

PERANCANGAN DESAIN *USER INTERFACE* APLIKASI *MOBILE* “TINTROPIC” SEBAGAI PANDUAN *PERSONAL COLOR* DAN PEMILIHAN WARNA KOSMETIK

Kandiya Asoka Kristiwi¹, Aditya Nirwana², Bintang Pramudya Putra Prasetya³

Universitas Ma Chung

332110012@student.machung.ac.id

Received: Received: 01 August 2025 – Revised: 13 Sept 2025 - Accepted: 20 Sept 2025 - Published: 30 Sept 2025

Abstrak

Pemilihan warna dan shade riasan yang sesuai dengan fitur alami, seperti warna kulit, mata, dan rambut, sering kali menjadi tantangan tersendiri bagi pengguna kosmetik. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk membantu dalam menentukan warna yang sesuai adalah Personal Color Analysis (PCA), yaitu metode untuk mengidentifikasi palet warna yang cocok bagi individu. Namun, layanan ini memerlukan konsultasi dengan ahli dan belum dapat diakses secara luas, baik dalam faktor lokasi maupun biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada perancangan desain user interface untuk layanan PCA berbasis mobile, dengan tujuan untuk memberikan alternatif dalam melakukan tes personal color dan menyajikan hasil analisis dalam bentuk palet warna dan rekomendasi produk kosmetik lokal yang sesuai. Proses desain dilakukan menggunakan metode design thinking, dan tingkat keberhasilan diukur dari *user testing* yang keseluruhan desain user interface sudah mampu menyampaikan fungsi utama aplikasi, meskipun masih ditemukan kesalahan klik (*misclick*) pada halaman tertentu.

Kata Kunci : *user interface, personal color analysis, mobile app, kosmetik, design thinking*

Abstract

Selecting appropriate makeup colors and shades that complement natural features such as skin tone, eye color, and hair color often poses a significant challenge for cosmetic users. One approach to assist in determining suitable colors is Personal Color Analysis (PCA), a method used to identify a personalized color palette. However, PCA services typically require consultation with specialists and remain inaccessible to many due to location and cost constraints. This study focuses on the user interface (UI) design of a mobile-based PCA service, aiming to provide an alternative means for conducting personal color tests and delivering analysis results in the form of customized color palettes and recommendations for locally available cosmetic products. The design process employed the design thinking methodology, and the effectiveness of the interface was evaluated through user testing. Results indicated that the overall UI design successfully conveyed the application's core functions, although instances of misclicks were observed on certain pages.

Keywords: *user interface, personal color analysis, mobile app, cosmetics, design thinking*

PENDAHULUAN

Industri kecantikan global telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan dorongan perubahan gaya hidup yang memicu peningkatan permintaan konsumen dan inovasi produk yang kemudian berpengaruh pada perkembangan progresif sektor *skincare* dan kosmetik di Indonesia. Perkembangan ini berkontribusi pada bertambahnya pilihan produk kosmetik dari segi variasi, fungsi, formula, dan utamanya adalah warna. Warna memainkan peran yang penting dalam riasan karena dapat memengaruhi persepsi visual terhadap penampilan seseorang (Middleton, 2018). Salah satu masalah yang muncul dari aspek warna adalah kesalahan dalam memilih warna produk kosmetik yang kemudian berdampak pada penampilan keseluruhan individu.

Kesalahan memilih warna kosmetik disebabkan sulitnya mengenali serta mengidentifikasi warna kulit sendiri dan kompleksitas dalam memilih produk kosmetik yang tepat, oleh karena adanya kecenderungan konsumen memilih warna yang seruma dengan preferensi masing-masing; yang tentunya belum tentu cocok dengan fitur alami yang dimiliki (Westland & Shin, 2015). Warna riasan yang sesuai dapat menyeimbangkan dan meratakan warna kulit, serta meningkatkan daya tarik penampilan dan rasa percaya diri.

Pemilihan warna kosmetik yang sesuai sangat dipengaruhi oleh *undertone* dan *personal color*. *Undertone* mengacu pada rona yang berada di bawah permukaan kulit, yang secara umum dikategorikan ke dalam tiga jenis yaitu *warm* (hangat), *cool* (dingin), dan *neutral* (perpaduan keduanya) (Fortuna et al., 2024). Sementara pendekatan dari konsep *personal color* adalah untuk mempercantik penampilan dengan menonjolkan fitur-fitur alami yang dimiliki melalui pengaplikasian palet warna tertentu (Lee, 2023).

Personal Color Analysis (PCA) merupakan metode yang dapat ditempuh dalam menentukan palet warna yang paling cocok untuk seseorang berdasarkan dari warna kulit, rambut, dan iris mata. Eksistensi dari PCA mulai naik sejak diterbitkannya buku berjudul “Color Me Beautiful” karya konsultan warna bernama Carole Jackson pada tahun 1981. Di dalam praktiknya, metode ini menggunakan pendekatan harmoni antara warna kulit dengan warna-warna sampel yang digunakan dalam analisis melalui teknik *draping* dengan hasil pengelompokkan palet warna ke dalam 4 musim, seperti *autumn* (musim gugur), *spring* (musim semi), *winter* (musim dingin), dan *summer* (musim panas). PCA dapat membantu individu dalam menentukan palet warna yang paling optimal dalam pemilihan warna riasan, pakaian, dan aksesoris (Park et al., 2018).

PCA dinilai dapat memberikan hasil yang lebih akurat karena dilakukan oleh para profesional. Namun sayangnya belum dapat diakses oleh semua kalangan karena faktor biaya dan hanya tersedia di daerah tertentu. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan perancangan alternatif layanan PCA yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna, tetapi juga memberikan rekomendasi produk kosmetik lokal yang personal. Pengguna cenderung menyukai rekomendasi yang dipersonalisasi karena dapat menghemat waktu dalam pencarian produk dan memperbesar peluang mendapatkan produk yang sesuai (K & Prabhu, 2022).

Permasalahan ini menjadikan perancangan “Tintropic” sebagai alternatif layanan PCA yang dapat diakses kapan pun dan di mana pun oleh semua kalangan. Aplikasi ini hadir dalam bentuk desain *user interface* (UI) yang sederhana dan mudah digunakan, serta dilengkapi fitur analisis *personal color* mandiri dan rekomendasi produk kosmetik lokal yang relevan. Dengan begitu, Tintropic diharapkan dapat menjadi solusi praktis bagi pengguna yang kesulitan mengakses layanan PCA konvensional maupun yang mencari cara yang lebih efisien dalam memilih produk yang sesuai.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang memberikan ruang bagi peneliti untuk mengumpulkan data yang kaya dan beragam (Nurrisa & Hermina, 2025), sehingga dalam perancangan ini diperlukan untuk menggali kebutuhan serta preferensi pengguna melalui pengumpulan data yang relevan dari berbagai sumber serta melakukan pengamatan pada pendukung objek perancangan. Adapun dalam pengumpulan data terdapat 3 metode yaitu studi pustaka, observasi, dan survei kuesioner, yang kemudian dalam proses pengumpulan, analisis, dan eksekusi, dilakukan berdasarkan tahapan dalam *design thinking*.

Design thinking adalah pendekatan untuk memecahkan masalah secara kreatif dan inovatif, serta bertujuan untuk mengembangkan solusi yang berpusat pada manusia (*human-centered*) dan memenuhi kebutuhan pengguna (Cirucci & Pruchniewska, 2022). Pendekatan ini kemudian dijabarkan dalam lima tahapan sistematis yang berorientasi pada proses berpikir kreatif dengan berfokus pada permasalahan yang dihadapi pengguna, yang antara lain adalah *emphasize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

Integrasi pendekatan *design thinking* dalam perancangan menghasilkan suatu bagan alir perancangan yang disusun untuk mempermudah proses perancangan desain UI. Bagan ini memuat urutan langkah sistematis yang perlu dilakukan pada

setiap tahap, mulai dari pengumpulan data hingga tahap finalisasi, sehingga perancangan dapat berjalan lebih terarah dan efisien.



Gambar 1. Bagan Alir Perancangan

Tahapan perancangan mengikuti metode *design thinking* yang terdiri dari lima tahap. Pada tahap *empathize*, dilakukan studi pustaka, observasi, dan penyebaran kuesioner. Tahap *define* berfokus pada analisis data dari temuan sebelumnya. Hasilnya digunakan pada tahap *ideate* untuk menyusun konsep perancangan. Tahap *prototype* mencakup perancangan UI kit dan pembuatan prototipe. Terakhir, tahap *test* dilakukan melalui *user testing* terhadap target pengguna.

