

PERANCANGAN UI/UX PADA APLIKASI DRW SKINCARE DENGAN MENGUNAKAN DESIGN THINKING

Risnawati¹, Apit Priatna^{2*}, Rini Malfiany^{3*}

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, STMIK ROSMA

³Program Studi Manajemen Informatika, STMIK ROSMA

Karawang, Indonesia

Risnawati.si2020@mhs.rosma.ac.id, apit.priatna@dosen.rosma.ac.id ,

rini@dosen.rosma.ac.id

ABSTRAK

Perancangan antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang baik sangat krusial untuk kesuksesan aplikasi digital, termasuk aplikasi DRW Skincare. Penelitian ini menerapkan metode Design Thinking dalam pengembangan UI/UX untuk aplikasi DRW Skincare. dengan fokus pada solusi dari masalah pengguna. Design Thinking adalah pendekatan yang berpusat pada pengguna dan terdiri dari lima tahap: memahami, mendefinisikan, ideasi, membuat prototipe, dan pengujian. Penelitian ini diawali dengan memahami kebutuhan dan masalah pengguna melalui wawancara dan survei. Kemudian, masalah tersebut didefinisikan secara jelas untuk menentukan area fokus utama. Ide-ide kreatif dihasilkan melalui sesi brainstorming, menghasilkan berbagai konsep solusi. Konsep-konsep ini diwujudkan dalam bentuk prototipe yang diuji secara iteratif dengan pengguna akhir. Hasil penelitian ini adalah desain UI/UX yang lebih intuitif, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan keterlibatan pengguna dengan aplikasi DRW Skincare.

Kata kunci: Antarmuka Pengguna (UI), Aplikasi Digital, DRW Skincare, Metode Design Thinking, Pengalaman Pengguna (UX).

ABSTRACT

The design of an effective user interface (UI) and user experience (UX) is crucial for the success of digital applications, including the DRW Skincare app. This study uses the Design Thinking method to develop the UI/UX of the DRW Skincare app, focusing on solving user problems. Design Thinking is a user-centered approach that consists of five stages:

understanding, defining, ideation, prototyping, and testing. This research began with understanding the needs and problems of users through interviews and surveys. Then, these problems were clearly defined to determine the main focus areas. Creative ideas were generated through brainstorming sessions, resulting in various solution concepts. These concepts were then realized in the form of prototypes that were iteratively tested with end users. The outcome of this research is a more intuitive, responsive, and user-centered UI/UX design, which is expected to enhance user satisfaction and engagement with the DRW Skincare app.

Key words: *Design Thinking Method, Digital Application, DRW Skincare, User Experience (UX), User Interface (UI).*

Pendahuluan

Dalam era digital yang terus berkembang, teknologi informasi telah menjadi elemen krusial dalam kehidupan sehari-hari., mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Kemajuan teknologi ini tidak hanya terbatas pada sektor bisnis dan industri, tetapi juga meluas ke bidang kesehatan dan kecantikan. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat adalah industri perawatan kulit atau skincare[1]. Industri ini tidak hanya berfokus pada penjualan produk secara langsung tetapi juga mulai memanfaatkan platform digital untuk lebih dekat dengan konsumen. Aplikasi mobile merupakan salah satu cara yang efektif untuk mencapai tujuan tersebut. DRW Skincare adalah sebuah perusahaan yang beroperasi di sektor perawatan kulit.. Untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dan mendekatkan diri kepada konsumen, DRW Skincare mengembangkan aplikasi mobile. Aplikasi ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi konsumen yang ingin mendapatkan informasi, rekomendasi, serta membeli produk perawatan kulit dengan mudah dan cepat. Namun, keberhasilan aplikasi ini sangat bergantung pada kualitas User Interface (UI) dan User Experience (UX) yang ditawarkannya[3].

