

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Perkembangan media sosial sangat diminati dan diikuti oleh mayoritas penduduk di seluruh dunia karena pada media sosial, pengguna dapat memberikan komentar, reaksi, ataupun membagikan konten-konten berupa posting-an untuk diperlihatkan kepada publik. Salah satu topik yang paling sering diperbincangkan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan kecantikan. Sekarang ini, perangkat *mobile* sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Hal ini karena perangkat *mobile* menyediakan segala jenis informasi yang dibutuhkan penggunanya, misalnya seperti memberikan jawaban cepat untuk beberapa pertanyaan, seperti waktu, ramalan cuaca, berita, hasil pertandingan olahraga, dan banyak lagi lainnya. Dengan demikian, perangkat *mobile* dapat memberikan kemudahan bagi seseorang dengan menyimpan semua informasi di luar kepala mereka dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun mereka berada [1]. Contoh aplikasi berbasis *mobile* yang belakangan ini sedang ramai diminati adalah TikTok yang telah menduduki peringkat ke-6 di tahun 2023 untuk aplikasi sosial media terpopuler di seluruh dunia [2].

Hingga saat ini juga sudah banyak situs dan aplikasi yang secara khusus membahas tentang informasi seputar produk-produk kecantikan, tips dan trik, fakta-fakta, atau lainnya yang relevan dengan kecantikan. Beberapa contohnya adalah *FemaleDaily*, *Sociolla*, *Vogue*, *Lemon8*, *iStyle*, dan sebagainya.

Kebanyakan konten mengenai kecantikan memuat tentang gaya berpakaian (*outfit*), gaya rambut (*hair style*), tata riasan (*makeup*), perawatan kulit (*skincare*), atau sejenisnya dan banyak juga yang memberikan ulasan-ulasan ataupun tips-tips seputar hal tersebut kepada publik. Misalnya, memberikan ulasan berupa *rating* dari beberapa *brand* untuk produk yang sejenis. Tidak sedikit juga yang mengkombinasikan beberapa produk *skincare* dari *brand* yang berbeda tanpa mengetahui apakah kandungan dari produk tersebut dapat dikombinasikan dengan produk yang lain dan apakah kombinasi produk-produk tersebut sesuai dengan tipe kulit wajah mereka.

Selain membahas seputar *skincare*, inspirasi jenis *outfit* juga merupakan konten yang sering dicari. Namun, bisa saja jenis potongan rambut atau jenis pakaian yang cocok dipakai oleh orang lain belum tentu cocok untuk mereka. Hal ini dikarenakan bentuk wajah dan bentuk tubuh dari masing-masing pribadi yang berbeda. Misalnya, orang yang memiliki

bentuk wajah bulat lebih direkomendasikan potongan rambut *layer* dibandingkan *bob*; Jenis pakaian *baggy* yang kurang disarankan untuk jenis bentuk tubuh *pear* karena akan membuat bentuk tubuh terlihat lebih berisi.

Oleh karena itu, fokus dari penelitian ini adalah merancang sistem informasi yang dapat membantu mencari jenis *skincare* dan jenis pakaian yang sesuai dengan pengguna dalam bentuk aplikasi *mobile*. Pengguna dapat memilih kategori yang pengguna inginkan dan sistem akan menampilkan konten berdasarkan kategori yang dipilih. Aplikasi ini juga dilengkapi dengan teknologi *face analysis* yang dapat digunakan oleh pengguna untuk menentukan bentuk wajah pengguna. Untuk dapat membantu memenuhi kebutuhan pengguna, maka diperlukan adanya pengembangan sistem informasi. Namun, sebelum ke tahap pengembangan, diperlukan adanya perancangan sistem. Dengan adanya perancangan sistem, maka dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap apa yang ingin dirancang serta bagaimana sistem akan berjalan.

Dalam aktivitas perancangan tentu membutuhkan sebuah metodologi, salah satu metode yang digunakan adalah metode *Design Thinking*. *Design Thinking* adalah pendekatan pemecahan masalah yang meliputi eksperimen dan pembuatan prototipe berulang dengan tujuan untuk memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan kembali masalah dalam upaya untuk mengidentifikasi strategi dan solusi alternatif yang mungkin tidak langsung terlihat dengan tingkat pemahaman awal. Terdapat lima proses utama dalam metode *design thinking* yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* [3]. Sebuah rancangan *user interface* dapat dikatakan berhasil jika memiliki *usability* yang baik.

