

**LAPORAN PENGUMPULAN PERSYARATAN
DALAM MENGEMBANGKAN WEB APP BERBASIS
SISTEM INFORMASI DERMANIFEST**

Laporan yang diajukan untuk melengkapi
penugasan Mata Kuliah Interaksi Komputer Manusia



Tim H:

Muhammad Anindyo Poetra Mufatyta (1313619004)

Putu Sanisa Pascaline (1313619023)

Handini Aprillia Wijaya (1313619038)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMPUTER
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
JAKARTA, 2020**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan penulis yang berjudul " Laporan Pengumpulan Persyaratan dalam Pengembangan *Web App* Berbasis Sistem Informasi Dermanifest".

Tujuan dari penyusunan laporan ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat untuk dapat memperoleh penilaian di mata kuliah Interaksi Manusia Komputer pada semester 113 pada Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA) Program Studi Ilmu Komputer di Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

Proses penyelesaian laporan ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

- a. Bapak Muhammad Eka Suryana, S.Kom, M.Kom selaku Dosen pengampu mata kuliah interaksi manusia komputer semester 113 Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Jakarta yang juga berperan dosen pengajar serta selalu membimbing serta telah memberikan banyak ilmu selama penulis berkuliah dan bantuan, bimbingan, serta arahan dalam proses pembuatan laporan ini,
- b. Bapak Med Irzal, M.Kom, selaku dosen pengampu mata kuliah interaksi manusia komputer semester 113 Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan banyak bantuan, bimbingan, serta arahan proses pembuatan laporan penulis,

c. Seluruh kakak tingkat Ilmu Komputer UNJ 2018 atas bimbingan, dan dukungannya selama ini,

d. Seluruh rekan-rekan Ilmu Komputer UNJ 2019 atas kebersamaan dan dukungannya selama ini,

e. Para responden yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis atas ketersediaannya membantu penelitian penulis sehingga dapat terlaksana walau jauh dari kata sempurna.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini jauh dari sempurna. Akhir kata, teriring permintaan maaf apabila terdapat kesalahan maupun kekeliruan dalam penulisan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat dan berguna sebagaimana mestinya.

Jakarta, 19 November 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Pengertian <i>Skincare</i>	9
2.2 Kegunaan <i>Skincare</i>	9
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	12
3.1 Rancangan Alur Penelitian	12
3.2 <i>Market Segment</i>	13
3.3 Instrumen Penelitian.....	14
3.4 Teknik Analisis Data	15
BAB 4 HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	17
4.1 Deskripsi Data Observasi	17
4.2 Deskripsi Data Kuesioner 1	19
4.3 Rancangan <i>Web App</i> sebagai Solusi Pemecah Masalah.....	21
4.4 Deskripsi Data Telekonferensi	21
4.5 Deskripsi Data Kuesioner 2.....	22
BAB 5 PENUTUP	24
5.1 Kesimpulan.....	24
5.2 Saran.....	24
DAFTAR PUSTAKA	26
LAMPIRAN.....	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1- Data Pertumbuhan Ekonomi pada Segmen Pasar Kosmetik (Sumber: Cekindo.com)	3
Gambar 2- Trend Pencarian kata “Skincare” di Platform Google. (Sumber: Google Trends: Skincare. https://trends.google.com/trends/explore?q=skincare&geo=ID)	17
Gambar 3 - Data Total Penjualan Dari 3 E-Commerce Terbesar Di Indonesia. (Sumber: Data Produk Kecantikan Terlaris Di E-Commerce https://trends.google.com/trends/explore?q=skincare&geo=ID)	18
Gambar 4 - Data Respons Pertanyaan Nomor 9 Sumber: Data Pribadi.....	20
Gambar 5 - Data Respons Jawaban Nomor 10 Sumber: Data Pribadi.....	21

DAFTAR TABEL

Tabel 1 - Skor Akhir Skala Likert.....	15
--	----

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, perubahan nilai-nilai budaya akibat globalisasi yang arahnya disetir oleh nilai-nilai barat telah menjadi fenomena baru di masyarakat kita, seperti halnya dalam bidang kecantikan. Tolak ukur kecantikan sekarang ini sudah berubah menuju arah lebih barat. Maraknya iklan internasional dan nasional yang sering menggambarkan kulit yang putih, mulus tidak ada jerawat dan tanpa noda atau bekas jerawat adalah definisi yang terbentuk oleh lingkungan sekitar. Bahkan, sebagian masyarakat memecahkan stereotip masyarakat terkait laki-laki yang tidak perlu merawat kulit wajah. Laki-laki pun juga menginginkannya, hal ini menunjukkan bahwa kecantikan ini sudah menjadi tolak ukur bagi laki-laki maupun perempuan. Penampilan yang sempurna adalah keinginan semua orang, penampilan akan dikatakan semakin menarik dan cantik sesuai dengan stereotip yang banyak berkembang di masyarakat.

Tren kecantikan di media sosial muncul bukan hanya karena kesadaran untuk memiliki kulit wajah yang sehat di iklim tropis dan kenyataan bahwa mayoritas orang Indonesia berkulit sawo matang. Definisi cantik yang secara fisik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI diartikan sebagai indah, elok, rupawan, atau bentuk, rupa dan lainnya tampak serasi. (*Cantik*, n.d.)

Gloria Swanson (Frank & Synnott, 1995) mengatakan bahwa wajah menjadi penentu dasar bagi persepsi mengenai kecantikan atau kejelekan individu, dan semua persepsi ini secara langsung membuka penghargaan diri dan kesempatan hidup kita. Wajah benar-benar melambangkan diri dan menandai banyak hal di berbagai bagian diri. Dibandingkan dengan bagian lain, seseorang bisa dikenali dari wajahnya. Bisa dikatakan bahwa kecantikan itu relatif dan subjektif, bahkan bisa dikatakan dipengaruhi oleh tren dan mode.

Kehadiran sektor penjualan yang memberikan banyak janji di produk kecantikan yang mereka produksi pada akhirnya membuat para konsumen *skincare* menjadi tidak berdaya dan selalu ingin membeli apa

pun yang berbau kecantikan, Berbagai jenis produk kecantikan mulai dari harga yang paling murah sampai dengan yang termahal, semuanya menjanjikan pembentukan dan perawatan tubuh perempuan menjadi cantik (Idi Subandi Ibrahim, 2006: 115) Kehadiran sektor penjualan yang memberikan banyak janji di produk kecantikan yang mereka produksi pada akhirnya membuat para konsumen *skincare* menjadi tidak berdaya dan selalu ingin membeli apa pun yang berbau kecantikan, Berbagai jenis produk kecantikan mulai dari harga yang paling murah sampai dengan yang termahal, semuanya menjanjikan pembentukan dan perawatan tubuh perempuan menjadi cantik (Ibrahim, 1998)

Banyak wanita yang merasa dirinya tidak cantik sehingga mereka merasa kurang percaya diri. Ada anggapan bahwa wanita cantik adalah wanita yang memiliki kulit mulus dan putih. Dengan adanya anggapan seperti itu banyak wanita berusaha untuk memenuhi standar kecantikan yang sedang berkembang di masyarakat.