User Interface (UI) dan User Experience (UX) adalah elemen krusial dalam pengembangan aplikasi. UI mencakup aspek visual seperti tata letak, warna, tipografi, dan elemen-elemen grafis lainnya yang bertujuan memudahkan interaksi pengguna dengan aplikasi. Di sisi lain, UX lebih berfokus pada pengalaman keseluruhan pengguna dalam menggunakan aplikasi, termasuk kemudahan penggunaan, kecepatan respon, dan kepuasan pengguna[4]. UI yang menarik dan UX yang baik dapat meningkatkan keterlibatan pengguna serta memastikan mereka kembali menggunakan aplikasi tersebut. Dalam konteks DRW Skincare, merancang UI/UX yang optimal menjadi tantangan tersendiri. Hal ini karena

aplikasi tersebut harus mampu menyampaikan informasi secara jelas, memberikan rekomendasi produk yang tepat, dan memfasilitasi proses pembelian dengan mudah[5]. Untuk mencapai tujuan ini, diperlukan pendekatan yang tepat dalam perancangan UI/UX. Salah satu pendekatan yang relevan dan efektif adalah metode Design Thinking.

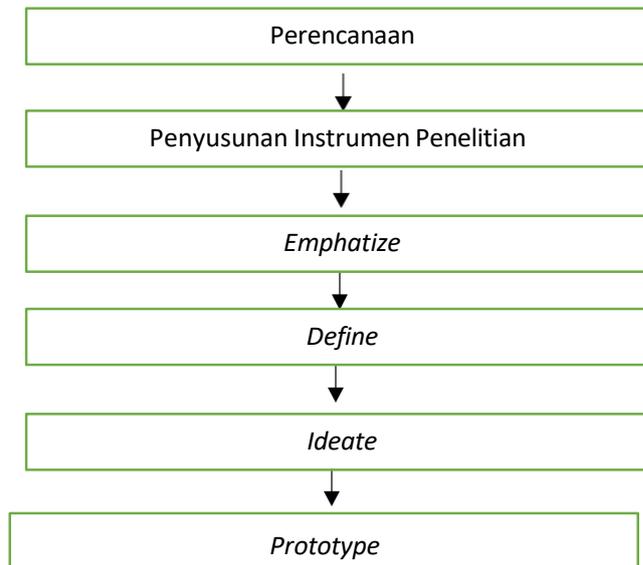
Design Thinking adalah metode yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan permasalahan pengguna. Metode ini melibatkan proses iteratif yang terdiri dari lima tahap utama: empathize, define, ideate, prototype, dan test[6]. Dalam tahap empathize, desainer berusaha memahami kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh pengguna. Pada tahap define, masalah yang ditemukan di tahap sebelumnya dirumuskan secara jelas[7]. Tahap ideate melibatkan pengembangan berbagai ide untuk memecahkan masalah yang telah didefinisikan. Pada tahap prototype, ide-ide tersebut diwujudkan dalam bentuk prototipe[8]. Akhirnya, pada tahap test, prototipe diuji oleh pengguna untuk mendapatkan umpan balik yang akan digunakan untuk perbaikan lebih lanjut. Dengan menerapkan Design Thinking, perancangan UI/UX pada aplikasi DRW Skincare diharapkan dapat lebih berpusat pada pengguna, sehingga menghasilkan antarmuka yang intuitif dan pengalaman pengguna yang memuaskan[9].

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penggunaan metode Design Thinking dalam merancang UI/UX untuk aplikasi DRW Skincare. Melalui penelitian ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara Design Thinking dapat digunakan untuk menciptakan antarmuka yang intuitif serta memberikan pengalaman pengguna yang memuaskan. Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pengguna aplikasi, pengembang, serta industri perawatan kulit secara keseluruhan

