



detikcom

Study Case Seleksi MSIB - Product Management

Analisis Aplikasi detikcom



Riwayat Data Diri



Utari Widya Ardhana

Hai ! Aku "Si Optimis"

Selain memiliki kelebihan berpikir kritis, bisa bekerja sama tim, memimpin aku juga memiliki kelebihan pada bidang IT, *Product Manager*, *Design Graphics and Data*.

[Lihat CV](#)

[Email](#)

[Linkedin](#)

[Whatsapp](#)

[Portofolio](#)

Pendidikan

Sistem Informasi - IPK : 3.92/4.00

Universitas Mulawarman (2021 - Sekarang)

Pengalaman Kerja

Content Creator - Freelance

Sekarang

30+ Perusahaan

Product Manager - Magang

Sep, 2022 – Mar, 2023

Feedloop.ai

KOL/Influencer - Kontrak

Sekarang

KitaLulus

Graphic Designer - Penuh Waktu

Mei, 2022 – Nov, 2022

PT YN99 Sukses Abadi



detikcom

Product Discovery





Analisis Produk



Background

Aplikasi mobile yang dihadirkan detikcom merupakan salah satu tujuan Detikcom untuk menghadirkan ragam berita paling update setiap harinya berupa breaking news, video viral, fokus berita, hingga infografis interaktif melalui genggaman

Product Analysis

Overview Product	detikcom versi aplikasi ini menyediakan berbagai macam berita terbaru dari berbagai daerah, menikmati sesi menonton video dan live, promo dan informasi event tersedia berbagai layanan dan memiliki banyak kategori berita
Revenue Stream	Pemasangan iklan, Pajak pembelian tiket via detikcom
Cost Structure	Teknologi infrastuktur, Pengembangan aplikasi, Pajak perusahaan, gaji karyawan, promosi

Top Competitors	Kompas.id , CNN Indonesia , Kompas.com
Key Trends or opportunity	Promo iklan, Pembelian tiket destinasi, Menonton live TV dan video, memiliki banyak layanan islami, terdapat jadwal event, memiliki layanan kalkulator dan terdapat banyak kategori berita
Customer (behaviour, demographics)	Researcher, mahasiswa yang ingin mencari sumber referensi, pengamat, masrayakat umum yang membutuhkan produk detikcom
Channel to promote their product	SEO , Website detikcom, marketing pada sosial media.

Product Analysis

Pada bagian ini, penulis akan melakukan analisis kelemahan dan kelebihan terhadap produk yang akan menjadi referensi untuk rekomendasi perbaikan dan peningkatan

Kelemahan

Iklan yang banyak dengan pop up yang tidak teratur

Kelebihan

Memiliki berbagai layanan dan juga rekomendasi, sehingga pengguna merasa terpenuhi

RICE Scoring

Disini penulis menggunakan metode RICE (Reach, Impact, Confidence dan Effort) untuk menentukan seberapa besar pengaruh kelemahan fitur pada product

$$(R * I * C) / EFFORT = RICE Score$$

Features	R	I	C	E	Total
Iklan beserta pop up	120	4	50%	3	80

Ideation

Berdasarkan analisis kelemahan fitur pada produk aplikasi mobile detikcom muncul pertanyaan **“Bagaimana agar iklan tetap ada tapi tidak menganggu pengguna?”** karena memang beberapa iklan yang muncul dalam bentuk pop up ataupun sticky jika pengguna tidak sengaja klik maka akan masuk ke laman website iklan. Ini dia solusi yang bisa penulis tawarkan

Solution :

1. Carousel : dengan penggunaan carousel ini lebih efisien karena hanya menggunakan 1 frame untuk banyak iklan
2. Grid : penggunaan grid pada tampilan mobile app untuk iklan juga bisa menjadi solusi agar tidak ada nya penumpukan iklan

Key Metrics

Untuk melihat seberapa membantu nya solusi yang penulis berikan, berikut adalah key success metrics nya:

1. Pengguna akan malas menggunakan mobile app jika iklan terlalu banyak
2. Pengguna lebih nyaman jika iklan terdapat di satu tempat



detikcom

Product Planning





Strategi Produk



Scrum Framework

Penulis memilih Scrum Framework karena lebih cocok untuk short-term project dalam pembuatan sebuah produk. Berikut adalah strategi yang penulis buat untuk ideation dari kelemahan produk