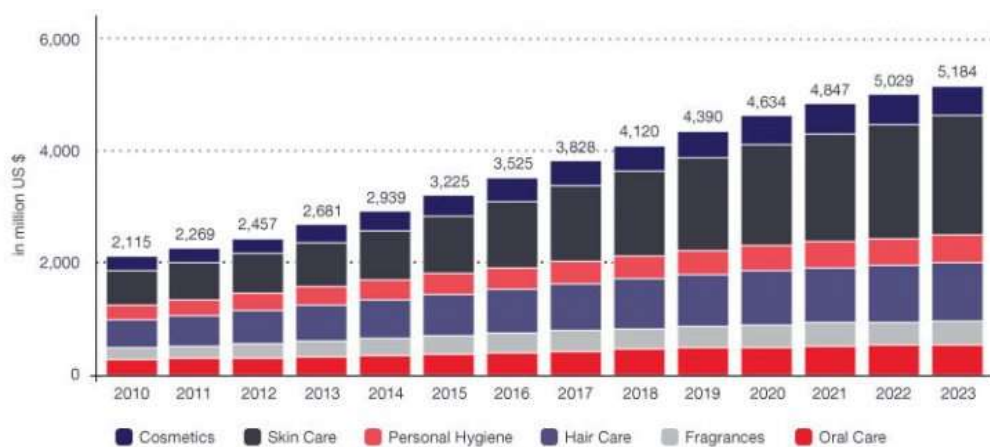
Fenomena tren kosmetik yang ada di masyarakat menyebabkan adanya pandangan tentang kecantikan yang merupakan tolak ukur untuk mendefinisikan wanita sebagai cantik. Begitu banyak wanita mencoba tampil sesuai dengan standar waktu untuk mengatakan bahwa mereka cantik. Salah satunya adalah produk perawatan kulit. Namun, saat memilih produk perawatan kulit, Anda tetap harus selektif dan memilih produk perawatan kulit yang sesuai dengan kulit Anda. Produk *skincare* ini banyak macamnya, mulai dari *body lotion*, *scrub*, *moisturizer*, *sunscreen* dan masih banyak lagi, semuanya dirancang untuk mempercantik penampilan fisik pemakainya. Dalam penelitian ini pengguna produk perawatan kulit dijadikan salah satu kriteria pengujian karena produk perawatan kulit banyak digunakan oleh wanita untuk merawat dan mempercantik penampilan.

Namun karena meningkatnya keinginan konsumen terkait produk *skincare*, membuat banyak penjual yang menggunakan cara curang dalam industri *skincare*, seperti memakai zat pemutih, zat penghilang jerawat yang seharusnya tidak

digunakan untuk kulit manusia atau bahkan harus menggunakan resep dokter karena tergolong obat keras.

Banyak orang didapatkan bingung ketika menggunakan produk *skincare*, terlebih kepada orang yang awam namun ingin menyempurnakan penampilan adalah bingung tidak tahu harus mulai dari mana, bagaimana mengenali jenis kulit yang dimiliki, produk-produk apa saja yang paling sesuai dengan kebutuhan, bagaimana cara membelinya dan berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk membelinya.

Industri kosmetik di Indonesia dapat dikatakan memberikan keuntungan yang sangat menjanjikan dan dapat menyaingi industri-industri terkemuka lainnya. Hal tersebut sejalan dengan data yang dilansir dari situs Pelaku Bisnis yang menyatakan bahwa segmen pasar kosmetik sangat menjanjikan, di mana segmen produk kosmetik, perawatan kulit, dan *personal care* diharapkan tumbuh pada angka 9% pada 2019, dan pada 2018 mencapai sekitar Rp 50 triliun.



Gambar 1- Data Pertumbuhan Ekonomi pada Segmen Pasar Kosmetik
(Sumber: Cekindo.com)

Dari industri skala menengah dan besar ini, beberapa perusahaan sudah mampu mengekspor produknya ke luar negeri seperti ke ASEAN, Afrika, Timur Tengah dan lain-lain. Dari sisi ekspor, penjualan produk kosmetik mencapai USD 556,36 juta di 2018. Capaian ini lebih besar jika dibandingkan dengan 2017 yang

hanya sebesar USD 516,88 juta. (*Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik*, 2020)

Sebagai individu yang dalam cakupan remaja dan dewasa, banyak perempuan dan laki-laki dini yang ingin tampak menjadi sempurna dan tentunya terlihat lebih dewasa sesuai dengan harapan sosial dari masyarakat. salah satunya mereka mulai menggunakan produk *skincare* untuk menunjang penampilannya. Mereka menggunakan produk *skincare* guna menjaga dan merawat kecantikan fisik mereka. Dengan melakukan perawatan dengan *skincare* setiap wanita mengharapkan mendapatkan kecantikan fisik yang menarik dan terbebas dari masalah yang akan mengganggu kecantikan secara fisik. *Skincare* juga berguna untuk merawat dan membersihkan tubuh dari kotoran yang menempel di tubuh terutama bagian kulit. Dengan menjaga dan merawat kebersihan, maka akan membantu dalam mencegah timbulnya masalah pada penampilan fisik dan dapat membantu para perempuan dan laki-laki untuk tampil lebih percaya diri.

Merawat wajah, tubuh dan kulit adalah hal yang harus dilakukan untuk menjaga kecantikan. Selain membuat penampilan tampil lebih cantik nan menarik, perawatan ini membantu menjaga kesehatan wajah, tubuh, dan kulit Anda.

Banyak orang yang merawat wajahnya agar tetap sehat dan menarik. Mereka menggunakan produk perawatan kulit untuk merawat dan merawat kulit wajah mereka. Istilah *skincare* diartikan sebagai kosmetik perawatan yang digunakan untuk merawat kulit tubuh termasuk wajah, badan, kaki dan tangan. Setiap wanita, saat menjalani perawatan kecantikan, mengharapkan wajahnya bersih dan bebas dari masalah seperti lipatan, komedo dan jerawat. Perawatan kulit juga bermanfaat untuk merawat dan membersihkan kulit dari kotoran dan minyak yang menempel di kulit terutama pada kulit wajah. Menjaga kebersihan dan kebersihan wajah dapat mencegah pembentukan komedo dan jerawat yang dapat mengurangi keindahan kulit.