Materi dan Metode

Materi dan metode berisi alat, bahan, dan metode yang digunakan dalam penelitian. Pencantuman alat serta bahan, harus diikuti dengan informasi terkait nama bahan/alat, perusahaan pembuat serta kota pembuatan. Untuk metode penelitian, metode analisis harus dituliskan secara jelas dan detail sehingga metode tersebut dapat dilakukan kembali oleh peneliti. Apabila saat penelitian terdapat modifikasi terhadap metode baku yang telah ada, modifikasi yang telah dilakukan harus dicantumkan. Dalam bagian akhir dari materi dan metode, harus dicantumkan secara jelas metode analisis statistik yang digunakan. Berdasarkan konteks permasalahan dan tujuan di atas, maka peneliti menyelesaikan pertanyaan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang dimulai dari data

dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan yang dilaksanakan dengan baik. Agar penelitian lebih tepat sasaran dan selaras dengan tujuan yang ingin dicapai, maka peneliti memerlukan cetak biru yang dapat digunakan untuk memandu penelitiannya, beserta langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan pertanyaan penelitiannya. Oleh karena itu, peneliti memerlukan rencana untuk menyelesaikan pertanyaan penelitiannya.



Empathize

Pada tahap empathize, penggalian masalah dengan melakukan wawancara dengan narasumber untuk memahami permasalahan yang ada dan kebutuhan yang diperlukan. Wawancara tahap awal maka akan dilakukan bersama dengan pihak konsumen yang akan menggunakan aplikasi tersebut.

Selama wawancara, calon pengguna akan diminta untuk memberikan informasi mengenai kendala dan masalah yang mereka hadapi dalam proses pembelian produk DRW skincare. Dengan demikian, melalui tahap empathize ini, perancangan aplikasi ini akan lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Tabel 1. Pertanyaan

Tahapan Empathize	Pertanyaan
1.	Bisakah Anda ceritakan pengalaman Anda menggunakan aplikasi skincare yang Anda gunakan saat ini?
2.	Apa yang Anda sukai dan tidak sukai dari aplikasi tersebut?
3.	Apakah Anda merasa informasi yang diberikan di aplikasi tersebut sudah lengkap dan jelas?
4.	Apakah ada fitur tertentu yang Anda harapkan ada di aplikasi skincare tetapi belum tersedia?

5.	Apakah Anda merasa terbantu dengan rekomendasi produk yang diberikan oleh aplikasi tersebut?
-----------	--

Define

Tahapan Define merupakan tahap kedua dalam proses Design Thinking. Pada tahap ini, informasi yang telah dikumpulkan selama tahap Empathize dianalisis untuk mengidentifikasi masalah inti dan kebutuhan pengguna. Tahap ini sangat penting untuk memastikan bahwa tim perancang memahami masalah yang sebenarnya dihadapi oleh pengguna dan dapat merumuskan solusi yang tepat.

Ideate

Tahapan Ideate merupakan saat yang tepat untuk menghasilkan berbagai ide kreatif yang dapat menjawab pernyataan masalah yang telah dirumuskan pada tahap Define. Ide-ide ini akan menjadi landasan untuk pengembangan solusi-solusi inovatif dalam desain UI/UX aplikasi DRW Skincare.

Prototype

Tahapan Prototype adalah saat di mana ide-ide yang telah dihasilkan pada tahap Ideate akan diwujudkan menjadi bentuk konkret yang dapat diuji oleh pengguna. Prototipe ini membantu tim perancang untuk menguji dan memvalidasi solusi-solusi yang telah dirancang sebelumnya sebelum memasuki tahap implementasi final.

Hasil dan Pembahasan

Tahap Empathize

Pada tahap ini, data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan pengguna potensial aplikasi DRW Skincare untuk memahami kebutuhan dan permasalahan mereka. Wawancara mendalam dilakukan dengan pengguna dari berbagai latar belakang. Dari wawancara tersebut, disimpulkan beberapa masalah yang dihadapi dalam penelitian ini, antara lain:

Tabel 2. Hasil *In-depth Interview* Amanda (Karyawan)

No	Permasalahan Utama	Penjabaran
1	Navigasi yang membingungkan	Pengguna mengalami kesulitan dalam menemukan fitur-fitur yang diinginkan, navigasi aplikasi perlu diperbaiki agar lebih intuitif.
2	Informasi produk kurang lengkap	Informasi tentang bahan-bahan produk dan cara penggunaan perlu lebih detail untuk membantu pengguna membuat keputusan yang lebih baik.

