

PERANCANGAN *USER INTERFACE* DAN *USER EXPERIENCE* PERSONAL COLOR TEST SEBAGAI UPAYA PENUNJANG PENAMPILAN GENERASI Z

Indah Aulia Damayanti ¹⁾ Setya Putri Erdiana ²⁾ Dhika Yuan Yurisma ³⁾

Program Studi/Jurusan Desain Komunikasi Visual
Universitas Dinamika

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1)20420100032@dinamika.ac.id, 2)tya@dinamika.ac.id, 3)dhika.dinamika.ac.id

Abstrak: Penampilan merupakan hal yang sangat diperhatikan dalam kegiatan sehari – hari, penampilan yang mengacu kepada fisik setiap individu. Penampilan yang menarik juga membentuk sikap individu itu sendiri, pembentukan yang dimaksud adalah upaya masing – masing individu dalam menjadikan penampilannya yang menarik dan cocok untuknya. Salah satunya yakni make up dan penampilan outfit yang dikenakan, seperti generasi Z sangat memperhatikan penampilan mereka dimanapun seperti saat kuliah atau bertemu dengan teman. Personal Color Analysis yang sedang menjadi tren yang sangat populer karena seorang beauty influencer bernama Tina Yong yang membagikan pengalamannya dan beberapa K-pop idol telah melakukan personal color analysis ini sehingga pada tahun 2023 awal menjadi tren di media sosial seperti Instagram, tiktok dan youtube. (Nadya 2023). Di Indonesia sendiri personal color analysis ini juga sangat menjadi topik hangat, karena bisa membantu menentukan warna yang pas untuk menunjang penampilan pada generasi Z. Personal Color Analysis menurut (Kim 2005) adalah metode untuk menentukan palet warna yang paling menguntungkan individu berdasarkan karakteristik fisik alami mereka ini melibatkan identifikasi kombinasi warna-warna yang akan memperindah dan menonjolkan penampilan seseorang.

Kata Kunci: *User Interface User Experience, Personal Color Analysis, Penampilan*

Penampilan merupakan hal yang sangat diperhatikan dalam kegiatan sehari – hari, penampilan yang mengacu kepada fisik setiap individu. Penampilan yang menarik juga membentuk sikap individu itu sendiri, pembentukan yang dimaksud adalah upaya masing – masing individu dalam menjadikan penampilannya yang menarik dan cocok untuknya. Salah satunya yakni make up dan penampilan outfit yang dikenakan, penampilan yang menarik bukan hanya digunakan saat ada acara penting dan pesta, seperti generasi Z sangat memperhatikan penampilan mereka dimanapun

seperti saat kuliah atau bertemu dengan teman (Melyanita and Yulianita 2023).

Menurut (Haviland 2019) Generasi Z yang lahir pada tahun 1995 – 2012 dikenal sebagai generasi yang senang perhatian dan penampilan yang menarik. Gen Z di Indonesia selalu berani mencoba perkembangan tren fashion dari model *casual, vintage, retro streetwear*, dan lain – lain. Di Indonesia, terdapat beragam warna kulit karena negara ini memiliki keragaman etnis dan budaya yang kaya mulai dari kulit putih hingga coklat gelap, karena keragaman warna kulit yang ada di Indonesia. rata – rata warna kulit orang di Indonesia adalah warna sawo matang, *neutral* dan

warm undertone adalah jenis undertone warna yang paling dominan di Indonesia. Dalam era saat ini, setiap individu dituntut untuk memenuhi kriteria *good looking* yang dianggap menjadi hal utama dalam berkehidupan sosial. Dalam menggunakan makeup dan penampilan yang cocok untuk individu masing – masing merupakan salah satu cara agar penampilan menjadi lebih menarik (Komalasari et al. 2022). Dengan adanya *Personal Color Analysis* yang sedang menjadi tren yang sangat populer karena seorang beauty influencer bernama Tina Yong yang membagikan pengalamannya dan beberapa K-pop idol telah melakukan *personal color analysis* ini sehingga pada tahun 2023 awal menjadi tren di media sosial seperti Instagram, tiktok dan youtube. (Nadya 2023). Di Indonesia sendiri *personal color analysis* ini juga sangat menjadi topik hangat, karena bisa membantu menentukan warna yang pas untuk menunjang penampilan pada generasi Z. *Personal Color Analysis* menurut (Kim 2005) adalah metode untuk menentukan palet warna yang paling menguntungkan individu berdasarkan karakteristik fisik alami mereka ini melibatkan identifikasi kombinasi warna-warna yang akan memperindah dan menonjolkan penampilan seseorang. Pada tahun 1980-an, Carole Jackson mempopulerkan konsep ini melalui buku "Color Me Beautiful". Buku ini mengklasifikasikan orang ke dalam empat musim berdasarkan warna-warna yang paling mendukung penampilan bagi mereka, yaitu musim semi, musim panas, musim gugur, dan musim dingin.

Untuk dapat membantu generasi z dalam menunjang penampilannya, diperlukan strategi dan pendekatan yang sesuai dengan minat dan interest mereka. Hal yang paling dekat dengan generasi z saat ini adalah teknologi berupa smartphone, terutama untuk mencari update tren fashion terbaru. Data menunjukkan 2021, Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna mobile application menduduki peringkat tertinggi dalam kategori lama penggunaan mobile-app yaitu 5,4jam per hari (Amalia 2022). Dan pengguna berusia 17 – 25 tahun, dimana generasi z termasuk didalamnya, merupakan pengguna mobile-app terbanyak di Indonesia (Herning Banirestu 2019). Hal ini membuktikan bahwa mobile-app dapat menjadi sebuah media yang tepat dalam mengenalkan personal color test kepada generasi z yang ada di Indonesia.