Perawatan kulit juga dapat digunakan untuk merawat tubuh agar tubuh terlihat sehat dan segar. Aktivitas fisik padat dan badan sangat lelah. Untuk memulihkan kesehatan, tubuh membutuhkan perawatan yang dapat merelaksasikan tubuh. Sangat perlu menggunakan produk perawatan kulit untuk memulihkan

kesehatan. Begitu juga dengan tubuh untuk kesehatan, individu dapat dengan baik menjaga bentuk tubuh ideal mereka. Perawatan kulit sangat penting, karena kulit merupakan pelindung terluar yang melindungi organ dalam. Penggunaan produk perawatan kulit dapat membantu melindungi kulit dari sinar matahari langsung yang sangat berbahaya bagi kesehatan dan kecantikan kulit terutama kulit wajah. Sebagaimana dikemukakan Hendra (Rostamailis, 2005), sengatan matahari langsung yang dalam jangka waktu lama mengandung sinar ultraviolet dapat menyebabkan *stratum korneum* menebal, menyebabkan keriput dan meningkatkan pigmentasi. Untuk mencegah dan menghindari efek buruk sinar ultraviolet, kulit harus dilengkapi dengan penghalang yang dapat menghilangkan efek sinar tersebut dengan cara memantulkan atau menyerapnya. *Skincare* atau produk perawatan kulit dan perlengkapan mandi atau yang dapat disebut *toiletries* itu berbeda, perlengkapan mandi adalah produk mandi seperti sabun, sikat gigi, kertas toilet, pasta gigi dan lain sebagainya. Penyebutan perlengkapan mandi atau *toiletries* mengacu pada fakta bahwa produk tersebut biasanya terdapat di kamar mandi atau toilet. Jika kita menarik kesimpulan, perlengkapan mandi adalah produk yang berhubungan langsung dengan badan atau tubuh, umumnya untuk menjaga kebersihan tubuh. Jadi apa yang membuat mereka berbeda? Yang membedakannya adalah zat dalam *skincare* bersifat spesifik dan menekankan pada aspek yang berbeda seperti (jenis kulit, kondisi kulit saat ini) yang berfungsi untuk meremajakan kulit, dapat dikatakan *skincare*. Kebalikan dari *skincare* atau produk perawatan kulit, perlengkapan mandi itu adalah sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan, seperti sabun mandi, *body lotion*, sampo, pasta gigi.

Dengan adanya kenyataan dan berbagai masalah yang cukup kompleks dalam produk perawatan kulit khususnya menyempurnakan penampilan, maka penulis termotivasi untuk membuat sebuah *web app* berbasis sistem informasi yang bergerak di bidang kecantikan, khususnya *skincare*. Penulis pun berinisiatif untuk menamakan *web app* tersebut dengan nama Dermanifest, yang berasal dari kata “derma” yang artinya kulit dan “manifest” yang artinya manifestasi / mewujudkan.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah seputar *skincare* yang ada pada sekitar kita adalah sebagian besar waktu kita tidak tahu harus mulai dari mana, bagaimana mengenali jenis kulit kita sendiri, produk mana yang paling sesuai dengan kebutuhan kita, dan berapa biaya untuk membelinya. Dengan masalah tersebut juga membuat remaja dan dewasa muda yang baru belajar *skincare* susah untuk membedakan produk yang berkualitas dan abal-abal.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi masalah-masalah yang terkait dengan penulis ini adalah sebagai berikut:

- 1) Tren kecantikan yang kebarat-baratan
- 2) Ada banyak macam-macam produk *skincare* yang sulit untuk dibedakan
- 3) Ada banyak produk *skincare* yang mengandung bahan kimia berbahaya, tapi belum banyak orang awam yang mengetahuinya
- 4) Banyak orang yang bingung ketika menggunakan produk *skincare*, terlebih kepada orang yang awam namun ingin menyempurnakan penampilan yang mana mereka bingung dan tidak tahu dalam menyelesaikan masalah pada kulit mereka.
- 5) Keinginan untuk menjadi cantik dengan merawat wajah dan memakai produk-produk kecantikan tertentu telah menyebabkan perilaku konsumtif dan menjadi tidak berdaya karena keinginan utama hanya ingin menjadi sempurna tanpa melihat efek sampingnya.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang dapat dijelaskan penulis berkaitan dengan sejauh mana ketertarikan penulis untuk melakukan proses pengembangan *web app e-commerce* yang terintegrasi langsung dengan sistem informasi tentang *skincare*. Pada dasarnya proses pengembangan *web app* tersebut tidak ada batas yang jelas. *Web app* terus dikembangkan untuk mendapatkan versi terbaik di saat yang

dibutuhkan. Namun, karena keterbatasan waktu pada penelitian ini, berikut beberapa batasan yang tercakup:

- 1) Penelitian ini hanya membatasi pada penjualan produk *skincare* untuk kulit wajah dan *body care* yaitu mencakup ke seluruh bagian tubuh
- 2) Target pengguna *web app* yang akan dibuat adalah kalangan remaja hingga dewasa
- 3) *Web app* membutuhkan koneksi internet.
- 4) Pengujian keseluruhan dilakukan secara terbatas.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka penulis memfokuskan permasalahan ini terkait dengan perancangan dan pengembangan *web app* Dermanifest yang rumusan masalahnya sebagai berikut:

- 1) Apakah *skincare* merupakan salah satu hal yang sedang menjadi tren di Indonesia?
- 2) Bagaimana kesuksesan terhadap penjualan produk *skincare* di Indonesia?
- 3) Bagaimana sikap, pengetahuan, dan persepsi masyarakat terhadap adanya *skincare* beserta produk-produknya?
- 4) Apakah masyarakat dapat membedakan beragamnya produk *skincare*?
- 5) Apakah masyarakat akan terbantu dengan adanya *web app* berbasis sistem informasi seputar *skincare* beserta produk-produknya?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah

- 1) Mengetahui minat masyarakat dalam menggunakan produk *skincare*
- 2) Mengetahui seberapa besar pengetahuan masyarakat terhadap *skincare* dan macam produknya

- 3) Mengatasi masalah ketidaktahuan yang ditimbulkan dari *skincare* dan produknya dengan mengembangkan *web app* berbasis sistem informasi Dermanifest ditinjau dari data-data yang dikumpulkan

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Bagi Penulis

Dapat mengimplementasikan ilmu yang didapatkan di mata kuliah Interaksi Manusia Komputer di Program Studi Ilmu komputer dalam mengumpulkan data dan mengaplikasikannya sebagai pemecah masalah.

- 2) Bagi Program Studi Ilmu Komputer

Dapat memberikan gambaran bagi seluruh mahasiswa khususnya bagi mahasiswa program studi Ilmu Komputer Universitas Negeri Jakarta tentang proses perancangan dan pengembangan *web app* berbasis sistem informasi Dermanifest.

- 3) Bagi Masyarakat

Dapat memberikan pengetahuan terhadap masyarakat bahwa proses pembuatan *web app* sangat memerlukan opini masyarakat itu sendiri.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian *Skincare*

Skincare atau perawatan kulit adalah rangkaian aktivitas yang menunjang kesehatan kulit, menyempurnakan penampilan dan meringankan kondisi kulit. Yang dimaksud dengan produk *skincare* adalah kosmetik kecantikan yang digunakan untuk merawat kulit tubuh baik kulit wajah, tubuh, kaki dan tangan (Rostamailis, 2005).

Skincare dapat mencakup nutrisi kulit hingga menghindari efek negatif dari paparan sinar matahari yang berlebihan. Namun sebelum melakukan perawatan kulit atau menggunakan *skincare* ada baiknya untuk mengetahui terlebih dahulu jenis kulit yang dimiliki.