Studi Pustaka

Pendekatan studi pustaka dalam pengumpulan data ini dilakukan dengan membaca dan mencari data atau informasi spesifik dari berbagai artikel dalam jurnal ilmiah dan buku referensi yang telah dikurasi sebelumnya. Data yang dikumpulkan kemudian dikategorikan ke dalam aspek teknis yang merujuk pada informasi dan wawasan yang mendukung perancangan desain UI, serta aspek praktis yang mengacu pada isi konten dan pemahaman mengenai konsep *personal color* dan empat kategori warna musim sehingga dapat diterapkan pada fitur layanan utama dalam aplikasi “Tintropic”.

Data dalam aspek teknis didapatkan dari perancangan oleh Damayanti (2024) yang berjudul “Perancangan User Interface dan User Experience Personal Color Test sebagai Upaya Penunjang Penampilan Generasi Z” yang memberikan gambaran paling luas untuk tahapan perancangan sebuah aplikasi *personal color*. Sementara untuk sumber buku, diambil dari buku “Basics Interactive Design: Interface Design: An introduction to visual communication in UI design” karya Wood (2014), yang digunakan sebagai acuan dalam menerapkan prinsip-prinsip desain grafis seperti tata letak, ikonografi, warna, dan tipografi, ke dalam suatu desain UI dengan tujuan untuk mendapatkan hasil akhir dan interaksi pengguna yang intuitif tanpa mengorbankan aspek estetika.

Adapun untuk data praktis yang pertama bersumber dari buku “Reinvent Yourself with Color Me Beautiful” (Richmond, 2008), yang menjabarkan penarikan kesimpulan penentuan *personal color* dalam empat warna musim sebagai berikut: (1) *Summer*: Rona dingin dan fitur terang. Cocok dengan warna lembut; kurang cocok dengan warna tegas. (2) *Winter*: Rona dingin dan fitur pekat. Serasi dengan warna kontras tinggi seperti magenta dan hitam. (3) *Spring*: Rona hangat dan fitur terang. Warna kulit keemasan atau kemerahan, cocok dengan warna coral dan oranye. (4) *Autumn*: Rona hangat dan fitur pekat. Warna kulit cenderung kusam-keemasan, cocok dengan warna *earthy* yang segar.

Data praktis kedua diambil dari buku yang masih relevan dengan sumber pertama, berjudul “Color Me Beautiful’s Looking Your Best” karya Sherlock & Spillane (1995). Dari buku ini diadaptasi konsep *personal color* dengan 12 tipe palet warna dari pecahan 4 warna musim, yang digolongkan sebagai berikut:

Tabel 1. Pembagian 12 Palet Warna

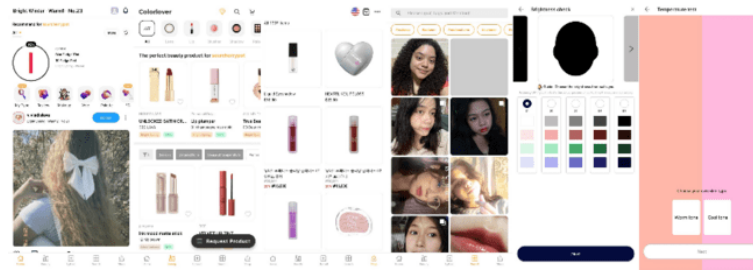
Musim	Tipe
Summer	Light
	Cool
	Soft
Winter	Deep
	Cool
	Clear (Bright)
Spring	Light
	Warm
	Clear (Bright)
Autumn	Soft
	Warm
	Deep

Pembagian ini ditentukan dari *hue*, *value*, dan *chroma* dari setiap warna musimnya yang dapat dibuat lebih selaras dengan warna fitur alami individu. Istilah pembagian 12 tipe palet warna ini diadaptasi sebagai hasil *generate* dari prosedur tes *personal color* yang ada dalam perancangan desain UI Tintropic.

Observasi

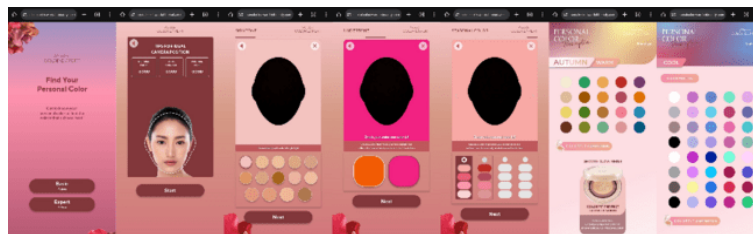
1. Analisis Kompetitor

Tahap ini dilakukan dengan menganalisis dua kompetitor dengan layanan dan fitur tambahan serupa, dan yang pertama adalah Color Lover Lab. (Gambar 2) Aplikasi ini dikembangkan di Korea Selatan, dan merupakan representatif dari layanan *personal color analysis* dengan nama yang sama. Fitur yang ditawarkan aplikasi tersebut tak lain adalah *personal color analysis* itu sendiri, tes *undertone*, katalog rekomendasi produk berdasarkan klasifikasi warna musim, layanan *try-on* produk kosmetik (hanya untuk pengguna yang berlangganan premium), serta forum yang menjadi wadah bagi setiap pengguna Color Lover Lab untuk saling berdiskusi.



Gambar 2. UI Color Lover Lab

Kompetitor kedua yang dianalisis adalah platform Wardah Color Expert milik merek kosmetik lokal Indonesia, Wardah (Gambar 3). Platform ini menyediakan dua layanan tes *personal color*, yaitu Wardah Personal Color yang bersifat manual, dan Wardah Colour Intelligence yang berbasis AI. Pada layanan manual, pengguna menganalisis warna secara mandiri, sedangkan versi AI memungkinkan pengguna memperoleh hasil dengan mengunggah foto. Keduanya dilengkapi fitur rekomendasi produk Wardah sesuai hasil analisis warna musim. Untuk mendukung perancangan, penulis merujuk pada Wardah Personal Color sebagai acuan dalam menyusun sistem analisis warna berbasis daring yang sederhana.



Gambar 3. UI Wardah Personal Color

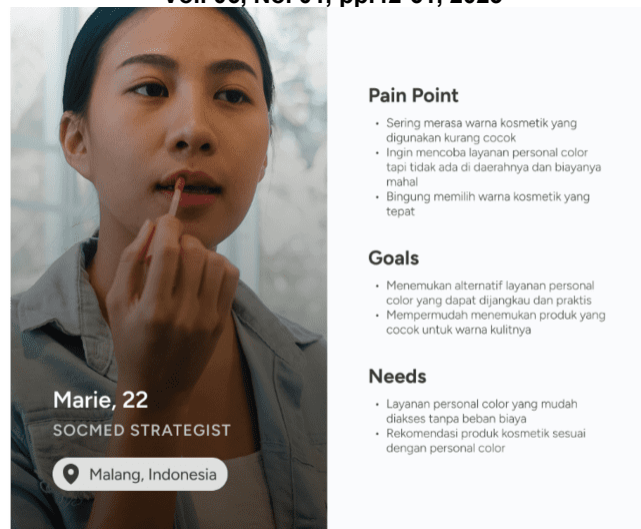
2. Dokumentasi Produk Kosmetik Lokal

Observasi kedua dilakukan melalui dokumentasi empat merek kosmetik lokal populer seperti Emina, Make Over, Hanasui, dan Azarine, untuk digunakan sebagai *placeholder* dalam fitur rekomendasi. Merek-merek ini dipilih karena mudah ditemukan di pasaran, sehingga relevan bagi pengguna. Dokumentasi bersifat non-komersial dan bertujuan menghadirkan pengalaman yang realistis saat *user testing*.

Survei Kuesioner

Survei Kuesioner digunakan sebagai pendekatan tidak langsung untuk memperoleh informasi dari pengguna atau target audiens. Kuesioner ini disebarluaskan secara daring melalui platform Google Form dan disusun dengan tujuan memperoleh wawasan yang relevan mengenai kebutuhan, ekspektasi, serta preferensi pengguna. Informasi tersebut menjadi landasan penting dalam pengambilan keputusan desain yang lebih tepat sasaran. Topik yang diangkat dalam kuesioner mencakup pengetahuan dasar responden mengenai konsep *personal color*, serta preferensi mereka terhadap elemen visual dalam desain antarmuka, seperti warna, tata letak, dan gaya visual.

