

Abstrak

Transformasi digital dalam *e-commerce* mendorong pemanfaatan notifikasi sebagai media komunikasi langsung kepada pengguna. Namun, rendahnya efektivitas interaksi terhadap notifikasi promo pada aplikasi Tokopedia dan Shopee mengindikasikan adanya persoalan dalam strategi desain yang diterapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penyebab rendahnya keterlibatan pengguna terhadap menu notifikasi, serta merumuskan konsep desain yang adaptif terhadap kebutuhan pengguna. Pendekatan kualitatif digunakan dengan metode observasi antarmuka aplikasi dan wawancara mendalam terhadap pengguna Generasi Y dan Z, dilengkapi validasi melalui triangulasi data. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan tematik dan konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain visual yang monoton, *copywriting* yang tidak relevan, serta frekuensi notifikasi yang berlebihan menjadi faktor dominan dalam mengabaikan pesan promosi. Berdasarkan temuan tersebut, dikembangkan konsep notifikasi yang lebih kontekstual, personal, dan berbasis prinsip desain berpusat pada pengguna. Konsep ini divalidasi melalui pengujian A/B dan wawancara dengan praktisi *UI/UX*. Simpulan dari penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan empatik dan personalisasi dalam desain notifikasi guna meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran digital.

Kata Kunci: *Desain Notifikasi, E-Commerce, Menu Notifikasi, User Experience*