2.2 Kegunaan *Skincare*

Demi kulit wajah yang sehat dan awet muda, urutan pemakaian *skincare* yang benar harus Anda perhatikan agar tidak sampai salah menggunakan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas produk yang digunakan sehingga hasilnya terjamin memuaskan. Kegunaan produk *skincare* dilansir dari situs SehatQ.com, yaitu:

1) *Cleanser*

Cleansing selalu menjadi langkah awal dan utama dalam rangkaian perawatan kulit wajah. Anggap wajah itu sebagai sebuah kanvas yang harus bersih terlebih dahulu agar bahan kandungan produk *skincare* selanjutnya bisa terserap dengan baik. Membersihkan wajah dengan sabun cuci muka setelah bangun pagi bertujuan untuk menghilangkan minyak dan kotoran yang menumpuk semalaman saat Anda tidur. Jika wajah sudah bersih,

produk-produk selanjutnya yang akan digunakan menjadi lebih mudah menempel dan meresap ke dalam kulit wajah.

2) *Toner* Wajah

Urutan pemakaian *skincare* pagi berikutnya adalah *toner* wajah. Penggunaan *toner* juga berfungsi membantu mengembalikan pH kulit Anda yang hilang saat tahapan mencuci muka. Fungsi *toner* wajah dapat membantu mengangkat sisa-sisa kotoran dan minyak berlebih yang mungkin masih menempel setelah Anda membersihkan wajah. Selain itu, *toner* bisa membantu mempersiapkan kulit sebelum menggunakan produk *skincare* lainnya, seperti serum dan pelembab.

3) *Essence*

Essence adalah cairan berbahan dasar air dengan konsentrasi bahan aktif tinggi. *Essence* berfungsi untuk melembabkan dan membantu produk *skincare* selanjutnya agar dapat meresap lebih baik ke dalam kulit, *Essence* juga dapat membantu menenangkan dan menutrisi kulit, serta mencegah penuaan.

4) Serum

Setiap orang pasti memiliki masalah kulit wajah yang berbeda-beda, mulai dari kulit kusam, kulit kering, atau pori-pori besar. Di sinilah serum bisa membantu mengatasi masalah tersebut. Memiliki kandungan dengan konsentrasi tinggi dan zat-zat aktif, serum bisa menembus lapisan kulit yang lebih dalam dan mengatasi masalah kulit secara lebih spesifik. Serum dianggap lebih efektif meresap ke dalam kulit dibandingkan pelembab atau krim wajah.

5) Pelembap atau *Moisturizer*

Penggunaan pelembab atau *moisturizer* akan mengunci seluruh produk *skincare* yang kamu pakai sebelumnya. Selain itu, *Moisturizer* berfungsi untuk melembapkan kulit wajah serta menghaluskannya.

6) Tabir Surya atau *Sunscreen*

Menggunakan tabir surya atau *sunscreen* adalah urutan *skincare* pagi hari yang wajib Anda gunakan setiap harinya. Produk perawatan kulit yang satu ini berfungsi membantu melindungi wajah dari penuaan akibat paparan sinar matahari.

Tidak semua orang cocok dengan produk *skincare* tersebut. Oleh karena itu pemakaian produk *skincare* perlu disesuaikan dengan kebutuhan kulit wajah agar pemakaiannya pun menjadi optimal (Ikhsania, 2020).

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Alur Penelitian

Untuk melakukan rangkaian tahapan penelitian ini, penulis memiliki rancangan alur penelitian dalam pengumpulan data / *requirement gathering* sebagai berikut:

1) Tahap Pertama dalam Mengumpulkan Persyaratan (*First Phase of Requirement Gathering*)

Dilaksanakan pada Minggu, 8 November 2020 hingga Rabu, 11 November 2020 dengan rangkaian prosesnya sebagai berikut:

- Melakukan studi observasi literatur
- Membuat dan membagikan kuesioner pertama

2) Membuat Portofolio Github (*Mini Report*)

Dilaksanakan pada Rabu, 11 November 2020 hingga Minggu, 15 November 2020 dengan rangkaian prosesnya sebagai berikut:

- Membuat analisis data responden dari kuesioner pertama
- Membuat halaman Github
- Memasukkan analisis data responden dari kuesioner pertama ke halaman Github

3) Membuat *Mockup Design*

Dilaksanakan pada Rabu, 11 November 2020 hingga Minggu, 15 November 2020 bersamaan dengan proses analisis data responden, serta

pembuatan *mini report* Github. Proses ini menghasilkan *activity diagram* beserta *mockup design*-nya yang dibuat dengan menggunakan platform Draw.io dan Figma. Setelah itu, seluruh *mockup design* diunggah ke *mini report* pada tahapan sebelumnya.

4) Tahap Kedua dalam Mengumpulkan Persyaratan (*Second Phase of Requirement Gathering*)

Dilaksanakan pada Minggu, 15 November 2020 dengan rangkaian prosesnya sebagai berikut:

- Mengadakan telekonferensi lewat aplikasi Zoom untuk mempresentasikan hasil desain kepada responden
- Meminta tanggapan dari responden dengan membagikan kuesioner ke-2 dan menganalisisnya

5) Membuat Laporan (*Report Writing*)

Dilaksanakan pada Minggu, 15 November 2020 hingga Kamis, 19 November 2020. Ini merupakan tahapan akhir dari rangkaian tahapan penelitian / *requirement gathering*, yaitu membuat laporan kegiatan ini dari awal hingga akhir.

3.2 Market Segment

Penulis *memilih market segment* pada kalangan remaja-dewasa yang kemudian dibagi lagi menjadi dua kelompok demografi, yaitu:

- Pelajar / Mahasiswa
- Pekerja

3.3 Instrumen Penelitian

Pada penelitian kali ini, penulis menggunakan tiga instrumen penelitian, di antaranya adalah sebagai berikut:

1) Observasi

Teknik observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Teknik pelaksanaan observasi ini dapat dilakukan secara langsung yaitu pengamat berada langsung bersama objek yang diselidiki dan tidak langsung yakni pengamatan yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya suatu peristiwa yang diselidiki (Tanzeh, 2011). Pada penelitian ini, penulis menggunakan studi observasi literatur. Observasi ini digunakan dengan cara mengamati suatu aktivitas dengan mengumpulkan data-data atau sumber-sumber yang berkaitan dengan aktivitas tersebut. Data dari observasi ini bisa didapat dari berbagai sumber, jurnal, buku dokumentasi, internet, dan pustaka.

2) Kuesioner

Pada penelitian ini penulis juga menggunakan kuesioner. Kuesioner ini menggunakan pertanyaan tertutup dengan pengukuran jawaban berdasarkan Skala *Likert* dan juga *Check Box Questions* (pertanyaan dengan lebih dari satu jawaban). Dengan Skala *Likert*, maka jawaban yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator jawaban. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Sesuai dengan definisi Skala *Likert* menurut Sugiyono (2008): “Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial” (Sugiyono, 2008). Penulis pun menggunakan skor / indikator akhir sebagai titik tolak sikap, pendapat, dan persepsi responden dalam menyelesaikan permasalahan yang penulis angkat.