Permasalahan yang ada di Indonesia sendiri, ahli *personal color test* masih terbatas sehingga

pemesanan tempat yang sulit didapatkan dan harganya yang cukup mahal. Sedangkan aplikasi desain *personal color* yang telah ada, dianggap masih belum mampu mencapai akurasi pengguna warnanya bagi orang asia dan juga tahapannya serta bahasa yang sulit dipahami untuk orang Indonesia (Reana 2023). Maka dari itu dengan adanya perancangan desain *UI/UX* aplikasi *personal color test* diharapkan mampu menyediakan media yang dapat digunakan dan dijangkau oleh generasi Z di Indonesia dalam menunjang penampilan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode *design thinking* dan *método kualitatif*. Berikut penjelasannya :

Metode untuk pengumpulan data akan menggunakan metode *design thinking* yang dimana metode ini akan digunakan untuk memecahkan masalah dan mengembangkan solusi inovatif dengan fokus kepada pengguna, pengumpulan data akan mencakup wawancara, observasi, brainstorming, prototype dan test kepada pengguna. Demikian penggunaan jenis kualitatif dan *design thinking*, hasil dari permasalahan dapat menjadikan aspek penyelesaian secara dasaran kajian teori dan data lapangan (bell, 2008). Dalam pembuatan perancangan Tugas Akhir ini menggunakan metode kualitatif. Prosedur penelitian dapat menghasilkan data deskriptif berupa lisan dan tertulis dari perilaku orang – orang yang diamati. Dengan memilih metode kualitatif dan merangkumnya dalam kajian teoritis, maka fokus penelitian didasarkan pada kejadian dilapangan dan data dikumpulkan menjadi data, sehingga menghasilkan gagasan konseptual visual (Sugiyono 2013).

Hasil Analisis Data

1. Reduksi Data

a. Observasi

Dari hasil observasi yang telah dilakukan peneliti ditemukan bahwa Personal color test melakukan beberapa tahapan saat melakukan test *summary*, *elements check*, *draping* dan

coaching warpup. Proses pertama adalah *summary* ahli *personal color analysis* memperkenalkan diri dan *personal color* secara umum dan proses – proses yang akan dilakukan. Proses kedua adalah *element check* melakukan *check undertone* dengan menggunakan alat *cube analysis curator* yang akan menemukan warna *undertone*. Proses yang ketiga adalah *drapping* ahli *personal color analysis* melakukan test 4 *seasons color*, aksesoris dan warna *makeup* dengan meletakkan kain dan palate kertas warna kepada client dan menentukan warna yang pas untuk *personal color clientnya*. Tahapan yang terakhir adalah *coaching warpup* ahli *personal color* melakukan analisis *makeup* kepada *makeup client* yang telah dibawa dan merekomendasikan *makeup* yang pas sesuai dengan *personal color clientnya*.

b. Wawancara

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan ahli *personal color test* Monica Natasya. Ahli *personal color test* Monica Natasya belajar tentang *personal color* di korea selatan dan warna yang cocok untuk semua kulit asia adalah *color theory personal color test* korea, sehingga *personal color test* di saekjo studios menggunakan standart warna dan ketentuan dari korea selatan. *Personal color test* menurut ahlinya dibagi menjadi 4 *seasons color* yaitu *winter, autumn, summer* dan *spring*. Pelanggan yang datang di saekjo studios untuk melakukan *personal color test* kebanyakan adalah generasi Z

yang ingin menunjang penampilan untuk kesehariannya. Menurut ahli *personal color test* Monica Natasya *personal color* bukan untuk membatasi gaya berpakaian seseorang, tetapi mengarahkan warna dan gaya yang terbaik untuk individu. *Personal color* terfokus kepada wajah yang dimana media pendukung penampilan membuat wajah lebih fresh dan berseri, dari pada terfokus pada gaya media penampilan. Monica Nastasya berkata cahaya juga mempengaruhi dari hasil *personal color* seseorang, cahaya yang baik adalah yang berwarna putih atau menggunakan sinar matahari langsung. Cahaya berwarna kuning atau jingga dapat merubah hasil dan warna yang tidak sesuai dengan individu.

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan developer IT Rendy Yusuf Prasetyo dan Giga Razki Arianda. Ahli developer Rendy Yusuf Prasetyo *freelancer* dalam bidang IT sering mendapatkan *project* untuk mengerjakan website web dan aplikasi, seperti website wisata kota Mojokerto, dan Giga Razki Arianda *freelancer* dalam bidang penataan *UI/UX* dan desain 3D. proses pengerjaan aplikasi *personal color* ini dibadi dua kepada developer IT, Rendy Yusuf Prasetyo menghandle akses dan *coding* dari aplikasi Giga Razki Arianda penantaan desain dari aplikasi ini. Proses pengerjaan memakan waktu 2- 3 bulan pengerjaan aplikasi. Menurut IT Rendy Yusuf Prasetyo aplikasi *personal color test* ini memiliki fitur yang

beragam untuk mencapai kemudahan target pengguna generasi z, dan melakukan sistem pencocokan warna saat pengguna melakukan test dan hasil ahir akan muncul ketika pengguna telah melakukan semua test yang ada diaplikasi tersebut. Dengan adanya fitur membagikan konten dapat mencangkup target generasi z yang gemar dan menampilkan konten dan gaya hidup disosial media.

