

BAB 3

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pelaksanaan kegiatan magang di PT Global Loyalty Indonesia dilakukan pada posisi sebagai *UI/UX Designer* yang berada di departemen *Technical Product*. Kegiatan magang ini berada di bawah pengawasan Dede Fasoli selaku Manajer *Technical Product*, Novitra Pulunggono selaku *Supervisor*, serta Bagus Arisandi selaku *Senior UI/UX Designer* yang sekaligus menjadi mentor utama dalam koordinasi dan membimbing berbagai tugas yang harus dilakukan selama masa magang.

Selama pelaksanaan magang, *UI/UX Designer* ditugaskan dalam proyek pengembangan fitur pada aplikasi Alfagift. Pengerjaan proyek dilakukan menggunakan Figma, dimana mentor juga memberikan berbagai aset desain seperti komponen *design system* yang dibutuhkan sebagai acuan agar desain yang dibuat konsisten dengan standar desain dari perusahaan. Koordinasi kerja magang dilakukan secara langsung melalui pertemuan tatap muka di kantor PT Global Loyalty Indonesia yang berlokasi di Alfa Tower lantai 29, serta secara daring melalui aplikasi Telegram untuk berkomunikasi.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Kegiatan magang pada posisi *UI/UX Designer* dilaksanakan dalam jangka waktu enam bulan sebagai bagian dari implementasi pembelajaran yang telah diperoleh selama masa pembelajaran di perkuliahan. Minggu pertama diisi dengan sejumlah aktivitas orientasi seperti pengenalan perusahaan, divisi yang terdapat di PT Global Loyalty Indonesia, serta perkenalan dengan tim yang berada di departemen *Technical Product*. Selain itu, mentor juga memberikan pelatihan membuat desain UI/UX menggunakan *software* Figma untuk memperkuat pemahaman mengenai penggunaan komponen *design system*. *Design system* merupakan komponen yang dapat digunakan kembali secara sistematis untuk mendukung perancangan antarmuka pengguna yang konsisten, efisien, dan terstruktur. Berikut adalah garis besar tugas yang telah dikerjakan selama menjalani magang sebagai *UI/UX Designer* di PT Global Loyalty Indonesia:

1. Mengetahui dan memahami budaya kerja di PT Global Loyalty Indonesia, khususnya pada divisi *Technical Product*.
2. Mengikuti sesi pelatihan yang diberikan oleh mentor terkait membuat desain UI/UX menggunakan *software* Figma yang mencakup pemahaman terhadap penggunaan komponen *design system* dan cara membuat desain antarmuka yang baik dan sesuai.
3. Membantu mentor dalam merancang ide dan desain antarmuka pada proyek fitur *reorder* pada aplikasi Alfagift.
4. Berkontribusi dalam merancang ide dan desain antarmuka pada proyek fitur *shopping mission* untuk misi harian pada aplikasi Alfagift.
5. Membuat komponen *design system* sendiri sesuai dengan aplikasi Alfagift untuk memastikan konsistensi desain.
6. Melakukan sesi *design review* dari hasil pekerjaan desain antarmuka kepada mentor dan meminta saran serta masukan terhadap desain yang telah dibuat.

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Magang sebagai *UI/UX Designer* di PT Global Loyalty Indonesia dilakukan di bawah departemen *Technical Product*. Tugas utama dalam posisi ini adalah ikut berkontribusi dengan proyek mentor yang akan dikerjakan. Proses kegiatan magang dilakukan melalui koordinasi dengan mentor, dimana mentor menentukan proyek yang sesuai untuk dikerjakan oleh *UI/UX Designer*. Setiap proyek dikerjakan dalam kerangka kerja merujuk pada *framework Design Thinking*, seperti *benchmarking*, *wireframe*, *prototype*, *testing* (melakukan sesi *design review* secara *realtime*).

Dalam pengerjaan proyek seperti aset-aset ilustrasi karakter, banner produk, ikon, *typography*, dan *color pallete* yang diterapkan di aplikasi Alfagift diberikan melalui *software* Figma yang sebelumnya telah dirancang oleh desainer dan ilustrator dari perusahaan untuk dapat digunakan kembali sebagai *reusable components*. Meskipun komponen *design system* untuk aplikasi Alfagift sudah tersedia, mentor memberikan tugas untuk membuat ulang *design system* secara mandiri. Tujuan dari tugas ini adalah bisa dapat memahami lebih dalam mengenai cara penggunaan setiap komponen dalam *design system* tersebut. Pelaksanaan kerja magang diuraikan seperti pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Pekerjaan yang dilakukan tiap minggu selama pelaksanaan kerja magang

| Minggu Ke - | Pekerjaan yang dilakukan |
|-------------|--|
| 1 | Pengenalan perusahaan dan divisi <i>Technical Product</i> serta tim <i>UI/UX designer</i> PT Global Loyalty Indonesia. |
| 2-3 | Melakukan <i>training</i> Figma bersama mentor untuk mempelajari <i>tools</i> yang digunakan dan mempelajari cara menggunakan <i>component</i> yang <i>reusable</i> |
| 4 | Melakukan <i>training</i> dalam implementasi HTML, CSS, dan Bootstrap 4 dengan mentor untuk mengerjakan tugas membuat tampilan WebApps. |
| 5 | Melakukan analisis dan mengumpulkan contoh <i>micro-interaction</i> dari aplikasi lain. |
| 6-7 | Training mengerjakan desain Figma untuk aplikasi <i>e-commerce</i> . Dari tahapan <i>wireframe</i> , membuat <i>component reusable</i> , dan membuat tampilan <i>high-fidelity</i> . |
| 8 | Mengikuti diskusi bersama mentor dengan tim UI/UX untuk menerapkan tampilan antarmuka fitur <i>reorder</i> di aplikasi Alfagift. |
| 9 | Membuat <i>flowchart</i> sistem diagram, serta <i>wireframe mid-fidelity</i> untuk fitur <i>reorder</i> . |
| 10 | Berkontribusi membuat tampilan fitur <i>reorder</i> dari hasil <i>wireframe</i> yang sudah dibuat, serta melakukan <i>design review</i> dengan mentor. Mengerjakan tugas dari mentor membuat email <i>merchant</i> menggunakan HTML dan CSS. |
| 11 | Mengikuti diskusi dengan mentor untuk menerapkan fitur <i>shopping mission</i> , dilanjutkan dengan <i>benchmarking</i> dan penyusunan <i>user flow</i> sebagai langkah awal perancangan fitur. |
| 12-13 | Membuat <i>wireframe mid-fidelity</i> untuk fitur <i>shopping mission</i> misi harian, serta membuat komponen UI yang akan diterapkan. |
| 14-15 | Membantu membuat tampilan <i>shopping mission</i> misi harian, serta melakukan <i>design review</i> dengan mentor. |
| 16 | Membuat <i>prototype shopping mission</i> misi harian, dan merapihkan komponen dan tampilan antarmuka sebelum submit ke mentor. |

Bagian berikut penjabaran secara sistematis mengenai masing-masing proyek yang dikerjakan selama pelaksanaan program magang.

3.3.1 User Persona Alfagift

Pada dunia UI/UX, pemahaman terhadap pengguna merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan pengalaman yang relevan dan efektif. Salah satu cara yang digunakan untuk memahami karakteristik dan kebutuhan pengguna adalah dengan menyusun *user persona*. *User persona* merupakan representasi pengguna yang menggambarkan siapa pengguna aplikasi, apa tujuannya, serta bagaimana kebiasaan dan kebutuhannya saat menggunakan produk digital. Oleh karena itu, sebelum dilakukan perancangan fitur *reorder* dan *shopping mission* pada aplikasi Alfagift, terlebih dahulu dilakukan pemahaman terhadap pengguna melalui penyusunan user persona, seperti yang ditampilkan pada Gambar 3.1 dan Gambar 3.2.

| | | | | | |
|---|--|--|---|--|--|
|  <p>RINA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umur 31 Tahun • Perempuan • Tangerang Selatan • Ibu Rumah Tangga • Sudah Menikah <p>"Belanja kebutuhan sehari-hari setelah suami gaji. Namun tidak sekaligus semua dibeli, belanja dicicil melihat kebutuhan saat itu. Uangnya bisa dipakai untuk yang lain sambil menunggu promo"</p> | <p>DESCRIPTION</p> <p>Rina seorang ibu rumah tangga aktif yang memiliki dua orang anak berusia 6 tahun dan 2 tahun. sebelum mempunyai anak Rina sempat bekerja selama 2 tahun, setelah mempunyai anak dia memfokuskan waktunya untuk merawat anak dan keluarga.</p> <p>Rina bertanggung jawab atas semua urusan rumah dan anak. Kegiatan Rina cenderung berulang setiap harinya mulai dari mengurus suami dan anak, merapikan rumah, dan berbelanja kebutuhan sehari-hari. Rina harus memastikan segala kebutuhan rumah tersedia demi kelancaran aktivitas keluarganya.</p> <p>Selain menjadi ibu rumah tangga, Rina menjalankan bisnis kecil-kecilan. Rina senang ketika ia bisa menghasilkan uang sebagai tambahan penghasilan untuk keluarganya. Selain itu, Rina juga suka mengikuti komunitas di media sosial yang sering berbagi informasi tentang promo dari Rina akan merasa puas ketika berhasil belanja dengan harga yang lebih murah.</p> <hr/> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="571 1290 954 1429"> <p>GOALS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memenuhi kebutuhan sehari-hari rumah dan keluarga. • Belanja dengan harga yang paling murah. • Belanja kebutuhan dengan mudah dan sedikit usaha yang dikeluarkan. • Belanja kebutuhan dengan lebih cepat dan fleksibel di berbagai situasi. </td> <td data-bbox="962 1290 1345 1429"> <p>FRUSTRATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Belanja bersama anak membuat tidak fokus dengan belanja kebutuhan. • Mengambil dan menambah hal di luar kebutuhan saat itu. • Sulit mencari waktu yang tepat untuk belanja kebutuhan ke toko. • Kehabisan dan tertinggal promo. </td> </tr> <tr> <td data-bbox="571 1440 954 1603"> <p>NEEDS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Belanja kebutuhan dengan tenang tanpa diganggu anak. • Memantau dan mengontrol pengeluaran saat belanja. • Dapat mudah mengetahui promo dan "best deal" untuk belanja. • Belanja kebutuhan dengan mudah kapanpun dan dimanapun. • Belanja di tengah kesibukan tanpa mengganggu kegiatan sehari-hari. </td> <td data-bbox="962 1440 1345 1568"> <p>MOTIVATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bisa mendapat penawaran yang lebih menguntungkan dibandingkan tempat lain. • Bisa belanja kebutuhan dengan santai. • Bisa menghemat waktu untuk melakukan hal lain. • Bisa mengurangi pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari </td> </tr> </table> | <p>GOALS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memenuhi kebutuhan sehari-hari rumah dan keluarga. • Belanja dengan harga yang paling murah. • Belanja kebutuhan dengan mudah dan sedikit usaha yang dikeluarkan. • Belanja kebutuhan dengan lebih cepat dan fleksibel di berbagai situasi. | <p>FRUSTRATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Belanja bersama anak membuat tidak fokus dengan belanja kebutuhan. • Mengambil dan menambah hal di luar kebutuhan saat itu. • Sulit mencari waktu yang tepat untuk belanja kebutuhan ke toko. • Kehabisan dan tertinggal promo. | <p>NEEDS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Belanja kebutuhan dengan tenang tanpa diganggu anak. • Memantau dan mengontrol pengeluaran saat belanja. • Dapat mudah mengetahui promo dan "best deal" untuk belanja. • Belanja kebutuhan dengan mudah kapanpun dan dimanapun. • Belanja di tengah kesibukan tanpa mengganggu kegiatan sehari-hari. | <p>MOTIVATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bisa mendapat penawaran yang lebih menguntungkan dibandingkan tempat lain. • Bisa belanja kebutuhan dengan santai. • Bisa menghemat waktu untuk melakukan hal lain. • Bisa mengurangi pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari |
| <p>GOALS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memenuhi kebutuhan sehari-hari rumah dan keluarga. • Belanja dengan harga yang paling murah. • Belanja kebutuhan dengan mudah dan sedikit usaha yang dikeluarkan. • Belanja kebutuhan dengan lebih cepat dan fleksibel di berbagai situasi. | <p>FRUSTRATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Belanja bersama anak membuat tidak fokus dengan belanja kebutuhan. • Mengambil dan menambah hal di luar kebutuhan saat itu. • Sulit mencari waktu yang tepat untuk belanja kebutuhan ke toko. • Kehabisan dan tertinggal promo. | | | | |
| <p>NEEDS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Belanja kebutuhan dengan tenang tanpa diganggu anak. • Memantau dan mengontrol pengeluaran saat belanja. • Dapat mudah mengetahui promo dan "best deal" untuk belanja. • Belanja kebutuhan dengan mudah kapanpun dan dimanapun. • Belanja di tengah kesibukan tanpa mengganggu kegiatan sehari-hari. | <p>MOTIVATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bisa mendapat penawaran yang lebih menguntungkan dibandingkan tempat lain. • Bisa belanja kebutuhan dengan santai. • Bisa menghemat waktu untuk melakukan hal lain. • Bisa mengurangi pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari | | | | |

