

Pemilihan Poster untuk Sosialisasi Pelatihan VLAN dan *Google Apps Script* di Laboratorium *Network Operating System*, Universitas Telkom Menggunakan *A/B Testing*

Dodi Wisaksono Sudiharto¹, Hilal Hudan Nuha², Glen Rio Aristo³, Erwin Eka Syahputra⁴, Muhammad Nabil Furqoon⁵, Muhammad Azmi Faizuddin⁶

^{1,2,3,4,5,6} Telkom University

Jl. Telekomunikasi, Terusan Buahbatu, Bandung

e-mail: ¹dodiws@telkomuniversity.ac.id, ²hilalnuha@telkomuniversity.ac.id,
³glenrioariesto@gmail.com, ⁴ekaerwin09@gmail.com, ⁵excryst@gmail.com,
⁶azmifaizudin@gmail.com

Abstrak/Abstract

Laboratorium Network Operating System merupakan salah satu laboratorium yang memberi layanan kepada para mahasiswa, salah satunya dalam bentuk pelatihan. Dalam rangka menyukseskan acara pelatihan, maka dibuatlah poster untuk sosialisasi acara pelatihan tersebut. Terdapat beberapa desain poster yang dapat digunakan, yang pertama adalah poster yang memiliki fitur berupa foto pembicara, sedangkan yang lainnya adalah poster tanpa adanya fitur berupa foto narasumber pengisi pelatihan. Berdasarkan metode A/B Testing yang digunakan pada studi ini, diketahui bahwa poster yang memiliki fitur berupa foto pembicara lebih diminati oleh para calon peserta, sehingga menjadi pilihan poster yang akan digunakan untuk sosialisasi.

Kata kunci: A/B Testing, Poster, Sosialisasi

1. PENDAHULUAN

Laboratorium *Network Operating System*, Fakultas Informatika, Universitas Telkom, Bandung, merupakan salah satu laboratorium yang memberi layanan kepada para mahasiswa terkait seputar bidang keilmuan jaringan komputer dan sistem operasi. Salah satu layanan yang bisa diberikan kepada mahasiswa adalah berupa pelatihan. Adapun pada kasus ini, pelatihan yang diselenggarakan adalah pelatihan mengenai *Google Apps Script* dan VLAN yang menargetkan para mahasiswa di lingkungan Fakultas Informatika.

Untuk menarik peminat para calon peserta agar berkenan mengikuti pelatihan tersebut, maka dibuatlah poster yang berisi informasi seputar pelatihan. Sebelum poster tersebut disebar, pada studi ini dieksplorasi fitur yang digunakan pada poster dengan mendesainnya menjadi dua buah poster. Poster pertama memiliki fitur yang dianggap cukup krusial, yaitu foto dari para pembicara. Sedangkan poster lainnya hanya berisi informasi seputar acara pelatihan tanpa menyertakan fitur berupa foto dari para narasumber pelatihan.

Studi ini dilakukan agar saat poster terpilih disebar, nantinya akan semakin dapat menarik para calon peserta untuk mengikuti acara pelatihan tersebut. Tujuan studi adalah untuk mengetahui poster mana yang perlu dipilih untuk dijadikan poster sosialisasi, dengan menggunakan metode yang bernama *A/B Testing* (Siroker & Koomen, 2013) (Taylor, 2021).

Walau *A/B Testing* merupakan metode yang sederhana, namun metode ini sangat populer dipakai di banyak perusahaan. Bahkan, perusahaan sekelas Google mengeluarkan tool yang berkaitan dengan pemanfaatan metode ini, yang dinamakan *Google Optimize* (McMillen, 2021).

Pengembangan *A/B Testing* ini juga disajikan dalam bentuk *plugin* yang dapat secara langsung diintegrasikan ke dalam *framework* pengembangan *website*. Salah satu contohnya adalah *WordPress* (Price, 2020).

Manfaat dari penggunaan metode *A/B Testing* ini adalah agar dapat meningkatkan *awareness* dari *user* terhadap produk atau layanan yang ditawarkan, yang harapannya dengan demikian dapat menurunkan nilai *bounce rate* (Gie, 2021).

2. METODE PENGABDIAN

2.1. Kerangka Kerja

Untuk bisa menghasilkan pilihan desain poster yang diinginkan, terdapat langkah kerja yang harus dilakukan, yaitu sbb:

1. Mendesain poster dan opsi lainnya (sebagai alternatif).
2. Melakukan survey ketertarikan *user* terhadap desain. Poster yang diminati paling banyak persentasenya oleh *user*, menjadi poster yang digunakan kemudian untuk sosialisasi. Untuk pendefinisian ketertarikan *user*, pada dasarnya dapat dijawabatakan dalam bentuk asumsi (Cleanthous, 2022) (Maulida, 2021).

