Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Adapun posisi pada saat kegiatan magang berlangsung di PT Tokopedia yakni sebagai desainer antarmuka (*User Interface Designer*) di *tribe Digital*. Secara garis besar, tanggungjawab utama dari desainer antarmuka ialah perancangan alur pengguna, interaksi hingga tampilan situs dan aplikasi milik Tokopedia. Dalam melaksanakan tugasnya, kegiatan magang sendiri dibimbing oleh *Lead User Interface Designer* PT Tokopedia, Septiari Tripurwangi dalam mengerjakan ragam tugas yang diberikan. Selain dibimbing oleh pembimbing lapangan, terdapat pula sesi diskusi dengan *User Experience Designer* PT Tokopedia, Kamila Okta Saarah dalam menciptakan alur pengguna yang efisien bagi pengguna. Selama masa praktik kerja magang berlangsung, kegiatan magang ditunjang oleh seperangkat komputer yang mendukung sistem operasi *iOS*, dan aplikasi penunjang lainnya seperti *Sketch*, *Slack*, *Zeplin*, dan lainnya. Dalam hal ini, *tools Sketch* digunakan dalam membuat rancangan desain antarmuka, dan *Zeplin* digunakan untuk memudahkan proses perancangan tampilan *website* dan aplikasi yang akan dibangun.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Perancangan desain antarmuka..., Elisabeth, FTI UMN, 2017

3.2. Tugas yang dilakukan

Selama praktik kerja magang berlangsung, terdapat tugas utama, dan tugas tambahan dari program *Nakama Academy*. Secara garis besar, berikut tugas utama yang dilakukan selama magang berlangsung, yakni :

(1) Merancang desain antarmuka *pulsa.tokopedia.com/voucher-game*

(2) Merancang desain antarmuka *microsite event ticket*

(3) Merancang desain antarmuka *check balance* pada aplikasi *Android* Tokopedia

(4) Merancang desain antarmuka halaman *pending transaction*

(5) Merancang desain antarmuka halaman notifikasi langganan GAS PGN

(6) Merancang desain antarmuka *microsite deals*

(7) Merancang desain antarmuka *pulsa.tokopedia.com in partnership with* Citibank

Dibutuhkan pemahaman terlebih dulu terhadap panduan ataupun *guidelines* desain antarmuka Tokopedia dan *tools* yang digunakan dalam merancang desain antarmuka. Adapun tugas magang diberikan oleh pembimbing lapangan, dan *Product Manager* yang berada di *tribe Digital*.

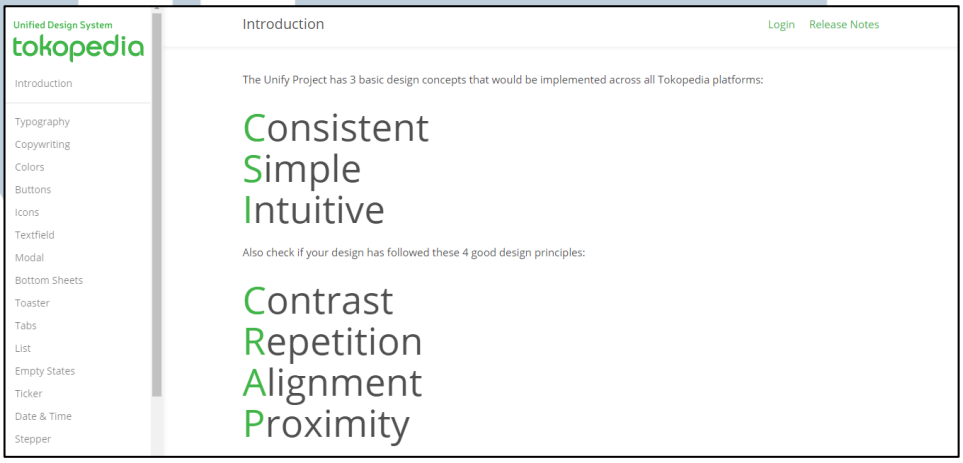
Berikut tahap pembelajaran selama praktik kerja magang :

1. Pengenalan Tokopedia Unify dan *tools* desain antarmuka

   Setiap desain antarmuka Tokopedia yang dihasilkan harus mengikuti aturan yang terdapat pada Tokopedia Unify. Tokopedia Unify merupakan kaidah dan panduan desain antarmuka Tokopedia yang tersedia

Perancangan desain antarmuka..., Elisabeth, FTI UMN, 2017

di berbagai *platform*; *desktop*, *Android*, dan *iOS*. Tujuan utama dari pembuatan Tokopedia Unify sendiri ialah agar desain antarmuka yang diciptakan tetap konsisten di berbagai *platform* dan menciptakan *experience* yang sesuai dengan kebutuhan target penggunanya. Tokopedia Unify mengatur setiap komponen yang terdapat dalam desain antarmuka, seperti : huruf, warna palet, bentuk desain dan lainnya.



Gambar 3.1. Tampilan Tokopedia Unify

Tokopedia Unify memiliki 3 prinsip utama : (1) *Consistent* yang berarti mempertahankan konsistensi desain antarmuka di setiap platform, (2) *Simple* yang bermakna menunjukkan kesederhanaan desain antarmuka demi menunjang alur pengguna yang efektif. (3) *Intuitive* yang berarti menonjolkan intuitif desain antarmuka yang dihasilkan sehingga dapat dengan mudah digunakan oleh banyak pengguna.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2. Pemahaman lebih lanjut mengenai desain antarmuka Tokopedia melalui *Nakama Academy*

   Nakama Academy merupakan sesi pembelajaran tambahan bagi *nakama* yang baru saja bekerja di Tokopedia agar lebih memahami *guidelines* Tokopedia dan meningkatkan *skill* yang dimiliki. *Nakama Academy* yang diikuti ialah sesi pembelajaran khusus bagi desainer antarmuka Tokopedia. *Nakama Academy* sendiri dilaksanakan setiap minggu mulai dari bulan Juli - Agustus. Peserta yang mengikuti sesi ini dipandu oleh senior *nakama* dan diberikan tugas sesuai dengan topik pembelajaran setiap minggunya. Berbagai tugas *Nakama Academy*, diantaranya : (1) studi kasus mengenai *Tokopedia Careers* mulai dari penemuan masalah yang terdapat pada laman *careers*, hingga ide dan solusi yang dapat diterapkan untuk laman *careers* (*www.tokopedia.com/careers*) , (2) perancangan desain antarmuka usulan bagi laman *careers*, (3) pembuatan interaksi halaman *careers* usulan.

Berikut berbagai pengembangan desain antarmuka Tokopedia yang menjadi tugas utama selama praktik kerja magang berlangsung :

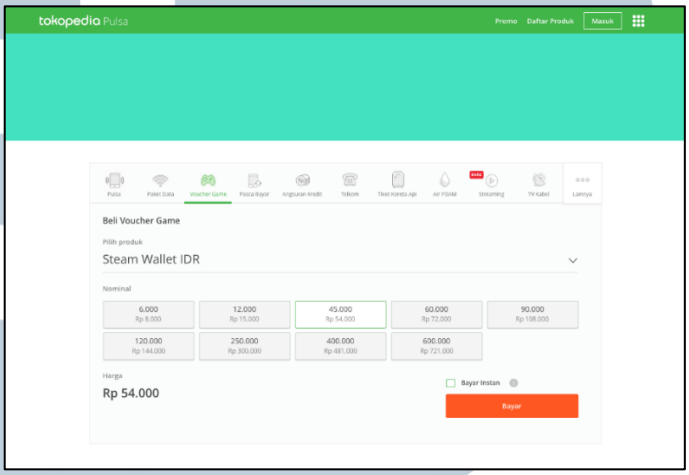
3.2.1. Pengembangan desain antarmuka laman Pulsa Tokopedia pada bagian *voucher game* (*pulsa.tokopedia.com/voucher-game*)

a. Latar belakang

   Pengguna dapat membeli *voucher game* dan produk digital lainnya di *website* Tokopedia dengan mengakses : *pulsa.tokopedia.com*. Pengguna kerap kali mengalami kesulitan dalam memilih produk *voucher game*

Perancangan desain antarmuka..., Elisabeth, FTI UMN, 2017

yang ditampilkan dalam menu *dropdown* dan diakses via *mobile*. Sehingga pada beberapa *browser mobile* tertentu, tampilan menu *dropdown* terpotong sehingga sulit melihat ragam *voucher game* yang tersedia.



Gambar 3.2. Tampilan halaman voucher game sebelum improvisasi

b. Business requirement dan tujuan yang dicapai

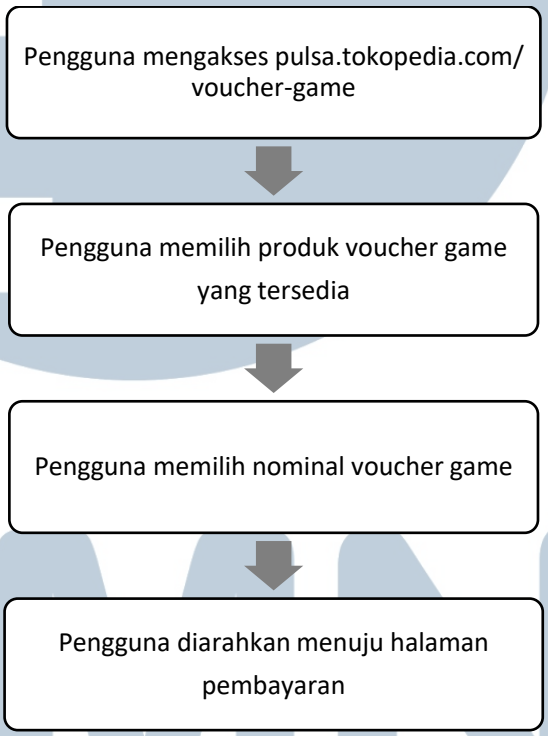
Tujuan yang hendak dicapai dari pengembangan laman *voucher game* ialah agar pengguna dapat melihat ragam *voucher game* dengan mudah di berbagai *platform*. Terdapat beberapa *business requirement* yang harus terpenuhi, diantaranya :

- Desain antarmuka dapat meningkatkan *engagement* terhadap pengguna yang sudah memiliki akun Tokopedia namun belum pernah membeli *voucher game*. Dalam hal ini, pengguna yang telah memiliki akun Tokopedia diasumsikan setidaknya telah *familiar* dengan tampilan antarmuka situs Tokopedia.