Dari kuesioner tersebut, didapatkan rentang usia responden adalah 18 hingga 26 tahun, serta disusun *user persona* berdasarkan hasil jawaban kuesioner keseluruhan. *User persona* ini mencakup *pain point*, *goals*, dan *needs*.



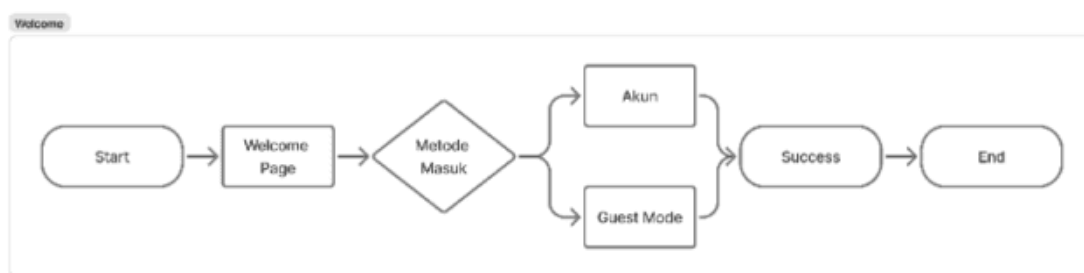
Gambar 4. User Persona Tintropic

HASIL DAN PEMBAHASAN

Prototyping

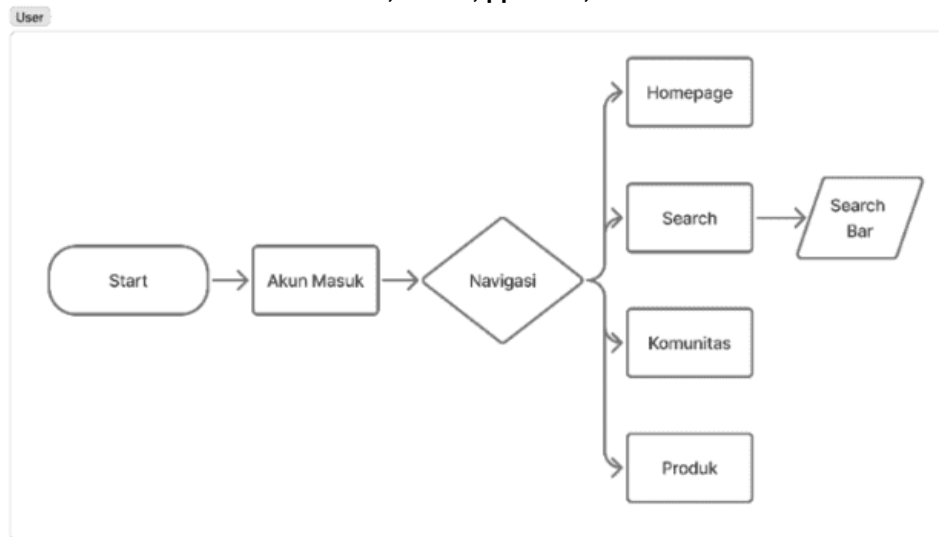
Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden menyukai desain antarmuka yang clean dan tidak berlebihan. Maka dari itu, konsep visual Tintropic dirancang dengan pendekatan minimalis, memanfaatkan ruang kosong secara seimbang agar tidak terkesan kosong. Palet warna dibatasi pada satu spektrum warna utama di luar warna netral, untuk menjaga fokus pengguna pada konten. Desain ini disesuaikan dengan karakter layanan personal color analysis yang membutuhkan tampilan sederhana dan tidak distraktif.

Gaya visual prototipe mengusung nuansa modern dan feminin, diperkuat oleh ilustrasi vektor serta penggunaan typeface Figtree yang bersih dan fleksibel. Alur interaksi dirancang sederhana dan efisien agar pengguna dapat menyelesaikan tugas tanpa hambatan. Navigasi dibuat intuitif dan animasi transisi dibatasi pada elemen-elemen penting, guna menjaga pengalaman pengguna tetap ringan dan responsif. Aplikasi ini juga menyediakan dua metode masuk, yaitu melalui akun pengguna atau mode tamu, untuk memberikan fleksibilitas akses sesuai preferensi pengguna. Untuk mendukung keseluruhan pengalaman tersebut, perancangan flowchart disusun guna memetakan alur sistem dan modul yang terdapat dalam aplikasi, seperti pada Gambar 5.



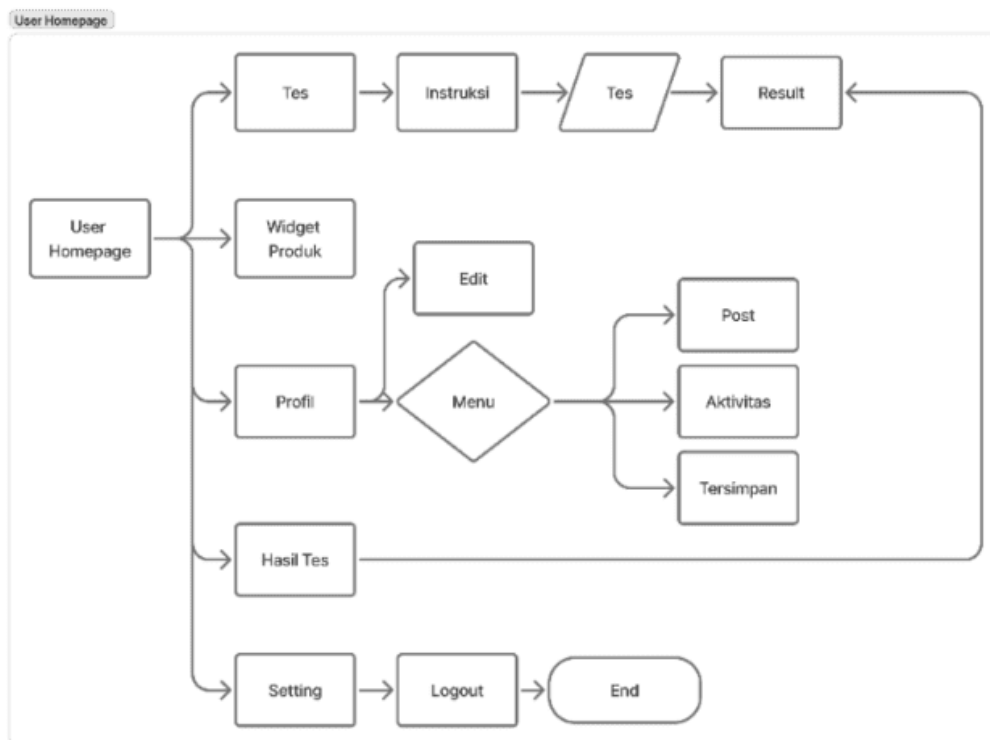
Gambar 5. Flowchart Welcome

Metode masuk dengan akun ditujukan bagi pengguna yang ingin mengakses fitur secara lengkap, termasuk homepage, pencarian, komunitas, dan halaman produk.