Gambar 3.1. User Persona 1

User persona yang pertama adalah Rina, seorang ibu rumah tangga berusia 31 tahun dari Tangerang Selatan. Dalam kesehariannya, Rina memiliki tanggung jawab penuh terhadap kebutuhan rumah tangga seperti belanja kebutuhan sehari-hari rumah dan keluarga. Ia sering melakukan pembelian produk yang sama secara berulang setiap minggu. Namun, dengan keterbatasan waktu dan aktivitas yang padat, Rina merasa bahwa proses pencarian dan pembelian ulang yang harus

dilakukan secara manual cukup merepotkan. Ia juga kerap selalu kehabisan dan melewatkan promo menarik karena kurangnya informasi yang langsung terlihat saat membuka aplikasi.

ANDI

- Umur 35 Tahun
- Laki-Laki
- Jakarta Selatan
- Karyawan Swasta
- Sudah Menikah

"Saya pulang kerja udah capek, tapi tetap harus belanja kebutuhan rumah. Kalau bisa, buka aplikasi langsung checkout aja, nggak usah cari-cari produk satu-satu lagi."

DESCRIPTION

Andi adalah seorang pekerja kantoran berusia 35 tahun yang tinggal di Jakarta Selatan bersama istri dan satu anaknya. Ia bekerja sebagai Supervisor Operasional di perusahaan logistik, dengan jam kerja padat dari pagi hingga malam. Karena keterbatasan waktu, Andi lebih sering memanfaatkan aplikasi belanja daring untuk membeli kebutuhan rumah tangga seperti air mineral, sabun, camilan, dan bahan makanan instan.

Andi menggunakan aplikasi Alfagift karena pengiriman cepat dan banyak promo harian yang membantunya menghemat. Ia terbiasa melakukan pembelian yang sama setiap minggu dan ingin proses belanja yang cepat serta praktis. Ia tidak menyukai proses yang berulang atau terlalu banyak langkah.

GOALS

- Menyelesaikan belanja rutin secara cepat dan efisien.
- Menghemat pengeluaran rumah tangga tanpa harus mencari diskon secara manual.
- Mengurangi waktu belanja agar bisa digunakan untuk beristirahat atau waktu bersama keluarga.

NEEDS

- Fitur pembelian ulang tanpa harus menelusuri ulang produk satu per satu.
- Informasi promo atau voucher yang langsung muncul saat membuka aplikasi.
- Navigasi antarmuka yang cepat, jelas, dan responsif.
- Alur belanja yang dapat diselesaikan dalam waktu singkat, bahkan saat istirahat kerja.

FRUSTRATIONS

- Proses pencarian produk yang berulang dan memakan waktu.
- Banyaknya langkah sebelum bisa checkout.
- Informasi promo tidak selalu terlihat jelas.
- Belanja online yang terasa rumit atau tidak efisien.

MOTIVATIONS

- Dapat berbelanja dengan hemat dan cepat.
- Memanfaatkan promo tanpa perlu mencari secara manual.
- Mengoptimalkan waktu di sela-sela pekerjaan untuk menyelesaikan belanja.
- Merasa puas ketika kebutuhan rumah bisa terpenuhi hanya lewat beberapa klik.

Gambar 3.2. User Persona 2

User persona kedua adalah Andi, seorang pekerja kantoran berusia 35 tahun yang tinggal di Jakarta Selatan. Dengan rutinitas kerja dari pagi hingga malam, Andi memiliki waktu yang terbatas untuk mengurus kebutuhan rumah tangga. Ia terbiasa berbelanja daring untuk produk-produk rutin seperti air mineral, sabun, dan makanan ringan. Namun, proses belanja yang memerlukan banyak langkah serta pencarian produk yang berulang membuat pengalaman belanjanya terasa kurang efisien. Dari user persona tersebut dapat membantu *UI/UX Designer* untuk memahami lebih dalam mengenai pengguna dari aplikasi Alfagift dan melakukan perancangan fitur *reorder* dan *shopping mission* sesuai dengan kebutuhan pengguna.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Rancang Desain UI/UX Fitur *Reorder*

Proyek ini berfokus pada pengembangan fitur *reorder* dalam aplikasi Alfagift yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi pembelian ulang produk oleh pengguna. Salah satu permasalahan yang ditemukan pada aplikasi Alfagift adalah belum tersedianya fitur *reorder* yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian ulang produk berdasarkan riwayat transaksi sebelumnya. Dengan tidak

tersedianya fitur ini dapat menyulitkan pengguna, khususnya bagi pengguna yang sering melakukan pembelian produk yang sama dalam jangka waktu tertentu.

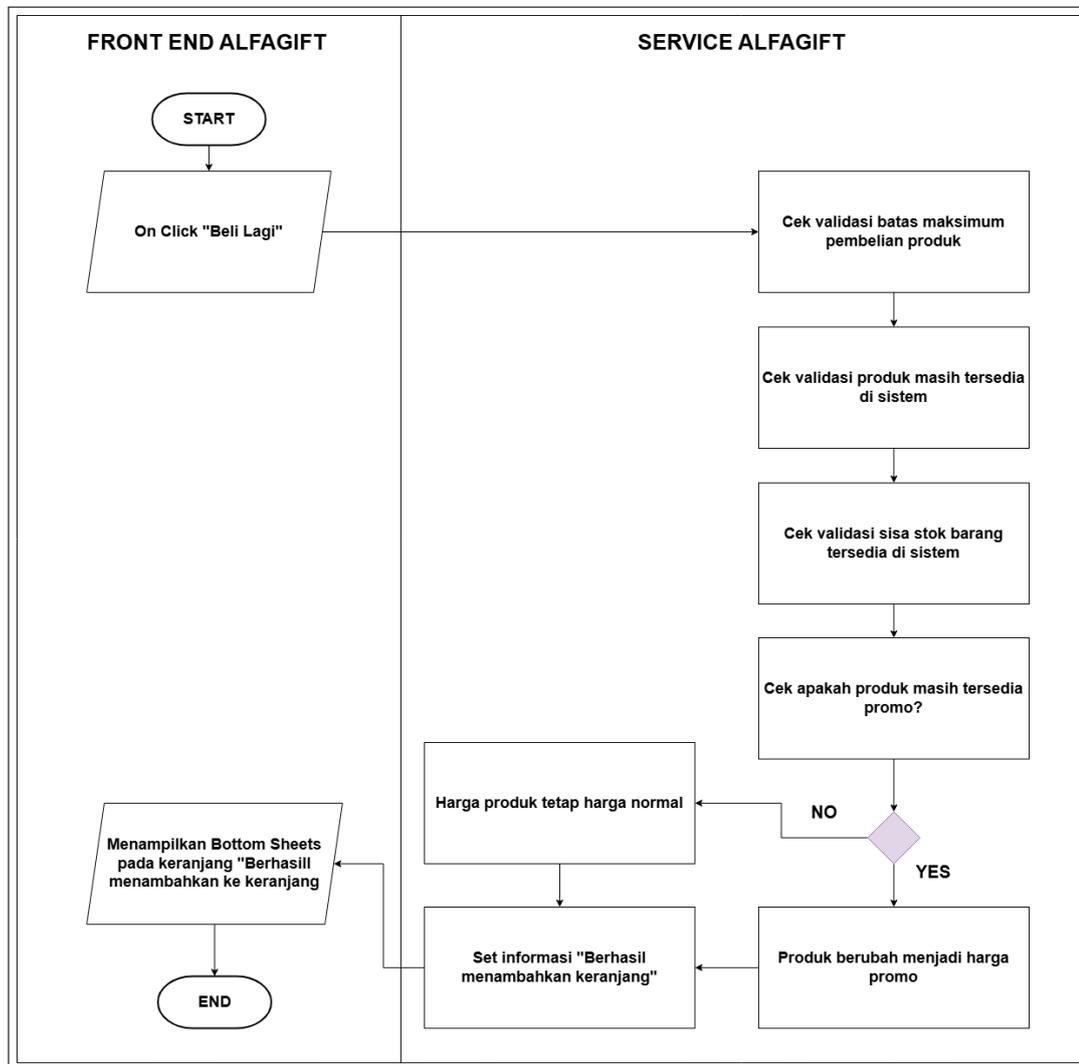
Dengan permasalahan tersebut, sebagai *UI/UX Designer* bertanggung jawab dalam membantu mentor merancang desain tampilan antarmuka fitur *reorder* yang berguna untuk memudahkan proses pembelian ulang, mengurangi interaksi berlebihan terhadap pengguna, serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap aplikasi Alfagift. Proyek ini dimulai dengan memahami konsep fitur yang diinginkan oleh mentor dalam sesi diskusi dan menentukan bagaimana fitur *reorder* akan diintegrasikan ke dalam aplikasi Alfagift.

Setelah dari sesi diskusi dengan mentor, kemudian melakukan *benchmarking* terhadap aplikasi seperti Grab, Gojek, dan Shopee yang sudah menerapkan fitur *reorder*. Tujuan dari *benchmarking* ini adalah untuk mengidentifikasi praktik terbaik dalam tampilan antarmuka, letak fitur yang diterapkan, dan alur penggunaan yang diterapkan oleh aplikasi tersebut. *Insight* dari *benchmarking* bahwa fitur *reorder* pada aplikasi perbandingan umumnya terletak pada halaman Riwayat Pesanan dengan disertai *button* aksi seperti “Beli Lagi” atau “Pesan Ulang” pada setiap *card* pembelian sebelumnya. Selain itu, fitur ini juga melakukan pengecekan validasi untuk mengecek ketersediaan produk dan jumlah stok sebelum produk ditambahkan ke dalam keranjang belanja. Dari proses penggunaan yang cepat dan sederhana menjadi salah satu keunggulan dari fitur *reorder* dalam meningkatkan efisiensi dan kenyamanan pengguna dalam bertransaksi. Dari temuan tersebut akan dijadikan referensi dalam perancangan fitur *reorder* pada aplikasi Alfagift, baik dari tampilan antarmuka pengguna maupun alur proses pembelian ulang produk.