Terdapat metode yang dapat digunakan untuk melakukan pengujian terhadap *usability* dari hasil rancangan, apakah rancangan tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna atau tidak. Terdapat satu metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi hasil rancangan yaitu dengan menggunakan metode *usability testing*. *Usability testing* merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kemudahan pengguna dalam berinteraksi dalam sebuah sistem informasi. Manfaat yang dapat diperoleh ketika melakukan pengujian menggunakan *usability testing*: akurat, dapat memantau kekurangan aplikasi, mengetahui aktivitas dari setiap pengguna, serta dapat menciptakan strategi pengembangan aplikasi [4].

1.2 Rumusan Masalah

Adapun masalah yang dihadapi dalam penelitian ini adalah:

1. Masyarakat kesulitan dalam mengetahui informasi mengenai fungsi dari kandungan-kandungan yang terdapat di dalam sebuah produk *skincare* dan yang sesuai dengan tipe kulit mereka;
2. Tidak adanya aplikasi yang dapat merekomendasikan pengguna dalam menentukan kesesuaian tren pakaian yang sedang banyak diperbincangkan terhadap bentuk tubuh mereka.

1.3 Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah:

1. Merancang *user interface* aplikasi kecantikan yang mudah dioperasikan oleh pengguna;
2. Memudahkan pengguna untuk mencari inspirasi seputar kecantikan dengan menemukan ide-ide kecantikan yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pengguna;
3. Menyesuaikan tren kecantikan saat ini dengan *style* pengguna;
4. Memberikan rekomendasi atau saran untuk pengembangan lebih lanjut dari aplikasi kecantikan tersebut.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Rancangan aplikasi yang dapat membantu pengguna untuk tetap dapat mengikuti perkembangan tren kecantikan yang telah disesuaikan dengan *style* pengguna;
2. Meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai *skincare* yang dapat sesuai dengan mereka;
3. Mendukung masyarakat agar tetap *up to date* terhadap perkembangan tren kecantikan yang ada saat ini.

1.5 Ruang Lingkup

Beberapa tahap yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengumpulkan data dan informasi dari pengguna atau sumber lain yang dapat mendukung proses perancangan aplikasi kecantikan melalui metode observasi dan wawancara;
2. Menganalisis kebutuhan pengguna berdasarkan data dan informasi yang telah dikumpulkan;

3. Merancang *user interface* aplikasi kecantikan dengan memanfaatkan data dan informasi yang telah dikumpulkan;
4. Membuat rancangan aplikasi berupa *prototype* menggunakan aplikasi *Figma*;
5. Pengujian rancangan aplikasi dengan menggunakan pengujian *usability*.

Berikut adalah fitur-fitur yang akan digunakan dalam merancang aplikasi *mobile* kecantikan:

1. *Face Analysis* merupakan fitur yang memanfaatkan teknologi AI untuk mengetahui bentuk wajah, warna kulit, hingga tipe jenis kulit dari pengguna. Fitur ini dapat membantu dalam mencocokkan *style*, produk atau tips untuk pengguna.
2. *Product Check* merupakan fitur yang dapat memberikan informasi seputar kandungan dan manfaat dari sebuah produk. Fitur *Product Check* juga dapat membantu memeriksa kecocokan dari gabungan beberapa produk dengan hasil analisis tipe kulit pengguna.
3. *Feeds* merupakan fitur yang dapat menampilkan konten-konten yang berkaitan dengan minat pengguna serta *posting-an* dari pengguna lain yang sedang diikuti.
4. *Articles* merupakan fitur yang dapat menampilkan topik-topik ataupun berita-berita yang berkaitan dengan minat pengguna.
5. *Explore* merupakan fitur yang dapat mencari dan menampilkan konten-konten yang sesuai maupun berbeda dengan minat pengguna.
6. *Upload* merupakan fitur di mana pengguna dapat berbagi konten berupa foto/video disertai dengan *caption* berupa teks yang dapat dilihat oleh pengguna lain.
7. *Activities* merupakan fitur di mana pengguna dapat melihat aktivitas berupa interaksi-interaksi yang dilakukan antar pengguna yang saling mengikuti dalam aplikasi.
8. *Chat*
 - a. *Private Chat* merupakan fitur *chat* yang dapat digunakan oleh pengguna untuk melakukan interaksi antar 2 pengguna.
 - b. *Group Conversation* merupakan fitur chat yang dapat digunakan oleh pengguna untuk melakukan interaksi antar 2 atau lebih pengguna.
 - c. *Community* merupakan fitur chat yang terbuka secara umum yang dapat digunakan oleh pengguna untuk melakukan interaksi antar beberapa pengguna.