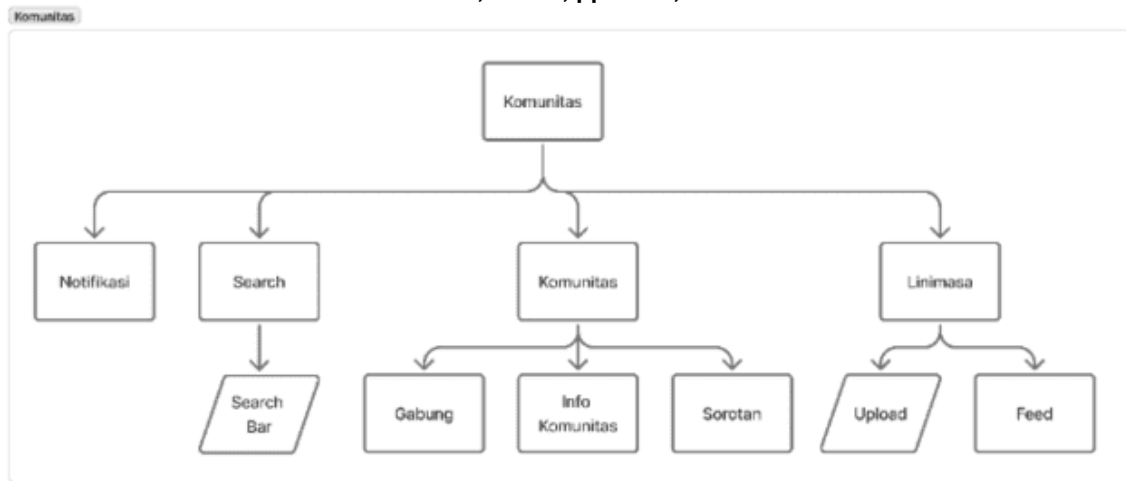
Gambar 6. Flowchart Navigasi Akun

Pada homepage khusus pengguna terdaftar (Gambar 7), tersedia akses ke layanan tes, widget rekomendasi produk, hasil personal color, pengaturan preferensi, dan halaman profil. Di halaman profil, pengguna dapat mengedit informasi diri serta mengakses riwayat postingan, aktivitas, dan daftar postingan tersimpan dari fitur komunitas. Opsi keluar akun tersedia di menu pengaturan.



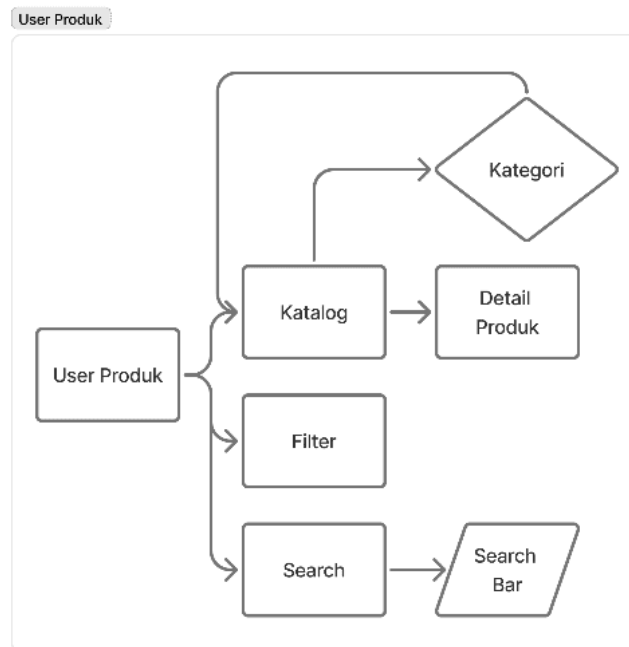
Gambar 7. Flowchart Homepage Akun

Adapun untuk fitur atau halaman komunitas yang terhubung dengan profil pengguna, terdapat dua bagian: linimasa (*feed*), yang memungkinkan pengguna melihat dan membagikan postingan; serta komunitas, yang memberikan pratinjau postingan yang disorot, informasi komunitas yang diikuti, dan eksplorasi komunitas lain. Fitur tambahan seperti notifikasi disertakan, mengingat halaman ini menjadi satu-satunya yang memerlukan pembaruan interaksi pengguna.



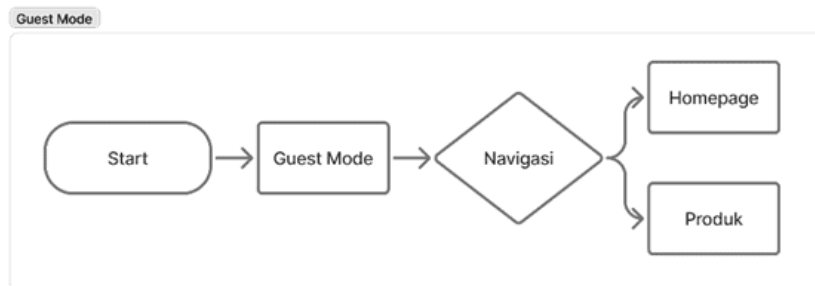
Gambar 8. *Flowchart* Komunitas

Selanjutnya adalah alur halaman produk, yang memuat katalog terkurasi dan dapat disaring berdasarkan kategori atau filter. Setiap produk memiliki halaman detail untuk memberikan penjelasan dan saran yang relevan bagi pengguna.



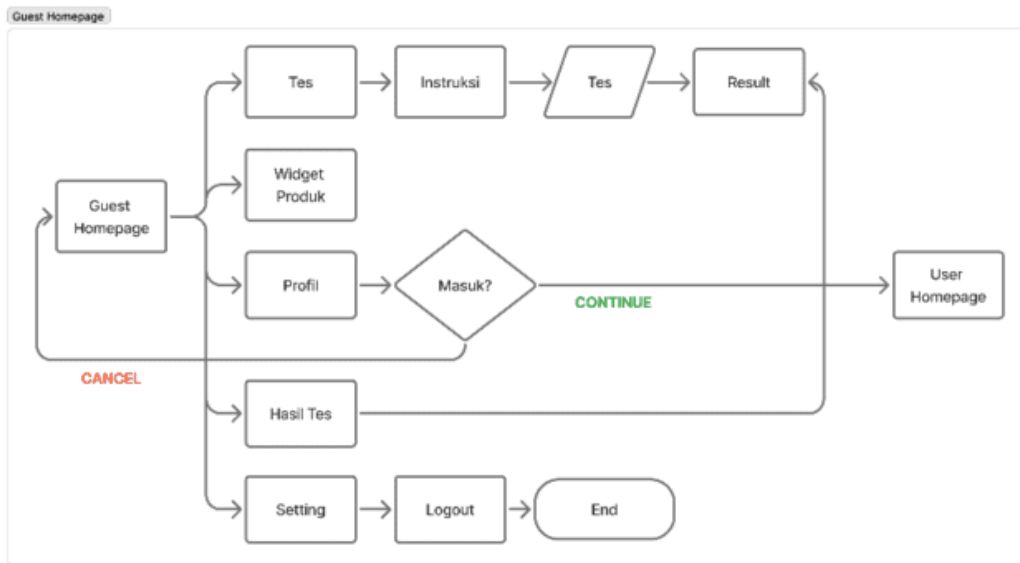
Gambar 9. *Flowchart* Produk

Yang kedua, metode masuk dengan mode tamu. Metode ini ditujukan kepada pengguna yang hanya ingin mengakses layanan tes personal color dan mendapatkan hasilnya saja. Pada mode tamu, dapat dinavigasikan halaman homepage dan produk.



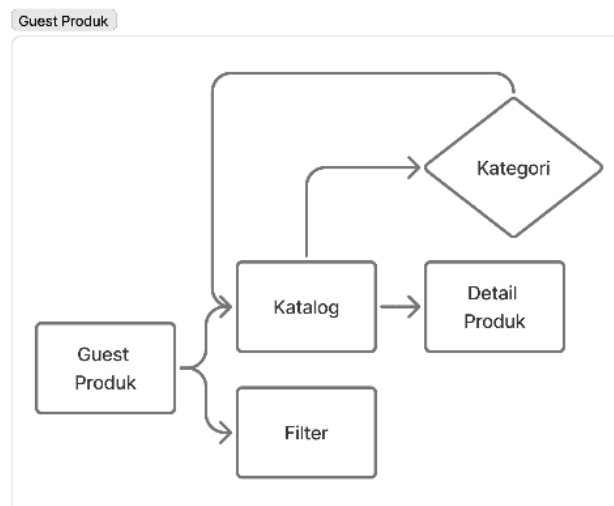
Gambar 10. *Flowchart* Navigasi Mode Tamu

Homepage mode tamu serupa dengan pengguna akun, namun opsi profil akan mengarahkan pengguna untuk masuk. Jika dilanjutkan, pengguna mendapat akses navigasi yang lengkap.