1. **Sprint Backlog** : Menyiapkan PRD untuk fitur yang akan ditambahkan pada produk
2. **Sprint Planning** : Membuat timeline untuk dikerjakan sesuai dengan tim
3. **Daily Scrum** : Daily meeting untuk sounding dan foll up proses
4. **Sprint Review** : Review setiap minggu
5. **Sprint Retrospective** : Lanjut planning dan evaluasi untuk sprint fitur produk selanjutnya

Objective and Key Results

Objective :

Meningkatkan aksebilitas dalam penggunaan aplikasi mobile detikcom dengan pelayanan terbaik untuk kebutuhan pengguna

Key Results

1. Menambahkan beberapa fitur carousel pada bagian atau menu di produk
2. Menyatukan berbagai iklan pada satu tempat yang sama

Dalam OKR diatas menunjukkan jika tujuan utama dari penambahan fitur pada produk adalah untuk meningkatkan aksebilitas pengungunaan detikcom dengan 2 key result yang diberikan diatas.

Segmen Pasar Target

- Awarness Building

Strategi awal untuk masuk ke segmen pasar adalah dengan menggunakan strategi pemasaran below the line dan above the line menggunakan ads pada google dan lainnya

- Retention

Penting sekali untuk mempertahankan pengguna aktif, sehingga perlu pembaruan fitur maupun tampilan pada aplikasi mobile detikcom. Dalam hal ini juga, detikcom bisa memberikan reward untuk pengguna yang aktif membaca berita atau menggunakan fitur pada aplikasi mobile detikcom