c. Dokumentasi

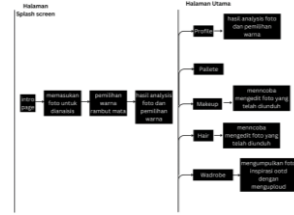
Dokumentasi didapat peneliti ketika terjun kelapangan secara langsung. Observasi dilakukan di Saekjo Studios , Kota Surabaya. Dalam dokumentasi tersebut peneliti berinteraksi dengan ahli personal color test untuk mengetahui lebih lanjut terkait personal color test.

2. Hasil Penyajian Data

A. Analisis Kompetitor

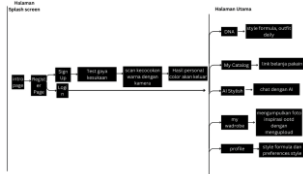
Ide *personal color test* sebagai wadah untuk membantu dalam berpenampilan bukan merupakan ide baru. Sehingga ada aplikasi serupa yang telah ada yang akan menjadi kompetitor, untuk mengetahui perbedaan antara aplikasi yang peneliti buat dengan aplikasi serupa dilakukan analisis kompetitor dengan mencari informasi melalui artikel, ulasan pengguna, dan mencoba menggunakan aplikasi. Dilakukan penggalan informasi mengenai produk, layanan, kelebihan, dan kekurangan dari aplikasi yang serupa, berikut analisis aplikasi dapat dilihat pada gambar berikut ini.

A. Color Analysis – Dressika



Sumber : Penulis 2024

A. Style DNA



Sumber : Penulis 2024

Aplikasi Style DNA

B. Seasonal Color – Match and Find



Sumber : Penulis 2024

No	Nama Aplikasi	Fitur	Kelebihan	Kekurangan
1	Color Analysis - Dressika	Personal Color Test, Profile, Share, Purchase, Recommendation, History
2	Style DNA	Personal Color Test, Profile, Share, Purchase, Recommendation, History
3	Seasonal Color - Match and Find	Personal Color Test, Profile, Share, Purchase, Recommendation, History

Sumber : Penulis, 2024

Berdasarkan informasi yang telah didapatkan dari aplikasi yang serupa dengan rancangan yang akan peneliti buat adalah *color analysis – dressika, style dna* dan *seasons color – match and find*. Ketiga aplikasi tersebut pengumpulan informasi dibedakan menjadi produk yang dihasilkan, layanan yang ditawarkan, kelebihan dan kekurangan dari aplikasi tersebut. Fitur yang sudah ada didalam 3 aplikasi tersebut antara lain seperti pemilihan *personal color test* dan Profile. Aplikasi *personal color test* yang akan peneliti lakukan memiliki fitur yang tidak dimiliki dar

aplikasi 3 tersebut, seperti *shop*, *feed content*, dan *test undertone*. Informasi yang telah didapat dijadikan sebagai pembeda atau acuan yang dapat diterapkan pada aplikasi yang akan dibuat oleh peneliti.

3. Kesimpulan

Peneliti telah melakukan beberapa tahapan analisa data mulai dari reduksi data, observasi, hingga penyajian data yang telah dikumpulkan selama beberapa bulan. Kemudian dari beberapa tahapan tersebut dapat ditarik kesimpulan target pengguna dengan usia 17 – 25 tahun dan bahwasannya perlu dibuatkan sebuah media aplikasi personal color test sebagai media penunjang penampilan generasi z , 46 untuk membantu generasi z dalam berpenampilan dengan mudah.

Analisis STP (Segmenting Targeting, dan Positioning)

1. Konsep dan Keyword

a. Segmentasi

1. Geografis

- Negara : Indonesia
- Teritorial : Jawa Timur
- Distrik : Surabaya
- Kepadatan Populasi : Kota Besar

2. Geografis

- Usia : 17 – 25 th
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Profesi : SMA – Mahasiswi
- Ekonomi : Semua Kalangan

b. Targeting

Untuk targeting menggunakan target audience 17 – 25 tahun. Usia 17 – 25 tahun memiliki karakteristik yaitu cara berfikir yang sudah mulai matang untuk dapat mempelajari sesuatu secara maksimal ditunjang dengan perkembangan kognitif yang lebih memumpuni agar informasi yang disampaikan bisa diterima lebih baik.

c. Positioning

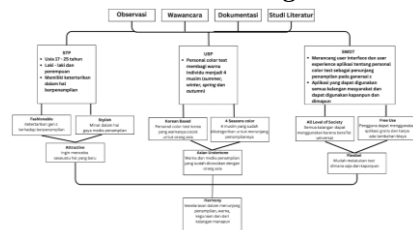
Perancangan *user interface* dan *user experience* aplikasi *personal color test* bertujuan untuk media penunjang penampilan pada generasi z, pada perancangan *user interface* dan *user experience* ini berisikan visual *4 seasons color* berupa test yang akan dilakukan dan rekomendasikan media penampilan yang cocok dengan individu yang diharapkan bermanfaat untuk penunjang penampilan.

