk melakukan optimalisasi lebih lanjut guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna di masa mendatang.

Daftar Referensi

- [1] F. Hanifah dan L. M. Wisudawati, "Analisis User Experience pada Aplikasi GetContact Menggunakan Metode Heuristic Evaluation," *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*, vol. 7, no. 1, pp. 12–19, 2023.
- [2] R. Pavita dan F. N. Hasan, "Evaluasi Penggunaan Aplikasi GetContact sebagai Perlindungan Modus Penipuan," *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, vol. 10, no. 1, pp. 15–22, 2024.
- [3] R. A. Kristi, M. Z. Alifian, S. L. Zahrotun Nisak, I. S. Abidah, dan P. K. Dewi, "Analisis User Experience Aplikasi TIX ID Menggunakan Heart Framework," dalam *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi (SITASI)*, pp. 35–42, 2022.
- [4] A. L. Hanum, T. K. Miranti, D. Fatmawati, M. F. Diyon, dan C. J. Prawiro, "Analisis User Experience Aplikasi PeduliLindungi Menggunakan HEART Metrics," *Jurnal Syntax Admiration*, vol. 3, no. 2, pp. 88–95, 2022.
- [5] R. P. Syahputra, R. Hardiartama, B. P. Kristana, dan A. Wulansari, "Analisis User Experience Aplikasi Flip Menggunakan HEART Metrics," *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)*, vol. 5, no. 2, pp. 60–68, 2023.
- [6] N. Kurniawan, S. Megawati, Syaifullah, dan E. Saputra, "Analisis User Experience Aplikasi Dana Menggunakan Framework HEART Metrics," *The Indonesian Journal of Computer Science (IJCS)*, vol. 9, no. 1, pp. 71–78, 2024.
- [7] N. Zahirah, R. Ardiansyah, dan S. Mahendra, "Evaluasi Usability Aplikasi Getcontact menggunakan Metode PSSUQ," *Jurnal Teknologi Informasi dan Terapan*, vol. 12, no. 1, pp. 29–36, 2025.
- [8] R. Ningtyas, "Evaluasi Pengalaman Pengguna Aplikasi Telegram Menggunakan Metode HEART Metrics," *Jurnal Informatika dan Komputer*, vol. 8, no. 2, pp. 78–85, 2024.
- [9] F. Pratama, D. Santoso, dan M. Hidayat, "Penerapan Metode HEART Metrics pada Evaluasi UX Aplikasi Marketplace Lokal," *Jurnal Teknologi Digital*, vol. 7, no. 1, pp. 54–61, 2023.
- [10] S. Rita, D. Indrayana, dan A. Pambudi, "Penggunaan Support Vector Machine untuk Analisis Sentimen Ulasan Aplikasi Truecaller dan Getcontact," *Jurnal Ilmu Komputer dan Aplikasi*, vol. 11, no. 2, pp. 101–108, 2023.
- [11] D. Hermanto, A. K. Wijaya, dan N. Rahmawati, "Analisis Sentimen pada Ulasan Pengguna Aplikasi Keamanan Menggunakan Metode Klasifikasi," *Jurnal Komputasi dan Sistem Cerdas*, vol. 6, no. 2, pp. 67–74, 2024.
- [12] M. Aulia, N. Cahyaningrum, dan A. Mulyadi, "Evaluasi Persepsi Awal Pengguna terhadap Aplikasi Keamanan Digital," *Jurnal Media Informasi*, vol. 5, no. 1, pp. 18–25, 2024.
- [13] S. Kikale, "Case study: Improving the user experience on Truecaller," *Bootcamp*, 2 Maret 2025. [Online]. Tersedia: <https://medium.com/design-bootcamp/improving-the-user-experience-on-truecaller-a-ux-case-study-a5eba90384d8>. [Diakses: 2 Mei 2025].
- [14] R. Sidabutar dan R. Ichwani, "Analisis UX Aplikasi SatuSehat Menggunakan Pendekatan Kuantitatif," *Jurnal Sistem Informasi Kesehatan*, vol. 6, no. 3, pp. 110–118, 2024.
- [15] D. Putra dan E. Marsetio, "Evaluasi UX pada Aplikasi PeduliLindungi Menggunakan System Usability Scale (SUS)," *Jurnal Informasi Kesehatan Indonesia*, vol. 5, no. 2, pp. 43–51, 2023.
- [16] L. Ramadani, M. Zulfikar, dan N. Dewi, "Analisis Kualitas Layanan Aplikasi iPusnas terhadap Kepuasan Pengguna," *Jurnal Teknologi dan Literasi Digital*, vol. 3, no. 1, pp. 33–40, 2023.
- [17] F. Yuliana, "Evaluasi UX Aplikasi ABCD Universitas Jambi Menggunakan Metode Heuristik dan Kuesioner UEQ," *Jurnal Teknologi dan Pendidikan*, vol. 9, no. 2, pp. 92–99, 2022.