Fitur Ideation

Carousel



Grid



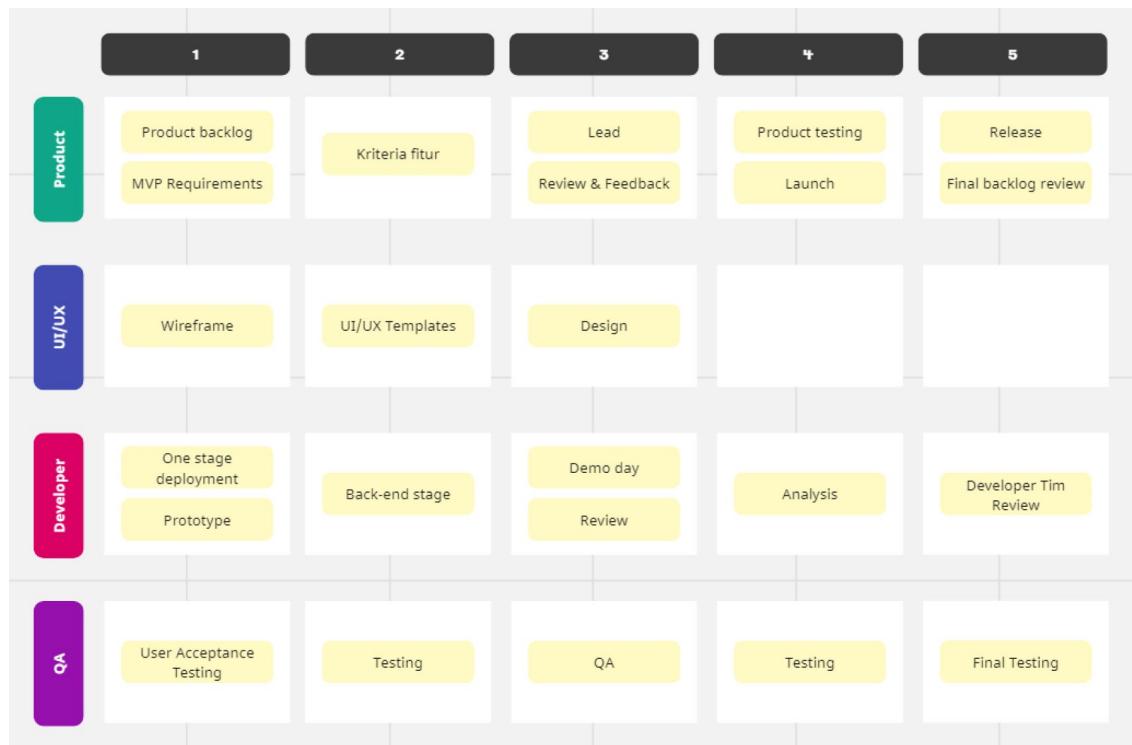


detikcom

Product Development

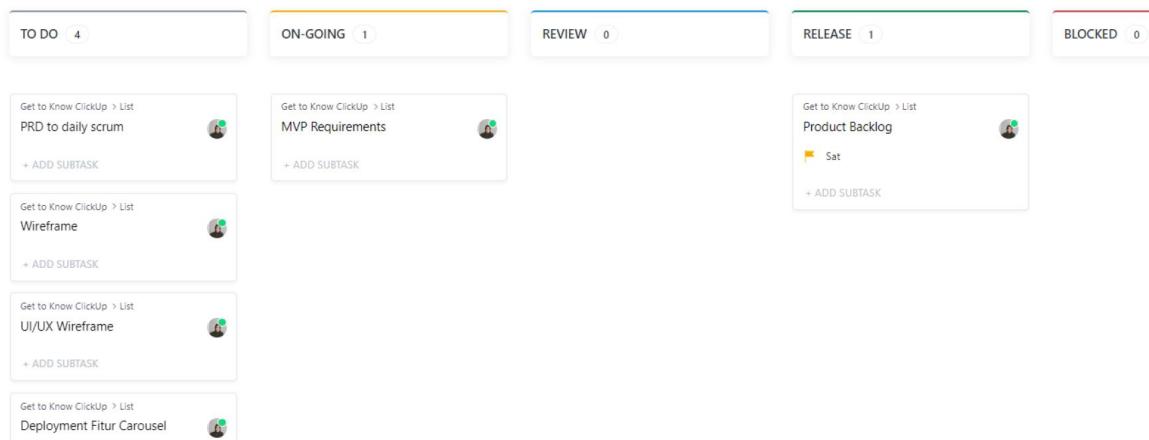


Scrum Roadmap



Kanban Roadmap

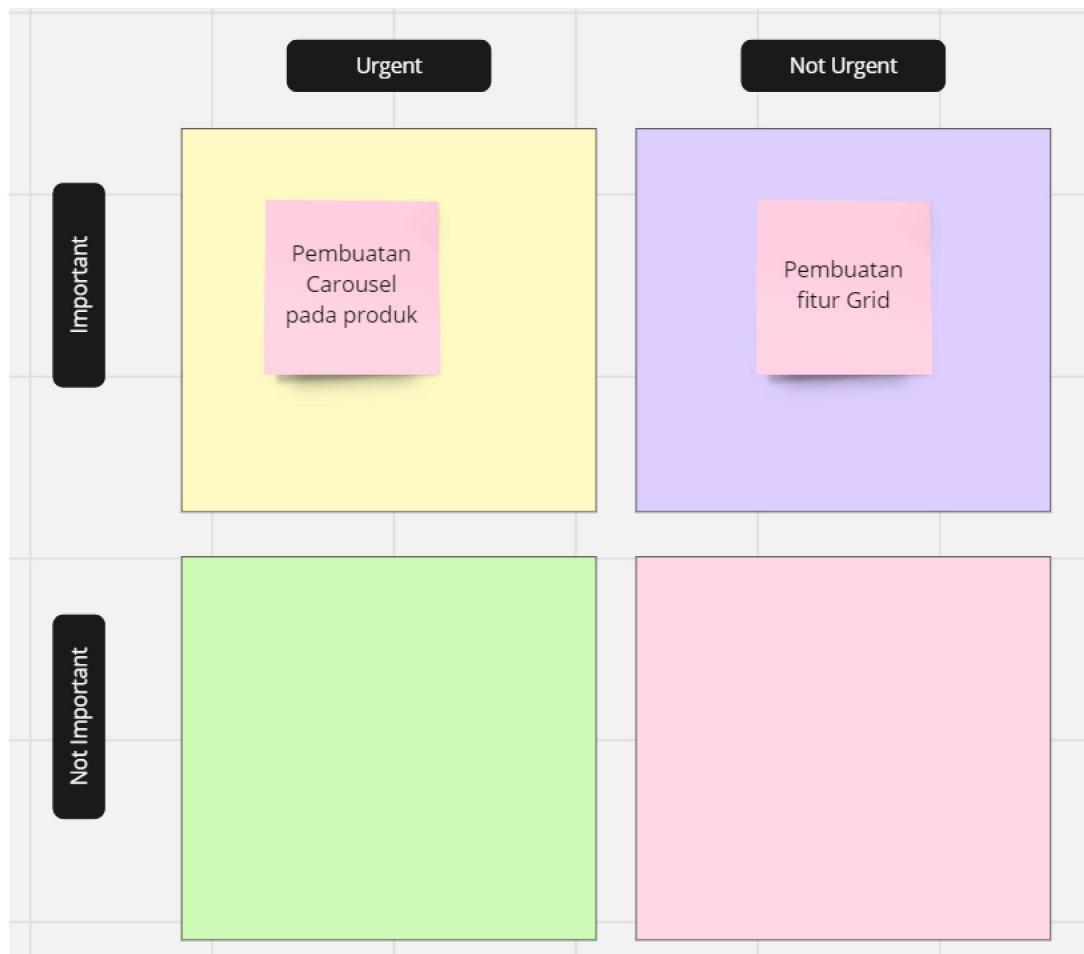
Kanban Roadmap penulis gunakan untuk alur pengembangan produk berdasarkan status untuk lebih memudahkan pemantauan