A Pembuatan *Flowchart* sistem Diagram dan *Wireframe Mid-Fidelity* Fitur *Reorder*

Setelah melalui tahap *benchmarking*, sebagai *UI/UX Designer* mendapat tugas dari mentor untuk menyusun *flowchart* sistem diagram sebagai representasi visual alur kerja fitur *reorder* pada aplikasi Alfagift. *Flowchart* ini disusun secara terstruktur dan digunakan sebagai acuan dalam proses implementasi oleh tim *Developer*, pengujian oleh tim *Quality Assurance* (QA), serta perancangan desain UI/UX yang menekankan alur pengguna dan penempatan elemen antarmuka yang mudah dikenali. Penyusunan dilakukan melalui koordinasi langsung dengan tim *Product Development* (ProDev) untuk memastikan kesesuaian alur sistem dengan

terstruktur pengembangan aplikasi.

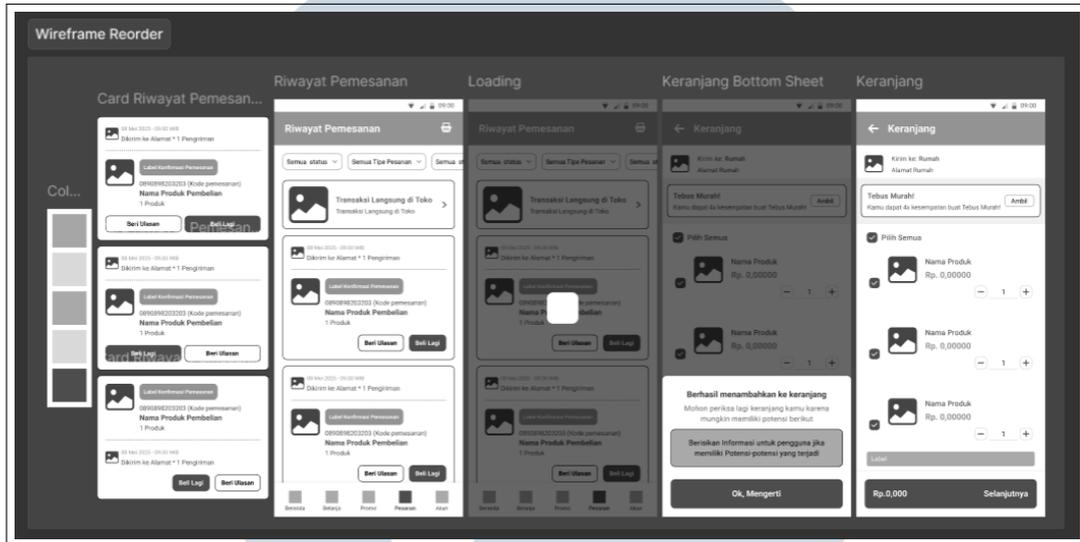


Gambar 3.3. Flowchart sistem diagram fitur reorder

Pada Gambar 3.3 merupakan *flowchart* proses fitur *reorder* yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu sisi *frontend* dan sisi *service* Alfacift. Pada sisi *frontend*, sistem menangani interaksi pengguna dimulai saat pengguna menekan *button* "Beli Lagi" pada halaman Riwayat Pesanan. Selanjutnya, sisi *service* melakukan validasi pengecekan batas maksimum pembelian, ketersediaan produk, jumlah stok barang, serta status promosi yang berlaku. Jika semua validasi terpenuhi, produk akan ditambahkan ke keranjang dan akan menampilkan *bottom sheet* "Berhasil menambahkan ke keranjang".

Setelah membuat *flowchart* sistem diagram, kemudian membuat *wireframe mid-fidelity* yang akan diperlihatkan kepada mentor untuk mendapatkan *feedback*

desain *layout* dan elemen yang akan digunakan dalam merancang fitur *reorder*. Dari hasil *feedback* tersebut akan dijadikan sebagai bahan revisi agar menyesuaikan tampilan dan batasan sistem yang terdapat pada aplikasi Alfagift.

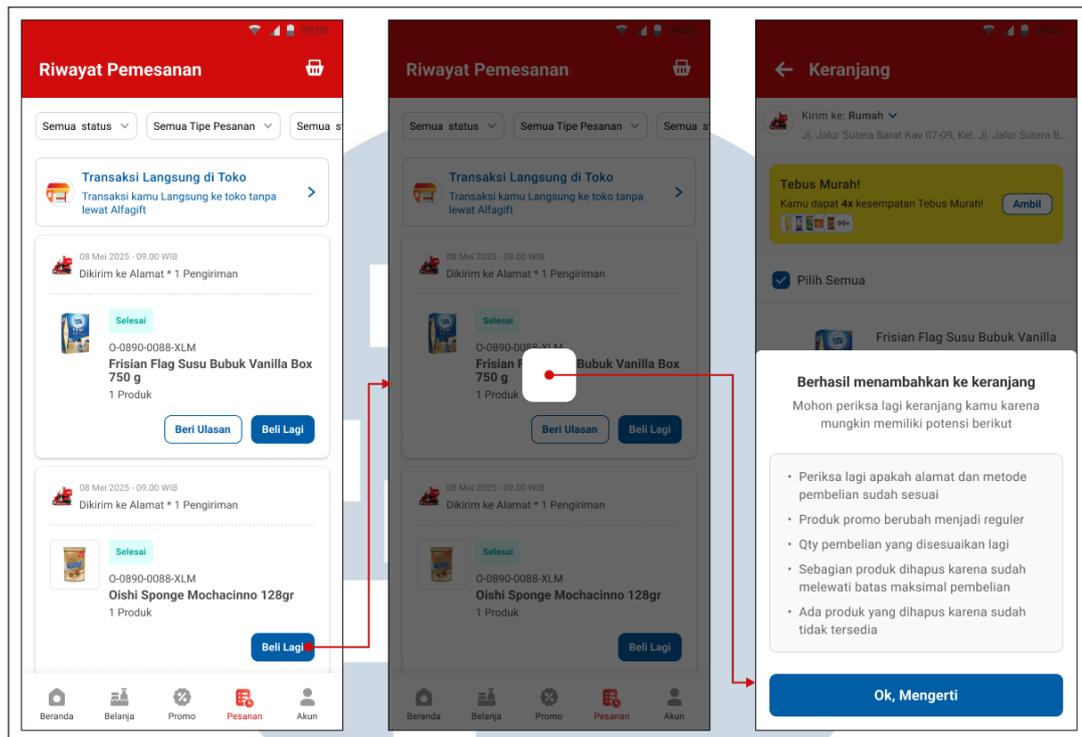


Gambar 3.4. Proses *wireframe mid-fidelity* fitur *reorder*

Gambar 3.4 menampilkan rancangan awal *wireframe mid-fidelity* dari fitur *reorder* yang dikembangkan berdasarkan alur yang telah ditentukan pada *flowchart* serta hasil *feedback* dari mentor. Proses *wireframe* ini terdiri dari beberapa tahapan tampilan, mulai dari *card* riwayat pemesanan, halaman Riwayat Pesanan, tampilan *loading*, tampilan notifikasi penambahan ke keranjang dalam bentuk *bottom sheet*, dan halaman Keranjang. Tujuan membuat *wireframe* ini adalah untuk visualisasikan struktur antarmuka secara keseluruhan sebelum melanjutkan ke tahap desain *high-fidelity*.

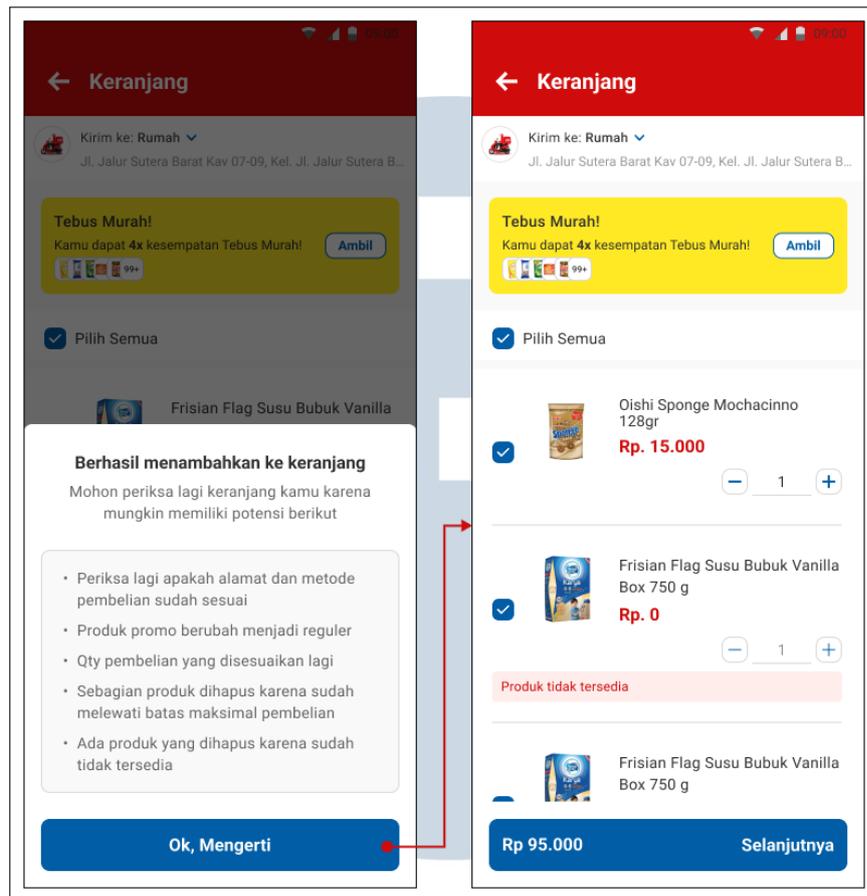
B High-Fidelity Interface Fitur *reorder*

Setelah penyusunan *wireframe* selesai, selanjutnya mentor memberikan aset-aset yang dibutuhkan, seperti gambar produk dan ikon. Kemudian *UI/UX Designer* juga membuat *design system* sendiri seperti *bottom sheet*, *button*, *card* pada produk. Setelah seluruh aset pendukung tersedia, melakukan desain antarmuka *high-fidelity* tampilan antarmuka yang mencakup *layout* halaman Riwayat Pemesanan, tata letak *button* "Beli Lagi", serta tampilan *bottom sheet*.



Gambar 3.5. Alur tahapan ketika *button* "Beli Lagi" di klik

Pada Gambar 3.5 merupakan alur tahapan ketika pengguna klik *button* aksi "Beli Lagi" pada halaman Riwayat Pemesanan. Pada tahap ini, produk akan melakukan sejumlah proses validasi yang akan ditambahkan ke dalam keranjang (*cart*). Validasi tersebut mencakup pengecekan batas maksimum pembelian, ketersediaan produk, jumlah stok barang, serta status promosi yang berlaku. Apabila seluruh memenuhi kriteria, akan dilanjutkan dengan menambahkan produk ke dalam keranjang belanja dan menampilkan pemberitahuan dalam bentuk *bottom sheet* "Berhasil menambahkan ke keranjang".



Gambar 3.6. Tampilan ketika *bottom sheet* muncul

Pada Gambar 3.6 menunjukkan tampilan pada komponen *bottom sheet* yang muncul setelah sistem berhasil memproses pengecekan validasi produk. Komponen *bottom sheet* ini tidak hanya berfungsi sebagai konfirmasi berhasil, tetapi juga menyampaikan beberapa informasi penting ketika pengguna memiliki potensi-potensi yang terjadi, karena aplikasi Alfacart belum bisa memberikan informasi secara langsung jika terjadi kondisi tertentu. Informasi tersebut antara lain:

- Periksa kembali apakah alamat dan metode pembelian sudah sesuai.
- Produk promo mungkin berubah menjadi produk reguler.
- Jumlah (Qty) pembelian dapat disesuaikan ulang.
- Sebagian produk dihapus karena sudah melewati batas maksimal pembelian.
- Ada produk yang dihapus karena sudah tidak tersedia.