Analisis SWOT

Faktor Internal (S-W)	Strength	Weakness
Faktor Eksternal (O-T)	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi color test merupakan konsep yang unik. Memiliki warna & mode yang dapat membantu dalam memilih warna. Persepsi color test yang unik. Persepsi color test yang unik. 	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi color test belum banyak diketahui. Persepsi color test yang unik. Persepsi color test yang unik. Persepsi color test yang unik.
Opportunities	S-O	W-O
Threats	S-T	W-T

Sumber : Penulis 2024

Key Communication Message



Sumber : Penulis 2024

Deskripsi Keyword

Berdasarkan dari hasil reduksi, peneliti

menemukan Key Communication Message yaitu *Harmony*. Dimana keyword ini arti yang segala sesuatu yang dimaksud keselarasan dalam warna dan penampilan, hal itu sama dengan personal color yang membantu menyelaraskan individu untuk menunjang penampilannya. Visual yang ditampilkan adalah menggunakan warna berdasarkan 4 *seasons color*. Maka dari itu dalam penelitian ini peneliti merancang *user interface* dan *user experience* untuk menentukan warna yang cocok untuk individu sebagai penunjang penampilannya, aplikasi ini akan berisikan personal color test dari undertone hingga personal color test dan rekomendasi media penampilan yang cocok dengan target *audience* usia 17-25 tahun yang diharapkan dapat bermanfaat dan berguna sebagai media penunjang penampilan.

Konsep Umum

Aplikasi personal color test yang dirancang ini diharapkan dapat berperan sebagai media informasi untuk menunjang penampilan kepada generasi z di Indonesia. Melalui proses design thinking, mulai dari tahapan empathize, define dan ideate agar dapat menghasilkan aplikasi yang, efektif dan sesuai dengan target audiens.

Target User

Tahapan yang pertama dalam konsep perancangan adalah dengan menentukan target user yakni generasi z, khususnya yang berada pada usia 17 – 25 tahun. Rentang usia dipilih agar lebih fokus pada konten dan visual yang akan ditampilkan. Selain itu, usia ini dipilih berdasarkan ketertarikan generasi z terhadap berpenampilan. Insight ini didapatkan dengan melakukan riset data yang ada.

Strategi Perancangan

Tahapan selanjutnya adalah menentukan strategi dalam merancang aplikasi personal color test yang sesuai dengan data yang didapatkan mengenai target audiens yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya. Berikut strategi yang digunakan dalam perancangan ini yang disesuaikan dengan 5

tahapan dalam merancang user experience.

A. Strategy

Strategy merupakan kebutuhan pengguna, yang di ambil dari Analisa data kuisisioner dan wawancara. Berikut strategy dalam perancangan aplikasi personal color test :

1. Kebutuhan pengguna berbeda – beda dikarenakan undertone dan personal color serta selera fashion yang beda
2. Pengguna membutuhkan arahan berpenampilan yang mudah untuk sehari - hari
3. Pengguna membutuhkan rekomendasi media penampilan yang mudah
4. Pengguna membutuhkan wadah untuk menyalurkan gaya berpenampilan
5. Pengguna tertarik terhadap visual terutama foto media penampilan dan warna yang sesuai dengan 4 musim warna
6. Pengguna dapat menggunakan aplikasi secara gratis dan dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.

B. Scope

Scope berisikan konten dan fitur yang akan ditampilkan sebagai jawaban dari kebutuhan pengguna. Berikut konten scope dalam perancangan aplikasi *personal color test*:

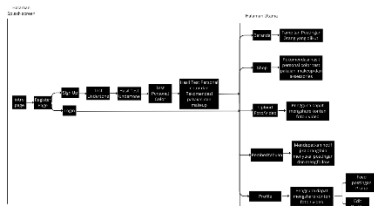
1. Menyediakan step personal color test untuk menentukan warna dari setiap pengguna
2. Menyediakan *upload* ke media sosial untuk *sharing outfit*
3. Menyediakan wadah untuk membagikan gaya pengguna dan merekomendasikan produk yang digunakannya
4. Menyajikan konten yang bermanfaat untuk menunjang penampilannya
5. Berikut fitur yang akan ditampilkan pada aplikasi personal color test sebagai jawaban dari kebutuhan pengguna:
6. Personal color memiliki 4 *Season color* sebagai warna untuk menentukan warna dari

penggunanya. Dengan menyajikan step awalan dengan melakukan test undertone hingga test warna personal color. Dan dengan hasil akhir warna test dengan rekomendasi media penampilan

7. Fitur 'home' disediakan untuk melihat konten dari pengguna lain dan membagikan produk dengan tersediannya keranjang disetiap postingan yang ada, agar mempermudah pengguna untuk membagikan konten dan produk untuk dibagikan
8. Fitur 'shop' yang akan langsung tersambung dengan *e-commerce* akan mempermudah pengguna untuk membeli barang yang sudah direkomendasikan
9. Fitur upload foto dan video sebagai media menyalurkan konten dan membagikan gaya penampilan para pengguna

C. Structure

Aplikasi personal color test merupakan aplikasi yang menyajikan 4 *seasons color test* untuk generasi z. Perancangan alur aplikasi ini pertama-taman dirancang berdasarkan referensi alur aplikasi personal color test lainnya yang menjadi rujukan dalam perancangan ini.