- Desain antarmuka dapat mendorong pengguna lainnya yang belum memiliki akun Tokopedia untuk membeli *voucher game* melalui Tokopedia. Dalam konteks ini, pengguna sama sekali belum *familiar* dengan tampilan antarmuka situs Tokopedia.

c. Alur pengguna

Berikut alur pengguna pembelian *voucher game* yang hendak dirancang:



Gambar 3.3. Alur pengguna pembelian voucher game

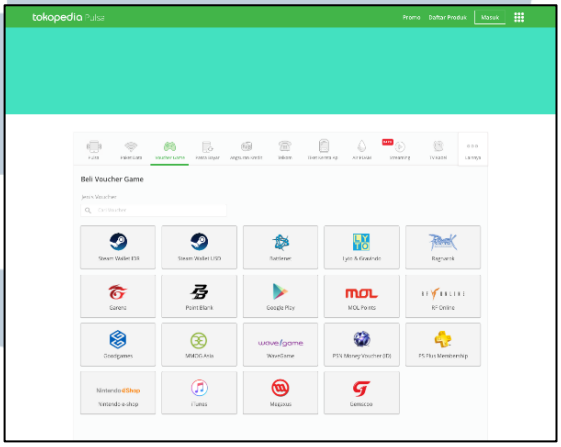
Secara garis besar, tidak ada perbedaan signifikan antara alur pengguna *voucher game* versi terdahulu dengan versi terbaru. Perbedaannya terdapat pada tata letak penempatan produk *voucher game*, dimana pada versi terbaru pengguna dapat langsung memilih *voucher game* tanpa perlu melakukan tindakan atau *action* apapun (klik ataupun *scroll* menu

Perancangan desain antarmuka..., Elisabeth, FTI UMN, 2017

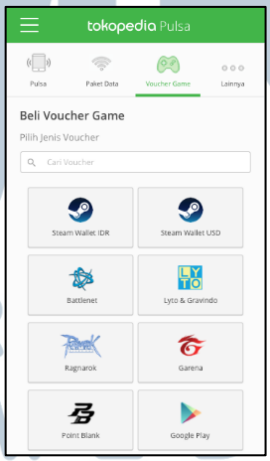
dropdown). Sementara pada versi terdahulu, pengguna perlu mengklik menu *dropdown* untuk dapat melihat seluruh produk *voucher game* yang tersedia. Pada versi terbaru, pengguna memilih nominal *voucher game* yang tersedia pada menu *dropdown*.

d. Desain antarmuka

Berikut desain antarmuka halaman *voucher game* sebelum dipilih :



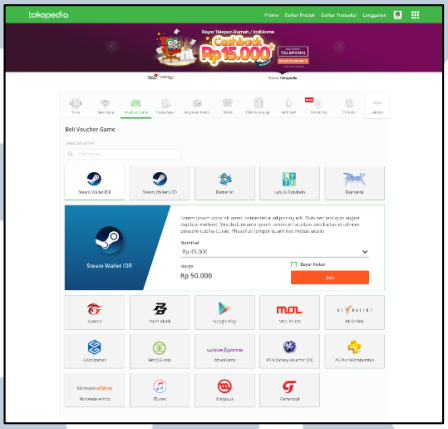
Gambar 3.4. Tampilan voucher game versi desktop



Gambar 3.5. Tampilan voucher game versi mobile

Kini, seluruh *voucher game* ditampilkan beserta logo *voucher game* tersebut. Improvisasi ini dilakukan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan *engagement* pengguna yang sudah ataupun belum memiliki akun Tokopedia yang tidak pernah membeli *voucher game*. Dalam hal ini, pengguna tersebut dapat dengan mudah mengetahui ragam *voucher game* yang tersedia.

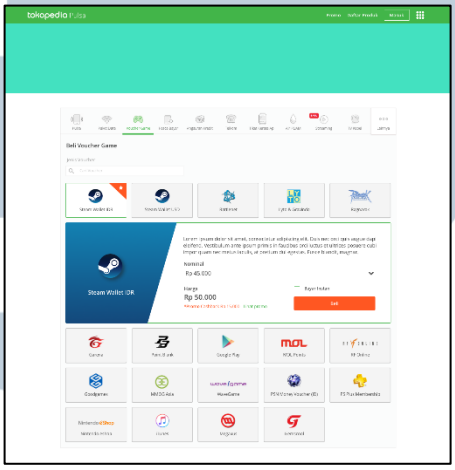
Berikut desain antarmuka salah satu *voucher game* yang dipilih oleh pengguna :



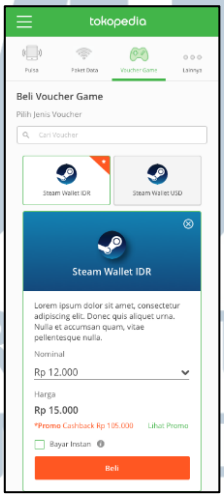
Gambar 3.6. Tampilan voucher game yang aktif versi desktop

Gambar 3.7. Tampilan voucher game yang aktif versi mobile

Ketika salah satu *voucher game* diklik atau tengah dalam kondisi aktif, maka warna *gradient* akan muncul. Setiap voucher game memiliki warna *gradient* yang berbeda-beda. Penambahan warna *gradient* pada setiap *voucher game* ditujukan untuk meningkatkan daya tarik setiap *voucher game*. Adapun warna tersebut dipilih berdasarkan warna dominan pada setiap *voucher game*.



Gambar 3.8. Tampilan promo voucher game versi desktop



Gambar 3.9. Tampilan promo voucher game versi mobile

Terdapat penambahan *tag* kecil yang disematkan pada *voucher game* yang sedang mengalami promo. Keberadaan *tag* sendiri dimaksudkan untuk meningkatkan *awareness* pengguna terhadap *voucher game* yang sedang dalam masa promo. Perancangan desain antarmuka sendiri sejumlah banyaknya produk *voucher game* yang tersedia, mengingat setiap *voucher game* memiliki warna gradasi yang berbeda-beda.

e. Testing desain antarmuka

Untuk mengetahui hasil improvisasi desain antarmuka yang telah dibuat, maka diadakanlah kegiatan uji coba (*usability testing*) yang dilakukan bersama-sama dengan *User Experience Designer Intern* lainnya. *Testing* sendiri dilakukan seefektif mungkin yakni hanya dengan melibatkan 5 orang responden dalam *testing* (Nielsen, 2000). Target utama dari *testing* ini ialah pengguna yang sama sekali belum pernah membeli *voucher game* dan belum memiliki akun Tokopedia, namun seorang *gamer*. Untuk itu, proporsi responden testing ini yakni : 5 orang yang belum pernah membeli *voucher game* dan tidak memiliki akun Tokopedia, namun seorang *gamer*, dan penambahan 5 orang lain untuk kepeluan saran dan pengembangan, dengan proporsi : 3 orang *gamer* yang belum pernah membeli *voucher game* namun sudah memiliki akun Tokopedia, dan 2 orang *gamer* yang sudah membeli *voucher game* dan telah memiliki akun Tokopedia.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Testing dilakukan untuk mengetahui perbandingan parameter tertentu, menelusuri permasalahan, dan mengetahui persepsi pengguna baik untuk halaman *voucher game* versi *desktop* maupun *mobile*. Pembagian responden untuk keperluan *testing* versi *desktop* yakni 5 orang yang terdiri atas : 3 orang *gamer* yang belum pernah membeli *voucher game* dan belum memiliki akun Tokopedia, 1 orang *gamer* yang sudah mempunyai akun Tokopedia dan belum membeli *voucher game*, dan 1 orang *gamer* yang telah memiliki akun Tokopedia dan pernah membeli *voucher game*.

Proporsi pembagian responden untuk *testing* versi *mobile* hampir serupa dengan versi *desktop*, namun dengan selisih 1 orang *gamer* yang belum pernah membeli *voucher game* dan belum memiliki akun Tokopedia, dan penambahan 1 orang *gamer* yang sudah mempunyai akun Tokopedia dan belum membeli *voucher game*.

Adapun persiapan yang dilakukan sebelum *testing* dimulai, yakni pembuatan prototipe desain antarmuka dengan menggunakan *Invision* dan akun *Invision* milik Tokopedia, dan penyusunan prosedur *testing* dan pertanyaan yang diajukan kepada responden.

Berikut prosedur *testing* desain antarmuka *voucher game* :

1. Responden diminta untuk mengakses situs : *pulsa.tokopedia.com/voucher-game* melalui *laptop* milik *User Interface Designer* yang berperan sebagai penguji desain antarmuka.

Perancangan desain antarmuka..., Elisabeth, FTI UMN, 2017

2. Responden diminta untuk menunjukkan alur pembelian *voucher game* pada desain antarmuka versi lama.
3. Responden kemudian diminta untuk mengakses prototipe tampilan *voucher game* yang baru yang dibuat dengan *tools Invision*.
4. Responden diminta untuk menunjukkan alur pembelian *voucher game* pada desain antarmuka versi terbaru.
5. Responden lalu diminta untuk menjawab beberapa pertanyaan yang diajukan oleh penguji secara lisan

Berikut daftar pertanyaan *testing* yang diajukan kepada responden :

1. Diantara versi terbaru dan lama, versi mana yang lebih efisien dari segi alur pengguna?
2. Diantara versi terbaru dan lama, versi mana yang lebih menarik dari segi tampilan antarmuka?
3. Jika versi terbaru lebih menarik, apakah penambahan atribut *gradient* mempengaruhi estetika tampilan versi terbaru?
4. Apakah kehadiran fitur *search* membantu proses pencarian *voucher game* pada versi terbaru?
5. Apa saja permasalahan ataupun kendala yang dialami ketika menggunakan versi terbaru?
6. Adakah saran untuk versi terbaru?

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Berikut hasil *testing* halaman *voucher game* versi *desktop* :

	Perbandingan	
	Preferensi	Jumlah Responden
Alur Pengguna	Versi lama	0
	Versi terbaru	5
Gradient	Tidak ada gradient	0
	Ada gradient	5
Fitur Search	Tidak ada fitur search	3
	Ada fitur search	2
	Permasalahan	Jumlah Responden
Desktop	Tulisan deskripsi voucher game dirasa kecil	3
	Lebih sulit memilih nominal dalam menu dropdown	1
	User tidak menutup deskripsi voucher game	1
	Feedback	
	Search bar di sisi kiri langsung terlihat	2

Gambar 3.10. Perbandingan preferensi dan daftar permasalahan pada voucher game versi desktop

Persepsi Pengguna
(1) Tulisan voucher game kurang terlihat karena ukurannya yang kecil
(2) Nominal ditampilkan secara langsung pada design lama
(3) Deskripsi voucher game tidak menyatakan bisa ditutup
(4) Search di bagian kiri karena penglihatan pengguna berawal dari sisi kiri

Gambar 3.11. Persepsi pengguna yang diperoleh dari permasalahan versi desktop

Berikut hasil *testing* halaman *voucher game* versi *mobile* :

	Perbandingan	
	Preferensi	Jumlah Responden
Alur Pengguna	Versi lama	0
	Versi terbaru	5
Gradient	Tidak ada gradient	0
	Ada gradient	5
Fitur Search	Tidak ada fitur search	4
	Ada fitur search	1
	Permasalahan	Jumlah Responden
Mobile	Pencarian menggunakan scroll bukan search	3
	Feedback	
	Gradient pada voucher game aktif lebih atraktif	3

Gambar 3.12. Perbandingan preferensi dan daftar permasalahan pada voucher game versi mobile

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Persepsi Pengguna
(1) Search kurang terlihat dan atraktif, ditambah lagi tak terlalu banyaknya
produk voucher game membuat pengguna lebih memilih untuk scroll
dibanding search
(2) Gradient voucher game menjadikan tampilan voucher game yang aktif
lebih menarik

Gambar 3.13. Persepsi pengguna yang diperoleh dari permasalahan versi mobile

Berikut kesimpulan testing halaman *voucher game* versi *desktop* dan *mobile* :

Kesimpulan	Alasan
Alur pengguna versi terbaru lebih efisien	Pengguna dapat melihat langsung seluruh voucher game yang tersedia
Gradient pada voucher game aktif lebih disukai	Penggunaan warna gradient membuat voucher game lebih atraktif
Terdapat search bar pada sisi kiri, terutama untuk versi desktop	Search bar di bagian kiri karena berada dalam pandangan user secara langsung dan menginformasikan bahwa tersedia fitur search tanpa perlunya user mencari terlebih dahulu

Gambar 3.14. Kesimpulan testing halaman voucher game

Setelah mengadakan *testing*, maka dirumuskan hal berikut : (1) fitur *search* untuk sementara ini ditiadakan demi mempercepat proses implementasi desain antarmuka, (2) diterapkannya alur pengguna versi terbaru, dan (3) *gradient* tetap menghiasi setiap *voucher game* yang tengah aktif dipih pengguna.