3) Telekonferensi

Selain menggunakan observasi dan kuesioner, penulis juga mengadakan telekonferensi yang dihadiri oleh responden yang telah mengisi kuesioner terkait *web app* Dermanifest yang akan dikembangkan. Telekonferensi adalah pertemuan yang dihadiri oleh dua orang atau lebih yang dilakukan melewati telepon atau koneksi jaringan internet (Asfihan, 2019). Dengan melakukan telekonferensi penulis bisa mempresentasikan *mockup design* yang telah dirancang sebelumnya, kemudian penulis juga mendapatkan saran untuk perkembangan *web app* Dermanifest dari responden yang hadir pada telekonferensi.

3.4 Teknik Analisis Data

Pada kuesioner, penulis menggunakan Skala *Likert* dengan 5 titik respons yang deskripsi skalanya pada tabel berikut:

Indikator Jawaban	Skor Akhir
Sangat perlu/sangat sering/sangat ____	80%-100%
Perlu/sering/ ____	60%-79,9%)
Cukup perlu/cukup sering/cukup ____	40%-59,9%)
Kurang perlu/kurang sering/kurang ____	20%-39,9%
Tidak perlu/tidak sering/tidak ____	0%-19,9%

Tabel 1 - Skor Akhir Skala Likert

Penulis menghitung data kuesioner yang sudah terkumpul dengan perhitungan skor Skala *Likert*. Cara perhitungannya, yaitu contohnya penulis mengambil data responden dari pertanyaan kuesioner pertama pada nomor 1

(Apakah Anda tahu tentang karakteristik kulit Anda?) pada grup pekerja (ada 10 responden) didapat:

Dihitung dengan rumus

Total responden yang memilih x Pilihan angka skor Likert, didapat

- Ada 0 responden yang menjawab sangat tahu (skor: 5) = $0 \times (5) = 0$
- Ada 1 responden yang menjawab tahu (skor: 4) = $1 \times (4) = 4$
- Ada 4 responden yang menjawab cukup tahu (skor: 3) = $4 \times (3) = 12$
- Ada 4 responden yang menjawab tidak tahu (skor: 2) = $4 \times (2) = 8$
- Ada 1 responden yang menjawab sangat tidak tahu (skor: 1) = $1 \times (1) = 1$
- **Total skor = 25**

Kemudian dihitung lagi dengan rumus skor akhir

$$Skor\ Akhir = \left(\frac{Total\ Skor}{Jumlah\ Responden \times Max.\ Skala} \right) \times 100\%$$

$$Skor\ Akhir = \frac{25}{10 \times 5} \times 100\%$$

$$Skor\ Akhir = 0,5 \times 100\%$$

$$Skor\ Akhir = 50\%$$

Kesimpulannya, skor akhir pada pertanyaan tersebut adalah 50% yang berarti responden sudah cukup tahu tentang karakteristik kulit mereka masing-masing.

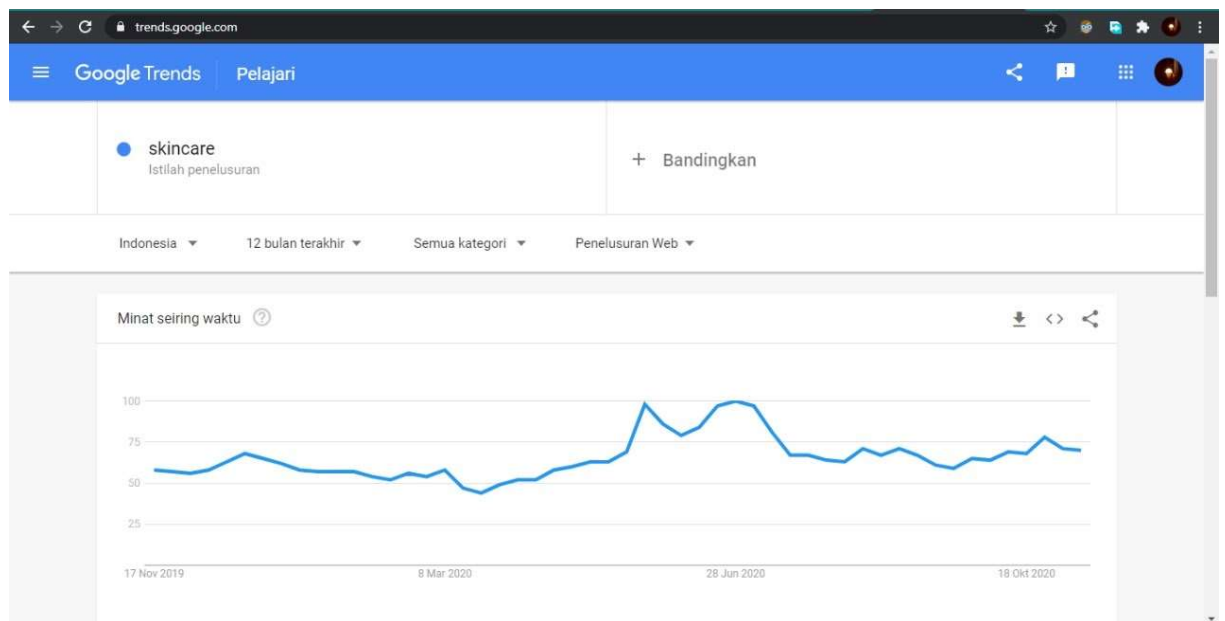
BAB 4

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data Observasi

Dalam melakukan studi observasi, penulis melakukan pengumpulan data dari berbagai sumber di internet. Penulis mengumpulkan data tentang tren *skincare* serta total penjualan produknya pada tahun 2020 dari dua sumber berbeda.

Pertama, penulis mengambil data tren *skincare* dari Google Trends. Pada Google Trends, kata “Skincare” masih menjadi salah satu tren / kata yang paling sering dicari oleh masyarakat Indonesia sesuai dengan data statistik berikut:

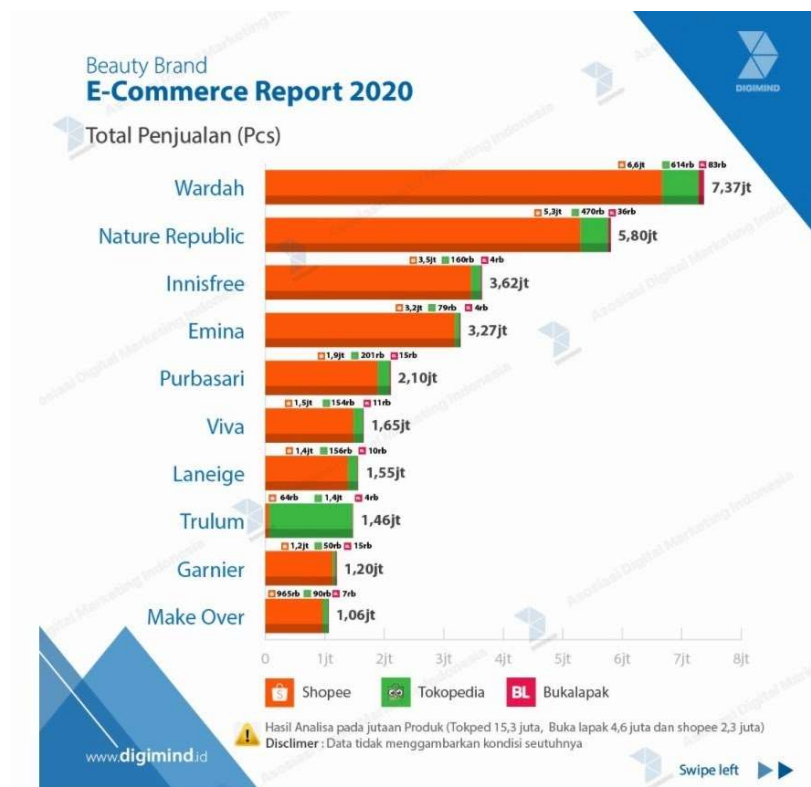


Gambar 2- Trend Pencarian kata “Skincare” di Platform Google.
(Sumber: Google Trends: Skincare.
<https://trends.google.com/trends/explore?q=skincare&geo=ID>)