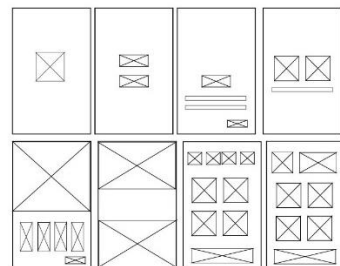
Sumber : Penulis, 2024

Dimulai dengan *intro page* dengan memunculkan logo dari aplikasi *personal color test*, *register page* dengan adanya *sign up* dan *login*. *Sign up* akan mengarahkan pengguna untuk melakukan beberapa test undertone dan *personal color test*, lalu hasilnya akan menentukan isi

home dari pengguna yang memunculkan *feed* konten dan keranjang belanja media penampilan. *Login* akan diarahkan langsung ke home pengguna. Terdapat fasilitas pengguna untuk membagikan gaya dalam berpenampilan, membagikan link belanja dan mendapatkan rekomendasi media penampilan.

d. Skeleton

Langkah selanjutnya adalah merancang wireframe yang merupakan kerangka aplikasi yang termasuk dalam tahapan skeleton. Wireframe menggambarkan tata letak gambar, ikon, tombol, teks dan elemen grafis lainnya tanpa menggunakan elemen visual agar berfokus pada fungsi dan utility aplikasi. Sejalan dengan alur aplikasi, wireframe dirancang berdasarkan referensi alur aplikasi personal color test lainnya yang menjadi rujukan dalam perancangan ini.



Sumber : Penulis, 2024

e. Surface

Tahapan akhir dalam merancang *user experience* adalah menentukan visual yang akan ditampilkan atau disebut tahapan *surface*. Berikut elemen – elemen visual yang ditampilkan pada aplikasi personal color test :

1. Pemilihan burung merak sebagai unsur logo dan ikon utama aplikasi menggambarkan bahwa *personal color test* memiliki beragam keindahan warna seperti ekor burung merak, jika dikibaskan ekor yang

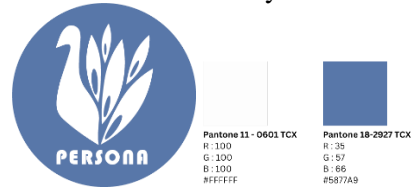
memiliki beragam warna akan memancarkan keindahannya. Sama halnya dengan personal color yang membantu individu dalam menentukan warna untuk keharmonisan berpenampilannya

2. Warna – warna yang digunakan mempresentasikan 4 *seasons color* yang sudah senada dengan warna untuk logonya. Terdapat beberapa warna yang digunakan yakni, merah muda yang mempresentasikan warna musim semi atau *spring*, warna kuning untuk *summer*, warna jingga untuk *autumn* dan warna biru untuk *winter*.
3. Penataan aplikasi dengan tampilan yang simple dan minim dekorasi, menghasilkan tampilan visual personal color test ini tampak jelas dan detail sehingga tidak membuat individu memainkan aplikasinya menjadi bosan.
4. *Typeface* pada aplikasi menggunakan *font Inter* agar memiliki bentuk kelelasan yang terlihat indah saat dibaca dan masih terlihat jelas.
5. Desain *interface* menampilkan kesan yang bersih dan simple menggunakan ikon tombol yang sederhana agar tampilan gambar terlihat kontras, sehingga memudahkan pengguna untuk melihat isi dari konten aplikasi ini.

Judul Aplikasi

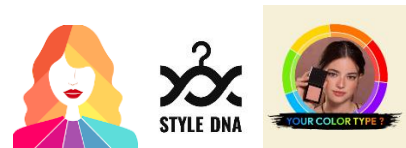
Personal color test secara garis besar adalah metode untuk mengarahkan individu untuk menentukan warna yang cocok untuk individu tersebut, sehingga dapat menunjang penampilannya dan memancarkan keindahan yang terfokus kepada wajah dan penampilannya. Pemilihan judul untuk

aplikasi ini adalah ‘persona’ yang dimana judul tersebut mengingatkan kepada personal color yang membantu dalam individu untuk memancarkan warna terbaiknya.



Sumber : Penulis, 2024

Desain logo aplikasi Persona tersebut dirancang berdasarkan referensi logo aplikasi *personal color* lainnya yang menjadi rujukan dalam perancangan ini. Jenis font *Bauhaus 93* sesuai dengan tema pada logo dan tidak terlalu feminim cocok untuk semua kalangan.



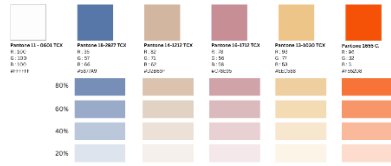
Gambar 1 (Sumber : <https://standyssoftware.com/dressika/>)

Konsep Visual

Warna yang digunakan pada aplikasi ini berasal dari warna – warna yang ada di 4 musim di dunia dan warna yang cocok dengan kulit orang Indonesia. Warna untuk background lingkaran adalah warna cream yang didapatkan dari tone warna kulit orang Indonesia. Warna kedua untuk badan meraknya warna putih, mempresentasikan warna canvas disetiap warna, warna Ketika warna palate terdiri dari coklat mempresentasikan autumn, warna ungu spring, kuning summer dan biru untuk winter.