3.2.2. Perancangan desain antarmuka *microsite* baru khusus *event ticket*

a. Latar belakang

Setiap tahunnya terdapat ratusan hingga ribuan *event* yang diselenggarakan di Indonesia, baik yang bersifat nasional (ANTARA, 2017) ataupun internasional. Tingginya jumlah *event* yang diselenggarakan di Indonesia menandakan tingginya antusiasme

masyarakat terhadap *event* di Indonesia. Untuk itu, pihak Tokopedia berinisiatif untuk mempermudah masyarakat Indonesia dalam menemukan dan memesan tiket *event* dengan cara mendirikan *microsite* baru khusus *event ticket*.

b. Business Requirement dan tujuan yang dicapai

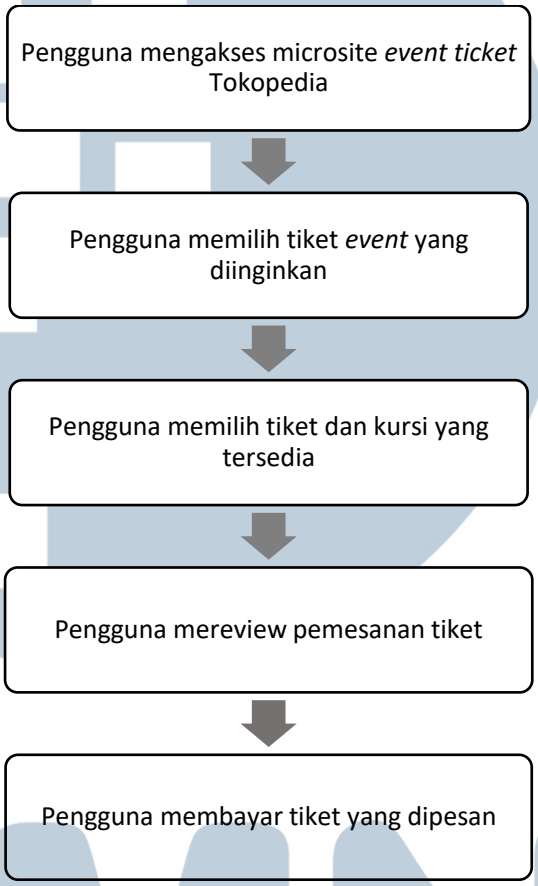
Adapun tujuan utama dari pembuatan *microsite event ticket* ini ialah untuk mempermudah pengguna dalam menemukan *event* sesuai dengan preferensi dan lokasi mereka, serta membantu promotor *event* menjual tiket *event*. Berikut *business requirement* pada *microsite* tiket *event*:

- Meningkatkan *engagement* bagi pengguna yang sudah ataupun belum memiliki akun Tokopedia agar memesan tiket *event* di *microsite event ticket* milik Tokopedia.
- Memudahkan dan mengefisiensikan proses pemesanan tiket *event*, dimana pengguna dapat memesan tiket hanya dengan 4 langkah mudah; pilih *event*, pilih tiket dan kursi, *review* pembelian tiket, dan bayar tiket.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

c. Alur pengguna

Berikut alur pengguna dalam memesan tiket *event* :



Gambar 3.15. Alur pengguna dalam memesan tiket event

Usai membayar tiket, pengguna akan diarahkan menuju halaman transaksi berhasil dan dapat mengunduh tiket *event* secara digital. Pada halaman transaksi berhasil, pengguna juga dapat menilai pengalaman pengguna dalam memesan tiket *event* di Tokopedia.

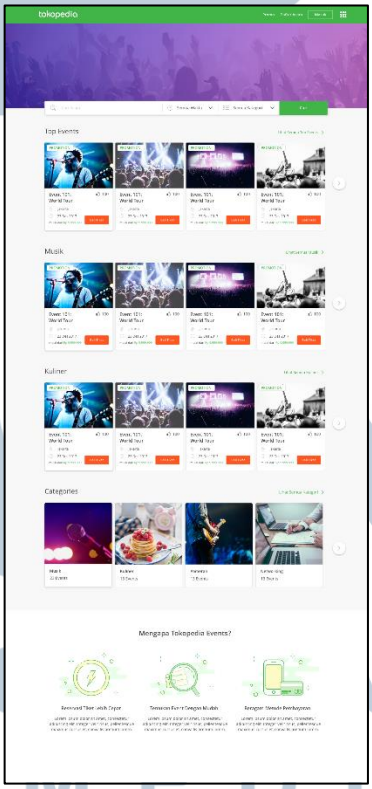
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

d. Desain antarmuka

Satu halaman bisa memiliki satu atau bahkan lebih *state* atau kondisi yang perlu dirancang desain antarmukanya. Sebagai contoh, halaman *search* memiliki beberapa *state* yang membutuhkan perancangan desain antarmuka : (1) ketika event yang dicari tersedia, (2) ketika event yang dicari tidak tersedia, (3) pencarian event berdasarkan kata kunci, (4) pencarian event melalui filter pencarian, dan kondisi lainnya.

1. Halaman Home – Event Ticket

Berikut desain antarmuka pada halaman *home* :



Gambar 3.16. Tampilan home microsite event ticket

Pada halaman *home*, pengguna dapat menelusuri *event* berdasarkan kata kunci, waktu, dan kategori *event*. Halaman ini juga menampilkan beragam *event* sesuai dengan kategorinya, dan memuat *Top Event*, kompilasi *event* dengan jumlah *like* terbanyak. Berikut desain antarmuka untuk setiap *card event* :

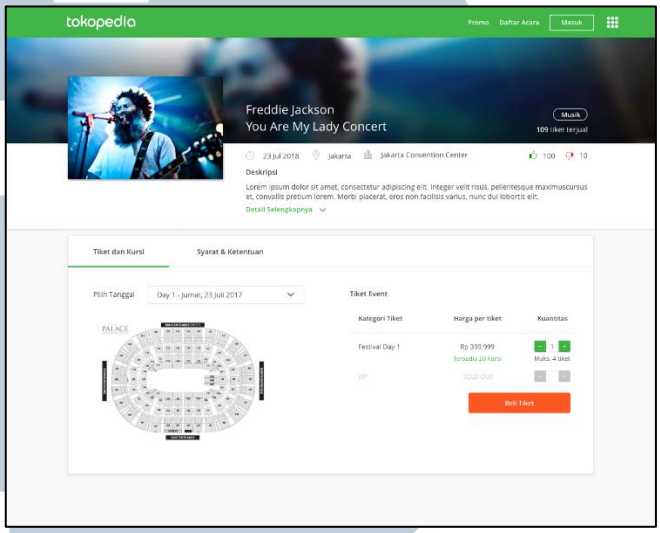
Gambar 3.17. Tampilan card event pada microsite event ticket

Terdapat beberapa informasi yang dicantumkan dalam *card event*, diantaranya : nama, lokasi, tanggal, jumlah *like*, dan harga tiket minimum dalam *event* tersebut. Selain itu, *tag* juga disematkan di sebelah kiri atas *card event* untuk menandai : (1) *event* yang sedang dalam masa promosi, dan (2) *event* yang tiketnya sudah tidak tersedia.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2. Halaman Detail Event – Event Ticket

Berikut desain antarmuka halaman detail *event* :



Gambar 3.18. Tampilan detail pada microsite event

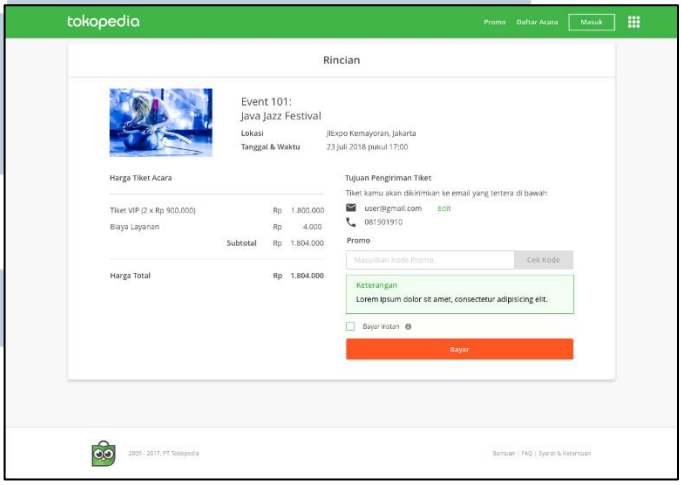
Pengguna akan dialihkan menuju halaman detail *event* ketika pengguna memilih salah satu *card event*. Pada halaman ini, informasi *event* ditampilkan secara jelas tanpa perlu banyak *action* (*scroll* halaman). Dalam halaman detail, terdapat berbagai informasi detail mengenai sebuah *event*, diantaranya : nama, tanggal, lokasi, tempat (*building*/*places*), kategori *event*, jumlah tiket *event* yang telah terjual, jumlah *like* dan *dislike* pada event tersebut, deskripsi singkat mengenai event.

Selain dapat melihat detail *event*, pengguna juga dapat langsung memilih tanggal tiket dan kursi yang tersedia, serta melihat syarat dan ketentuan *event* tersebut. Terdapat gambar denah

tempat duduk yang dimaksudkan untuk mempermudah pengguna dalam menentukan posisi kursi yang ideal. Sementara ini, pengguna hanya dapat membeli tiket dalam satu *event* maksimal 4 tiket.

