

ABSTRAK

Shopee dikenal sebagai *platform e-commerce* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Salah satu keunggulan yang ditawarkan oleh *platform* ini adalah *flash sale* pada berbagai produk di waktu-waktu tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola atensi visual pengguna shopee ketika melihat *website* dengan keterangan *flash sale* menggunakan teknologi *eye tracker*. Sebanyak 63 partisipan yang dibagi menjadi dua kelompok berdasarkan pengalaman menggunakan shopee diperlihatkan empat jenis produk yang masing-masingnya ada tampilan *flash sale* dan tampilan normal. Terdapat lima *region of interest* pada masing-masing tampilan dan dua jenis fungsi berupa *first time fixation* dan *dwell time* yang kami analisis. Penelitian ini menunjukkan, bahwa sekalipun durasi terlama digunakan oleh partisipan untuk melihat regio keterangan *flash sale*, regio pertama yang dilihat oleh kedua kelompok peserta adalah regio produk. Kami berharap data ini dapat menjadi referensi untuk desain tampilan *website platform e-commerce* guna meningkatkan atensi terhadap pesan utama yang hendak disampaikan.

Kata kunci: Shopee, Penjualan kilat, Pelacakan Mata, Pelanggan, Perhatian Visual