Setelah pengguna klik *button* aksi "Ok, Mengerti", sistem akan mengarahkan pengguna ke halaman Keranjang (*cart*). Produk-produk yang telah berhasil ditambahkan akan ditampilkan beserta informasi harga terbaru dan penyesuaian lainnya. Proses ini dirancang untuk memastikan bahwa pengguna memahami kondisi dari produk yang akan dipesan ulang sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu proses *checkout*. Desain antarmuka (*high-fidelity interface*) yang telah disusun kemudian ke tahap pembuatan *prototype* interaktif menggunakan *software* Figma. Tujuan melakukan *prototype* untuk memudahkan dalam memahami bagaimana alur proses *reorder* pada tiap langkah, serta menjadi sesi evaluasi pada tahap *design review*.

C Design Review

Setelah desain antarmuka *high-fidelity interface* selesai dibuat, tahap berikutnya adalah melakukan evaluasi dalam sesi *design review* bersama mentor yang bertujuan untuk mengevaluasi kesesuaian desain dengan kebutuhan pengguna. Masukan yang diterima selama sesi ini langsung didiskusikan dan bila memungkinkan langsung diterapkan ke dalam desain. Pendekatan ini memungkinkan proses validasi dilakukan secara *real-time*, sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih cepat dan efektif terkait revisi maupun penyempurnaan desain.

D Implementasi Konsep UI/UX Pada Fitur Reorder

Dalam proses perancangan desain fitur *reorder* pada aplikasi Alfagift, digunakan prinsip-prinsip desain UI/UX yang berlandaskan pada kaidah *Human-Computer Interaction* (HCI). Penerapan prinsip-prinsip tersebut bertujuan untuk menciptakan antarmuka yang tidak hanya estetik, tetapi juga memiliki tingkat fungsionalitas yang tinggi, mudah dipahami, serta nyaman digunakan oleh seluruh kalangan pengguna.

Dari aspek *typography*, desain tampilan antarmuka menggunakan *font Roboto*, yaitu jenis *font sans-serif* yang dikenal modern, hurufnya terlihat bersih, dan memiliki tingkat keterbacaan tinggi di berbagai ukuran layar. Karakter dari *font sans-serif* ini tidak memiliki ekor atau ornamen pada ujung huruf. *Font Roboto* diterapkan secara konsisten pada elemen judul, deskripsi, dan *button* aksi, dengan variasi ukuran dan ketebalan huruf untuk menciptakan hierarki informasi yang jelas,

sehingga mempermudah pengguna dalam memproses dan memahami informasi.

Dalam pemilihan palet warna, digunakan warna-warna netral seperti putih dan abu-abu muda sebagai latar belakang untuk menciptakan kesan yang bersih serta menjaga agar fokus pengguna tidak teralihkan. Pada teks utama, digunakan warna abu-abu gelap agar kontras dengan latar belakang dan mudah dibaca. Kemudian penggunaan warna primer yang merupakan identitas visual Alfagift, seperti merah, kuning, dan biru yang digunakan secara strategis pada elemen penting seperti *header*, ikon, dan *button* aksi. Penggunaan warna-warna cerah ini bertujuan untuk menarik perhatian pengguna terhadap fitur interaktif, memperkuat navigasi, dan meningkatkan kemudahan dalam berinteraksi dengan aplikasi.

Penerapan prinsip 8 *Golden Rules* yang dikemukakan oleh Ben Shneiderman dalam buku "*Designing the User Interface: Strategies for effective human-computer interaction*" digunakan dalam perancangan fitur ini sebagai pedoman dalam menciptakan antarmuka aplikasi yang efektif, konsisten, dan ramah pengguna [8][9]. Penerapan prinsip tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Prinsip *strive for consistency* memiliki arti sebuah tampilan antarmuka bisa memiliki konsistensi yang sama [9]. Prinsip ini diterapkan dalam konsistensi di setiap tampilan antarmuka seperti penggunaan *button*, *typography*, dan warna di seluruh alur fitur. Penggunaan *margin* dan *layout* yang konsisten juga bisa memberikan kemudahan dalam berinteraksi.
2. Prinsip *seek universal usability* memiliki arti sebuah tampilan antarmuka bisa digunakan oleh semua jenis pengguna baik yang ahli maupun pemula, serta pengguna dengan disabilitas [9]. Prinsip ini diterapkan dalam penggunaan bahasa yang mudah dipahami membantu pengguna dengan cepat mengerti maksud dari informasi yang ditampilkan. Selain itu, alur pemesanan yang dirancang secara ringkas dan informatif memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi dengan lebih cepat dan efisien, sehingga meningkatkan kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan aplikasi Alfagift.
3. Prinsip *offer informative feedback* memiliki arti tampilan antarmuka bisa memberikan respon yang jelas dan cepat setiap kali pengguna melakukan tindakan [9]. Prinsip ini diterapkan dalam bentuk *loading* saat pengguna melakukan iteraksi pada *button* pada "Beli Lagi" dan menampilkan *bottom sheet* setelah klik *button* aksi "Beli Lagi", sehingga pengguna memahami bahwa aksinya telah direspon. Tanggapan ini harus bermakna, relevan, dan jelas sesuai konteks.

4. Prinsip *design dialogs to yield closure* memiliki arti tampilan antarmuka bisa memberi tahu kepada pengguna bahwa proses dari tindakannya sudah selesai dan pengguna tidak perlu menunggu untuk tahapan lainnya [9]. Prinsip ini diterapkan dalam bentuk munculnya pesan konfirmasi “Ok, Mengerti” yang berfungsi sebagai indikator bahwa proses yang dijalankan oleh pengguna telah selesai, sehingga pengguna mengetahui bahwa tidak ada tahapan lanjutan yang perlu ditunggu setelah proses selesai dilakukan.
5. Prinsip *prevent errors* memiliki arti tampilan antarmuka bisa memberikan pencegahan terjadinya kesalahan pengguna dalam berinteraksi [9]. Prinsip ini diterapkan dalam bentuk informasi *bottom sheet* yang berisikan keterangan konfirmasi mengenai produk yang sudah ditambahkan ke dalam keranjang, sehingga pada saat melakukan *checkout* tidak terjadi kesalahan dalam pembelian.
6. Prinsip *permit easy reversal of actions* memiliki arti tampilan antarmuka bisa memberikan kemudahan untuk membatalkan proses interaksi dan terjadi kesalahan [9]. Prinsip ini diterapkan dalam bentuk pengguna dapat membatalkan pesanan yang sudah dimasukkan ke dalam keranjang dengan mudah dan terdapat ikon *back* pada keranjang, sehingga pengguna bisa membatalkan proses *reorder*.
7. Prinsip *support internal locus of control* memiliki arti tampilan antarmuka bisa memberikan kendali penuh kepada pengguna dalam menjalankan aplikasi [9]. Penerapan prinsip ini diwujudkan melalui fitur yang memungkinkan pengguna untuk memilih produk yang ingin dibeli ulang (*reorder*), sekaligus menentukan jumlah produk sesuai dengan preferensi pengguna. Hal ini memberikan fleksibilitas yang tinggi serta meningkatkan kenyamanan pengguna dalam melakukan transaksi.
8. Prinsip *reduce short-term memory load* memiliki arti tampilan antarmuka bisa mengurangi beban ingatan pengguna dengan menyediakan informasi atau proses yang tidak kompleks, sehingga pengguna tidak perlu mengingat informasi atau proses dari satu layar ke layar lain [9]. Prinsip ini diterapkan dalam bentuk memberikan alur proses *reorder* yang tidak terlalu kompleks dan menampilkan informasi penting pada *bottom sheet* secara langsung di layar, sehingga tidak membebani ingatan jangka pendek pengguna.

Selain prinsip 8 *Golden Rules*, beberapa prinsip dari *UX Laws* juga diterapkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi. Penerapan prinsip-prinsip tersebut antara lain:

1. Prinsip *Fitts's Law*: Hukum ini memastikan bahwa jarak dan ukuran target mudah untuk diakses oleh pengguna [10]. Prinsip ini diterapkan melalui penggunaan *button* aksi seperti “Beli Lagi” yang diberi warna biru dari identitas Alfagift dan ditempatkan secara konsisten pada setiap *card* produk di halaman Riwayat Pemesanan. Selain itu, pada *button* aksi “Ok, Mengerti” dengan ukuran yang besar dan diletakkan di bagian bawah layar agar mudah dijangkau oleh pengguna.
2. Prinsip *Jakob's Law*: Hukum ini menekankan bahwa pengguna cenderung merasa lebih nyaman dan mudah beradaptasi ketika berinteraksi dengan antarmuka yang memiliki pola serupa dengan produk atau aplikasi lain yang pernah mereka gunakan sebelumnya [10]. Penerapannya dalam fitur *reorder* dari penggunaan pola desain yang umum ditemukan pada aplikasi lain, seperti tampilan daftar produk disusun secara sederhana, dan alur pembelian ulang yang disesuaikan dengan standar navigasi yang sudah familiar bagi pengguna.

3.3.3 Proses Pelaksanaan Rancang Desain UI/UX Fitur *Shopping Mission* (Misi Harian)

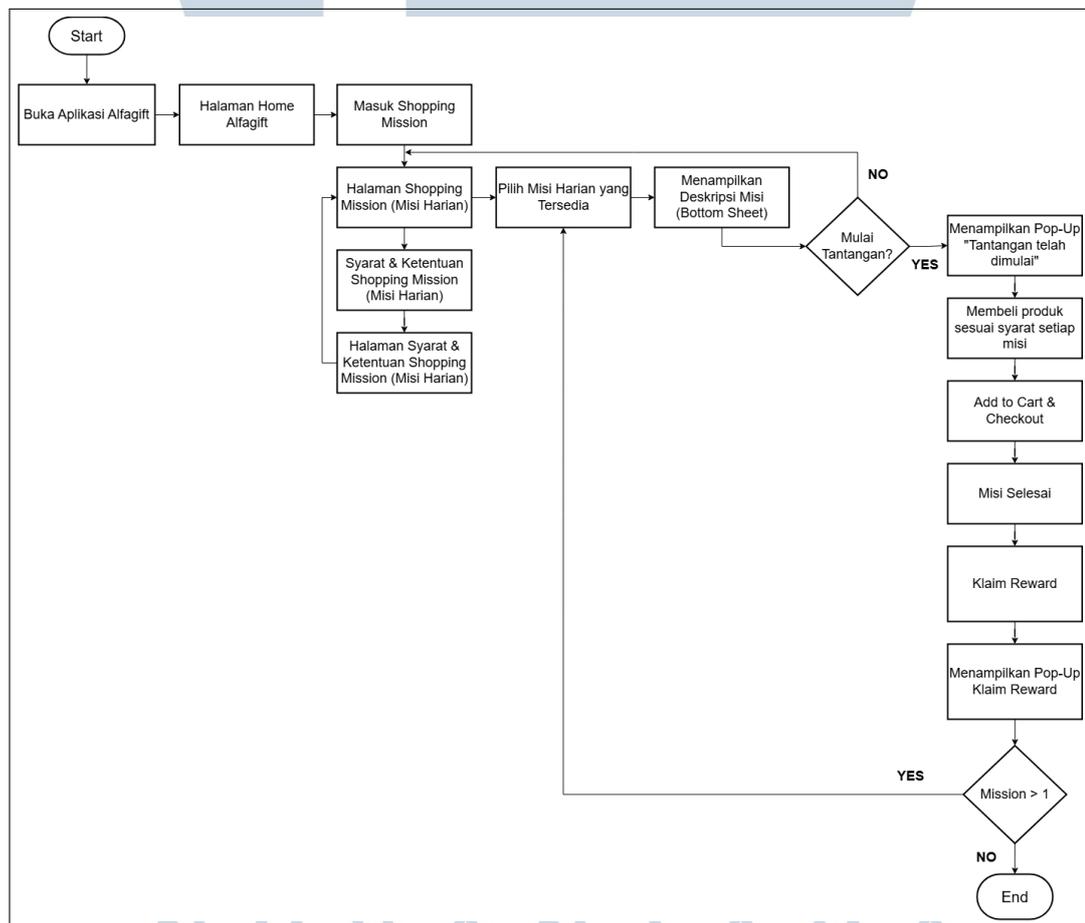
Proyek ini berfokus pada pengembangan fitur gamifikasi yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan (*engagement*) dan aktivitas pengguna melalui mekanisme tantangan berbelanja produk di aplikasi Alfagift. Dalam fitur ini, pengguna diberikan misi pembelian tertentu yang apabila diselesaikan akan mendapatkan *reward* berupa poin dan voucher yang menarik. Dengan adanya fitur ini, Alfagift dapat meningkatkan keterlibatan penggunaan Alfagift dan mendorong peningkatan transaksi dalam aplikasi Alfagift.

