

## Perancangan UI/UX Personal *Color Test* sebagai Upaya Penunjang Penampilan Generasi Z

Indah Aulia Damayanti<sup>1</sup>, Setya Putri Erdiana<sup>2✉</sup>, Dhika Yuan Yurisma<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Dinamika

[tya@dinamika.ac.id](mailto:tya@dinamika.ac.id)

### Abstract

*The problem that exists in Indonesia, personal color test experts are still limited so that reservations are difficult to obtain and the price is quite expensive. While the existing personal color design application is considered still unable to achieve the accuracy of color users for Asians and also the stages and language that are difficult to understand for Indonesians. Therefore, with the design of the user interface design and user experience of the personal color test application, it is hoped that it can provide media that can be used and reached by generation z in Indonesia in supporting appearance. By using the design thinking method which has five stages, namely empathize, define, ideate, prototype, and test. The results showed that designing the UI/UX of the Persona application using the design thinking method can provide a better user experience. This application is designed with a focus on user needs, including features such as undertone test, personal color test, test results, shop, adding posts, notifications and profile. In addition, this research shows that the use of design thinking methods in designing user interface and user experience applications can provide information to users regarding personal color. Therefore, this research can be a reference for user interface design to develop better and more effective applications to meet user needs*

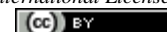
**Keywords:** *User Interface, User Experience, Personal Color Test, Appearance Support.*

### Abstrak

Permasalahan yang ada di Indonesia, 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. Maka dari itu dengan adanya perancangan desain user interface dan user experience aplikasi personal color test diharapkan mampu menyediakan media yang dapat digunakan dan dijangkau oleh generasi z di Indonesia dalam menunjang penampilan. Dengan menggunakan metode design thinking yang memiliki lima tahapan yaitu empathize, define, ideate, prototype, dan test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan UI/UX aplikasi Persona dengan menggunakan metode design thinking dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik. Aplikasi ini dirancang dengan fokus pada kebutuhan pengguna, termasuk fitur seperti test undertone, test personal color, hasil test, shop, menambahkan postingan, pemberitahuan dan profile. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan metode design thinking dalam perancangan aplikasi user interface dan user experience dapat memberikan informasi kepada pengguna terkait personal color. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi rancangan susunan pengguna untuk mengembangkan aplikasi yang lebih baik dan lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan pengguna

**Kata kunci:** User Interface, User Experience, Personal Color Test, Penunjang Penampilan

*Judikatif is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.*



### 1. Pendahuluan

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 [1].

Generasi Z yang lahir pada tahun 1995 – 2012 dikenal sebagai generasi yang senang perhatian dan penampilan

yang menarik [2]. Gen Z juga lebih mementingkan penampilan diatas karir karena menurut mereka, pakaian adalah sebagai bentuk pengakuan diri dari masyarakat [3]. 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. Keragaman warna kulit tersebut dikarenakan adanya perpaduan ras yang beragam pula mulai dari ras malayan-mongoloid, melanesoid, asiatic-mongoloid dan kaukasoid-indic [4].

Dalam era saat ini, setiap individu dituntut untuk memenuhi kriteria *good looking* yang dianggap menjadi hal utama dalam kehidupan sosial. Salah satu hal yang dapat menunjang penampilan adalah warna pakaian karena warna pakaian yang sesuai dengan warna kulit, rambut dan mata dapat menghasilkan pesona yang berbeda [5]. Selain itu, menggunakan makeup dan penampilan yang cocok untuk individu masing – masing merupakan salah satu cara agar penampilan menjadi lebih menarik [6].

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 [7]. 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* 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 [8]. Orang diklasifikasikan ke dalam empat musim berdasarkan warna-warna yang paling mendukung penampilan bagi mereka, yaitu musim semi, musim panas, musim gugur, dan musim dingin [9].

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 menunjukan pada tahun 2021, Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna *mobile application* menduduki peringkat tertinggi dalam kategori lama penggunaan *mobile-app* yaitu 5,4 jam per hari [10]. Dan pengguna berusia 17 – 25 tahun, dimana generasi z termasuk didalamnya, merupakan pengguna *mobile-app* terbanyak di Indonesia [11]. 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 [12]. 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. 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.