Ditunjukkan bahwa kata “Skincare” menjadi tren yang stabil yang hingga hari ini mendapatkan poin tren mendekati 75 dari 100 poin dan dari Maret 2020 hingga hari November 2020, kata “Skincare” masih berada di atas poin 50. Menurut Google Trends, minat seiring waktu ditunjukkan oleh angka yang mewakili minat penelusuran berdasarkan poin tertinggi pada diagram untuk wilayah dan waktu

tertentu. Nilai 100 menunjukkan istilah berada di puncak popularitas. Nilai 50 menunjukkan istilah dengan popularitas separuhnya. Nilai 0 menunjukkan tidak tersedia cukup data untuk istilah tersebut.

Kedua, penulis mengambil data penjualan produk dari situs Asosiasi Situs Digital Marketing Indonesia atau Digimind.id. Pada situs tersebut, mereka menghasilkan data penelitian terhadap penjualan *brand* kecantikan dari 3 *e-commerce* terbesar di Indonesia, yaitu Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Data tersebut, yaitu:



Gambar 3 - Data Total Penjualan Dari 3 E-Commerce Terbesar Di Indonesia.
 (Sumber: Data Produk Kecantikan Terlaris Di E-Commerce
<https://trends.google.com/trends/explore?q=skincare&geo=ID>)

Ditunjukkan bahwa penjualan produk kecantikan terutama pada *web e-commerce* begitu besar dan laku di pasaran.

Dari kedua data tersebut, penulis pun termotivasi untuk membuat sebuah *web app* sistem informasi yang membahas tentang produk *skincare* atau produk kecantikan. Mulai dari cara membedakannya satu sama lain, cara memakainya, hingga kecocokannya dengan karakteristik kulit kita. Selain itu, karena adanya

dorongan popularitas dan ekonomi yang besar, penulis juga merencanakan untuk menjual produk-produk *skincare* juga.

4.2 Deskripsi Data Kuesioner 1

Untuk mengumpulkan data lebih lanjut, penulis pun melakukan kuesioner untuk mengetahui lebih lanjut atas pengetahuan masyarakat terhadap penggunaan produk *skincare*. Penulis pun mengadakan kuesioner pada Senin, 9 November 2020. Dengan durasi 3 hari, terkumpul 72 responden yang mengisi kuesioner tersebut.

Setelah data ke-72 responden terkumpul, penulis menganalisisnya dengan teknik Skala *Likert* seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Data tersebut kami bagi menjadi dua kelompok demografi dengan perolehan skornya, yaitu:

a) Pekerja

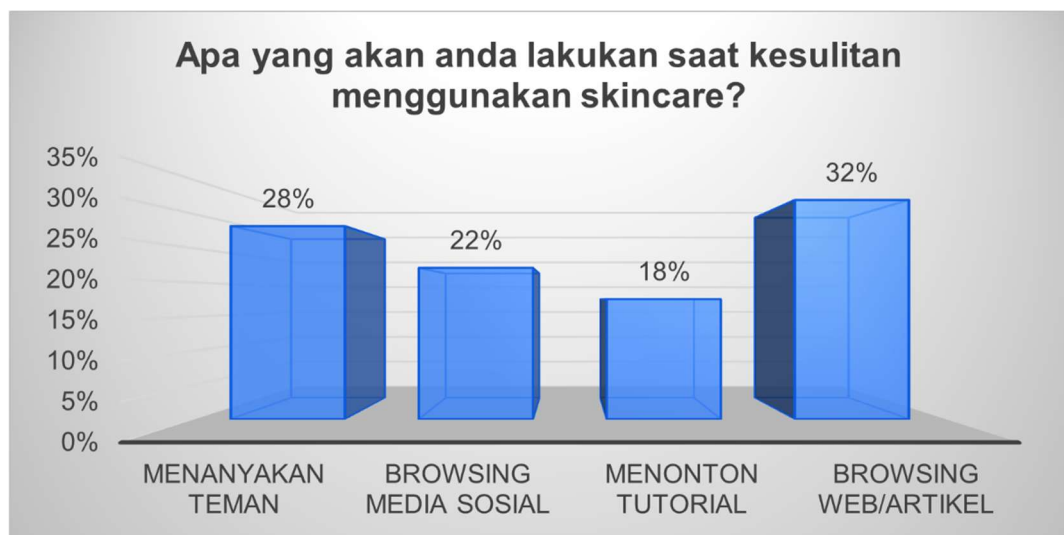
- 1) Apakah Anda tahu tentang karakteristik kulit Anda? = 50% (Cukup tahu)
- 2) Apakah Anda tahu betul apa yang harus dilakukan saat terjadi masalah pada kulit Anda? = 48% (Cukup tahu)
- 3) Seberapa sering Anda merawat wajah? = 56% (Cukup sering)
- 4) Apakah Anda sering kesulitan membedakan jenis *skincare*? = 70% (Sering)
- 5) Perlukah adanya platform sumber informasi dan pengetahuan sentra seputar *skincare* dalam bentuk *website*? = 78% (Sering)
- 6) Perlukah adanya perbandingan antara produk *skincare* dalam pada *website* kami nantinya? = 82% (Sangat perlu)
- 7) Apakah Anda akan tertarik untuk mengunjungi *website* kami jika ada panduan lengkap mengenai perawatan kulit? = 76% (Tertarik)

b) Pelajar/Mahasiswa

- 1) Apakah Anda tahu tentang karakteristik kulit Anda? = 64% (Tahu)
- 2) Apakah Anda tahu betul apa yang harus dilakukan saat terjadi masalah pada kulit Anda? = 60% (Tahu)
- 3) Seberapa sering Anda merawat wajah? = 64% (Sering)
- 4) Apakah Anda sering kesulitan membedakan jenis *skincare*? = 63% (Sering)
- 5) Perlukah adanya platform sumber informasi dan pengetahuan sentra seputar *skincare* dalam bentuk *website*? = 80% (Sangat perlu)
- 6) Perlukah adanya perbandingan antara produk *skincare* dalam pada *website* kami nantinya? = 85% (Sangat perlu)
- 7) Apakah Anda akan tertarik untuk mengunjungi *website* kami jika ada panduan lengkap mengenai perawatan kulit? = 82% (Sangat perlu)

Untuk pertanyaan nomor 8 dan 9, kami menggabungkan kedua demografi tersebut dan didapat:

- 8) Apa yang akan Anda lakukan saat kesulitan menggunakan *skincare*? (Jawaban bisa lebih dari satu / *Check Box Questions*)



*Gambar 4 - Data Respons Pertanyaan Nomor 9
Sumber: Data Pribadi*

- 9) Apa yang akan menjadi prioritas utama Anda dalam menggunakan *website* kami? (Jawaban bisa lebih dari satu / *Check Box Questions*)



Gambar 5 - Data Respons Jawaban Nomor 10
Sumber: Data Pribadi

4.3 Rancangan *Web App* sebagai Solusi Pemecah Masalah

Setelah meninjau data yang telah penulis kumpulkan, baik dari studi observasi literatur maupun dari kuesioner pertama, penulis pun berinisiatif membuat rancangan *web app* Dermanifest berdasarkan data-data tersebut sehingga diharapkan dapat cocok dengan apa yang responden mau. Rancangan *web app* Dermanifest telah penulis tuang dalam bentuk *activity diagram* dan *mockup design* yang juga sudah penulis unggah ke laman Github penulis.

4.4 Deskripsi Data Telekonferensi

Penulis mengadakan telekonferensi pada hari Minggu, 15 November 2020, Tujuan penulis melakukan telekonferensi ini adalah untuk memaparkan data hasil kuesioner kepada responden terdahulu yang sudah mengisi kuesioner pertama dengan dugaan bahwa mereka yang telah menentukan fitur-fitur dan memberikan

solusi dan memecahkan masalah yang masing-masing responden alami. Penulis juga mempresentasikan hasil *mockup design* yang akan digunakan responden nantinya sebagai *user* dari *web app* Dermanifest. Pastikan bahwa *mockup design* memenuhi harapan responden, atau tidak sesuai dengan harapan atau aspirasi responden.

Di akhir telekonferensi, penulis mendapatkan beberapa tanggapan dari responden. Responden menyarankan kepada penulis untuk:

1. Menambahkan fitur *rating* dan ulasan pada menu produk
2. Memberi tautan afiliasi pada produk yang dijual agar artikel yang ada itu berdasarkan pada produk
3. Mengganti warna menjadi lebih cerah dan disarankan untuk mengikuti panduan dari situs Coolors (<https://coolors.co>)
4. Tidak menggunakan ukuran tulisan yang terlalu besar pada bagian produk menu dan disarankan untuk menggunakan ukuran tulisan sebesar 16 Pixel saja
5. Meninjau ulang tentang penempatan gambar produk agar tidak menyusahkan pada proses *back end* nantinya.
6. Tidak mewarnai tombol “Beli Sekarang” pada detail produk dengan warna merah karena menurut responden tombol berwarna merah adalah arti negatif, contohnya adalah *delete*.

4.5 Deskripsi Data Kuesioner 2

Untuk mengumpulkan data lebih lanjut, penulis pun langsung membagikan kuesioner pada hari yang sama setelah telekonferensi diadakan. Tujuan dari Kuesioner 2 ini adalah untuk mengumpulkan penilaian responden dari *mockup design web app* Dermanifest untuk mengetahui lebih lanjut apakah sudah cocok atau tidak dengan minat responden.

Kami berhasil mengumpulkan 33 respons dari kuesioner dari mereka yang telah mengikuti telekonferensi sebelumnya. Data yang penulis kumpulkan pada

kuesioner 2 juga penulis olah dengan teknik yang sama dengan pengolahan data pada kuesioner pertama, yaitu dengan analisis Skala *Likert*. Data kuesioner 2, yaitu:

- 1) Seberapa puaskah Anda terhadap fitur-fitur *web* yang baru saja kami paparkan? = 93,94% (Sangat puas)
- 2) Seberapa puaskah Anda terhadap desain visual *web* yang baru saja kami paparkan? = 90,91% (Sangat puas)
- 3) Seberapa puaskah Anda dengan *flow* / alur dari aktivitas / transaksi dari desain *web* yang baru saja kami paparkan? = 95,76% (Sangat puas)
- 4) Seberapa puaskah Anda terhadap penyelesaian masalah (tentang pemakaian *skincare*) terkait adanya kehadiran desain *web* yang baru kami paparkan? = 93,94% (Sangat puas)

Dari data yang telah dikumpulkan, mayoritas responden menjawab pertanyaannya dengan sangat puas sehingga dapat disimpulkan bahwa desain yang telah penulis buat sudah cocok dengan minat responden. Walaupun begitu, kami juga tidak akan terlalu terpaku pada data ini karena penulis juga akan tetap mempertimbangkan *feedback* yang telah diberikan pada telekonferensi pada tahapan sebelumnya.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil implementasi dari penelitian yang telah penulis lakukan, didapat kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kesadaran untuk memiliki kulit yang sehat dan juga cantik sudah menjadi dambaan bagi kamu perempuan maupun kaum laki-laki, dengan *skincare* setiap orang mengharapkan mendapatkan kecantikan fisik yang menarik dan terbebas dari masalah yang akan mengganggu kecantikan secara fisik, tidak dipungkiri bahwa *skincare* telah menjadi tren di tahun ini dengan bukti pencarian kata “Skincare” di platform Google mendapatkan poin tren mendekati 75 dari 100, sehingga penulis pun tertarik untuk membuat *website* seputar kecantikan
- 2) Dengan menggunakan dua metode penelitian yaitu observasi, kemudian kuesioner yang disebar ke publik, dan telekonferensi, setidaknya penulis telah memperoleh data yang cukup tentang kebutuhan dan keinginan masyarakat untuk pengembangan *web app* Dermanifest, dan pada dasarnya *web app* tetap dapat dikembangkan. Namun terdapat kendala pada saat melakukan penelitian, karena keterbatasan waktu.

5.2 Saran

Dari beberapa pembahasan dan kesimpulan yang penulis uraikan, saran untuk penelitian ini adalah :

1. Harapan penulis jika pembaca ingin melakukan penelitian yang sama, ada baiknya untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan memperbanyak jumlah responden dan memperpanjang waktu penelitian.

2. Agar *web app* dapat beroperasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat, diharapkan masyarakat yang telah memperoleh kuesioner tentang *web app* yang akan dikembangkan dapat menjawab pertanyaan sesuai dengan kebutuhan pembaca.


DAFTAR PUSTAKA

- Asfihan, A. (2019). *Teleconference Adalah*. Adalah.Co.Id.
<https://adalah.co.id/teleconference/>
- Cantik. (n.d.). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring.
<https://kbbi.web.id/cantik>
- Frank, A. W., & Synnott, A. (1995). The Body Social: Symbolism, Self and Society. *Canadian Journal of Sociology / Cahiers Canadiens de Sociologie*.
<https://doi.org/10.2307/3341866>
- Ibrahim, I. S. (1998). *Wanita dan Media: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*. Remaja Rosdakarya.
- Ikhsania, A. A. (2020). *Urutan Pemakaian Skincare Pagi dan Malam Hari yang Benar agar Kesehatan Kulit Terjaga*. SehatQ.Com.
<https://www.sehatq.com/artikel/jangan-sampai-salah-ini-urutan-pemakaian-skincare-yang-tepat>
- Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik. (2020). Pelaku Bisnis.
<http://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/>
- Rostamailis. (2005). *Penggunaan Kosmetik, Dasar Kecantikan & Berbusana yang Serasi*. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.
- Tanzeh, A. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Teras.