Sebagai *UI/UX Designer* bertanggung jawab dalam membantu mentor dalam proses perancangan tampilan antarmuka *shopping mission* untuk misi harian. Proyek ini dimulai dengan memahami konsep fitur sesuai dengan arahan mentor dan melakukan *benchmarking* terhadap aplikasi lain yang telah menerapkan fitur serupa, seperti aplikasi ShopeeFood. *Benchmarking* dilakukan sebagai tahapan untuk memperoleh referensi terbaik dari yang sudah diterapkan di aplikasi lain, serta untuk mengidentifikasi tampilan antarmuka yang relevan. Hasil dari tahap

benchmarking ini akan dijadikan bahan referensi dalam menentukan gaya visual menarik pengguna dan alur penggunaan yang efektif untuk diterapkan di aplikasi Alfagift.

A Pembuatan *User Flow* dan *Wireframe Mid-Fidelity* Fitur *Shopping Mission* untuk Misi Harian

Setelah melalui tahap *benchmarking*, *UI/UX Designer* diberikan tugas oleh mentor untuk menyusun perancangan fitur *shopping mission* untuk misi harian dimulai dengan membuat *user flow* untuk menggambarkan alur interaksi pengguna secara sistematis. Tujuannya adalah untuk memastikan setiap langkah yang dilakukan pengguna sesuai dengan fungsionalitas fitur yang dirancang.

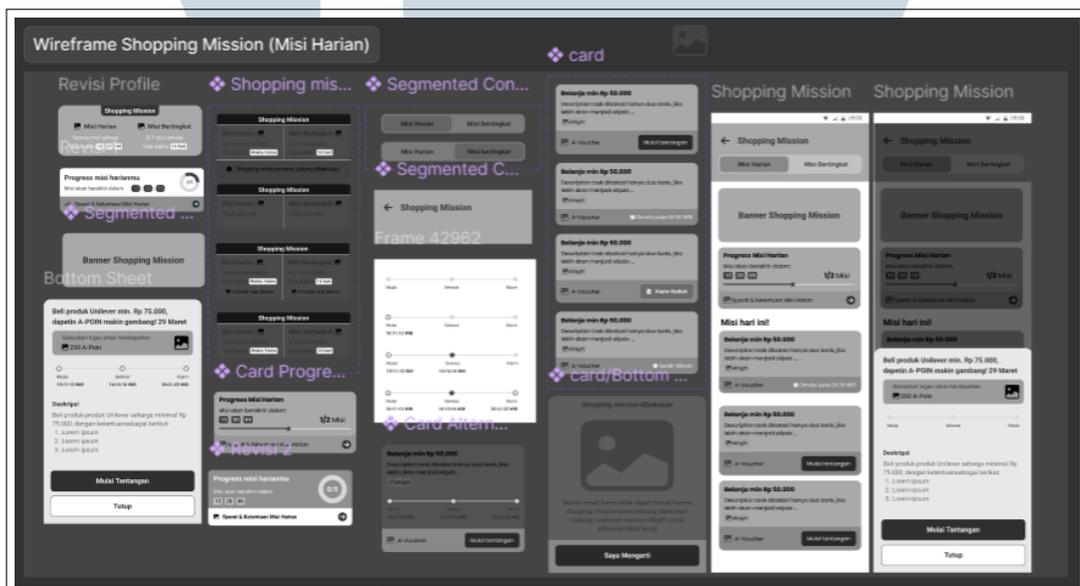


Gambar 3.7. *User flow* fitur *shopping mission* (misi harian)

Pada Gambar 3.7 menampilkan *user flow* ketika pengguna mengakses fitur *shopping mission* pada *section card* halaman Beranda akan langsung menampilkan

halaman *Shopping Mission* (misi harian). Di halaman *Shopping Mission* (misi harian) pengguna dapat melihat syarat dan ketentuan untuk misi harian, memilih misi harian yang tersedia, membaca syarat detail tentang misi yang ingin dijalankan, dan memulai misi tantangan sesuai dengan keinginan pengguna. Setelah membeli produk sesuai ketentuan misi dan menyelesaikan transaksi, pengguna bisa melakukan klaim *reward* yang didapatkan dari setiap misi. Jika masih terdapat misi lain, proses dapat diulang dari awal. Alur ini akan dijadikan gambaran dasar dalam pembuatan desain *shopping mission* dalam bentuk *wireframe mid-fidelity*.

Setelah Membuat *user flow*, *UI/UX Designer* membuat *wireframe mid-fidelity* terlebih dahulu dan diperlihatkan kepada mentor untuk mendapatkan *feedback*. Dari hasil *feedback* tersebut bisa digunakan sebagai bahan revisi agar menyesuaikan tampilan dengan aplikasi Alfagift.



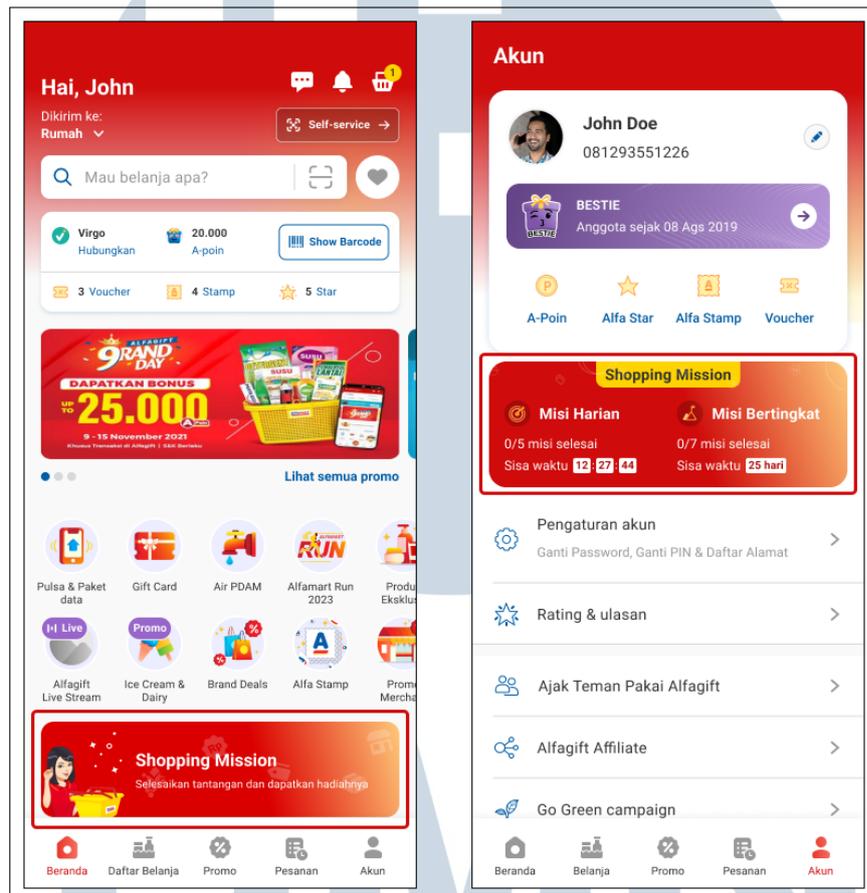
Gambar 3.8. Proses pembuatan *wireframe mid-fidelity* untuk *shopping mission* (misi harian)

Gambar 3.8 menampilkan rancangan awal *wireframe mid-fidelity* fitur *shopping Mission* (misi harian) yang dibuat berdasarkan *benchmarking*, *user flow* dan hasil *feedback* dari mentor.

B *High-Fidelity Interface* Fitur *Shopping Mission* untuk Misi Harian

Setelah penyusunan *wireframe* selesai, proses selanjutnya adalah mendesain tampilan antarmuka *high-fidelity* untuk fitur *shopping mission*. Desain ini mencakup membuat tampilan *section card* untuk *shopping mission* yang akan

ditampilkan pada halaman Beranda dan halaman Akun, tampilan utama misi harian, tata letak informasi misi, tampilan pencapaian *reward* yang dapat diperoleh pengguna, serta komponen pendukung seperti *button*, *bottom sheet*, dan *card* pada misi halaman *Shopping Mission*. Selain itu, aset-aset yang diperlukan diberikan oleh mentor untuk memberikan kesan visual yang menarik dan jelas bagi pengguna.



Gambar 3.9. Tampilan komponen *section card shopping mission*

Pada Gambar 3.9 menampilkan desain komponen *section card* untuk penambahan fitur *shopping mission* yang berada pada dua halaman yang strategis, yaitu halaman Beranda dan halaman Akun. Penempatan fitur ini dirancang berdasarkan prinsip *visibility* dan kemudahan akses pengguna.

- **Halaman Beranda:** Komponen *section card shopping mission* ditempatkan di bawah *section* kategori utama untuk memastikan *visibility* tanpa mengganggu navigasi utama pengguna. Latar belakang berwarna merah yang merupakan warna primer dari identitas visual Alfagift, ditambah dengan ilustrasi khas Alfagift dan ikon *e-grocery* yang diberikan oleh mentor untuk

menambah daya tarik visual bagi pengguna. Penempatan ini juga berfungsi sebagai elemen *call-to-action* (CTA) yang dirancang untuk menarik perhatian pengguna dan mendorong mereka mengikuti misi yang tersedia.

- **Halaman Akun:** Pada halaman Akun, fitur *shopping mission* diletakkan di bawah profil pengguna agar tetap mudah diakses saat pengguna membuka halaman Akun mereka. Tampilan *card* pada halaman Akun ini sedikit berbeda dari versi di halaman Beranda, yaitu terdapat penambahan informasi berupa dua jenis misi, yaitu misi harian dan misi bertingkat. Masing-masing bagian menampilkan jumlah misi yang tersedia, serta sisa waktu penyelesaian setiap jenis misi, jam-menit-detik untuk misi harian dan jumlah hari tersisa untuk misi bertingkat.



Gambar 3.10. Tampilan *shopping mission* untuk misi harian

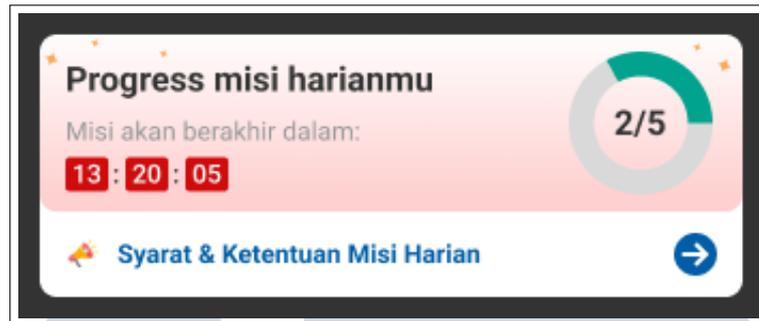
Pada halaman *Shopping Mission* terdapat dua jenis misi yang ditawarkan, yaitu misi harian dan misi bertingkat. Dalam proyek ini, *UI/UX Designer* mendapatkan tugas untuk merancang tampilan pada bagian misi harian. Halaman ini diawali dengan *title header* yang berfungsi untuk memberikan konteks kepada pengguna bahwa mereka sedang berada di halaman *Shopping Mission*. Misi harian merupakan misi yang dapat diselesaikan dalam kurun waktu satu hari dengan tantangan tertentu. Setiap penyelesaian misi memberikan hadiah langsung berupa poin atau voucher yang bertujuan untuk meningkatkan interaksi harian pengguna terhadap aplikasi dan meningkatkan penjualan produk di Alfagift.