Agar batasan masalah terfokus dan terarah maka penelitian ini merancang “*User Interface dan User Experience Aplikasi Personal Color Test*” Dapat dibatasi supaya pembahasan masalah tidak semakin luas, sebagai berikut:

Peneliti berfokus pada pengerjaan *User Interface* untuk *personal color test*. Hasil akhir rancangan *User Interface* dan *User Experience* aplikasi *personal color test*, berupa *high-fidelity prototype* berupa aplikasi yang dikerjakan oleh developer IT. Menurut *statcounter mobile operation* di Indonesia 88.06% menggunakan *platform* Android. Sehingga untuk mencangkupi kebutuhan pengguna media penelitian ini menggunakan *platform* Android.

Desain dari *User Interface* aplikasi *personal color test* ini menggunakan sistem *personal color korea*, yang cocok dengan kulit orang Indonesia yang merupakan bagian dari asia dan memberi petunjuk setiap step saat melakukan *personal color test*.

Konten desain *User Interface* dan *User Experience* *personal color test* dijabarkan foto-foto serta penjelasan setiap warna yang sudah disesuaikan dengan standart *personal color korea*, serta rekomendasi untuk outfit warna yang cocok, terdapat tempat khusus membeli barang yang telah ditetapkan oleh ahli *personal color* dan hasil riset minat penampilan pada generasi Z.

## 2. Metodologi Penelitian

Pada perancangan aplikasi *personal color test* yang ini diharapkan dapat berperan sebagai media informasi untuk menunjang penampilan kepada generasi z di Indonesia. Metode yang digunakan berfokus pada user yakni menggunakan *design thinking*, yang dimulai dari tahapan *emphatize*, *define* dan *ideate* agar dapat menghasilkan aplikasi yang efektif dan sesuai dengan target audiens, selanjutnya tahapan pembuatan *prototype* dan *user testing* untuk mendapatkan feedback dari aplikasi yang telah dibuat [13].

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 [14]. Selain itu, usia ini dipilih berdasarkan ketertarikan generasi z terhadap berpenampilan dan media *mobile* yang paling tinggi. Insight ini didapatkan dengan melakukan riset data yang ada [15].

## 3. Hasil dan Pembahasan

Berikut hasil dan pembahasan dari pencarian data, analisa data, perancangan konsep karya, pembuatan *prototype* hingga *user testing* dari aplikasi *personal color*.

### 2.1. Emphatize

Pada tahap awal penelitian, peneliti melakukan riset tahap empati dengan melibatkan ahli *personal color*

analysis, 2 *developer* it dan 3 *user* pengguna. Wawancara dilakukan secara langsung bertatap muka dan observasi dilaksanakan langsung di Saekjo Studios [16]. Hasil observasi dan wawancara kemudian peneliti gabungkan pada *empathy* map. Peneliti juga mengelompokkan *Empathy* Map menjadi 4 kategori, yakni *Say* (mengetahui hal-hal yang diinginkan oleh pengguna), *Think* (mendefinisikan hal-hal yang dipikirkan pengguna), *Does* (menuliskan hal-hal yang biasa dilakukan pengguna), serta *Feel* (menuliskan perasaan pengguna ketika melakukan sesuatu). Dari sini, titik permasalahan mulai terlihat. Yakni, aplikasi yang sudah ada belum mencapai akurasi dan warna untuk orang asia, pengguna juga menginginkan aplikasi yang dapat dijangkau semua kalangan serta dimana saja, serta merasakan mencoba seperti personal color test yang sudah ada.

## 2.2. Define

Di tahap *define*, peneliti membagi *define* menjadi dua bagian, yakni proses definisi masalah dan spesifikasi kebutuhan pengguna *user persona*. Rujukan pemerosesan tahap ini adalah hasil dari *emphatize*. Sebagaimana masalah dari aplikasi yang sudah ada masih belum mencapai akurasi warna kulit orang Indonesia dan melakukan personal *color test* dengan ahlinya sudah untuk mendapatkan tempat pemesanan dan harganya mahal. Dari proses *define*, ditujukan bahwa diperlukan membuat aplikasi personal color test untuk menunjang penampilan generasi z. Selanjutnya, peneliti melanjutkan penelitian dengan melakukan bagian dua dari tahapan *define*, yakni perancangan *user persona*. Di tahapan ini, peneliti melakukan pembuatan *persona* berdasarkan *abstraksi* dan kebutuhan pengguna. Seperti yang terlampir pada gambar 1, *user persona* sendiri terdiri dari *negative trends*, *positive trends*, *headaches*, *fears*, *opportunities*, *hopes* dan *need* [17].