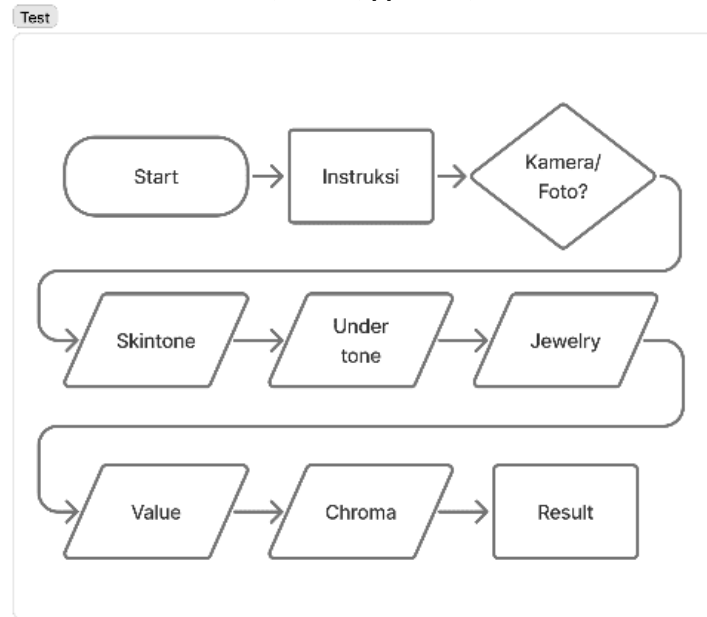
Gambar 11. Flowchart Homepage Mode Tamu

Mode tamu juga memiliki halaman katalog produk serupa dengan versi akun, namun tanpa fitur pencarian. Pengguna tetap dapat menyaring produk dengan filter, sebagai pratinjau dari rekomendasi berdasarkan personal color.



Gambar 12. Flowchart Produk Mode Tamu

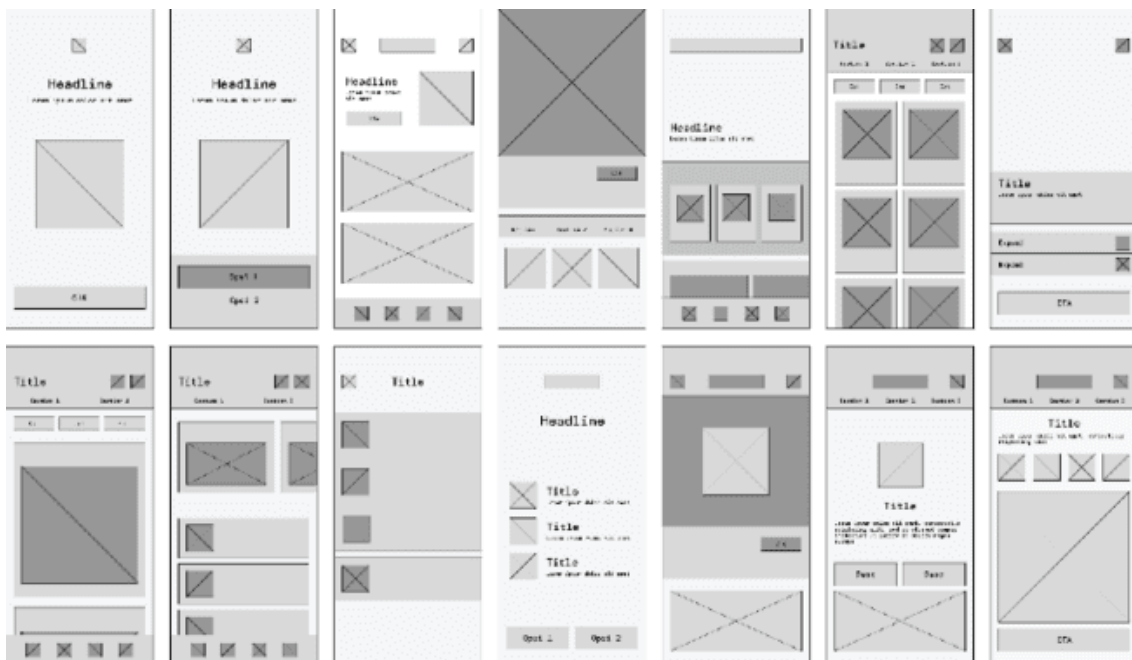
Fitur tes tersedia untuk semua pengguna, baik akun maupun tamu. Sebelum memulai, pengguna diberi instruksi dan dapat memilih tes via kamera atau foto. Tahapan tes mencakup skintone, undertone, perhiasan, value, dan chroma. Setelah selesai, hasil tes ditampilkan.



Gambar 13. *Flowchart Tes*

Secara keseluruhan, halaman, modul, dan fitur pada flowchart disusun agar perancangan prototipe Tintropic lebih terarah dan sistematis, sehingga mendukung efisiensi serta konsistensi pada tahap berikutnya. Dari alur tersebut, perancangan kemudian dilanjutkan ke tahap wireframe sebagai dasar perancangan desain UI.

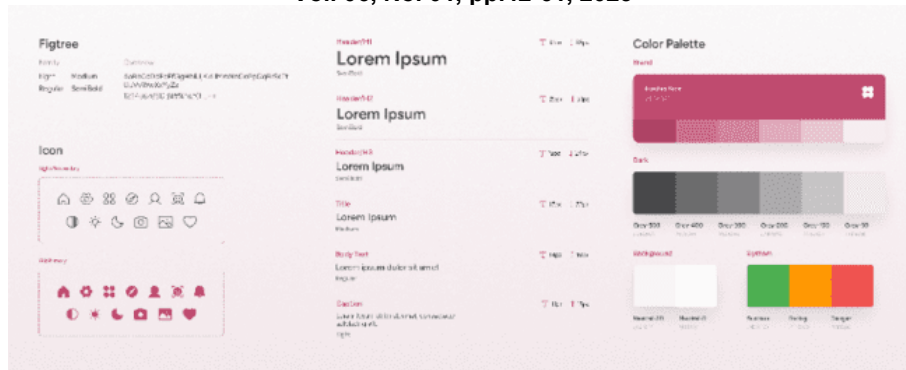
Pada perancangan ini, wireframe yang digunakan termasuk dalam kategori low fidelity, yaitu wireframe yang disusun secara sederhana untuk menggambarkan struktur dasar antarmuka tanpa detail visual seperti warna, tipografi, atau elemen grafis akhir. Wireframe ini berfokus pada penempatan elemen dan alur navigasi, sehingga dapat digunakan sebagai dasar awal dalam pengembangan prototipe aplikasi Tintropic. Adapun wireframe prototipe aplikasi Tintropic disajikan sebagai berikut.



Gambar 14. *Wireframe Tintropic*

UI Kit

UI kit dalam perancangan ini mengacu pada pedoman visual untuk elemen-elemen yang secara langsung terlihat dan disadari keberadaannya oleh pengguna, seperti tipografi, palet warna, serta ikon. Elemen-elemen tersebut dirancang untuk membentuk kesan visual yang konsisten dan mudah dikenali di seluruh tampilan UI.



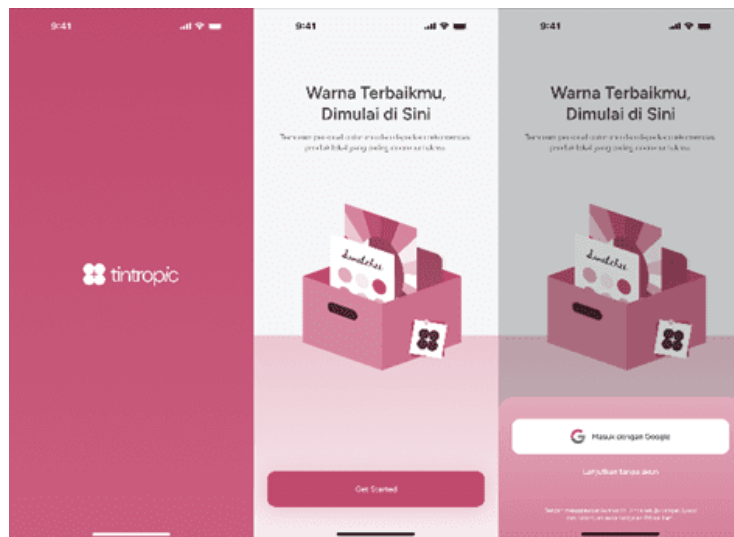
Gambar 15. UI Kit Tintropic

Prototipe Final

Setelah melalui proses perancangan dari penyusunan konsep visual, skema alur interaksi (*flowchart*), hingga pengembangan elemen-elemen user interface, prototipe final dari Tintropic diselesaikan dalam bentuk tampilan digital interaktif. Seluruh pengerjaan prototipe dilakukan pada platform Figma dan disusun berdasarkan perencanaan struktur modul yang telah dibuat sebelumnya.