3. Halaman Summary Event - Event Ticket

Berikut desain antarmuka halaman *summary event* :



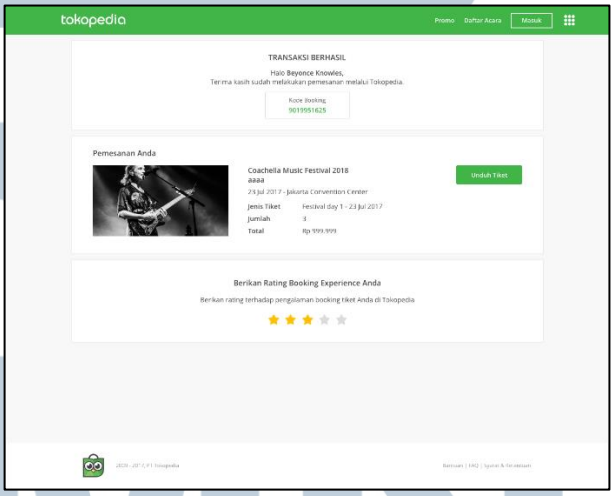
Gambar 3.19. Tampilan summary event pada microsite event ticket

Pengguna akan diarahkan menuju halaman *summary*, setelah menekan tombol "Beli Tiket" pada halaman detail *event*. Halaman ini menampilkan kembali rincian pembelian tiket *event* pengguna secara lengkap. Dalam halaman ini terdapat pula detail *event* : nama, lokasi, tanggal dan waktu *event*, harga tiket *event*, tujuan pengiriman tiket, dan *input* promo pembelian tiket *event*. Tiket *event* yang dibeli pengguna nantinya akan dikirimkan ke alamat *email* yang dicantumkan pada halaman

ini. Pengguna juga dapat menggunakan kode promo dalam membeli tiket *event*. Ketika menekan tombol "Bayar", pengguna akan diarahkan pada halaman metode pembayaran. Desain antarmuka metode pembayaran pada proyek ini dibuat terpisah dan dikerjakan sepenuhnya oleh desain antarmuka tim *Finance*.

4. Halaman Transaksi Berhasil - Event Ticket

Berikut desain antarmuka halaman transaksi berhasil :



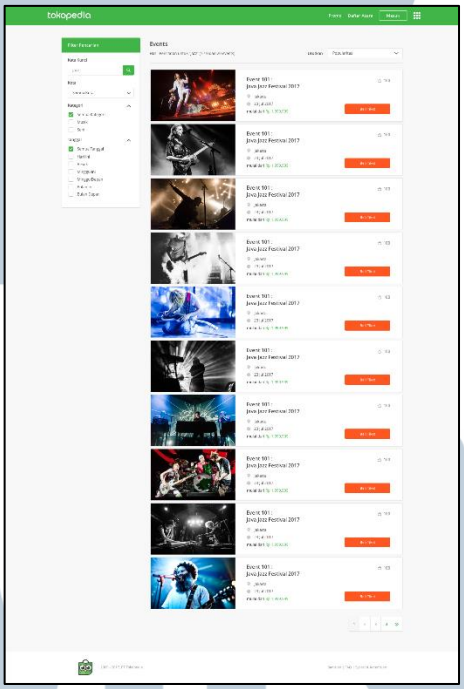
Gambar 3.20. Tampilan transaksi berhasil pada micsrosite event tikcket

Pengguna akan diarahkan pada halaman transaksi berhasil setelah menentukan metode pembayaran dan langsung melunasi pembayaran tiket *event*. Jika pengguna tidak langsung melunasi pembayaran tiket *event*, maka halaman ini dapat diakses dari halaman daftar transaksi milik pengguna. Halaman ini menampilkan kembali rangkuman *event*, dan penilaian terhadap

layanan pemesanan tiket di Tokopedia. Penilaian tersebut diukur dengan rating bintang (1-5) dan hanya diisi satu kali untuk setiap pengguna yang memesan tiket melalui Tokopedia. Selain itu, pengguna dapat mengunduh langsung tiket *event* yang telah dibeli.

5. Halaman Search - Event Ticket

Berikut desain antarmuka halaman *search* :



Gambar 3.21. Tampilan search pada microsite event ticket

Pengguna akan diarahkan pada halaman *search*, ketika pengguna menelusuri *event* berdasarkan kata kunci, waktu, dan kategori pada halaman *home*. Halaman ini menampilkan event yang tersedia dan filter pencarian event. Filter pencarian event

sendiri terdiri atas : pencarian berdasarkan kata kunci, kota, kategori, dan waktu event. Hasil pencarian dapat diurutkan berdasarkan : popularitas, *event* terbaru.

3.2.3. Perancangan desain antarmuka halaman *check balance* pada aplikasi Android Tokopedia

a. Latar belakang

Pengguna dapat membeli produk digital, seperti pulsa, paket data, ataupun produk lainnya secara cepat dan mudah melalui aplikasi Tokopedia yang tersedia di 2 *platform*; *Android*, *iOS*. Demi meningkatkan kenyamanan pengguna, khususnya pengguna yang membeli pulsa melalui aplikasi *Android* Tokopedia, maka terdapat penambahan fitur pengecekan nominal pulsa pada nomor *handphone* yang sedang aktif digunakan oleh pengguna.

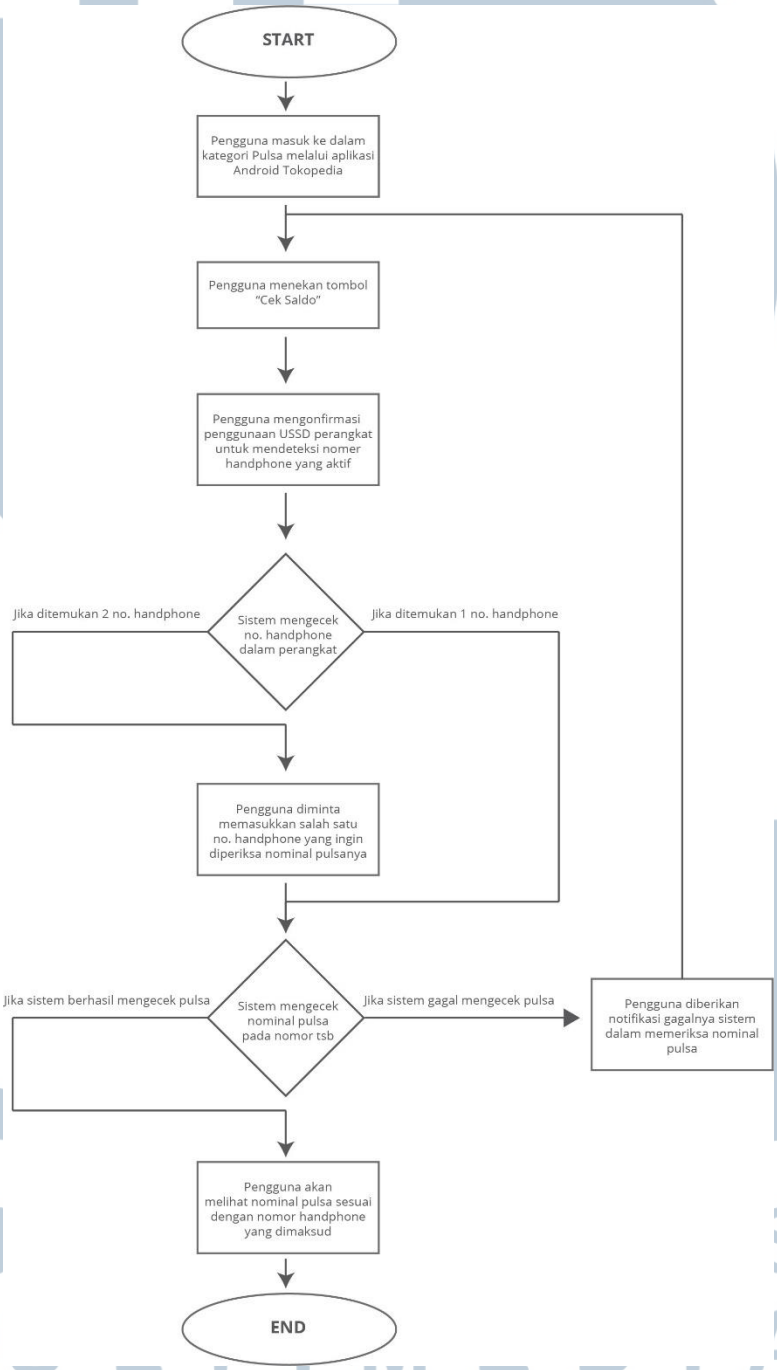
b. Business requirement dan tujuan yang dicapai

Penambahan fitur ini ialah sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan kenyamanan pengguna dalam bertransaksi pulsa di Tokopedia. Adapun *business requirement* dalam penambahan fitur ini ialah mendorong jumlah transaksi pulsa di Tokopedia disamping menambah kenyamanan pengguna.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

c. Alur pengguna

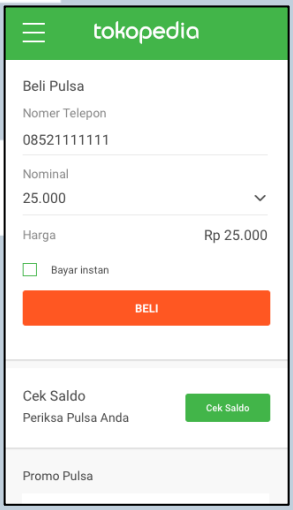
Berikut alur pengguna dalam mengecek nominal pulsa :



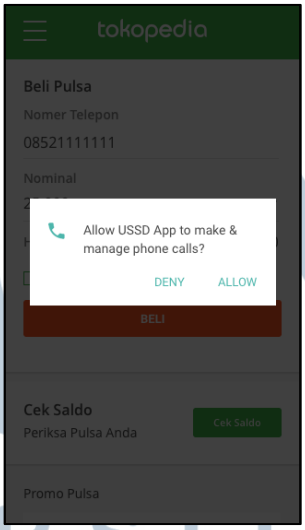
Gambar 3.22. Alur pengguna dalam mengecek nominal pulsa

d. Desain antarmuka

Berikut desain antarmuka fitur cek nominal pulsa :



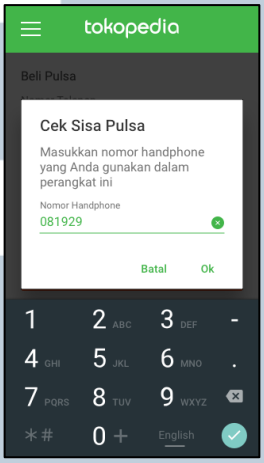
Gambar 3.23. Tampilan penambahan fitur cek saldo pada kategori pulsa aplikasi Android



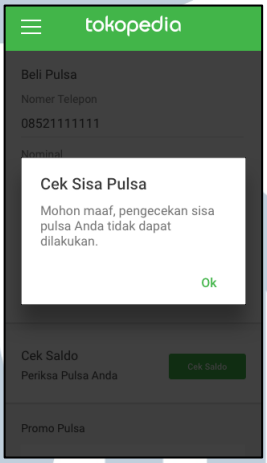
Gambar 3.24. Tampilan konfirmasi penggunaan USSD dalam mengecek pulsa

Untuk dapat mengecek nominal pulsa, pengguna harus mengaktifkan *USSD* (*Unstructured Suplementary Sevice Data*). Dalam hal ini, *USSD*

merupakan protokol yang digunakan oleh perangkat *smartphone* untuk berkomunikasi dengan operator (Rouse, 2007).