Sumber : Penulis, 2024



Sumber : Penulis, 2024

Elemen Grafis

Elemen grafis pada aplikasi Persona memiliki tampilan yang sederhana dengan warna – warna yang netral. Pemilihan bentuk yang sederhana dimaksudkan untuk memudahkan pengguna dalam fokus terhadap isi aplikasi yang ada. Bentuk pada *text box* dan tombol memiliki sudut melengkung untuk mengurangi kesan kaku dan memberikan kesan fleksibel agar meningkatkan ketertarikan pengguna. Penggunaan warna abu – abu muda dan jingga muda pada elemen garfis memberikan kesan simple dan *genderless*.



Sumber : Penulis, 2024

Pemilihan benti ikon pada *navigasi bar* dan *tab bar* juga ditampilkan dengan menggunakan ikon – ikon yang bersifat *universal* untuk memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi Persona dengan cepat. Penggunaan warna putih dan hitam pada *navigasi bar* dan *tab bar* ini untuk memberika perbedaan yang kontras ketika pengguna memilih sebuah menu serta untuk menyelaraskan dengan elemn grafis lainnya.



Sumber : Penulis, 2024

Typeface

Konten aplikasi persona mengguna huruf

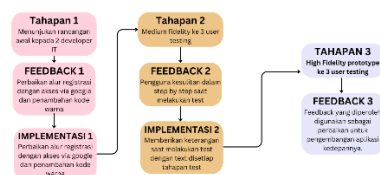
berjenis *sans serif* yang bernama Inter. Inter dipilih karena memiliki bentuk yang simple dan sederhana dengan Tingkat keterbacaan atau visibilitas yang tinggi. Sehingga dapat memudahkan pengguna dalam membaca informasi secara cepat. Inter merupakan jenis huruf *sans serif* yang simple dan tegas, sehingga menimpulkan kesan *genderless*.



Sumber : Penulis, 2024

Uji Coba

Uji coba dilakukan untuk meninjau aplikasi Persona, uji coba melalui 3 tahapan yaitu tahapan pertama, dilakukan terhadap 2 developer dengan menunjukkan rancangan awal desain UX berupa alur aplikasi dan wireframe. Tahapan kedua dilakukan kepada 3 responden dengan menunjukkan medium-fidelity prototype yang dibuat setelah perbaikan tahap pertama. Tahapan ketiga melakukan user testing high-fidelity prototype di smarthphone android kepada 3 responden yang dibuat.



Sumber : Penulis, 2024

Tahapan 1

Tahapan pertama dilakukan pada tanggal 01 - 07 November 2023, dengan mewawancarai 2 tenaga ahli developer IT untuk mendapatkan saran dan masukan demi penyempurnaan perancangan aplikasi Persona. Dengan menunjukkan alur dan *wireframe* aplikasi yang telah dirancang dengan visual sementara untuk memudahkan *developer* membaca alur.

Tahapan pertama dilakukan kepada

developer untuk mendapatkan saran dan masukan terutama mengenai hal teknis seperti kemungkinan alur dan *wireframe* yang diimplementasikan pada aplikasi. Hal ini bertujuan untuk mengurangi kendala teknis yang dapat muncul dalam proses pembuatan *high-fidelity prototype* pada media *smartphone*. Berikut beberapa masukan dan saran :



Sumber : Penulis, 2024

Tahapan selanjutnya adalah memperbaiki alur aplikasi yang ada sebelumnya, sesuai dengan saran dan masukan dari *developer*. Perbaikan yang dilakukan yakni menambahkan *sign up* dan *login* melalui akun gmail pengguna pada halaman registrasi dan memberika kode warna pada saat melakukan test *personal color*.

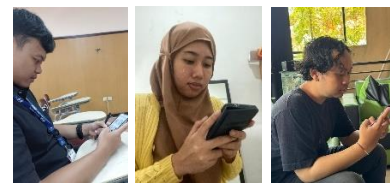
Tahapan 2

Tahapan kedua dilakukan pada tanggal 16 Desember 2023 – 03 Januari 2024 dengan menunjukkan medium fidelity prototype berupa rancangan desain dengan visual yang dibuat dalam media digital dengan perbandingan 1:1. Alur aplikasi dan wireframe yang telah diperbaiki berdasarkan saran dan masukan dari developer pada tahapan pertama, akan ditinjau oleh 3 user testing yang sesuai dengan target pengguna. Tahapan kedua dilakukan kepada *user* dengan tujuan mendapatkan saran dan masukan baik secara alur dan desain *interface* demi penyempurnaan tahapan selanjutnya yaitu *user testing* menggunakan *high fidelity prototype* yang ditampilkan pada media *smarthphone* berplatform android. Pada tahapan kedua, pengguna diberikan arahan untuk melakukan sebuah tindakan pada *medium fidelity* dan perancang melakukan pengamatan terhadap aksi yang dilakukan oleh pengguna terutama kendala mereka dalam mengikuti arahan peneliti. *Feedback*

yang didapatkan dari tahapan kedua adalah desain yang terlalu polos, kurangnya interaksi gerak pengguna dengan aplikasi, penggunaan font yang terlalu kecil sehingga tidak terbaca dan kurangnya visual warna dalam aplikasi persona sehingga membuat pengguna merasa bosan dan kurang berwarna.