Gambar 1 User Persona aplikasi

## 2.3. Ideate

Pada proses *Ideate*, seluruh permasalahan yang sudah terdefinisi di proses sebelumnya dikumpulkan dan melakukan *brainstorming* fitur-fitur aplikasi yang terlampir pada gambar 2. Untuk mengklasifikasikan solusi dengan beberapa fitur yang digunakan untuk pengaplikasian yang peneliti lakukan.



Gambar 2 Brainstorming fitur-fitur aplikasi

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 dan wawancara. Berikut *strategy* dalam perancangan aplikasi personal colortest:

1. Kebutuhan pengguna berbeda-beda dikarenakan hasil *undertone* dan personal color.
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 ditampilkan sebagai jawaban dari kebutuhan pengguna [18]. Berikut konten *scope* dalam perancangan aplikasi personal color test:

1. Menyediakan step personal color test untuk menentukan warnadari setiap pengguna
2. Menyediakan upload ke media sosial untuk membagikan ood
3. Menyediakan wadah untuk membagikan gaya pengguna dan merekomendasikan produk yang digunakannya
4. Menyediakan hasil rekomendasi yang sesuai dengan hasil test

Berikut fitur yang ditampilkan pada aplikasi personal color test sebagai jawaban dari kebutuhan pengguna:

1. *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 denganrekomendasi media penampilan

2. Fitur 'home' disediakan untuk melihat konten dari pengguna lain dan membagikan produk dengan tersedianya keranjang disetiap postingan yang ada, agar mempermudah pengguna untuk membagikan konten dan produk untuk dibagikan kepadapengikutnya.
3. Fitur 'shop' langsung tersambung dengan e-commerce mempermudah pengguna untuk membeli barang yang sudah direkomendasikan
4. 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-tama dirancang berdasarkan referensi alur aplikasi personal color test lainnya yang menjadi rujukan dalam perancangan ini.

Dimulai dengan intro page dengan memunculkan logo dari aplikasi personal *color test*, register page dengan adanya sign up dan login. Sign up mengarahkan pengguna untuk melakukan beberapa test undertone dan personal color test, lalu hasilnya menentukan isi home dari pengguna yang memunculkan feed konten dan keranjang belanja media penampilan. Login 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 grafislainnya tanpa menggunakan elemen visual agar berfokus pada fungsi dan utility aplikasi.

Sejalan dengan alur aplikasi, wireframe dirancang berdasarkan refrensi alur aplikasi personal color test lainnya yangmenjadi rujukan dalam perancangan ini.

#### e. Surface

Tahapan akhir dalam merancang user experience adalah menentukan visual yang 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 memancarkan keindahannya. Sama halnya dengan personal color yang membantu individu dalam menentukan warna untuk keharmonisan berpenampilannya
2. Warna – warna yang digunakan menyesuaikan target pengguna dengan memilih warna biru yang

mempresentasikan warna yang neutral dan genderless.

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 saat 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.

#### 2.4. Prototyping

Setelah proses pengumpulan data, ide dan solusi selesai, langkah selanjutnya adalah membuat desain antarmuka pengguna yang terkait dengan produk yang dibuat menggunakan aplikasi Figma.

##### 1. Konsep Visual

Warna yang digunakan pada aplikasi ini berasal dari warna – warna yang ada Warna yang digunakan pada aplikasi ini berasal dari warna – warna yang ada di 4 musim didunia dan warna yang cocok dengan kulit orang Indonesia. Warna untuk background lingkaran adalah warna biru yang yang mempresentasikan warna keharmonisan dan *genderless* cocok untuk target pengguna aplikasi persona. Warna kedua untuk badan meraknya warna putih, mempresentasikan kenetralan dan menciptakan estetika minimalis. Keseluruhan warna-warna tersebut dibuatkan moodboard dan warna turunannya seperti yang terlampir pada gambar 3, yang kemudian dapat digunakan dalam perancangan aplikasi.