Sementara itu, misi bertingkat adalah misi yang berlangsung dalam jangka waktu lebih panjang yaitu, satu bulan dengan sistem tingkatan yang harus diselesaikan secara bertahap. Setiap level memberikan hadiah sesuai tingkat kesulitan dan jika seluruh level berhasil diselesaikan dalam periode yang ditentukan, dan pengguna akan memperoleh hadiah utama yang lebih besar.



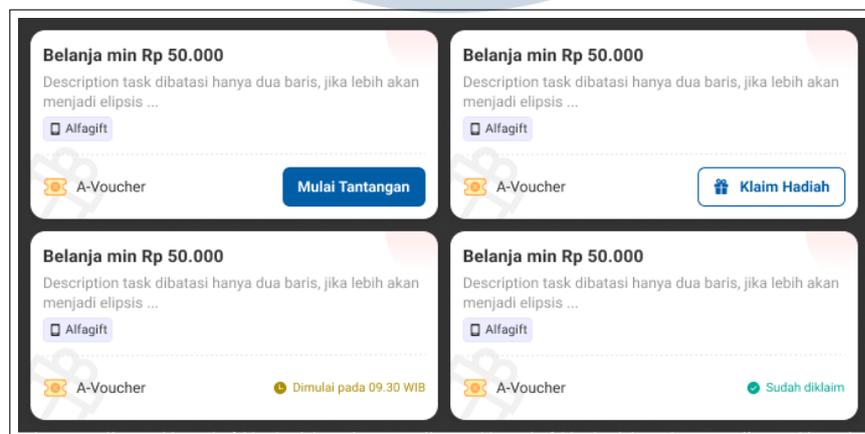
Gambar 3.11. Komponen *tab selection*

Pada Gambar 3.11 menunjukkan komponen *tab selection* yang terletak di bagian bawah *header title* pada halaman *Shopping Mission*. Komponen ini memungkinkan pengguna untuk dengan mudah berpindah antara dua kategori misi, yaitu misi harian dan misi bertingkat dengan tampilan visual yang membedakan tab aktif dan tidak aktif secara jelas melalui penggunaan warna merah pada tab aktif dan abu-abu pada tab tidak aktif. Komponen ini dikembangkan dengan tujuan meningkatkan efisiensi interaksi pengguna melalui antarmuka, sehingga pengalaman berpindah antar jenis misi dapat dilakukan secara mudah dan cepat.



Gambar 3.12. Komponen *card progress shopping mission*

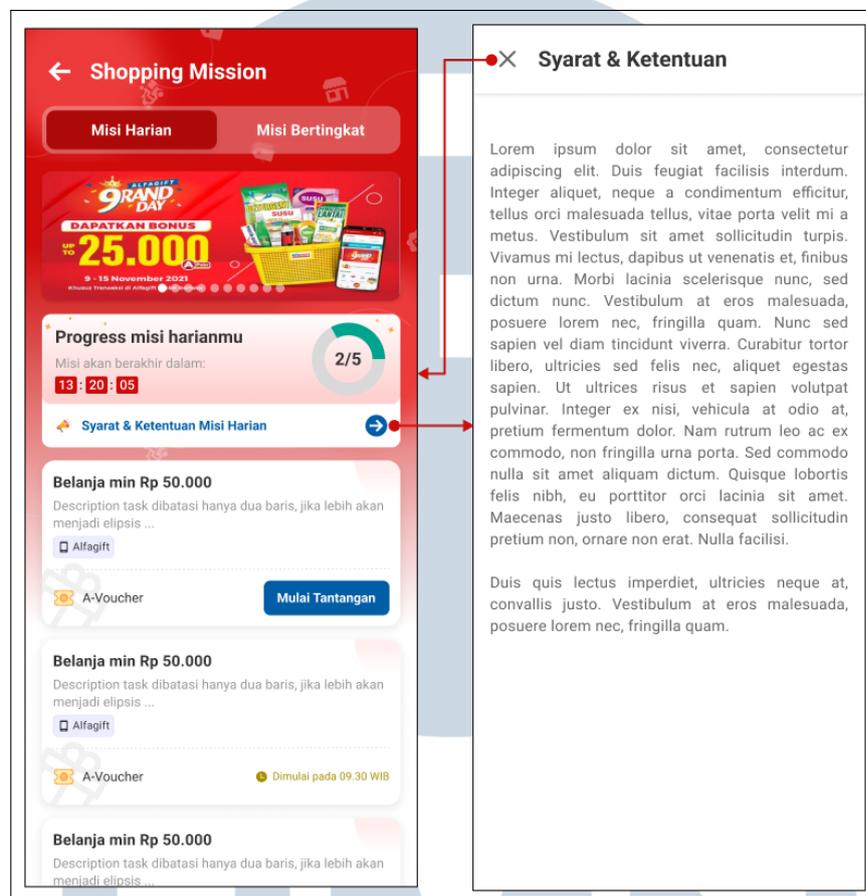
Pada Gambar 3.12 menampilkan komponen *card progress* yang berisi penghitung waktu mundur (*countdown timer*) yang menunjukkan sisa waktu pelaksanaan misi dalam waktu 1 hari (24 jam), indikator *progress* misi berupa visual grafis seperti lingkaran indikator *progress* yang menampilkan jumlah misi yang telah diselesaikan dari total misi yang tersedia, dan tautan menuju halaman Syarat & Ketentuan. Komponen ini dirancang untuk membantu pengguna dalam memantau perkembangan misi harian yang sedang dijalani serta memahami aturan misi harian secara jelas dan mudah.



Gambar 3.13. Komponen *card mission*

Pada Gambar 3.13 menampilkan beberapa desain komponen *card* misi yang terdiri dari *title* misi, deskripsi syarat misi, informasi *reward* yang akan diperoleh, serta *button* aksi seperti “Mulai Tantangan” atau “Klaim Hadiah”. Komponen pada *card* misi ini dibagi dalam empat variasi tampilan berdasarkan status, yaitu misi belum dimulai, misi sedang berlangsung, misi siap diklaim hadiah, dan misi yang sudah diklaim hadiah. Hal ini digunakan untuk memberikan

kejelasan status masing-masing misi dan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam menyelesaikan tantangan.

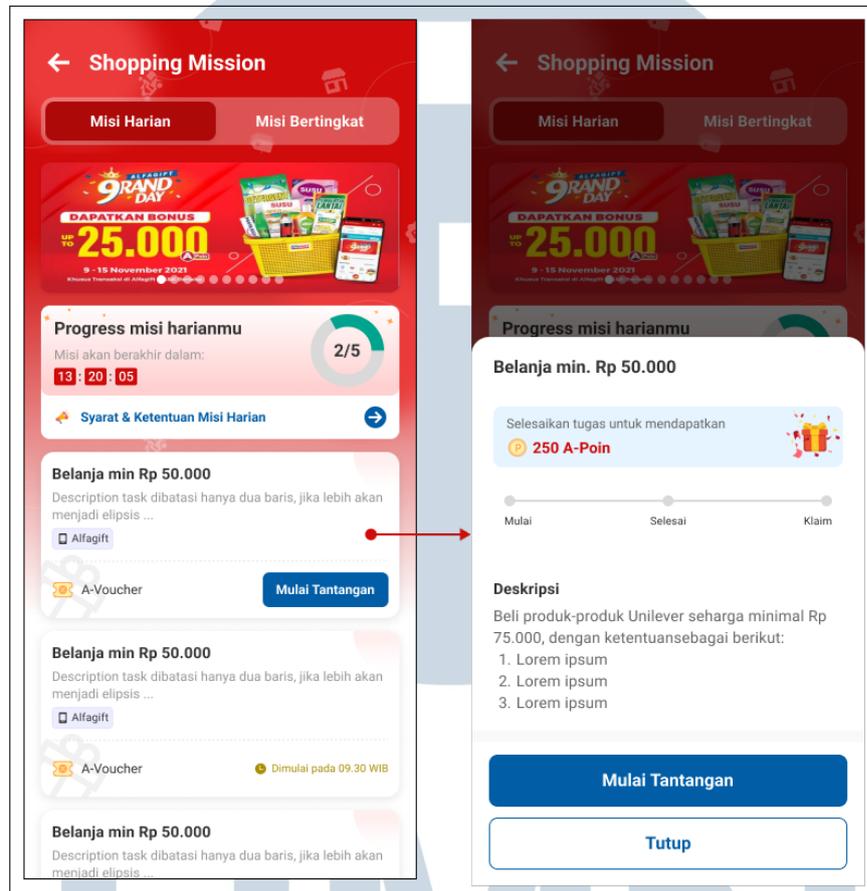


Gambar 3.14. Tampilan halaman Syarat & Ketentuan

Pada Gambar 3.14 menunjukkan tampilan halaman Syarat & Ketentuan yang diakses melalui tautan pada bagian *card progress* di halaman *Shopping Mission*. Fungsi utama dari halaman ini adalah menyampaikan informasi lengkap mengenai aturan dan mekanisme misi harian kepada pengguna secara langsung dan tanpa merasa kebingungan dalam menjalani misi harian. Desain halaman ini menggunakan pendekatan minimalis dengan latar putih dan teks abu-abu gelap agar fokus utama tetap tertuju pada konten. *Title* "Syarat & Ketentuan" ditempatkan di bagian atas halaman dengan ukuran *font* yang lebih besar dan tebal untuk membedakan secara visual dari isi teks.

Navigasi dalam halaman ini juga dirancang secara sederhana di pojok kiri atas terdapat ikon *close* yang berfungsi sebagai *button* aksi untuk kembali ke halaman sebelumnya tanpa harus memuat ulang atau membuka halaman

baru. Penempatan teks menggunakan format paragraf panjang yang bertujuan memberi keleluasaan dalam menyampaikan detail aturan misi, namun tetap perlu diperhatikan batas keterbacaan.