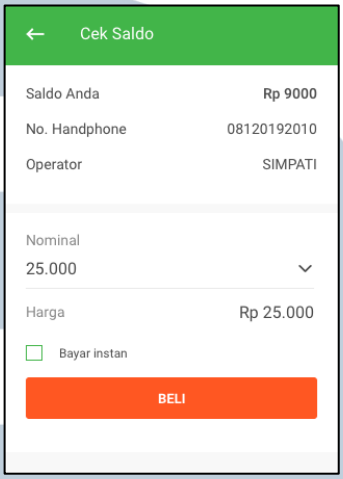


Gambar 3.25. Tampilan input salah satu nomor handphone jika terdapat 2 nomor



Gambar 3.26. Tampilan notifikasi gagalnya pengecekan pulsa

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.27. Tampilan nominal pulsa yang berhasil diperiksa

Pada halaman cek pulsa, terdapat *section* pembelian nominal pulsa yang memudahkan pengguna dalam mengisi ulang pulsa. Ketika pengguna menekan tombol "Beli", maka pengguna akan diarahkan menuju halaman metode pembayaran.

3.2.4. Pengembangan desain antarmuka pada halaman *pending transaction*

a. Latar belakang

Setiap pengguna yang telah melunasi pembelian pulsa baik melalui website maupun aplikasi Tokopedia akan diarahkan menuju halaman *pending transaction*. Halaman *pending transaction* menampilkan durasi proses transaksi pengguna (*delayed time*). Pada versi sebelumya, durasi proses transaksi pembelian pulsa yakni 2 menit dihitung sejak pengguna melunasi transaksi hingga pengguna memperoleh pulsa yang telah dibeli. Demi meningkatkan kenyamanan pengguna dan efisiensi

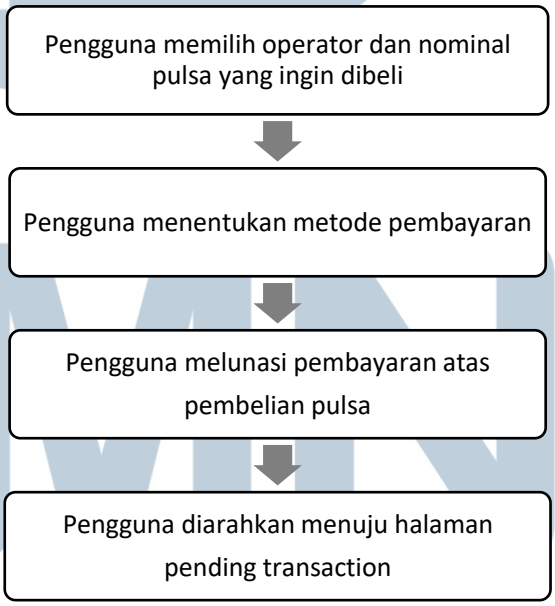
transaksi pembelian pulsa, pihak Tokopedia hendak mempersingkat durasi proses transaksi dan menampilkan informasi terkait durasi proses transaksi secara padat dan jelas.

b. Business requirement

Business requirement utama pada improvisasi halaman *pending transaction* ialah menampilkan secara padat dan jelas mengenai durasi proses transaksi pembelian pulsa pelanggan.

c. Alur pengguna

Berikut alur pengguna dalam mengakses halaman *pending transaction* :

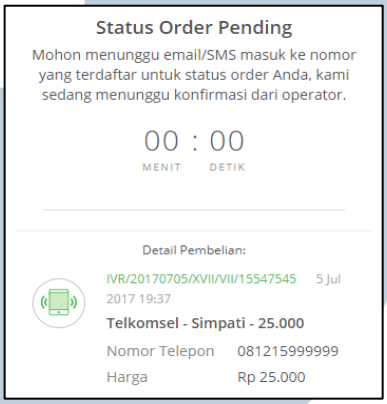


Gambar 3.28. Alur pengguna dalam mengakses pending transaction

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

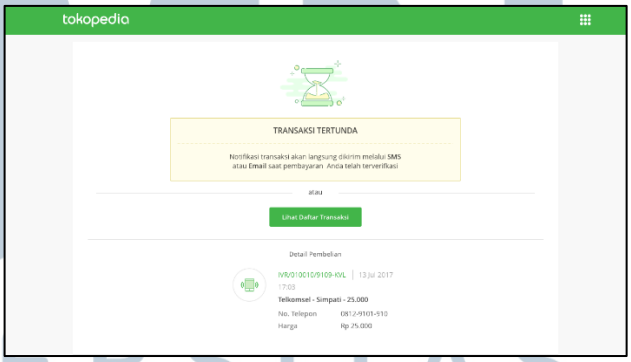
d. Desain antarmuka

Pada desain antarmuka sebelumnya, halaman *pending transaction* hanya menampilkan durasi hitung mundur (*countdown*) proses transaksi pembelian pulsa.



Gambar 3.29. Tampilan pending transaction versi terdahulu

Sedangkan pada desain antarmuka yang baru, halaman pending transaction menampilkan ilustrasi berupa jam pasir.



Gambar 3.30. Tampilan pending transaction versi mobile

Gambar 3.31. Tampilan pending transaction versi mobile

Pada tampilan terbaru, terdapat ilustrasi berupa jam pasir yang menandakan adanya proses tunggu yang dilalui oleh pengguna. Penambahan ilustrasi dimaksudkan agar pengguna lebih cepat dan mudah tanggap terhadap durasi proses transaksi. Informasi mengenai notifikasi transaksi ditampilkan dalam boks kuning dengan tujuan untuk meningkatkan *awareness* pengguna terhadap proses transaksi.

3.2.5. Perancangan desain antarmuka pada fitur notifikasi *Gas inquiry*

a. Latar belakang

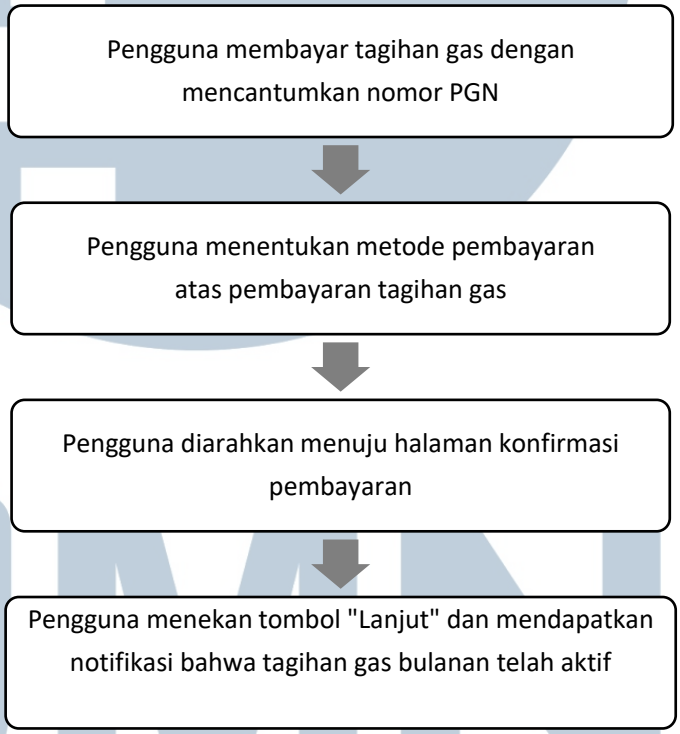
Saat ini, pengguna dapat membayar tagihan gas melalui halaman *pulsa.tokopedia.com*. Agar pengguna melunasi tagihan gas tepat waktu, maka terdapat penambahan fitur notifikasi tagihan gas bulanan. Notifikasi tersebut akan dikirimkan secara berkala kepada pengguna melalui *e-mail* pengguna yang terdaftar dalam akun Tokopedia.

b. Business requirement dan tujuan yang dicapai

Tujuan utama dari penambahan fitur notifikasi tagihan gas ialah untuk meningkatkan jumlah transaksi pengguna atas pembayaran tagihan gas bulanan. *Business requirement* dalam penambahan fitur ini ialah menampilkan informasi terkait tagihan gas secara jelas.

c. Alur pengguna

Berikut alur pengguna dalam melihat notifikasi gas inquiry :

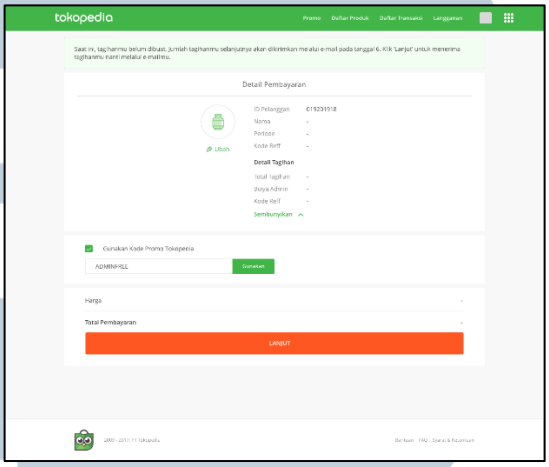


Gambar 3.32. Alur pengguna dalam melihat notifikasi gas inquiry

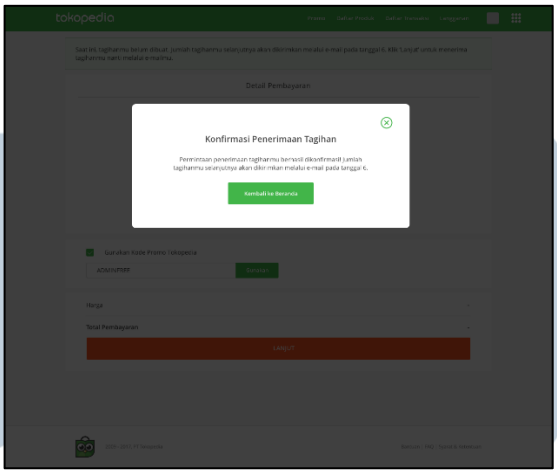
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

d. Desain antarmuka

Berikut desain antarmuka halaman konfirmasi pembayaran transaksi tagihan gas :



Gambar 3.33. Tampilan konfirmasi pembayaran tagihan gas



Gambar 3.34. Tampilan notifikasi penerimaan tagihan gas

Pada halaman konfirmasi, terdapat penambahan *ticker* dan *modal* yang menampilkan informasi tagihan gas.

3.2.6. Perancangan desain antarmuka *microsite* khusus *deals*

a. Latar belakang

Masyarakat Indonesia cenderung berbelanja dengan menggunakan *deals*. Hal tersebut terlihat dari keberhasilan *Groupon* menjual sekitar 20.000 *deals* per bulan hanya dalam waktu 8 bulan beroperasi (Assaini, 2013). Tak hanya itu, penjualan *deals* yang dikelola oleh *Groupon* pun kian bertumbuh setiap bulannya. Saat ini, beberapa *marketplace* seperti *Elevania*, *JD.ID*, dan *marketplace* lainnya juga menyediakan *deals* dengan beragam kategori. Tujuannya tak lain ialah untuk menarik konsumen lebih banyak berbelanja dengan mengggunakan *deals*. Mengingat tingginya permintaan *deals*, maka dibuatlah *microsite* baru Tokopedia khusus penjualan *deals*.