Gambar 3 Moodboard dan turunan warna aplikasi Persona

##### 2. Elemen Grafis

Elemen grafis pada aplikasi Persona memiliki tampilan yang sederhana dengan warna – warna yang netral seperti yang terlampir pada gambar 4 di bawah ini [19]. Pemilihan bentuk yang sederhana dimaksudkan untuk memudahkan pengguna dalam fokus terhadap isi



aplikasi yang ada. Bentuk pada textbox dan tombol memiliki sudut melengkung untuk mengurangi kesan kaku dan memberikan kesan *fleksibel* agar meningkatkan ketertarikan pengguna. Penggunaan warna biru pada elemen grafis memberikan kesan simple dan genderless.



Gambar 4 Iconography aplikasi Persona

Pemilihan bentuk 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, abu - abu dan biru pada navigasi bar dan tab bar ini untuk memberikan perbedaan yang kontras ketika pengguna memilih sebuah menu serta untuk menyelaraskan dengan elemen grafis lainnya.

### 3. Typeface

Konten aplikasi persona mengguna huruf berjenis sans serif yang bernama Inter seperti yang terlampir pada gambar 5 di bawah. 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 menimbulkan kesan genderless.



Gambar 5 Font Inter yang digunakan pada aplikasi Persona

### 2.5. Testing

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

Tahapan pertama dilakukan dengan mewawancarai 2 tenaga ahli developer IT untuk mendapatkan saran dan masukan demi penyempurnaan perancangan aplikasi Persona. Dengan menunjukan 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 berupa aplikasi pada media smartphone. Berikut beberapa masukan dan saran pada user testing tahap 1 yang telah dijabarkan pada gambar 6 di bawah:



Gambar 6 User testing tahap 1

Tahapan selanjutnya adalah melakukan user testing tahap 2 yang alurnya dapat dilihat pada gambar 7 di bawah. Dengan 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 memberikan kode warna pada saat melakukan test personal color.



Gambar 7 User testing tahap 2

Tahapan kedua dilakukan dengan menunjukan 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 :

1. Desain yang terlalu polos
2. Kurangnya interaksi gerak pengguna dengan aplikasi
3. Penggunaan font yang terlalu kecil sehingga tidak terbaca
4. Kurangnya visual warna dalam aplikasi persona sehingga membuat pengguna merasa bosan dan kurang berwarna.

Setelah mendapatkan feedback, peneliti merancang ulang desain pada aplikasi yang sesuai dengan feedback dan memperbaikinya dengan :

1. Mengubah warna dengan warna biru
2. Memberikan banyak fitur seperti mengeser saat melakukan aplikasi
3. Memperbesar tulisan font
4. Mengubah desain pada tahapan test dengan memberikan desain yang lebih colorfull agar pengguna tidak merasa bosan dan kurangnya warna

Tahapan 3 adalah user testing dengan menunjukan *high-fidelity prototype* berupa rancangan desain dengan visual yang telah diterapkan dalam media smartphone. Hasil yang telah dilakukan adalah :

1. Wawasan mendalam tentang preferensi warna pengguna
2. Data yang dapat digunakan untuk personalisasi pengalaman pengguna kendala yang didapatkannya yakni kemungkinan interpretasi yang salah terhadap hasil serta user interface yang kompleks dapat membingungkan pengguna. Terdapat masukan yang didapat yakni menyederhanakan user interface, memberikan petunjuk yang jelas untuk memahami hasil, menampilkan informasi yang mudah dipahami, Personalisasi pengalaman pengguna berdasarkan hasil tes warna.



Gambar 8 User testing tahap 3

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 mendapatkan 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 high-fidelity prototype mencoba

aplikasi person seperti yang terlampir pada gambar 8 di atas. Feedback yang didapatkan dari tahapan ketiga dapat digunakan untuk penyempurnaan aplikasi kedepannya maupun penelitian selanjutnya.

## 2.6. Hasil Perancangan Karya

Halaman awal pada aplikasi persona yakni ada 2 yaitu halaman *splash screen* dan Intro untuk registrasi seperti yang terlampir pada gambar 9 di bawah. 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.