1. Welcome Screen

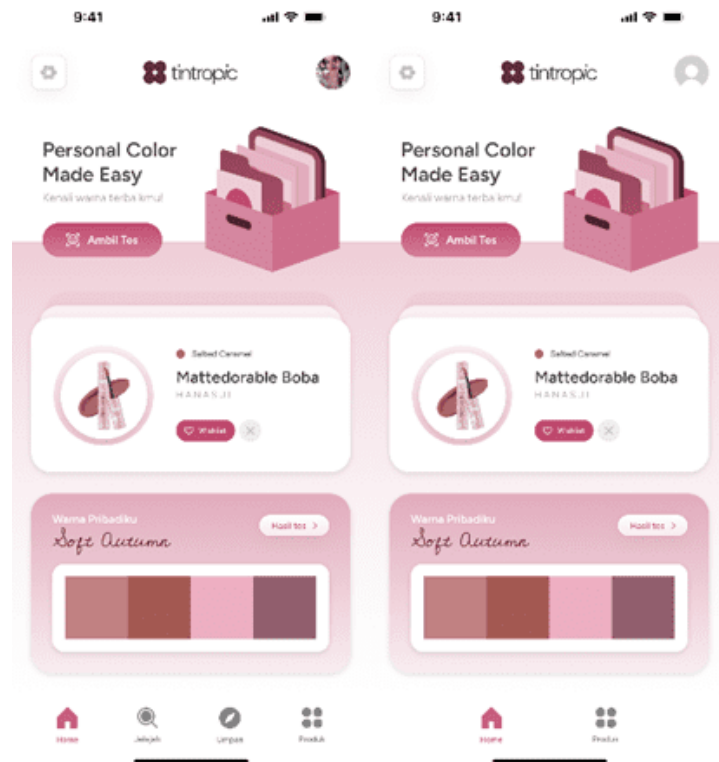
Sebelum masuk ke halaman utama, saat aplikasi “Tintropic” dibuka akan muncul welcome screen yang terdiri dari dua bagian: splash screen dengan logotype “Tintropic”, dan halaman welcoming yang berisi greeting untuk pengguna serta tombol “Get Started” yang mengarahkan pada opsi masuk, yaitu melalui Google (akun) atau tanpa akun (mode tamu).



Gambar 16. Welcome Screen

2. Homepage

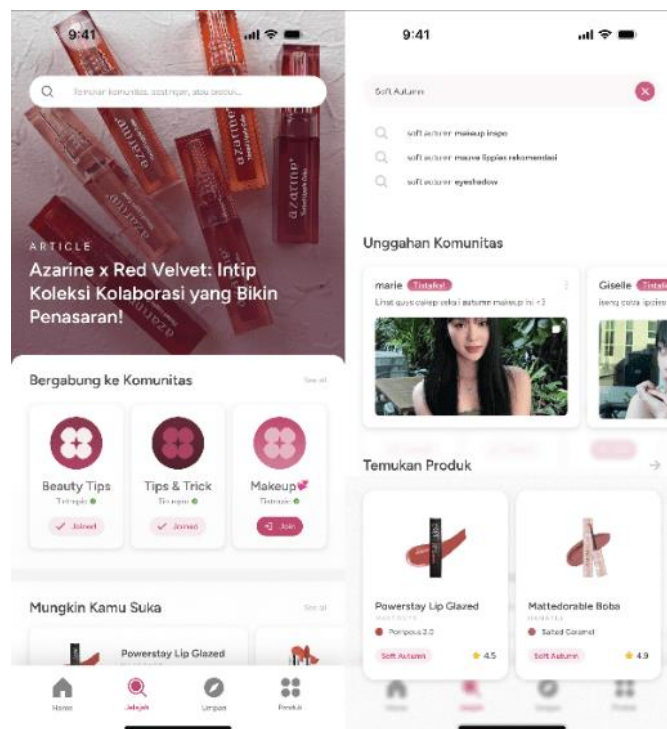
Terdapat dua tampilan *homepage*, dibedakan berdasarkan metode masuk. Pengguna dengan akun dapat mengakses seluruh fitur melalui menu navigasi bawah, sementara mode tamu hanya memiliki akses ke homepage dan halaman produk.



Gambar 17. Homepage

3. Search

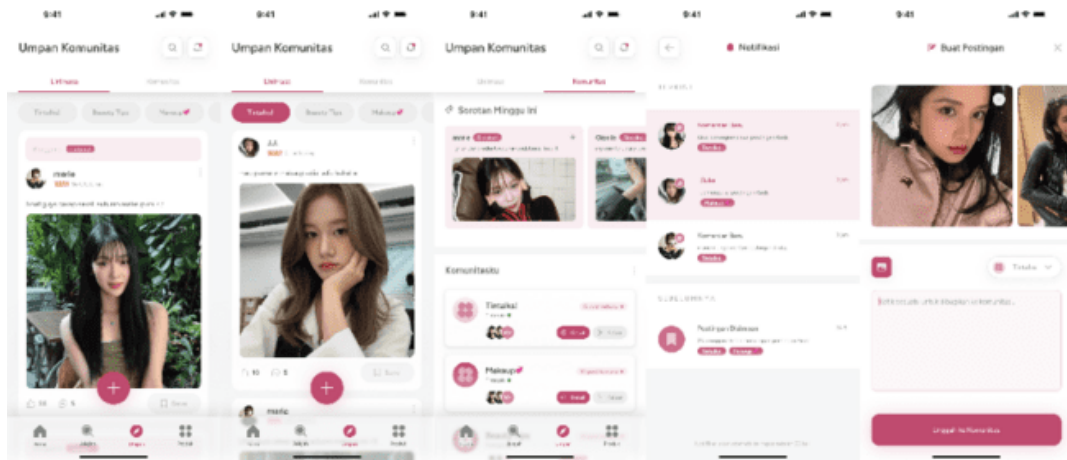
Halaman search terdiri dari dua elemen utama. Pertama, bagian utama yang menampilkan komunitas, produk, dan informasi terkurasi untuk memudahkan eksplorasi tanpa search bar. Kedua, fitur pencarian yang menampilkan pratinjau unggahan komunitas dan rekomendasi produk sesuai kata kunci.



Gambar 18. Search

4. Komunitas

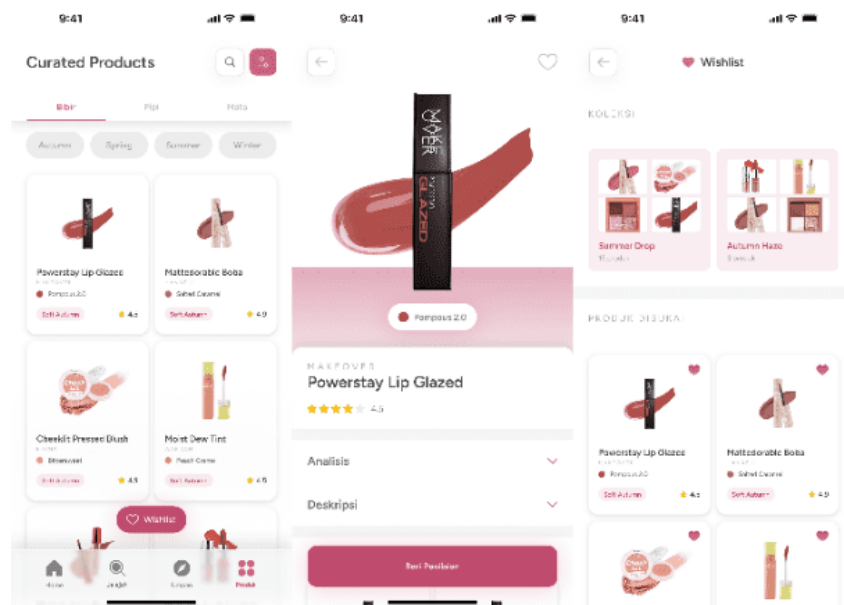
Halaman komunitas berfungsi sebagai ruang interaksi antar pengguna, meskipun Tintropic bukan platform berbasis media sosial. Pengguna dapat membuat unggahan, menyukai, mengomentari, dan menyimpan konten. Sistem notifikasi disematkan untuk memberi info terkait aktivitas terbaru, seperti respons unggahan atau aktivitas komunitas. Terdapat juga section khusus untuk menampilkan postingan unggulan, komunitas yang diikuti, dan eksplorasi komunitas baru.