Prioritization

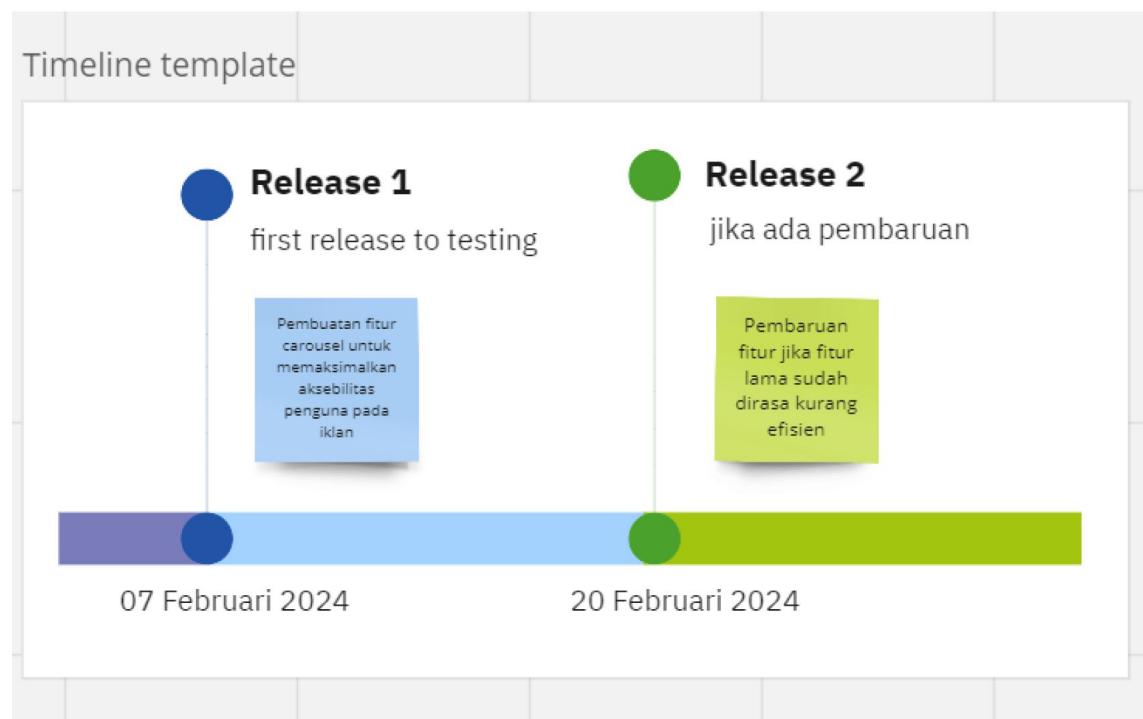
1. Pembuatan fitur carousel meningkatkan aksebilitas pengguna
2. Pembuatan fitur grid sebagai pilihan kedua setelah carousel

Eishenhower Matrix



Release Timeline

Timeline untuk release fitur carousel / grid ini dibuat sesuai dengan roadmap yang telah dibuat.





Thank you !