Gambar 9 Halaman splash screen dan intro aplikasi Persona



Gambar 10 Halaman login, loading page dan memulai tes

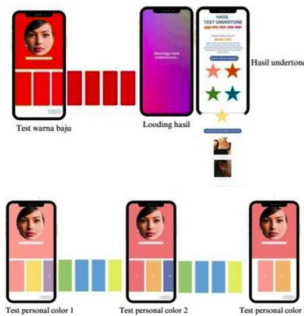
Pengguna dapat memasukkan email dan password akun gmail saat masuk dan daftar untuk dapat mengakses aplikasi persona. Loading Page muncul saat pengguna sudah memasukkan akun saat menunggu proses. Ketiga halaman tersebut dapat dilihat pada gambar 10 terlampir di atas.

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 diaplikasi persona setiap individu yang dapat dilihat pada gambar 11 terlampir di bawah.



Gambar 11 Halaman tes warna undertone, warna dasar, dan warna baju

*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 undertonanya seperti pada gambar 12 terlampir di bawah.



Gambar 12 Halaman tes warna baju, loading hasil undertone, dan personal color

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 *winterdark*. Sedangkan untuk warm tone adalah *summer pale*, *summer light*, *spring vivid*, *autumn soft*, *autumn dull* dan *autumn deep*. Setelah melakukan test pengguna akan mendapatkan hasil personal color yang didapat dan beberapa foto rekomendasi untuk gaya berpenampilan, warna dan media penampilan lainnya yang dapat dilihat pada gambar 13 di bawah ini.



Gambar 13 Halaman hasil tes personal color

Setelah melakukan test pengguna akan diarahkan ke beranda halaman aplikasi pengguna dapat melihat postingan dari pengguna yang diikuti dan konten yang terkait seperti pada gambar 14 di bawah ini. Hasil dari test pengguna dan terdapat bar pencarian teman, pengguna dapat mencari username teman dan mengikutinnya dan *feed profile* pengguna untuk melihat hasil postingan pengguna.



Gambar 14 Halaman beranda, pencarian pengguna, dan profile

Selanjutnya ada pengaturan yang meliputi edit profile, mengubah Bahasa, pengaturan pemberitahuan, blokir pengguna dan keluar dari akun pengguna yang dapat dilihat pada gambar 15 di bawah ini.



Gambar 15 Halaman pengaturan

Selanjutnya pengguna bisa mengubah informasi profile di halaman edit profile, dan dapat melihat list pengguna yang diblokir pada pengaturan dan pemberitahuan pengikut baru, like dan komentar seperti yang terlampir pada gambar 16 di bawah ini.



Gambar 16 Halaman edit profile, daftar blokir dan pemberitahuan

Selanjutnya pengguna dapat melihat dan membalas pada halaman komentar, dan terndapat halaman khusus belanja pengguna dapat memberi barang yang telah direkomendasikan dan tersambung dengan link *e-commerce* seperti terlampir pada gambar 17 di bawah ini.



Gambar 17 Halaman komentar, belanja dan makeup

Terdapat beberapa sub menu shop yang dimana pengguna dapat melihat rekomendasi media penampilan yang sesuai dengan hasil test lalu disambungkan dalam e-commerce yang ada seperti yang terlampir pada gambar 18 di bawah ini.



Gambar 18 Halaman produk dan galeri pengguna

Selanjutnya terdapat halaman (+) pengguna dapat membagikan foto dan video dihalaman pengguna dan dapat menandai teman, membagikan tempat serta menautkan link produk untuk dibagikan seperti yang terlampir pada gambar 19 di bawah ini.



Gambar 19 Halaman kamera, postingan, tandai teman dan tempat

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan 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 penggunanya serta dapat membagikan gaya berpenampilan di akun pengguna.