Gambar 19. Komunitas

5. Produk

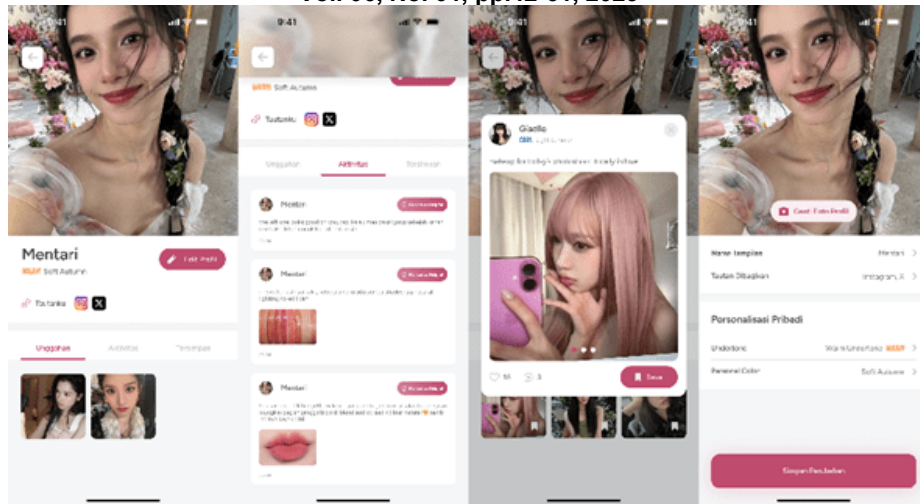
Halaman produk menampilkan kosmetik dekoratif yang diklasifikasikan berdasarkan personal color. Tersedia filter di bagian atas untuk menyaring sesuai preferensi. Setiap produk ditampilkan dengan gambar, nama, dan ikon hati untuk disimpan ke wishlist. Saat diklik, muncul halaman detail berisi breakdown personal color, deskripsi, dan rekomendasi produk. Produk yang disimpan akan terkumpul di menu wishlist.



Gambar 20. Produk

6. Profil Pengguna

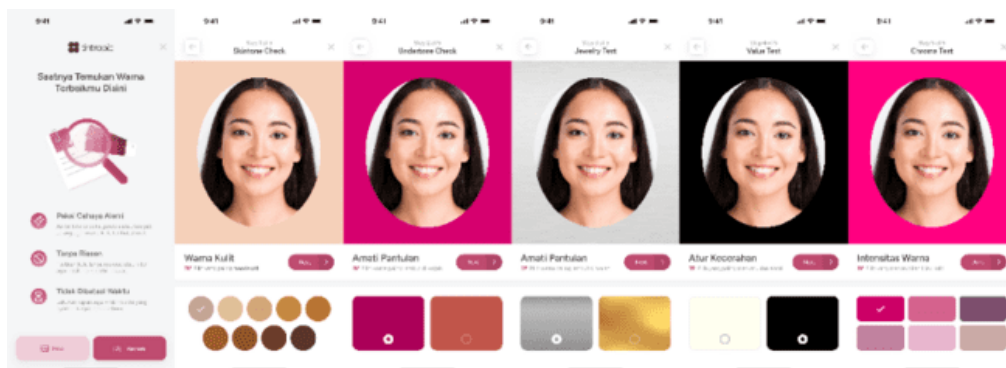
Akses profil hanya tersedia bagi pengguna yang masuk dengan akun. Di dalamnya ditampilkan riwayat unggahan, aktivitas interaksi, dan postingan tersimpan. Karena Tintropic bukan platform media sosial, tidak ada sistem pengikut, namun pengguna dapat menautkan akun media sosial pribadi. Profil dapat disunting langsung, termasuk personal color, undertone, tautan, dan nama tampilan.



Gambar 21. Profil Pengguna

7. Tes *Personal Color*

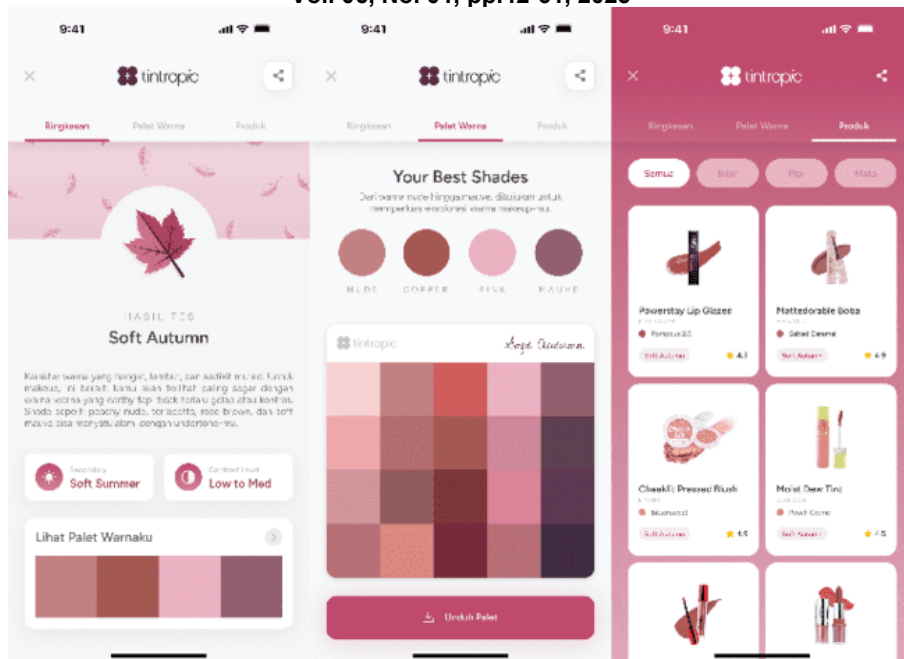
Layanan personal color adalah fitur utama platform ini. Pengguna menerima instruksi awal dan memilih tes via kamera atau unggahan foto. Tes dimulai dengan pemilihan warna kulit melalui referensi visual, dilanjutkan penentuan undertone berdasarkan respons terhadap warna fuchsia (cool) dan terracotta (warm). Selanjutnya, dilakukan tes perhiasan (emas vs. perak), penilaian value untuk menentukan tingkat kecerahan, dan diakhiri dengan chroma test menggunakan palet warna makeup secara sederhana.



Gambar 22. Tes *Personal Color*

8. Hasil Tes

Hasil tes personal color terdiri dari tiga bagian utama. Pertama, ringkasan hasil akhir disertai deskripsi personal color. Kedua, palet warna kosmetik yang disesuaikan dengan hasil tes. Ketiga, rekomendasi produk yang relevan. Tersedia pula opsi untuk menyimpan, mengunduh palet warna, atau membagikan hasil ke platform lain.



Gambar 23. Hasil Tes

Media Pendukung

Untuk memperkuat eksistensi Tintropic dan sebagai sarana promosi, dirancang media sekunder atau pendukung berupa UI style guide, personal color brochure, media promosi cetak, personal color lookbook, UX journey visual board, personal color board, dan merchandise.

1. UI Style Guide

UI style guide adalah panduan visual yang berisi aturan dan referensi elemen desain antarmuka, seperti warna, tipografi, ikon, dan komponen UI lainnya, yang diawali dengan informasi sekilas tentang branding Tintropic.



Gambar 24. UI Style Guide

2. Personal Color Booklet

Booklet ini berfungsi sebagai panduan visual berukuran A7 yang menampilkan swatches individual dari warna kosmetik lokal, dikurasi berdasarkan hasil personal color musim tertentu. Setiap warna ditampilkan secara terpisah dengan label nama, dan dilengkapi referensi produk pada bagian bawah halaman.



Gambar 25. Personal Color Booklet

3. Poster Promosi

Poster promosi dicetak dalam format A4 dan berfungsi sebagai media visual untuk memperkenalkan aplikasi sebelum dirilis. Elemen utama yang ditampilkan berupa ilustrasi mockup aplikasi, yang menyoroti antarmuka dan fitur-fitur utama secara ringkas. Poster ini dirancang untuk memberikan gambaran awal yang menarik dan informatif bagi calon pengguna atau audiens dalam konteks promosi cetak.