LAMPIRAN

- **Lampiran 1 – Pertanyaan Kuesioner 1:**

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfGLuVKoRG-y1tsUASWbMC11aJmuYp6F069yc4kCKkGk5R1xA/viewform>



Dermanifest

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Salam sejahtera untuk kita semua!
Perkenalkan, kami Team H, yaitu kelompok mahasiswa dari Universitas Negeri Jakarta Prodi Ilmu Komputer 2019. Saat ini, kami sedang melakukan penelitian mengenai pentingnya pembuatan e-commerce mengenai skincare serta cara penggunaannya. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan terbesar para pengguna sehingga kami dapat mengembangkan website yang baik.
Oleh karena itu, kami memohon rekan-rekan sekalian untuk mengisi kuesioner ini sebagai rujukan data penelitian kami.
Terima kasih semuanya!

***Required**

Personal Information

Nama lengkap *

Your answer

Tingkat Pendidikan

- ☐ SMP/Sederajat
- ☐ SMA/Sederajat
- ☐ Perguruan Tinggi/Sederajat
- ☐ Other: _____

Pengetahuan Seputar Skin Care

Pada bagian ini, anda akan diberikan beberapa pertanyaan mengenai pengetahuan anda seputar perawatan kulit atau skincare, serta pola bagaimana anda merawatnya.

Apakah anda tahu tentang karakteristik kulit anda? *

- ☐ Tidak sama sekali
- ☐ Kurang tahu
- ☐ Cukup tahu
- ☐ Tahu
- ☐ Sangat tahu

Apa yang akan anda lakukan saat kesulitan menggunakan skincare? *

☐ Browsing Web / Artikel

☐ Menanyakan teman

☐ Menonton tutorial

☐ Browsing media sosial

☐ Other: _____

Next

Never submit passwords through Google Forms.

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms

Apakah anda tahu betul apa yang harus dilakukan saat terjadi masalah pada kulit anda? *

- ☐ Tidak sama sekali
- ☐ Kurang tahu
- ☐ Cukup tahu
- ☐ Tahu
- ☐ Sangat tahu

Seberapa sering anda merawat wajah? *

- ☐ Tidak Pernah
- ☐ Tidak Sering
- ☐ Cukup sering
- ☐ Sering
- ☐ Sangat Sering

Apakah anda sering kesulitan membedakan jenis skincare? *

- ☐ Tidak Pernah
- ☐ Tidak Sering
- ☐ Cukup sering
- ☐ Sering
- ☐ Sangat Sering



Dermanifest

*Required

Petanyaan Terkait Website

Pada bagian ini, anda akan diberikan pertanyaan seputar ide pendukung untuk website yang akan kami kembangkan dalam menyelesaikan masalah yang ada

Perlukah adanya platform sumber informasi dan pengetahuan sentra seputar skincare dalam bentuk website? *

- ☐ Tidak perlu
- ☐ Kurang perlu
- ☐ Cukup perlu
- ☐ Perlu
- ☐ Sangat perlu

Perlukah adanya perbandingan antara produk skincare dalam pada website kami nantinya? *

- ☐ Tidak perlu
- ☐ Kurang perlu
- ☐ Cukup perlu
- ☐ Perlu
- ☐ Sangat perlu

Apakah anda akan tertarik untuk mengunjungi website kami jika ada panduan lengkap mengenai perawatan kulit? *

- ☐ Tidak perlu
- ☐ Kurang perlu
- ☐ Cukup perlu
- ☐ Perlu
- ☐ Sangat perlu

Apa yang akan menjadi prioritas utama anda dalam menggunakan website kami? *

- ☐ Tampilan aplikasi yang mudah digunakan
- ☐ Kaya akan konten mengenai perawatan kulit wajah
- ☐ Aneka diskon dan penawaran produk
- ☐ Memiliki testimoni dari customer
- ☐ Other: _____

Saran

Adakah saran untuk pengembangan e-commerce kami ?

Your answer _____

Apakah anda bersedia kami kontak untuk mengisi kuesioner atau mengikuti conference ke depannya ? *


- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Back

Submit

- **Lampiran 2 – Pertanyaan Kuesioner 2:**

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScfrY86_qvzqVf1dnPgp40kFh3yfIKx3ydP0Ntpn6YuJXgzjw/viewform



2-Minutes Form Registration | Dermanifest

Terimakasih sudah mau ikut zoom conference dari kami! Mohon bantuan dari rekan-rekan sekalian untuk mengisi kuesioner sebagai penilaian rekan-rekan sekalian terhadap desain web Dermanifest yang kelompok kami baru saja paparkan.

***Required**

Nama *

Your answer

Nomor Telepon *

Your answer

Seberapa puaskah anda terhadap fitur-fitur web yang baru saja kami paparkan? *

1 2 3 4 5

Sangat tidak puas ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat puas

Seberapa puaskah anda terhadap desain visual web yang baru saja kami paparkan? *

1 2 3 4 5

Sangat tidak puas ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat puas

Seberapa puaskah anda dengan flow / alur dari aktivitas / transaksi dari desain web yang baru saja kami paparkan? *

1 2 3 4 5

Sangat tidak puas ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat puas

Seberapa puaskah anda terhadap penyelesaian masalah (tentang pemakaian skincare) terkait adanya kehadiran desain web yang baru kami paparkan? *

1 2 3 4 5

Sangat tidak puas ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat puas

Submit

- **Lampiran 3 – Mini Report:**

https://github.com/teamh-ilkom19unj/DERMANIFEST/blob/main/MINI_REPORT.md

- **Lampiran 4 – Video Telekonferensi:**

https://www.youtube.com/watch?v=_SoccZ7_Shg&feature=youtu.be

- **Lampiran 5 – Data Respons Kuesioner 1:**

[https://github.com/teamh-ilkom19unj/DERMANIFEST/blob/main/Questionnaire_Proof/Dermanifest_\(Responses\)-Questionnaire_1.xlsx](https://github.com/teamh-ilkom19unj/DERMANIFEST/blob/main/Questionnaire_Proof/Dermanifest_(Responses)-Questionnaire_1.xlsx)

- **Lampiran 6 – Data Respons Kuesioner 2:**

[https://github.com/teamh-ilkom19unj/DERMANIFEST/blob/main/Questionnaire_Proof/Dermanifest_\(Responses\)-Questionnaire_2.xlsx](https://github.com/teamh-ilkom19unj/DERMANIFEST/blob/main/Questionnaire_Proof/Dermanifest_(Responses)-Questionnaire_2.xlsx)

- **Lampiran 7 – *Activity Diagram*:**

https://github.com/teamh-ilkom19unj/DERMANIFEST/tree/main/Activity_Diagram

- **Lampiran 8 – *Mockup Design*:**

https://github.com/teamh-ilkom19unj/DERMANIFEST/tree/main/Dermanifest_Mockup_Design