3	Tidak ada fitur konsultasi langsung	Pengguna menginginkan adanya fitur untuk berkonsultasi langsung dengan ahli kecantikan untuk mendapatkan saran yang lebih personal.
4	Pelacakan perkembangan kulit kurang mendetail	Fitur pelacakan perkembangan kulit menggunakan foto sebelum dan sesudah dapat membantu pengguna melihat hasil perawatan dengan lebih jelas.

Tabel 3. Hasil *In-depth Interview* Bella (Mahasiswa)

No	Permasalahan Utama	Penjabaran
1	Informasi produk kurang mendetail	Pengguna merasa informasi tentang produk kurang lengkap dan mendetail, terutama mengenai bahan-bahan dan cara penggunaan.
2	Informasi produk tidak selalu sesuai	Informasi yang diberikan kadang-kadang tidak sesuai dengan kondisi kulit pengguna, sehingga rekomendasi produk tidak selalu membantu.
3	Tidak ada fitur pencatatan rutinitas	Pengguna menginginkan fitur untuk mencatat dan mengingatkan rutinitas perawatan harian agar lebih teratur dan efektif.
4	Rekomendasi produk terlalu umum	Rekomendasi produk dirasa terlalu umum dan kurang spesifik, pengguna menginginkan rekomendasi yang lebih personal sesuai dengan kondisi kulit mereka.

Tahap Define

Pada tahap define, informasi yang telah dikumpulkan pada tahap empathize dianalisis untuk mengidentifikasi masalah inti dan kebutuhan pengguna. Berdasarkan wawancara mendalam dengan pengguna potensial, berikut adalah beberapa temuan kunci yang dijabarkan dalam bentuk user persona dan statement masalah.

1. User persona

Dalam penerapan user persona, terdapat dua persona target pengguna yang diidentifikasi, yaitu Amanda Setiap user persona menunjukkan identitas pengguna berupa nama, umur, pekerjaan, biografi singkat, tujuan, dan frustrasi. Berikut merupakan user persona dari masing-masing calon pengguna:

a. User Persona Amanda

Amanda

- Umur: 29 tahun
- Pendidikan: S1
- Status: Single
- Pekerjaan: Pegawai Swasta
- Lokasi: Karawang
- Tech Literacy: Tinggi

TUJUAN

Amanda ingin mencari rekomendasi produk skincare yang sesuai dengan jenis kulitnya serta memantau perkembangan kondisi kulitnya secara berkala.

TANTANGAN

- Amanda sering mengalami kesulitan dalam menemukan fitur-fitur yang diinginkan karena navigasi aplikasi yang membingungkan.
- Informasi tentang produk sering kali kurang lengkap dan mendetail, terutama mengenai bahan-bahan dan cara penggunaan.
- Tidak adanya fitur konsultasi langsung dengan ahli kecantikan untuk mendapatkan saran yang lebih personal.

KEBUTUHAN

- Membutuhkan solusi yang memungkinkan navigasi aplikasi yang lebih intuitif dan user-friendly.
- Membutuhkan informasi produk yang lebih lengkap dan mendetail untuk membantu dalam pemilihan produk skincare.
- Membutuhkan fitur konsultasi langsung dengan ahli kecantikan untuk mendapatkan saran yang sesuai dengan kondisi kulitnya.