#### Daftar Rujukan

- [1] Melyanita, Y., & Yulianita, N. (2023). Penggunaan Make Up Sebagai Bentuk Citra Diri Generasi Z. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2), 634–641. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.8550>
- [2] Farhani, A. P., & Kurniadi, O. (2022). Pemakaian Produk Fast Fashion sebagai Bentuk Citra Diri Generasi Z. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3803>
- [3] Haviland. (2019). PERILAKU Perawatan Kecantikan Wajah Pada Remaja Putri (*Studi Kasus Perawatan Wajah Mahasiswi Psikologi Universitas Airlangga Di Klinik Kecantikan Kota Surabaya*). " 1–34.
- [4] Fuadi, A. (2020). *Keragaman dalam Dinamika Sosial Budaya Kompetensi Sosial Kultural Perekat Bangsa*. Deepublish
- [5] Perrett, D. I., & Sprengelmeyer, R. (2021). Clothing Aesthetics: Consistent Colour Choices to Match Fair and Tanned Skin Tones. *I-Perception*, 12(6). <https://doi.org/10.1177/20416695211053361>
- [6] Komalasari, S., Hermina, C., Muhaimin, A., Alarabi, M. A., Apriliadi, M. R., Rabbani, N. P. R., & Mokodompit, N. J. D. (2022). Prinsip Character of A Leader pada Generasi Z. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 6(1), 77. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v6i1.4960>
- [7] Aini, N., Ridha, M., & Akbar, R. A. (2024). Sensory preference manipulation in unique cuisine: viral trends on social media. *Elegentia: IAS Journal of Arts, Media, and Technology*, 1(2), 37–48.
- [8] Park, J., Kim, H., Ji, S., & Hwang, E. (2018). An Automatic Virtual Makeup Scheme Based on Personal Color Analysis. *Proceedings of the 12th International Conference on Ubiquitous Information Management and Communication*, 1–7. <https://doi.org/10.1145/3164541.3164612>
- [9] P, N. (2018). Feel & Look Beautiful Through Ayurveda! *Journal of Natural & Ayurvedic Medicine*, 2(2). <https://doi.org/10.23880/jonam-16000124>
- [10] Amalia, Ellavie Ichlasa. (2022). *Analisa Industri Esports di 2021: Faktor Penghambat, Pendukung, dan Dampak Pandemi*. <https://hybrid.co.id/post/analisa-industri-esports-di-2021>
- [11] Aprizal, P. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Bisnis Kedai Kopi Di Indonesia (*Studi Kasus Pada Kedai Kopi Hidden Haus Coffee And Tea*) (Doctoral dissertation, STIE Indonesia Banking School).



- [12] Damayanti, I. A. (2024). TA: Perancangan User Interface dan User Experience Personal Color Test sebagai upaya Penunjang Penampilan Generasi Z (*Doctoral dissertation, Universitas Dinamika*).
- [13] Arisa, N. N., Fahri, M., Putera, M. I. A., & Putra, M. G. L. (2023). Perancangan Prototipe UI/UX Website CROWDE Menggunakan Metode Design Thinking. *Teknika*, 12(1), 18–26. <https://doi.org/10.34148/teknika.v12i1.549>
- [14] Alwan, F., & Kusumandyoko, T. C. (2023). Perancangan Visual Storytelling Media Sosial Sebagai Upaya Peningkatan Brand Awareness Di Mojadiapp. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 168-182.
- [15] Azid, R. M. (2023). Pengaruh promosi Islami, keterlibatan fashion, dan motivasi belanja hedonis terhadap Impulse Buying dengan mediasi emosi positif pada produk fashion muslim di pengguna e-Commerce generasi Z (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*).
- [16] Shirvanadi, E. C. (2021). *Perancangan Ulang UI/UX Situs E-Learning Amikom Center Dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus: Amikom Center)*.
- [17] Kurniawan, B., & Romzi, M. (2024). Penerapan Metode Design Thinking pada Perancangan Ulang UI/UX Website Rajadigital. com. *Jurnal Rekayasa Informatika*, 1(1), 1-6.
- [18] Khairunnisa, N., Pratami, D., & Saputra, M. (2023). Perancangan Scope, Schedule, dan Quality Baseline pada Proyek Pembuatan Sistem Informasi Pendidikan Terintegrasi Universitas X. *eProceedings of Engineering*, 10(2).
- [19] Rianingtyas, A. K., & Wardani, K. K. (2019). Perancangan user Interface aplikasi mobile sebagai media promosi digital UMKM tour dan travel. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 7(2), 118-123. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v7i2.36874>