Sumber : Penulis, 2024



Sumber : Penulis 2023

Tahapan 3

Tahapan 3 adalah *user testing* dilaksanakan pada 06 -07 Januari 2024 dengan menunjukkan *high-fidelity prototype* berupa rancangan desain dengan visual yang telah diterapkan dalam media *smarthphone*. Alur aplikasi dan *wireframe* yang telah diperbaiki berdasarkan saran dan masukan dari 3 responden pada tahapan kedua. *User testing* dilakukan kepada 3 responden dengan tujuan untuk mendaptkan saran baik secara alur dan desain *interface* demi penyempurnaan perancangan aplikasi kedepannya. Tahapan ketiga *user testing*, 3 pengguna diberikan arahan untuk melakukan sebuah tindakan pada *highOfidelity prototype* mencoba aplikasi persona. *Feedback yang didapatkan* dari tahapan ketiga dapat digunakan untuk penyempurnaan aplikasi kedepannya maupun penelitian selanjutnya.



Sumber : Penulis, 2024

Halaman Awal Splash Screen dan Intro Page

Halaman awal pada aplikasi persona yakni ada 2 yaitu halaman *splash screen* dan *Intro* untuk registrasi. Halaman *splash screen* muncul untuk memberikan tampilan *loading* saat pertama kali memasuki aplikasi, dengan tampilan logo aplikasi. *Splash screen* aplikasi Persona memiliki durasi sekitar 2 – 3 detik, kemudian berlanjut pada halaman *intro*. Pada *intro page* pengguna dapat memilih untuk memulai menggunakan aplikasi, baik dengan menggunakan akun baru dengan tombol ‘daftar’ atau masuk dengan akun yang sudah ada dengan tombol ‘masuk’. Tombol ‘daftar’ dan ‘masuk’ ditampilkan huruf yang *bold* dengan *outline* agar terlihat menarik dan dapat mengarahkan pengguna untuk membuat akun aplikasi persona agar dapat mengakses semua fitur yang ada.

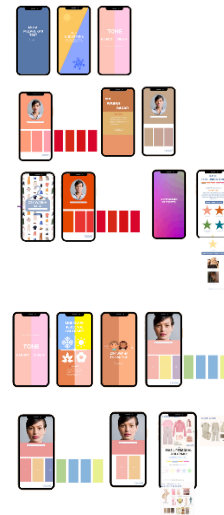


Sumber : Penulis, 2024

Halaman Test Undertone dan Test Personal Color

Selanjutnya adalah pengguna yang baru saja mendaftar langsung diarahkan untuk melakukan test *undertone* dan *Personal color test*, guna mengambil data hasil test untuk memunculkan hasil beranda dan rekomendasi produk di aplikasi persona setiap individu. Test *undertone* memiliki 3 step yaitu cek warna kulit, warna dasar dan warna baju, setelah melakukan 3 step tersebut hasil

undertone akan muncul dan memberikan hasil warna terbaik untuk *undertone* pengguna dan media penampilan warna aksesoris yang cocok untuk *undertone*nya. Test yang kedua adalah test *personal color* menentukan warna terbaik seseorang dalam 4 musim dan dijabarkan lagi menjadi 8 jenis yaitu untuk hasil *cool tone* akan diarahkan ke test dengan warna *summer whitish*, *summer pale*, *summer soft*, *winter vivid*, *winter deep* dan *winter black*. Sedangkan untuk *warm tone* adalah *summer pale*, *summer light*, *spring vivid*, *autumn soft*, *autumn dull* dan *autumn dull*. Setelah melakukan test pengguna akan mendapatkan hasil *personal color* yang didapat dan beberapa foto rekomendasi untuk gaya berpenampilan, warna dan media penampilan lainnya.



Sumber : Penulis, 2024

Halaman Beranda dan Sub Menu

Setelah melakukan test pengguna akan diarahkan ke beranda halaman aplikasi, pengguna dapat melihat postingan dari pengguna yang diikuti dan konten yang terkait hasil dari test pengguna dan terdapat bar pencarian teman, pengguna dapat mencari username teman dan mengikutinnya. Terdapat beberapa sub menu shop yang dimana pengguna dapat melihat rekomendasi media penampilan yang sesuai dengan hasil test lalu akan disambungkan dalam e-commerce yang ada. Sub menu selanjutnya tanda (+) pengguna dapat membagikan foto

dan video konten terkait personal color dan dapat menandai teman, menandai tempat dan menambahkan link produk jika ingin membagikannya. Sub menu pemberitahuan dapat melihat pengguna lain yang menyukai postingan, berkomentar dan pengikut baru. Sub menu terakhir yaitu profile, pengguna dapat melihat hasil postingannya, pengikut, mengikuti, mengedit profile mengatur pengaturan profile pengguna dan pengaturan terdapat mengganti Bahasa, pengguna terblokir, pengaturan pemberitahuan dan keluar dari akun.



Sumber : Penulis, 2024



Sumber : Penulis. 2024



Sumber : Penulis, 2024

Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan menyesuaikan dengan aplikasi Persona, yaitu menggunakan stiker digital. Pengguna bisa mendapatkan hanya dengan scan barcode dan akan tertaut dengan stiker serta link drive untuk mengambil digital card personal color.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil pembahasna yang telah peneliti dalam merancang *user interface* dan *user experience* aplikasi *personal color test* sebagai media penunjang penampilan generasi z. dapat memperoleh kesimpulan dari acuan konsep *key communication message* yaitu “*Harmony*” yang artinya keselarasan, yang dimana dalam penelitian ini peneliti merancang *user interface* dan *user experience* aplikasi *personal color test* untuk memberikan keselarasan pengguna dalam berpenampilan serta media yang didukung yang sesuai dengan masa kini dengan efektif. Aplikasi Persona membantu semua penggunanya dalam menentukan warna terbaiknya yang dibagi menjadi 4 *seasons color* dan memberikan rekomendasi media penampilan untuk oenggunanya serta dapat membagikan gaya berpenampilan diakun pengguna. Serta media pendukungnya dengan *digital sticker* dan *digital card personal color test* lewat QR code.