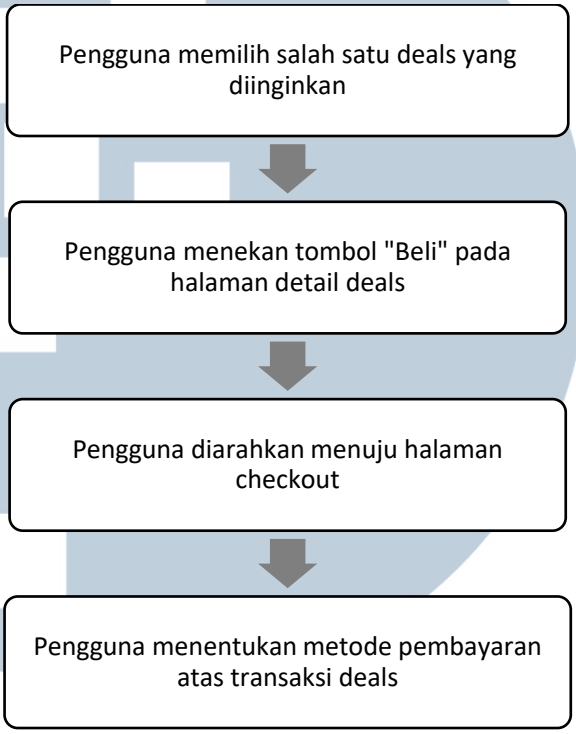
b. Business requirement dan tujuan yang dicapai

Tujuan utama dari pembuatan *microsite* penjualan *deals* ialah untuk meningkatkan transaksi harian Tokopedia. Berikut *business requirement* dalam pembuatan *microsite deals* :

- Menyediakan beragam kategori deals untuk mendorong pengguna dalam membeli deals sesuai dengan preferensi pengguna. Terdapat 9 kategori deals, diantaranya : *food & beverage, beauty, massage, activities, kids, fitness, services, travel, mall deals*.
- Merancang alur pembelian deals yang efisien dan efektif

c. Alur pengguna

Berikut alur pengguna dalam pembelian deals :

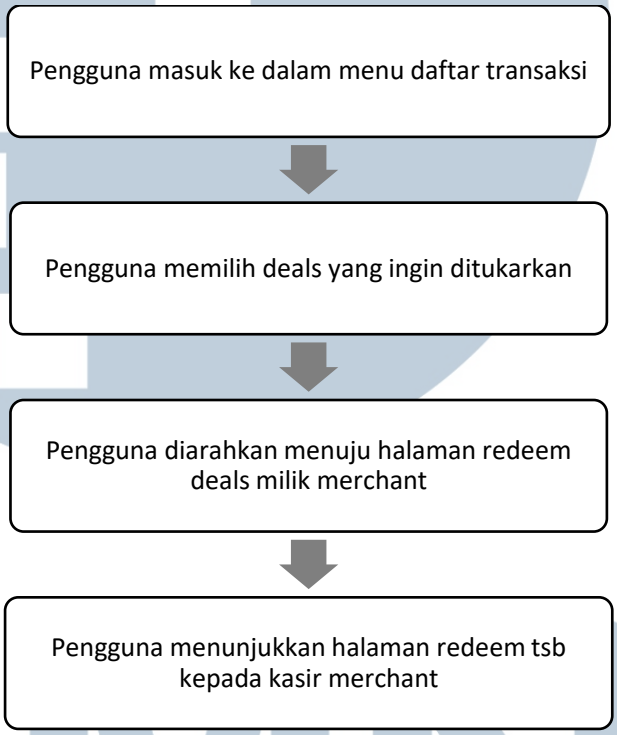


Gambar 3.35. Alur pengguna dalam pembelian deals

Usai melunasi pembelian *deals*, pengguna akan diarahkan menuju halaman transaksi berhasil dan dapat memilih *deals* yang ingin ditukarkan secara langsung. Penukaran *deals* sendiri tidak terjadi di situs Tokopedia, namun terjadi sepenuhnya di situs *merchant* masing-masing. Meski demikian, desain antarmuka untuk penukaran *deals* tetap dirancang untuk dijadikan gambaran utama bagi *merchant* dalam membuat halaman penukaran *deals*.

Perancangan desain antarmuka..., Elisabeth, FTI UMN, 2017

Deals sendiri dapat ditukarkan ketika pengguna telah melunasi pembelian *deals* secara langsung, ataupun ditukarkan di kemudian hari. *Deals* yang telah dibeli dapat ditukarkan melalui menu daftar transaksi. Berikut alur pengguna dalam menukarkan *deals* melalui daftar transaksi:



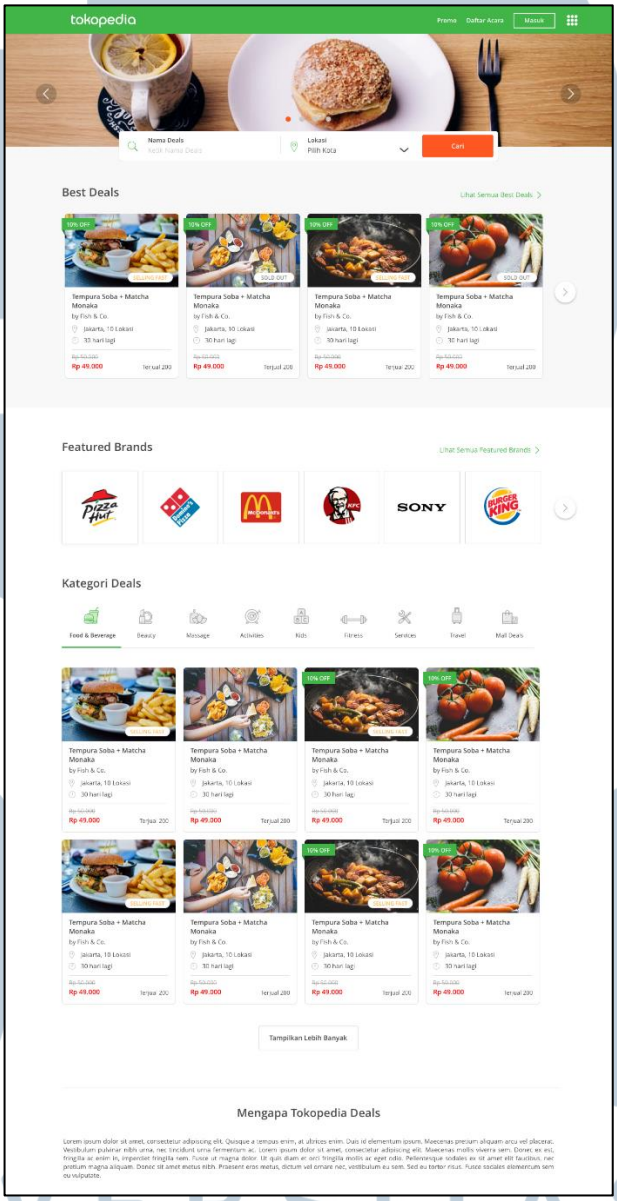
Gambar 3.36. Alur pengguna dalam menukarkan deals melalui daftar transaksi

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

d. Desain antarmuka

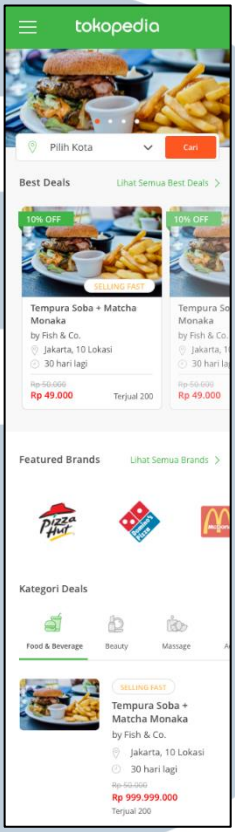
1. Halaman *home*

Berikut desain antarmuka halaman *home* :

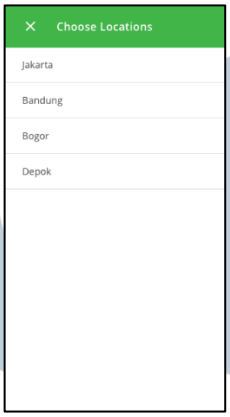


Gambar 3.37. Tampilan home microsite deals versi desktop

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.38. Tampilan home microsite deals versi mobile

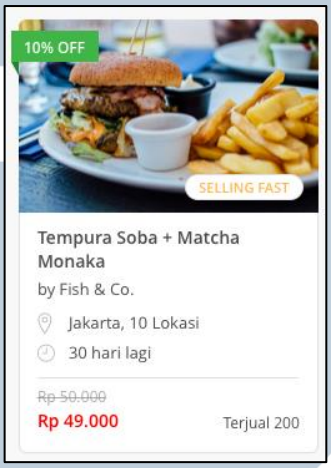


Gambar 3.39. Tampilan pencarian lokasi outlet deals pada halaman home versi mobile

Secara garis besar, halaman *home* menampilkan *best deals*, *brand* yang paling sering dicari (*featured brands*) dan kategori *deals*. *Best deals* sendiri menampilkan *deals* dengan tingkat penjualan tertinggi

dalam rentang waktu tertentu. Pengguna juga dapat mencari *deals* berdasarkan kata kunci *deals*, dan lokasi outlet *deals*.

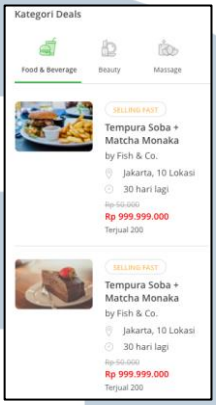
Berikut desain antarmuka *card deals* :



Gambar 3.40. Tampilan desain antarmuka card deals pada versi desktop

Pada *card deals*, terdapat berbagai informasi : presentase diskon *deals*, *tag deals*, nama, nama *merchant deals*, lokasi, waktu, harga sebelum dan setelah diskon, jumlah terjualnya *deals*. Presentase diskon *deals* ditampilkan dalam bentuk *tag* hijau kecil yang berada disamping kiri di luar *card*. Adapun *tag deals* terdapat 3 macam; *Promotion*, *Selling Fast*, *Sold Out*.

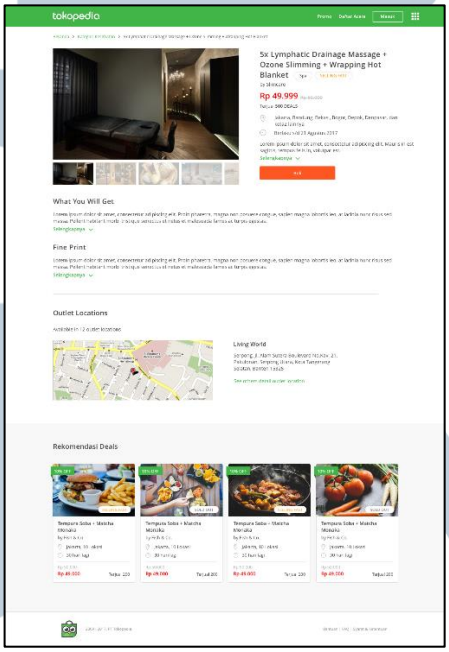
Pada versi *mobile*, *card deals* yang terdapat dalam kategori *deals* mengalami sedikit perubahan *layout*, namun tetap memuat informasi yang sama. Tujuan dari pengubahan *layout* pada versi *mobile* ialah agar mampu menampilkan *deals* lebih banyak tanpa perlu membutuhkan banyak ruang atau *space*.