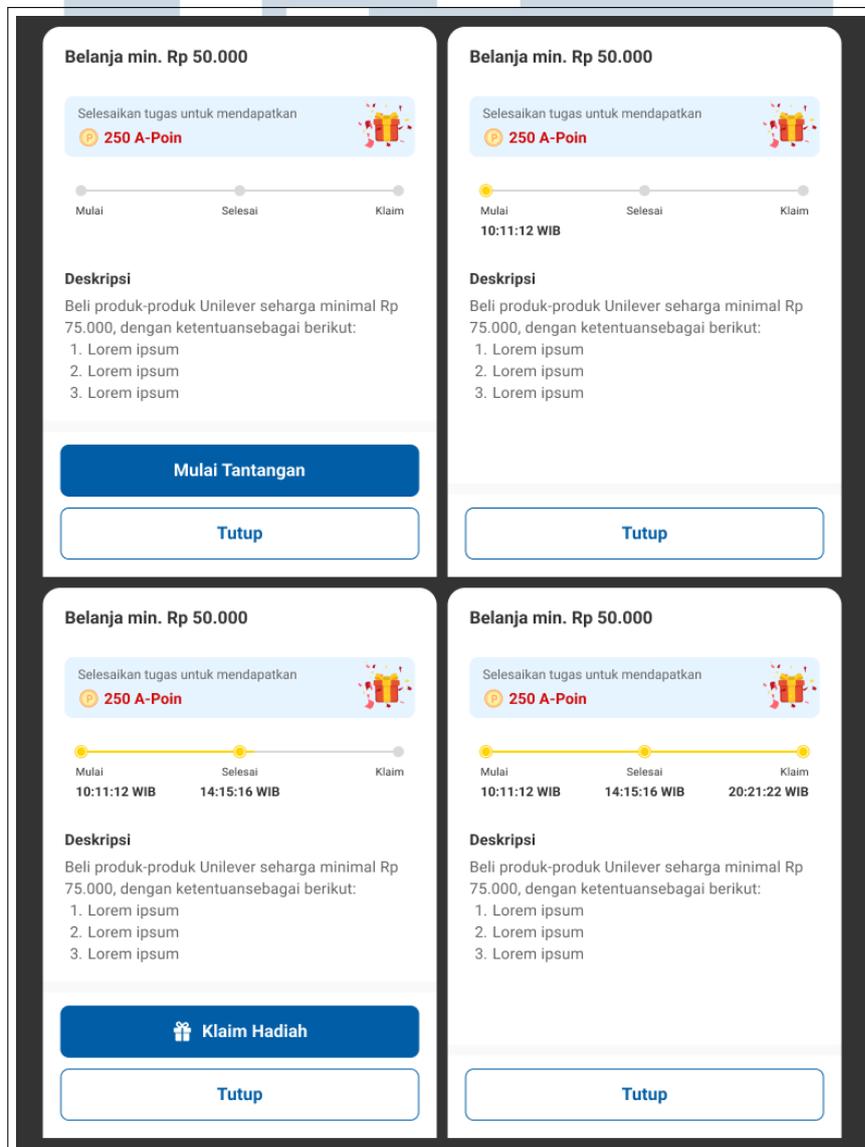
Gambar 3.15. Tampilan komponen *bottom sheet detail mission* pada setiap misi

Gambar 3.15 menampilkan komponen pada *bottom sheet detail mission* ketika pengguna klik salah satu *card* misi harian di halaman *Shopping Mission*. Komponen *bottom sheet* ini muncul dari bawah layar atau *overlay* yang menutupi sebagian layar tampilan tanpa meninggalkan halaman *Shopping Mission*, sehingga menjaga konteks dan memudahkan navigasi pengguna. Di dalam *bottom sheet* ini, pengguna diberikan informasi lengkap terkait misi yang dipilih, seperti:

- *Title* misi dan *reward* yang akan akan didapatkan dari misi (misalnya 250 A-Point).
- *Progress bar* tiga tahap (Mulai – Selesai – Klaim) untuk menunjukkan status penyelesaian misi.

- Deskripsi rinci mengenai syarat misi yang akan dijalani, termasuk ketentuan pembelian produk.
- Dua komponen *button* di bagian bawah: "Mulai Tantangan" untuk memulai misi dan "Tutup" untuk menutup tampilan *bottom sheet*.

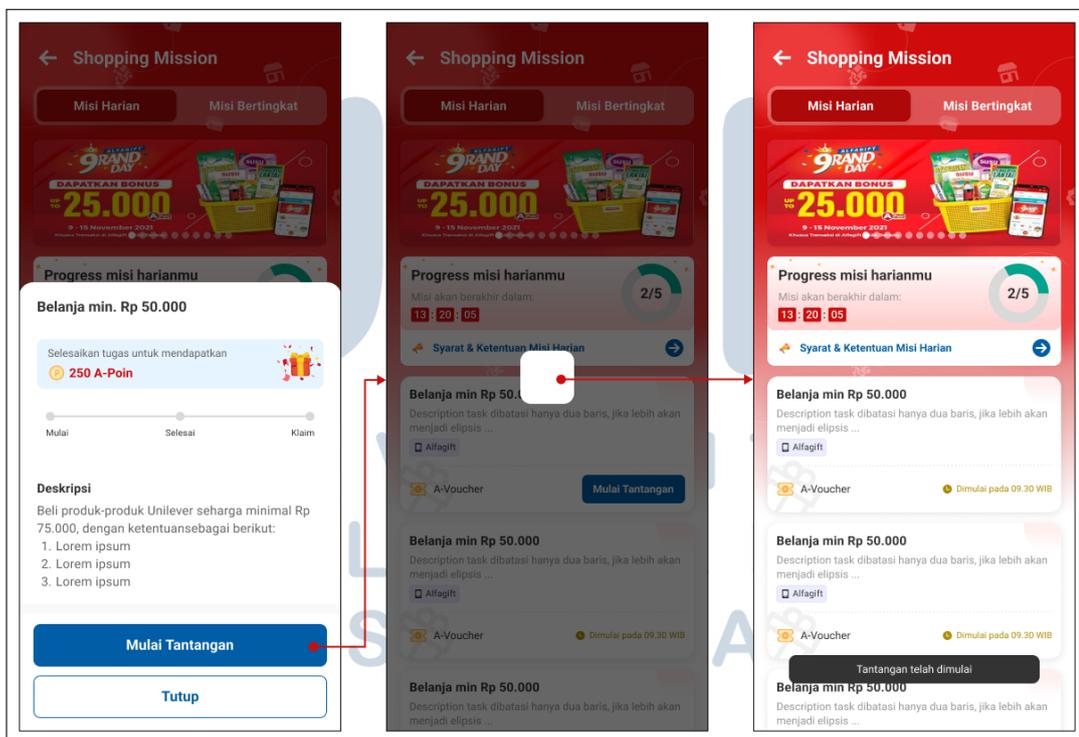
Tampilan komponen *bottom sheet detail mission* pada fitur *shopping mission* dirancang untuk menampilkan informasi detail mengenai setiap misi yang tersedia. Tampilan ini bersifat dinamis dan akan menyesuaikan berdasarkan status penyelesaian misi pengguna.



Gambar 3.16. Komponen setiap kondisi *bottom sheet*

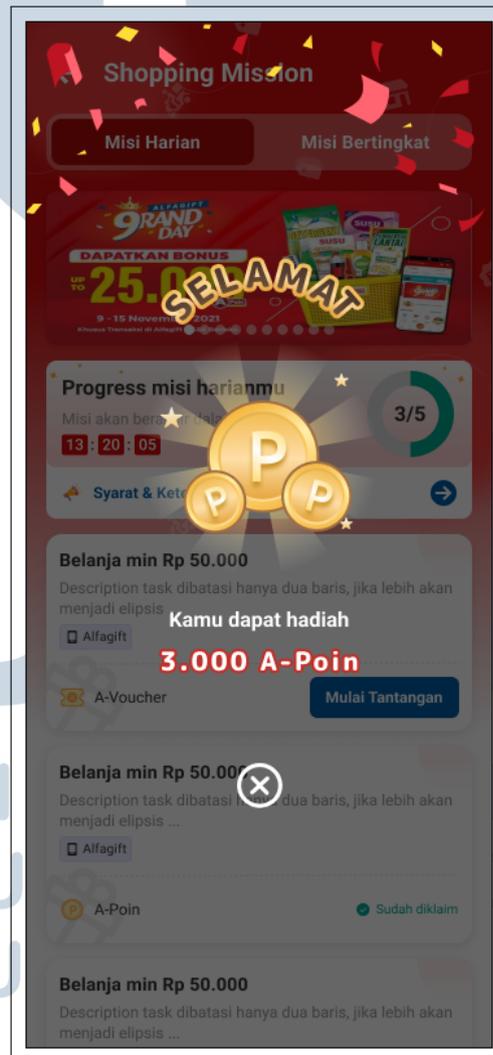
Pada Gambar 3.16 memperlihatkan tampilan *bottom sheet* pada detail misi di setiap *card* fitur *shopping mission* dalam beberapa kondisi, sesuai dengan *progress bar* misi yang sedang dijalani oleh pengguna. Komponen utama seperti *title* misi, deskripsi syarat setiap misi, *reward* yang didapatkan, dan *status progress bar* yang ditampilkan secara konsisten di setiap kondisi.

Pada kondisi awal, pengguna akan melihat *button* aksi “Mulai Tantangan” untuk memulai misi. Ketika pengguna sudah memulai misi, *status progress bar* akan menampilkan ”mulai” dengan waktu dimulai misi yang menandakan bahwa misi sudah berjalan. Jika pengguna berhasil menyelesaikan misi sesuai ketentuan, *progress bar* akan bergeser ke tahap “Selesai” dan akan menampilkan *button* “Klaim Hadiah” untuk memberitahu bahwa *reward* misi tersebut sudah bisa di klaim. Jika pengguna melakukan klaim hadiah, *progress bar* bergeser ke tahap akhir “Klaim” lengkap dengan informasi waktu pada setiap tahap. Pada tahap ini, satu-satunya *button* aksi yang tersisa adalah “Tutup” yang menandakan bahwa seluruh proses misi telah selesai. Desain *progress bar* yang disusun secara bertahap ini bertujuan untuk membantu pengguna memahami posisi mereka dalam misi, sehingga proses penyelesaian misi terasa lebih jelas dan memudahkan pengguna dalam menjalani misi harian.



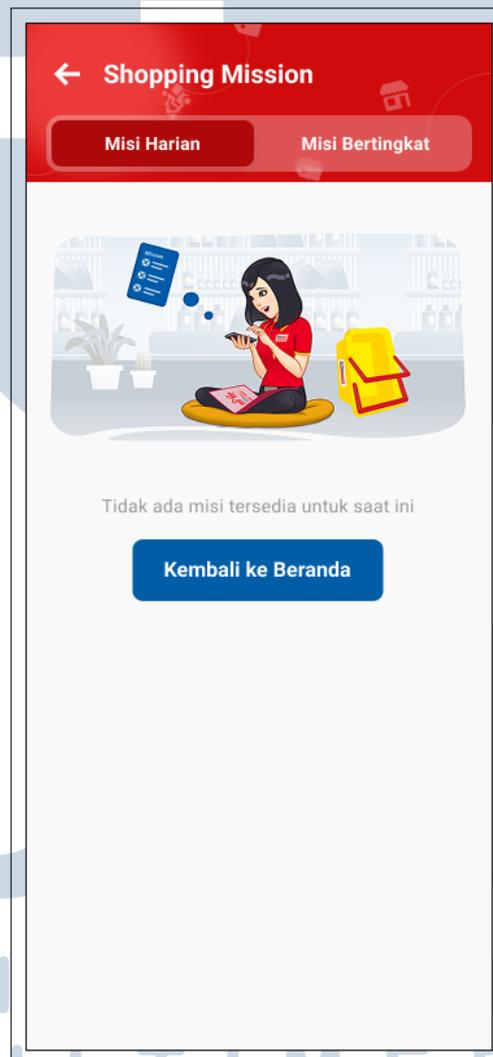
Gambar 3.17. Tampilan alur tahapan mulai misi harian

Pada Gambar 3.17 menampilkan alur ketika pengguna memulai sebuah misi dalam fitur *shopping mission*. Pengguna dapat klik *button* aksi “Mulai Tantangan” baik dari tampilan *card* misi di halaman utama maupun dari tampilan *detail mission* yang muncul dalam bentuk *bottom sheet*. Setelah *button* di klik, sistem akan secara otomatis memperbarui status misi dan menampilkan notifikasi singkat berupa *toast* dengan tulisan “Tantangan telah dimulai”. Notifikasi berupa *toast* ini membantu memberi tahu pengguna bahwa misi sudah berhasil dimulai dan bisa memulai tantangan yang dijalani. Perubahan status misi juga ditampilkan dengan indikator waktu dimulainya tantangan agar pengguna dapat mengetahui jalan misi dimulai di waktu jam berapa. Alur ini dirancang untuk memberikan proses yang mudah dipahami dan cepat dilakukan oleh pengguna.