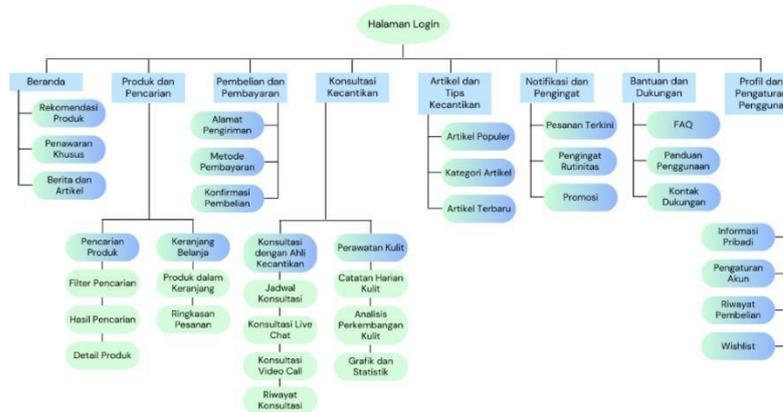
Gambar 1. User Persona Amanda

Tahap Ideate

Dalam tahap ideate, ide-ide dikembangkan dari pemahaman dan definisi sebelumnya. Pemetaan kerangka aplikasi dilakukan berdasarkan langkah-langkah sebelumnya, dalam serangkaian proses yang disusun secara sistematis.

1. Site Map

Tahapan Site Map menjelaskan tentang kerangka aplikasi. Berikut adalah arsitektur informasi dari aplikasi DRW Skincare:



Gambar 2. Sitemap Aplikasi DRW Skincare – Pengguna Umum

Berikut adalah penjabaran yang dimana penjabaran tersebut dihasilkan pada tabel di bawah ini:

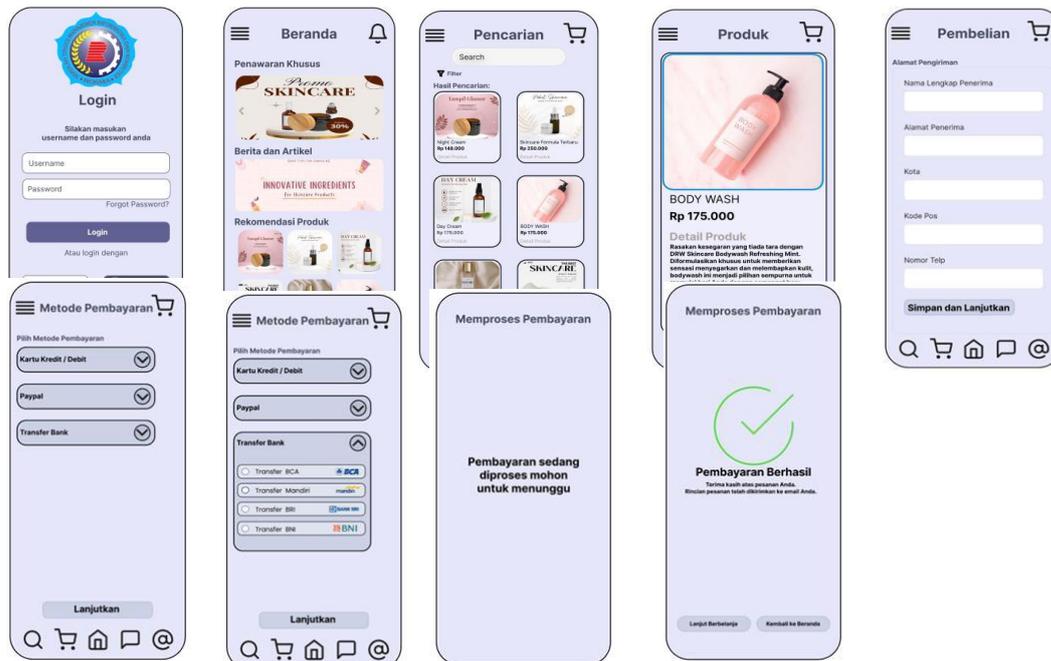
Tabel 4. Penjabaran Sitemap Aplikasi DRW Skincare - Pengguna Umum

Nama Menu	Kegunaan
Halaman Login	Berfungsi untuk masuk ke halaman beranda aplikasi DRW Skincare.
Beranda	Menampilkan rekomendasi produk penawaran khusus dan berita/artikel tertentu.
Produk dan Pencarian	Memungkinkan pengguna untuk mencari produk skincare, melihat detail produk, dan membeli produk.
Keranjang Belanja	Menampilkan produk yang telah dipilih oleh pengguna untuk pembelian, opsi pembayaran dan ringkasan pesanan.
Pembelian dan Pembayaran	Proses pembelian produk termasuk, metode pembayaran dan konfirmasi pembelian.