Gambar 3.41. Tampilan desain antarmuka card deals pada versi mobile

2. Halaman detail *deals*

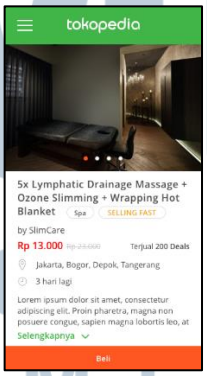
Berikut desain antarmuka halaman detail deals :



Gambar 3.42. Tampilan detail deals microsite deals versi desktop

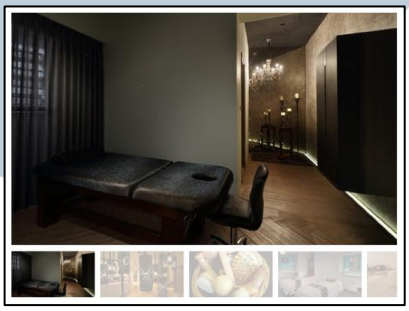
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3.43. Tampilan detail deals microsite deals pada versi mobile

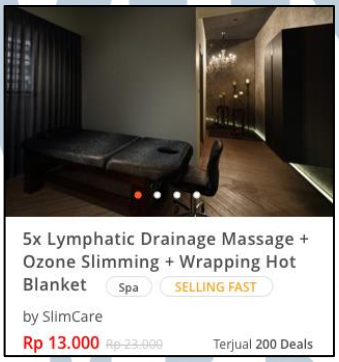


Gambar 3.44. Sekilas tampilan detail deals microsite deals versi mobile

Pada halaman detail *deals*, terdapat detail *deals* itu sendiri yakni : nama *deals*, kategori, *tag deals*, nama *merchant deals*, harga sebelum dan sesudah diskon pada *deals*, jumlah *deals* yang terjual, kota penukaran, masa berlaku *deals*, deskripsi singkat mengenai *deals*, keuntungan atau apa yang didapatkan dari pembelian *deals*, ketentuan *deals*, lokasi *outlet merchant*, dan rekomendasi *deals*. Setiap *deals* bisa memiliki 1 atau lebih gambar *deals* lainnya. Gambar *deals* lainnya diletakkan dalam *thumbnails* gambar pada versi *desktop* dan *carousel* pada versi *mobile*.

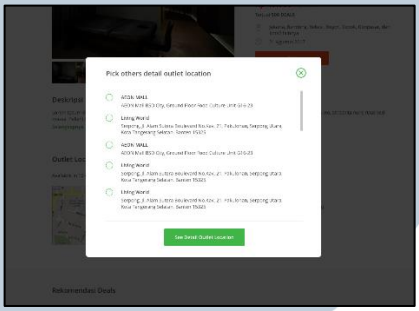


Gambar 3.45. Tampilan thumbnails gambar pada halaman detail deals versi desktop



Gambar 3.46. Tampilan carousel gambar pada halaman detail deals versi mobile

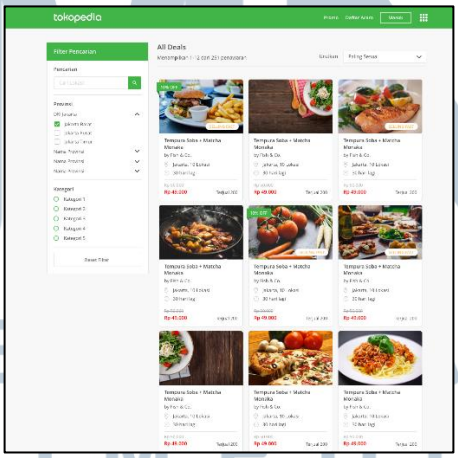
Halaman ini juga menampilkan lokasi *outlet merchant* secara detail, yakni alamat lengkap dan posisi *outlet* dalam peta *Google Maps*. Pengguna dapat menemukan alamat lengkap *outlet* lainnya dengan mengklik "See others detail outlet location". Pilihan lokasi *outlet* ditampilkan dalam *modal* dan daftar *outlet* yang tersedia dapat di*scroll*.



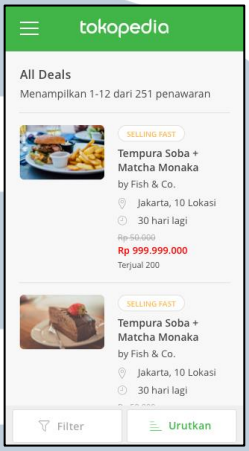
Gambar 3.46. Tampilan pilihan lokasi outlet dalam modal pada halaman detail deals

3. Halaman *search deals*

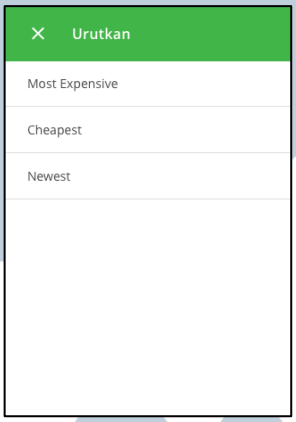
Berikut desain antarmuka halaman *search deals* :



Gambar 3.47. Tampilan search deals microsite deals pada versi desktop



Gambar 3.48. Tampilan search deals microsite deals pada versi mobile

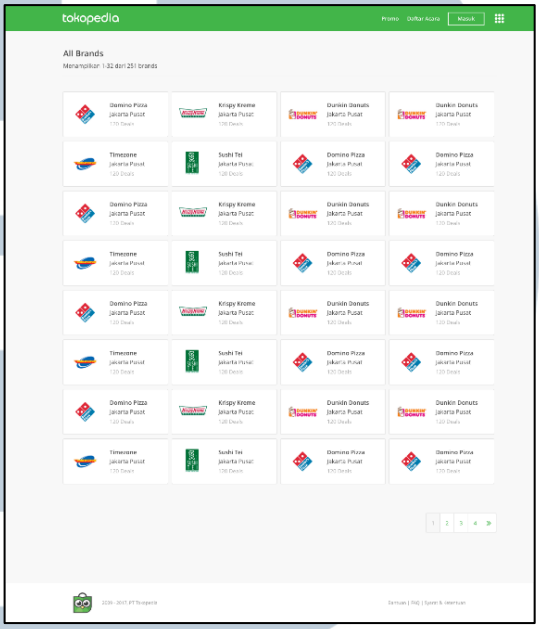


Gambar 3.49. Tampilan sort by pada halaman search deals versi mobile

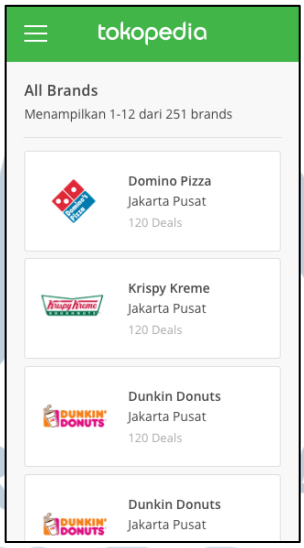
Pengguna akan diarahkan menuju halaman ini setelah memasukkan kata kunci, dan lokasi *outlet deals* di halaman *home*. Halaman ini menampilkan *deals* sesuai dengan filter pencarian pengguna. Adapun filter pencarian *deals* yakni berdasarkan kata kunci, provinsi, kategori. Terdapat pula tombol "Reset Filter" untuk mereset kembali konfigurasi yang ada di dalam filter pencarian.

4. Halaman semua *brands*

Berikut desain antarmuka halaman semua *brands* :



Gambar 3.50. Tampilan semua brands microsite deals pada versi desktop

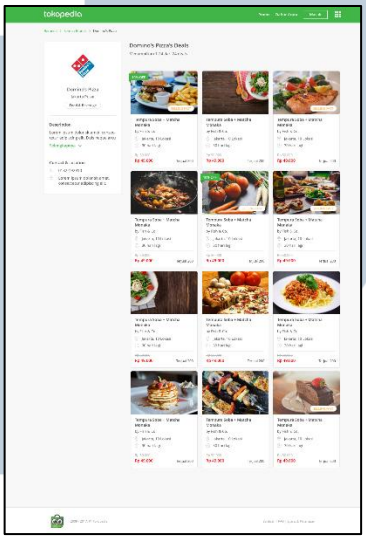


Gambar 3.51. Tampilan semua brands microsite deals pada versi mobile

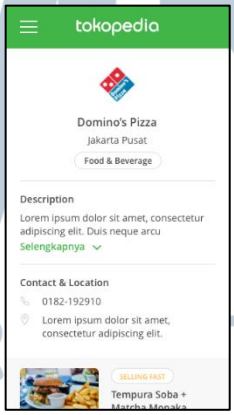
Pengguna akan diarahkan menuju halaman ini setelah memilih "Lihat Semua Featured Brand". Halaman ini menampilkan daftar *brands* yang bekerja sama dengan Tokopedia dalam menjual *deals*.

5. Halaman *brand detail*

   Berikut desain antarmuka halaman *brand detail* :



Gambar 3.53. Tampilan brand detail microsite dealspada versi desktop

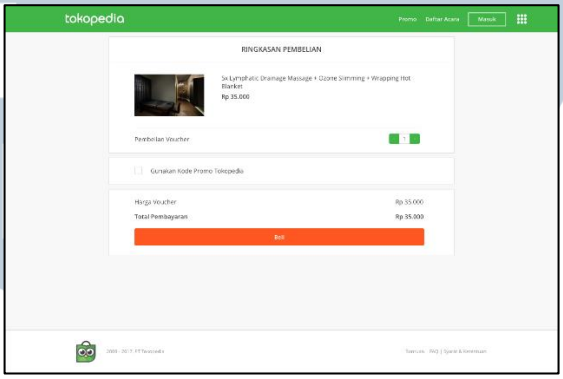


Gambar 3.54. Tampilan brand detail microsite deals pada versi mobile

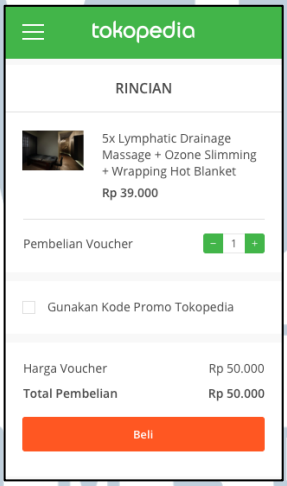
Pengguna akan diarahkan menuju halaman ini setelah memilih salah satu *brand* yang terdapat di halaman *home* ataupun halaman semua *brands*. Halaman ini menampilkan sekilas deskripsi informasi mengenai *brands*, nomor telepon, dan lokasi *outlet* atau kantor pusat *brands*, dan ragam *deals* yang dijual.