Gambar 3.18. Tampilan berhasil klaim hadiah

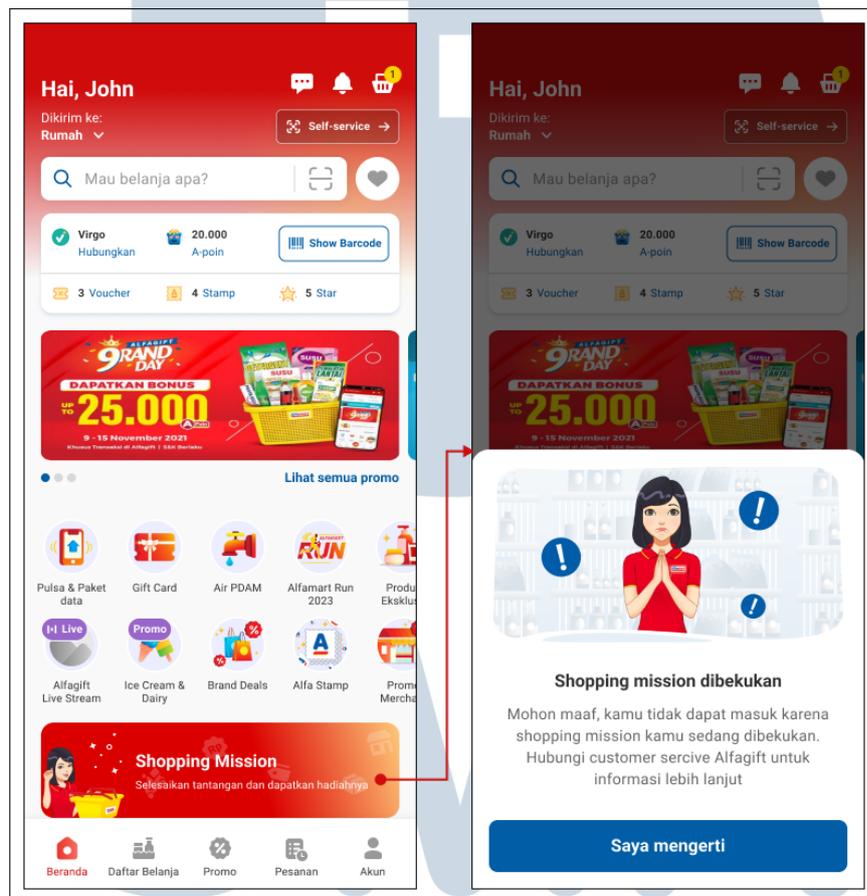
Pada Gambar 3.18 menampilkan tampilan saat pengguna berhasil mengklaim hadiah setelah menyelesaikan misi. Efek visual seperti ikon *confetti* dan ilustrasi *reward* yang digunakan untuk memberikan suasana perayaan dan memotivasi pengguna agar tetap aktif menyelesaikan misi-misi selanjutnya. Tampilan klaim hadiah ini tidak hanya berfungsi sebagai konfirmasi atas penyelesaian tugas, tetapi juga memperkuat pengalaman pengguna melalui elemen gamifikasi yang positif dan menyenangkan.



Gambar 3.19. Tampilan ketika misi sedang tidak tersedia

Pada Gambar 3.19 menampilkan kondisi ketika tidak ada misi yang tersedia bagi pengguna, baik pada *tab* misi harian maupun misi bertingkat. Tampilan ini dirancang untuk tetap memberikan pengalaman pengguna yang informatif dan tidak membingungkan dengan menghadirkan ilustrasi yang merepresentasikan kondisi

kosong secara visual agar lebih komunikatif dan menarik. Ilustrasi ini membantu menyampaikan informasi dengan cara yang lebih humanis, sehingga pengguna tetap merasa nyaman meskipun tidak terdapat konten yang bisa diakses. Selain itu, pesan pemberitahuan "Tidak ada misi tersedia untuk saat ini" ditampilkan menggunakan gaya *typography* yang sederhana dan mudah dibaca, serta didukung dengan *button* aksi "Kembali ke Beranda" berwarna biru yang kontras, sehingga memudahkan pengguna dalam menentukan langkah selanjutnya secara intuitif dan efisien.



Gambar 3.20. Tampilan saat fitur *shopping mission* sedang dibekukan

Pada Gambar 3.20 menampilkan kondisi saat fitur *shopping mission* sedang dibekukan atau tidak dapat diakses sementara waktu. Ketika pengguna membuka *card section shopping mission* di halaman Beranda maupun halaman Akun, akan muncul *bottom sheet* informatif yang menyampaikan bahwa fitur ini sedang dibekukan lengkap dengan pesan penjelas yang menyarankan pengguna untuk menghubungi layanan Alfagift untuk informasi lebih lanjut.

Desain komponen *bottom sheet* ditampilkan secara jelas dan komunikatif,

didukung dengan ilustrasi karakter dan ikon tanda seru sebagai penanda penting untuk menarik perhatian pengguna dan menyampaikan urgensi situasi dengan cara yang tetap ramah. komponen *button* aksi "Saya mengerti" disediakan untuk mengonfirmasi bahwa pengguna memahami informasi tersebut, serta membantu menjaga alur navigasi tetap terkendali tanpa menyebabkan kebingungan. Pendekatan ini mencerminkan praktik desain UX yang baik dalam mengelola kondisi *error state* dengan memberikan penjelasan, arahan, dan respons yang empatik kepada pengguna.

C Design Review

Selama pengerjaan desain tampilan antarmuka fitur *shopping mission* untuk misi harian, proses *design review* dilakukan secara *real-time* bersama mentor untuk memastikan kesesuaian antara hasil desain dengan kebutuhan pengguna dan tujuan bisnis. Tahapan ini melibatkan evaluasi terhadap elemen visual, alur interaksi, konsistensi komponen, serta keterbacaan informasi dalam setiap halaman yang dirancang. Masukan dari mentor digunakan sebagai dasar perbaikan iteratif, baik dari sisi estetika maupun fungsional.

D Implementasi Konsep UI/UX Pada Fitur Shopping Mission

Dalam perancangan fitur *shopping mission*, sejumlah prinsip desain UI/UX, serta teori *Human-Computer Interaction* (HCI) diterapkan untuk meningkatkan kemudahan penggunaan dan daya tarik visual, khususnya dalam konteks penerapan elemen gamifikasi. Prinsip *8 Golden Rules of Interface Design* yang dikemukakan oleh Ben Shneiderman dijadikan acuan dalam proses perancangan ini, dengan tujuan menghasilkan antarmuka aplikasi yang efektif, konsisten, serta mudah diakses dan digunakan oleh pengguna [8][9]. Beberapa prinsip tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Prinsip *strive for consistency* diwujudkan dalam konsistensi tampilan antarmuka seperti penggunaan komponen *button*, *bottom sheet*, *typography*, dan warna di seluruh alur fitur. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengguna dalam melakukan interaksi dan bisa menyelesaikan tugas.
2. Prinsip *seek universal usability* diwujudkan dalam penggunaan bahasa yang mudah dipahami membantu pengguna dengan cepat mengerti maksud

dari informasi misi yang ditampilkan. Selain itu, proses mengikuti misi yang singkat dan jelas membuat pengguna lebih mudah dan cepat dalam menyelesaikan misi.

3. Prinsip *offer informative feedback* diwujudkan dalam pengguna klik komponen *card* misi pada halaman *Shopping Mission*, aplikasi akan menampilkan *bottom sheet* yang berisi informasi misi, serta pilihan untuk memulai tantangan atau menutup. Hal ini memberikan umpan balik langsung kepada pengguna tentang misi yang sedang di pilih, sehingga pengguna mengerti tindakan yang telah dilakukan dan apa yang harus dilakukan selanjutnya.
4. Prinsip *design dialogs to yield closure* diwujudkan dalam pada saat pengguna berhasil menyelesaikan misi akan menampilkan *status bar* “Misi selesai” disertai dengan *button* aksi “klaim hadiah”. Pesan ini menandai bahwa proses telah selesai dengan sukses, sehingga pengguna merasa tuntas dan tidak bingung mengenai langkah selanjutnya.
5. Prinsip *prevent errors* diwujudkan dengan menampilkan peringatan berupa komponen *bottom sheet* ketika fitur *shopping mission* sedang dibekukan. Sistem akan menahan akses masuk dan memberikan penjelasan singkat agar pengguna tidak mengalami kebingungan atau mencoba interaksi yang tidak dapat diproses. Dengan demikian, sistem mencegah terjadinya kesalahan interaksi dan memberikan arahan yang jelas.
6. Prinsip *permit easy reversal actions* diwujudkan dengan adanya *button* aksi “Tutup” pada *bottom sheet* setiap *card* misi yang memungkinkan pengguna dapat membatalkan atau keluar dari tampilan informasi misi dengan mudah tanpa melakukan tindakan lebih lanjut. Hal ini meminimalkan konsekuensi dari kesalahan klik dan meningkatkan rasa aman dalam menjelajahi fitur.
7. Prinsip *reduce short-term memory load* diwujudkan dalam pengguna bisa melihat syarat dan ketentuan produk yang bisa dibeli pada setiap misi, sehingga pengguna tidak perlu mengingat produk apa saja yang bisa memenuhi tantangan misi tersebut.
8. Prinsip *support internal locus of control* diwujudkan dengan pengguna diberikan kendali penuh untuk memulai misi dan memilih kapan ingin

mengklaim hadiah, bukan secara otomatis, sehingga meningkatkan rasa keterlibatan.

Selain itu, beberapa prinsip dari *UI/UX Laws* juga diterapkan untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan penggunaan. Penerapan prinsip-prinsip tersebut antara lain:

1. Prinsip *Fitts's Law*: Hukum ini memastikan bahwa jarak dan ukuran target mudah untuk diakses oleh pengguna [10]. Pada fitur *shopping mission*, hukum ini diterapkan melalui *button* aksi seperti “Mulai Tantangan” dan “Klaim Hadiah” yang memiliki ukuran cukup besar dan ditempatkan di posisi strategis di dalam *card* misi dan *bottom sheet detail mission*. Pengguna dapat dengan mudah mengakses *button* aksi tersebut saat menggunakan perangkat seluler, sehingga mendukung efisiensi interaksi.
2. Prinsip *Hick's Law*: Hukum ini menyatakan bahwa semakin banyak pilihan yang ditampilkan kepada pengguna, semakin lama waktu yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan [10]. Pada fitur *shopping mission*, setiap misi ditampilkan secara ringkas dan terstruktur dalam bentuk *card* yang menyertakan informasi utama seperti nama misi, deskripsi misi, serta *reward* yang akan didapatkan. Penyajian informasi yang sederhana ini bertujuan untuk mengurangi beban kognitif pengguna, sehingga proses pemilihan misi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien.

3.4 Kendala dan Solusi yang Ditemukan

Selama pelaksanaan kegiatan program magang di PT Global Loyalty Indonesia, ditemukan beberapa kendala yang mempengaruhi pada proses penyelesaian tugas, antara lain:

1. Keterbatasan pengalaman dalam penggunaan *tools* desain dalam *software* Figma, khususnya dalam penerapan *design system* dan pembuatan *master component* yang bersifat *reusable*.
2. Kesulitan dalam menyesuaikan desain dengan yang dibutuhkan pengguna dan menyesuaikan desain tampilan dengan aplikasi Alfagift.
3. Pemahaman alur fitur dan kondisi tampilan yang beragam, sehingga memerlukan waktu lebih untuk memahami logika penggunaan aplikasi serta

memastikan desain dapat digunakan secara intuitif oleh berbagai segmen pengguna.

Solusi yang diterapkan untuk mengatasi kendala yang muncul selama pelaksanaan program kerja magang di PT. Global Loyalty Indonesia (Alfagift) adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan kemampuan melalui pembelajaran aktif, melalui bimbingan langsung dari mentor maupun belajar mandiri melalui tutorial online.
2. Melakukan *design review* dan diskusi rutin dengan mentor untuk memahami batasan dalam pengembangan fitur di aplikasi Alfagift.
3. Melakukan eksplorasi desain dengan mencari inspirasi dari berbagai sumber di internet dan meminta masukan dari mentor supaya desain sesuai dengan berbagai kondisi alur yang ada.