Prototype

Prototype merupakan salah satu proses dalam metode Design Thinking. Tahap ini

merupakan proses untuk mengimplementasikan ide-ide yang telah kita dapat dari proses brainstorming. Dalam proses ini kita sudah membuat skenario dan menghasilkan produk hingga alur-alur bagaimana aplikasi ini dijalankan



Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa aplikasi DRW Skincare memiliki berbagai fitur penting yang mendukung pengguna dalam perawatan kulit dan kecantikan. Fitur-fitur seperti pencarian produk, konsultasi kecantikan, catatan harian kulit, serta artikel dan tips kecantikan memudahkan pengguna dalam mendapatkan informasi dan layanan yang dibutuhkan. Desain antarmuka pengguna (UI) yang terstruktur dan intuitif memainkan peran penting dalam memastikan pengguna dapat dengan mudah mengakses dan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia dalam aplikasi DRW Skincare. Untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas, perlu adanya evaluasi berkala terhadap kebutuhan pengguna serta penyesuaian desain UI dan fitur-fitur sistem sesuai dengan perkembangan teknologi dan preferensi pengguna

Daftar Pustaka

- K. C. Laudon and J. P. Laudon, *Manajemen Information System: Managing the Digital Firm*. 2014.
- M. E. F. Thanos and C. C. G. Dizon, "Digital Marketing Communication Strategy for Acnes Skincare Products," *Ultimacomm*, vol. 15, no. 1, pp. 140–153, 2023.
- J. J. Garrett, *The Elements of User Experience. User Centered Design for the Web and Beyond 2nd Ed [New Riders, 2011] | Dilson José Lins Rabêlo Júnior - Academia.edu*. 2011. [Online]. Available: https://www.academia.edu/35348979/The_Elements_of_User_Experience_User_Centered_Design_for_the_Web_and_Beyond_2nd_Ed_New_Riders_2011_491-516. <https://doi.org/10.1111%2Fj.1540-6520.2010.00384.x>
- Lim, D. S., Morse, E. A., Mitchell, R. K., & Seawright, K. K. Ins 34(3), "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," *titutional Environ. Entrep. Cogn. A Comp. Bus. Syst. Perspect. Entrep. theory Pract.*, no. 564, pp. 1–73, 2010.
- M. F. Chandra, "Increasing Thunderplugs' Website Effectiveness by Improving Website Design and Usability," *Publication.Petra.Ac.Id*, no. February, pp. 1–8, 2018, [Online]. Available: www.thunderplugs.com
- P. Widyaningsih, "Desain Aplikasi Knowledge Management System untuk Mendukung Kinerja Lembaga Penjaminan Mutu Perguruan Tinggi Menggunakan Pendekatan User Centered Design (Studi Kasus LPJM STMIK Duta Bangsa Surakarta)," *J. Duta.com.*, vol. 7, no. 2, pp. 15–35, 2014, [Online]. Available: <https://ojs.uwb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/588>
- I. F. (Immanuel) Lawalata, A. (Adi) Wibowo, and A. (Alexander) Setiawan, "Perancangan Dan Pembuatan Website Pada Komunitas Discerning Universitas Kristen Petra," *J. Infra*, vol. 2, no. 1, p. 103042, 2014, [Online]. Available: <https://www.neliti.com/publications/103042/>
- D. N. Cunong, M. Saputra, and W. Puspitasari, "ANALYSIS OF OROS MODELER DATA REPORTING PROCESS TO SAP HANA IN ACTIVITY BASED COSTING FOR INDONESIA TELECOMMUNICATION INDUSTRY," vol. 7, no. 1, 2020.
- E. B. Wagiu, "Pemodelan Proses Bisnis Dengan Bpmn (Studi Kasus: Departemen Procurement Universitas Advent Indonesia) Business Process Modeling With Bpmn.