2.2. Desain Poster

Untuk desain yang akan digunakan, opsi pertamanya adalah seperti yang terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Desain Pertama

Desain tersebut dipilih dengan menampilkan foto para narasumber yang menjadi *trainer* dalam pelatihan. Desain alternatifnya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Desain kedua

Desain dibuat dengan tanpa adanya foto dari narasumber, dan hanya memaparkan judul, waktu dan tempat berlangsungnya acara pelatihan.

Mengingat poster akan disebar melalui media sosial, maka desain pun perlu mengutamakan tingkat *loading*. Sehingga poster yang akan dicantumkan melalui media sosial, perlu dilakukan mekanisme kompresi. Mekanisme kompresi ini dibuat menggunakan *online tool* bernama Ezgif (Daniel, 2019). *Online tool* ini merupakan *tool* yang direkomendasikan dalam pembuatan desain gambar (Fisher & Dube, 2022).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik *A/B Testing* dapat dilakukan dengan cara melakukan survey sederhana dengan menanyakan ketertarikan *user*. Untuk opsi desain yang pertama, ditanyakan pada 77 responden, dan hasilnya sebanyak 55 *user* tertarik atau persentasenya adalah 71%. Sedangkan untuk opsi lainnya juga ditanyakan kepada responden lainnya (berbeda dengan responden pertama). Hasilnya sebanyak 22 *user* tertarik pada desain tersebut atau persentasenya adalah sebesar 29%.

Dari hasil survey, dapat dikatakan bahwa opsi pertama memiliki desain yang lebih diminati oleh *user*. Sehingga opsi desain pertama dapat dijadikan pilihan dalam implementasinya.

4. KESIMPULAN

A/B Testing merupakan teknik yang dapat digunakan untuk pemilihan desain poster untuk sosialisasi melalui media sosial. Dari hasil survey, dapat dikatakan bahwa opsi pertama memiliki desain yang lebih diminati oleh *user*, di mana nilai persentasenya adalah 71% dibandingkan dengan desain yang lainnya yang sebesar 29%. Sehingga opsi pertama dapat dijadikan pilihan dalam implementasinya untuk sosialisasi *workshop* melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Cleanthous, A. (2022). *10 Guidelines To Improve The Effectiveness Of A/B Testing*. UsabilityGeek. <https://usabilitygeek.com/10-guidelines-improve-effectiveness-a-b-testing/>
- Daniel, S. (2019). *How to Edit GIF Images Using EZGIF Tool Online*. TipsMake. <https://tipsmake.com/how-to-edit-gif-images-using-ezgif-tool-online>
- Fisher, S., & Dube, K. (2022). *The 11 Best Free GIF Makers for 2022*. Lifewire. <https://www.lifewire.com/free-gif-makers-1357013>
- Gie. (2021). *Apa itu Bounce Rate? Berikut Pengertian dan Cara Mengoptimalkannya*. Accurate. <https://accurate.id/digital-marketing/apa-itu-bounce-rate/>
- Maulida. (2021). *A/B Testing Dalam Marketing: Cara Kerja Dan Manfaat*. CoreFreelancers. <https://corefreelancers.id/a-b-testing-dalam-marketing-cara-kerja-dan-manfaat/>
- McMillen, J. (2021). *The 20 Most Recommended AB Testing Tools By Leading CRO Experts (2021 Update)*. Conversion Sciences. <https://conversionciences.com/ab-testing-tools/>
- Price, S. (2020). *7 Best WordPress Plugins for A/B Testing*. HostGator. https://www.hostgator.com/blog/best-wordpress-plugins-ab-testing/?utm_source=google&utm_medium=genericsearch&gclid=CjoKCQIAoY-PBhCNARIsABcz772A48DXuZXhJw4uwTE3uB32Nm5PmNB8LuINlHTG8slTZhqcs7Dqh dcaApVjEALw_wcB&gclid=aw.ds
- Siroker, D., & Koomen, P. (2013). *A/B Testing: The Most Powerful Way to Turn Clicks Into Customers*. John Wiley & Sons.
- Taylor, E. (2021). *How to Use a Survey to Conduct an A/B Image Test*. Driverresearch. <https://www.driverresearch.com/market-research-company-blog/conducting-ab-testing-use-an-online-survey-for-better-insights/>