SARAN

Berdasarkan hasil dari observasi dan penelitian dengan judul perancang *user interface* dan *user experience* aplikasi *personal color test* sebagai media penunjang penampilan generasi z, peneliti menghasilkan beberapa saran yang dapat dijadikan pengembangan antara lain :

1. Diharapkan aplikasi ini dapat dijadikan pengenalan *personal color* di Indonesia dan membantu banyak orang dalam menentukan penampilannya dan mendapatkan warna yang cocok untuk penampilannya sehari – hari
2. Saran untuk penelitian serupa mengenai *personal* sebagai *color test* diharapkan dapat lebih

menggunakan teknologi yang lebih dari aplikasi yang sudah ada dan memberikan banyak fitur yang lebih dikedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Vhany Witasra. 2015. "Eksplorasi Aplikasi Alas Kaki Yang Terinspirasi Dari Kelom Geulis." *Eksplorasi Aplikasi Alas Kaki Yang Terinspirasi Dari Kelom Geulis* 7–53.
- Amalia, Ellavie Ichlasa. 2022. "No Title."
- Anon. n.d.-a. "8 Karakteristik Gen Z Yang Jadi Penentu Indonesia Maju." Retrieved November 22, 2023 (<https://umsida.ac.id/8-karakteristik-gen-z-yang-jadi-penentu-indonesia/>).
- Anon. n.d.-b. "IOS 17 - Apple." Retrieved October 29, 2023 (<https://www.apple.com/ios/ios-17/>).
- Anon. n.d.-c. "Teknik Analisis SWOT - Fajar Nur'aini Dwi Fatimah - Google Books." Retrieved November 22, 2023 (https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=CLR2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=analisis+swot&ots=NVOHJezjwk&sig=ILNazswWJslNbViML9OIFgkLu-E&redir_esc=y#v=onepage&q=analisis+swot&f=false).
- bell, steven j. 2008. "Design Thinking 디자인 사고 (Design Thinking)." *IEEE Software* 37(2):21–24.
- Cahyadi, Arif Try. 2020. "Ikon, Simbol, Indeks."
- Chapman, Gary. n.d. "The Four Seasons of Marriage." (ثلاثت ث الزيق): (نق للزراق).
- Citra Narada Putri. 2021. "Mengenal Streetwear, Tren Gaya Fashion Jalanan." *December 29 2021*. Retrieved (<https://www.kompas.com/parapuan/read/533028071/mengenal-1-streetwear-tren-gaya-fashion-jalanan-yang-naik-kelas>).
- Daeng, Intan Trivena Maria, N. .. Mewengkang, and Edmon R. Kalesaran. 2017. "Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado." *E-Journal "Acta Diurna"* 1(1):1–15.
- Elianti, L. D., and V. I. S. Pinasti. 2018. "Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri." *Jurnal Pendidikan Sosiologi* 7(3):1–18.
- Garrett. 2010. *The Elements of User Experience*. Vol. 10.
- HAVILAND. 2019. "PERILAKU PERAWATAN KECANTIKAN WAJAH PADA REMAJA PUTRI (Studi Kasus Perawatan Wajah Mahasiswi Psikologi Universitas Airlangga Di Klinik Kecantikan Kota Surabaya)." 1–34.
- Helwig, Nathaniel E., Sungjin Hong, and Elizabeth T. Hsiao-wecksler. n.d. "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title." 1–33.

- Herning Banirestu. 2019. "No Title."
Karo Sekali, Istiqomah Br,
Christie E. J. .. Montolalu,
and Siska Ayu Widiani.
2023. "Perancangan UI/UX
Aplikasi Mobile Produk
Fashion Pria Pada Toko
Celcius Di Kota Manado
Menggunakan Design
Thinking." *Jurnal Ilmiah
Informatika Dan Ilmu
Komputer (JIMA-ILKOM)*
2(2):53–64. doi:
10.58602/jima-ilkom.v2i2.17.
- Keyla, Nona. 2022. "Skin Tone Dan
Under Tone Kulit | PDF." 6
November 2022 7.
Retrieved October 23, 2023
(<https://www.scribd.com/document/605531371/SkintonedanUndertone6Menitdocx-www.scribd.com/document/605531371/SkintonedanUndertone6Menitdocx-220222-142504>).
- Kim, Youngin. 2005. "A
Development of the
Color Story and
Color Scheme for
Domestic Makeup
Product Based on
the Personal Color
Images.Pdf." 14.
- Komalasari, Shanty, Ceria
Hermina, Abdi Muhaimin,
Muhammad Ahfadz Alarabi,
M. Rizky Apriliadi, Nabila
Putri Rayyan Rabbani, and
Nur Jay Dimas Mokodompit.
2022. "Prinsip Character of
A Leader Pada Generasi Z."
*PHILANTHROPY: Journal of
Psychology* 6(1):77. doi:
10.26623/philanthropy.v6i1.4
960.