Gambar 26. Poster Promosi

4. UX Journey Board

UX Journey Board dicetak dalam format A2 sebagai media visual untuk pameran, menampilkan alur pengalaman pengguna dalam menggunakan Tintropic. Papan ini menggambarkan tahapan interaksi dari awal masuk hingga mendapatkan hasil tes personal color, lengkap dengan visual dan penjelasan singkat tiap fitur utama yang dilalui.



Gambar 27. UX Journey Board

5. User Manual

User manual disusun dalam format booklet sebagai panduan lengkap berisi informasi dan deskripsi seluruh fitur Tintropic. Kontennya lebih rinci dari UX Journey Board, mencakup fungsi, alur, dan tampilan tiap fitur. Tujuannya adalah membantu pengguna memahami dan menggunakan aplikasi secara intuitif dan terarah.



Gambar 28. User Manual

6. Personal Color Board

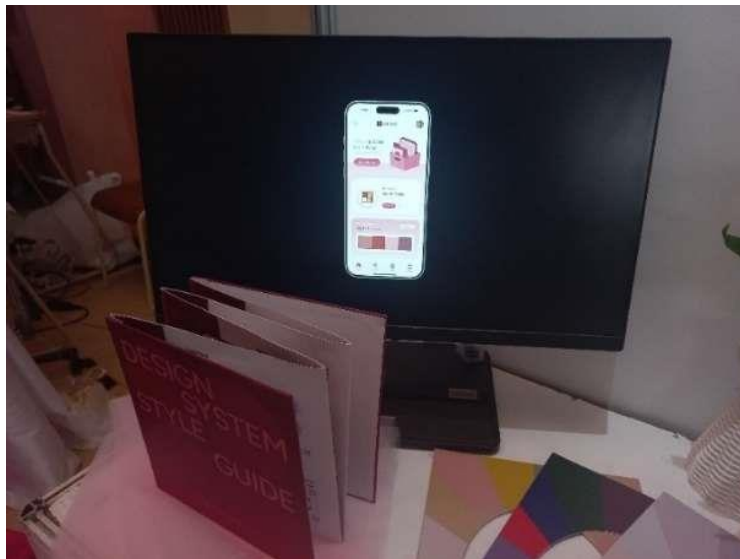
Papan berbingkai dengan lubang di tengah, digunakan untuk mencocokkan palet warna dengan wajah pengguna. Total terdiri dari 12 papan sesuai jumlah kategori personal color.



Gambar 29. *Personal Color Board*

7. Video Demo Aplikasi

Video demo menampilkan alur dan tampilan prototipe secara menyeluruh, dari awal penggunaan hingga fitur utama. Media ini memudahkan pengguna memahami cara kerja aplikasi secara visual tanpa perlu mengaksesnya langsung.



Gambar 30. Video Demo Aplikasi

8. Merchandise

Merchandise terdiri atas berbagai item pendukung, di antaranya dua jenis gantungan kunci (keychain) dengan desain personal color dan logo Tintropic, lanyard ID card, taplak meja, pouch makeup, dan cermin saku.

Tabel 2. Merchandise

Keychain



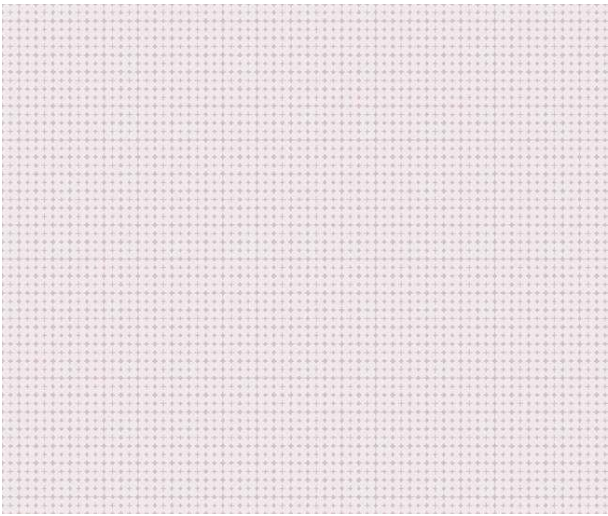
Keychain

Lanyard ID Card



Lanyard ID Card

Taplak Meja



Motif Taplak Meja

Pouch Makeup



Pouch Makeup

Cermin Saku



Cermin Saku

User Testing

Pengujian dilakukan terhadap tiga partisipan dari rentang usia 18 hingga 26 tahun, dengan median usia 22 tahun. Sehingga partisipan yang diambil berusia 18 tahun, 22 tahun, dan 26 tahun. Angka tersebut dianggap mewakili kelompok pengguna muda yang menjadi sasaran utama dari aplikasi Tintropic. Pengujian ini dilakukan secara asinkron menggunakan prototipe Figma yang bisa diakses melalui platform Maze untuk mendapatkan hasil usability testing yang sesuai dengan situasi dan kondisi user dalam memahami konsep interaktif. Berdasarkan hasil user testing, ditemukan bahwa masih terdapat modul atau halaman dengan tingkat kesalahan klik yang cukup tinggi, pada bagian homepage (90,4%), *search* (73,2%) dan halaman produk (77,3%). Selain itu, transisi animasi antar frame dinilai belum optimal, dengan beberapa perpindahan yang berlangsung terlalu cepat atau terlalu lambat sehingga mengganggu kelancaran navigasi pengguna.

KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan aplikasi Tintropic dilatarbelakangi oleh pengalaman pribadi penulis sebagai penggemar produk kosmetik dalam kesulitan menentukan *shade* atau warna yang sesuai, yang kemudian ditemukan juga sebagai masalah umum baik itu di lingkungan sekitar maupun *platform* daring. Dengan pendekatan design thinking, penulis merancang prototipe Tintropic sebagai solusi digital dari layanan personal color analysis yang lebih terjangkau dan mudah diakses, yang juga dapat memberikan rekomendasi produk yang relevan. Studi mandiri terhadap personal color dan proses UI design dilakukan untuk memastikan pengalaman pengguna yang relevan, terstruktur, dan intuitif. Proyek ini menjadi wadah integrasi keahlian penulis di bidang desain antarmuka dan grafis untuk merespon kebutuhan akan layanan analisis warna yang inklusif.

Peneliti atau perancang selanjutnya disarankan melakukan pengumpulan data yang lebih mendalam, khususnya dengan melibatkan narasumber ahli personal color analysis melalui wawancara langsung. Pendekatan ini dapat memperkuat landasan konsep dan memperluas sudut pandang praktik di lapangan. Selain itu, pengembangan aplikasi akan lebih optimal jika dilakukan melalui kerja sama dengan brand kosmetik lokal, baik dalam bentuk kolaborasi konten, integrasi produk, maupun uji coba bersama. Riset lanjutan yang lebih terstruktur dan kolaboratif akan mendukung terciptanya solusi yang aplikatif, relevan, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cirucci, A. M., & Pruchniewska, U. M. (n.d.). *UX Research Methods for Media and Communication Studies; An Introduction to Contemporary Qualitative Methods*.
- Fortuna, D., Tahyudin, I., & Utomo, F. S. (2024). Optimization in Makeup Recommendations Using RGB and YCbCr Analysis with CNN Algorithm for Skin Undertone. *2024 8th International Conference on Information Technology, Information Systems and Electrical Engineering (ICITISEE)*, 545–550. <https://doi.org/10.1109/ICITISEE63424.2024.10730153>
- K, S., & Prabhu, S. (2022). Influence of Consumer Decisions by Recommendar system in fashion e-commerce website. *2022 International Conference on Decision Aid Sciences and Applications (DASA)*, 421–424. <https://doi.org/10.1109/DASA54658.2022.9765312>
- Lee, J.-Y. (2023). A Study on the Color Arrangement of Personal Color & Beauty and Fashion. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 29(2), 485–498. <https://doi.org/10.52660/JKSC.2023.29.2.485>
- Middleton, K. (2018). *Color Theory for the Makeup Artist*.
- Nurrisa, F., & Hermina, D. (2025). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data. 02, 793–800.
- 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>
- Westland, S., & Shin, M. J. (2015). The relationship between consumer colour preferences and product-colour choices. *Journal of the International Colour Association*, 47–56. <http://www.aic-colour-journal.org/>



© 2025 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).