6. Halaman *checkout*

Berikut desain antarmuka halaman *checkout* :



Gambar 3.55. Tampilan checkout microsite deals pada versi desktop

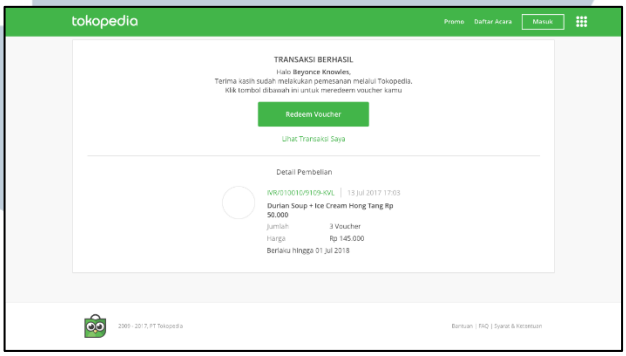


Gambar 3.56. Tampilan checkout microsite deals pada versi mobile

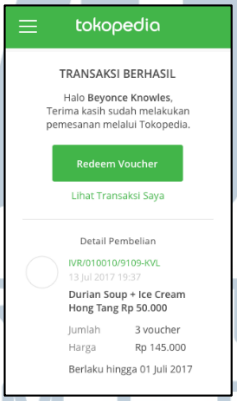
Pengguna akan diarahkan menuju halaman ini setelah menekan tombol "Beli" pada halaman detail *deals*. Halaman *checkout* menampilkan nama dan harga *deals*, serta kuantitas *deals* yang ingin dibeli. Pada halaman ini, pengguna juga dapat memasukkan kode promo Tokopedia untuk mendapatkan potongan biaya pembelian *deals* ataupun mendapatkan manfaat lainnya.

7. Halaman transaksi berhasil

   Berikut desain antarmuka halaman transaksi berhasil :

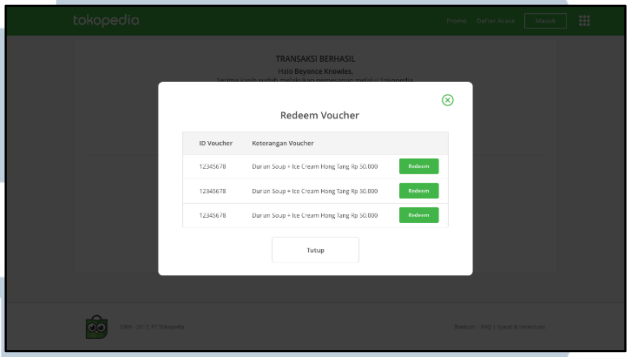


Gambar 3.57. Tampilan transaksi berhasil microsite deals pada versi dekstop

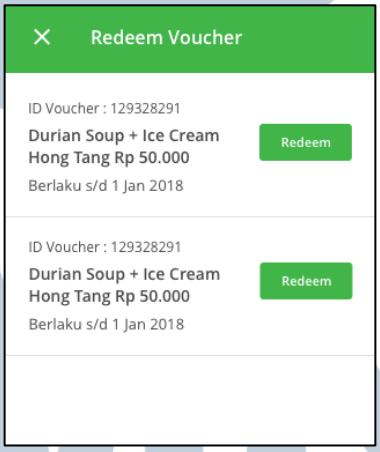


Gambar 3.58. Tampilan transaksi berhasil microsite deals pada versi mobile

Pengguna akan diarahkan menuju halaman ini setelah menekan tombol "Beli" pada halaman *checkout*. Pada halaman ini, pengguna juga dapat menukarkan langsung *deals* yang telah dibeli.



Gambar 3.59. Tampilan daftar penukaran deals microsite deals pada versi desktop



Gambar 3.60. Tampilan daftar penukaran deals microsite deals pada versi mobile

8. Halaman penukaran *deals*

Desain antarmuka penukaran *deals* ini hanya menjadi acuan bagi setiap *merchant* dalam membuat halaman penukaran *deals*nya. Penukaran *deals* sementara ini hanya bisa dilakukan pada versi *mobile*. Berikut desain antarmuka penukaran *deals* :

Gambar 3.61. Tampilan penukaran deals microsite deals pada versi mobile

Gambar 3.62. Tampilan alternatif penukaran deals microsite deals pada versi mobile

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

3.2.7. Perancangan desain antarmuka *pulsa.tokopedia.com in partnership with* Citibank

a. Latar belakang

Citibank berencana untuk mengadakan kerja sama dengan Tokopedia dalam transaksi pembelian produk digital. Dalam hal ini, bentuk kerja sama yang dilakukan oleh Citibank yakni menampilkan opsi pembelian produk digital milik Tokopedia pada aplikasi *mobile* milik Citibank. Sementara itu, Tokopedia menyediakan opsi pembayaran khusus dengan akun Citibank dan *Citipoint*.

b. Business requirement dan tujuan yang dicapai

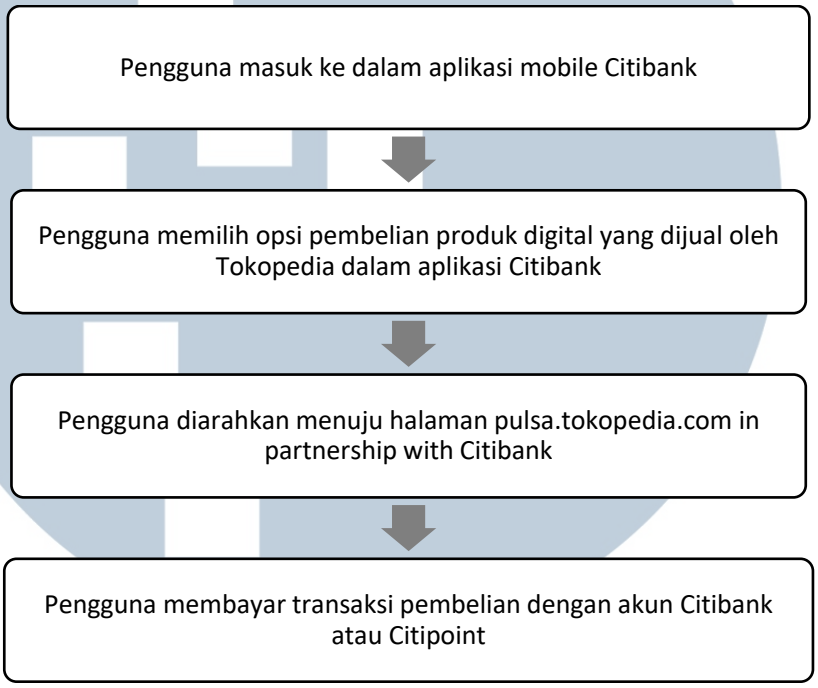
Adapun tujuan utama yang ingin dicapai yakni meningkatkan jumlah transaksi produk digital yang tersedia di *pulsa.tokopedia.com* melalui aplikasi *mobile* Citibank. Berikut *business requirement*nya :

- Menambahkan atribut Citibank dalam halaman *pulsa.tokopedia.com in partnership with* Citibank
- Menyediakan opsi metode pembayaran khusus Citibank, yakni dengan debet Citibank dan *Citipoint*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

c. Alur pengguna

Berikut alur pengguna dalam membeli produk digital pada halaman *pulsa.tokopedia.com in partnership with* Citibank :

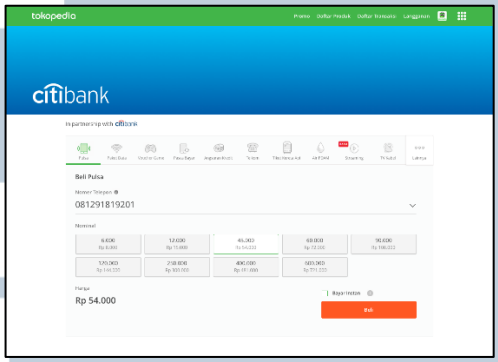


Gambar 3.63. Alur pengguna dalam membeli produk digital dalam pulsa.tokopedia.com in partnership with Citibank

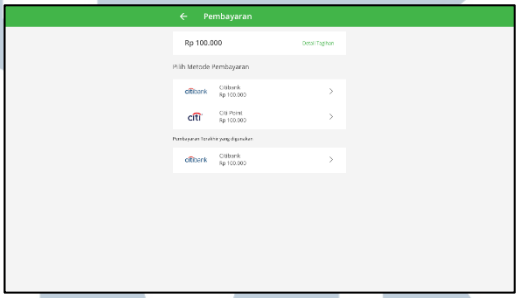
UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

d. Desain antarmuka

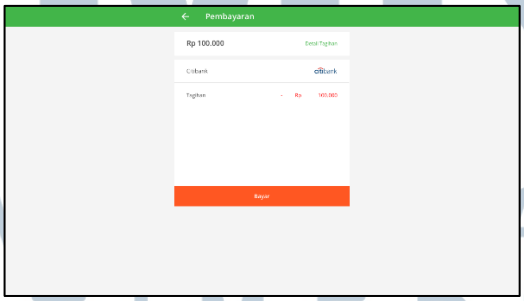
Berikut desain antarmuka halaman *pulsa.tokopedia.com in partnership with* Citibank :



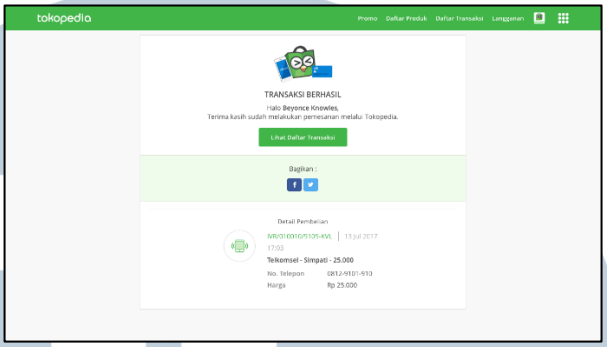
Gambar 3.64. Tampilan produk pada pulsa.tokopedia.com in partnership with Citibank



Gambar 3.65. Tampilan pembayaran pada pulsa.tokopedia.com in partnership with Citibank



Gambar 3.66. Tampilan checkout pada pulsa.tokopedia.com in partnership with Citibank



Gambar 3.67. Tampilan transaksi berhasil pada pulsa.tokopedia.com in partnership with Citibank

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3. Kendala yang Dihadapi

Setiap tugas memiliki durasi pengerjaan dan kendalanya tersendiri. Berikut beberapa kendala secara umum dari setiap proyek yang dikerjakan :

- Sulit merancang desain antarmuka yang belum pernah dibuat sebelumnya di Tokopedia, khususnya untuk *microsites* baru.
- Kesulitan untuk menyesuaikan perubahan *requirement* suatu tugas yang berasal dari *Project Manager*. Perubahan requirement kerap kali terjadi ketika desain antarmuka tengah dikembangkan (*development stage*), dan harus disesuaikan dalam durasi yang singkat.

3.4. Solusi atas Kendala

Terdapat alternatif ataupun solusi yang dapat digunakan untuk mengatasi kendala tersebut, yakni :

- Mengamati setiap desain antarmuka milik kompetitor lain yang sejenis, serta mereview kembali setiap desain antarmuka yang sudah pernah dibuat dan membandingkannya dengan desain antarmuka kompetitor.
- Beradaptasi dengan semua perubahan yang terdapat dalam tugas tersebut dan berkolaborasi dengan *User Experience Designer* dan *Front-End Designer* agar mampu menyesuaikan *requirement* tersebut dalam waktu yang singkat.