

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penampilan fisik memiliki peran penting dalam membentuk persepsi diri dan cara individu diperlakukan oleh lingkungannya. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Safitri (2019) bahwa orang yang merasa puas dengan penampilan mereka akan menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi. Sebaliknya, orang yang merasa memiliki ketidaksempurnaan dalam penampilan mereka atau merasa kurang menarik akan berjuang dengan kepercayaan diri yang rendah. Dalam berbagai budaya penampilan seseorang sering sekali mencerminkan sebagai tolok ukur kesuksesan, profesionalisme, atau bahkan keunikan individu (Safitri, 2019). Penampilan seseorang dipengaruhi oleh berbagai aspek, salah satunya adalah kondisi rambut.

Rambut bukan sekadar elemen estetis, melainkan juga bagian dari ekspresi sosial dan identitas seseorang. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Wijaya & Nisyak (2020) yang menjelaskan bahwa rambut adalah sebuah mahkota bagi setiap individu dan dapat menandakan karakter, usia dan kesehatannya. Oleh karena itu, menjaga kesehatan dan tampilan rambut bukan hanya soal gaya, melainkan juga mencerminkan kepedulian terhadap diri sendiri secara menyeluruh.

Setiap orang memiliki jenis, struktur, dan kondisi alami rambut yang berbeda-beda, yang menjadikan perawatan rambut sebagai kebutuhan personal yang tidak bisa digeneralisasi. Hal ini didukung oleh Prastyani dan Kusstianti (2021) yang menyebutkan bahwa rambut berfungsi sebagai pelindung alami kepala dan memerlukan perhatian khusus agar tetap sehat. Rambut yang terawat dengan baik tidak hanya memberikan kenyamanan fungsional, tetapi juga memperkuat kesan positif terhadap penampilan seseorang sehingga meningkatkan rasa percaya diri. Istanto et al. (2021) mempertegas bahwa rambut sehat memiliki kontribusi penting terhadap citra diri individu. Sayangnya, masih terdapat individu yang belum memahami metode perawatan yang tepat, sehingga berbagai masalah kesehatan rambut kerap terjadi akibat kesalahan dalam perawatan. Rathi et al. (2024) menyoroti bahwa kesalahan tersebut menjadi penyebab utama kerusakan rambut di masyarakat. Kondisi ini memperlihatkan betapa pentingnya peran media edukatif dan pendekatan personalisasi untuk menjembatani kesenjangan informasi agar masyarakat dapat menjalankan perawatan rambut yang lebih sehat dan efektif, sebagaimana diungkapkan oleh Singh et al. (2024) dan Dewi et al. (2023).

Selain aspek kesehatan, rambut juga berperan penting dalam membentuk penampilan estetis seseorang. Berbagai tindakan telah diambil oleh masyarakat dalam

mengubah penampilan rambut mereka. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Mustoro (2022) yang menyatakan bahwa rambut adalah salah satu bagian tubuh yang paling sering mengalami perubahan melalui pemotongan, pelurusan, pengeritingan, dan pewarnaan. Seiring munculnya gaya rambut baru, masyarakat semakin terdorong untuk menyesuaikan penampilan mereka agar tetap relevan dan menarik secara visual. Namun demikian, upaya meniru gaya rambut kerap kali tidak didukung oleh pemahaman yang memadai mengenai kecocokan gaya dengan bentuk wajah atau jenis rambut individu sehingga dapat menimbulkan ketidaksesuaian atau bahkan penurunan kualitas penampilan (Yeskia, F. A. et. al. 2022).

Meskipun kesadaran akan pentingnya penampilan rambut semakin meningkat, belum semua individu memahami metode yang paling tepat untuk menata rambut mereka. Hal tersebut sering menyebabkan masalah terkait pemilihan gaya rambut yang tidak sesuai dengan karakter fisik, serta penggunaan produk yang tidak cocok dan berpotensi merusak rambut. Tantangan ini diperparah oleh cepatnya perkembangan gaya rambut di era digital, sehingga sulit untuk menjaga rambut tetap relevan agar sesuai dengan gaya rambut yang muncul. Sejumlah solusi seperti produk penataan rambut, alat khusus, dan konsultasi dengan ahli memang telah tersedia. Namun, pendekatan ini sering kali tidak cukup personal dan gagal memenuhi kebutuhan unik setiap individu.

Selain dari sisi individu, penyedia layanan seperti *barbershop* dan salon juga menghadapi tantangan dalam menjangkau pelanggan secara efektif dan memberikan layanan yang personal. Hubungan antara pengguna dan penyedia jasa rambut kerap kali didasarkan pada kebutuhan timbal balik yang belum difasilitasi oleh sistem yang efisien. Pengguna membutuhkan layanan yang mudah diakses, sesuai preferensi, dan informatif, sementara penyedia jasa memerlukan sarana untuk meningkatkan jangkauan layanan, menjaga kualitas, dan mengelola operasional secara optimal. Masalah ini menunjukkan bahwa baik pengguna maupun penyedia layanan memiliki kebutuhan yang saling berkaitan dan perlu dijembatani oleh solusi digital yang saling menguntungkan. Kebutuhan akan solusi yang mampu memberikan layanan edukatif, interaktif, dan personal, seiring dengan meningkatnya ekspektasi pengguna terhadap layanan digital yang praktis dan menyeluruh.

Berdasarkan masalah yang sudah teridentifikasi, diperlukan sebuah solusi yang bisa digunakan untuk mengatasi masalah tersebut secara jangka panjang dan bisa sering digunakan. Dengan kemajuan teknologi digital ada peluang untuk mengembangkan solusi yang lebih personal, yakni solusi berbasis platform yang mampu menyatukan edukasi, personalisasi, serta koneksi dengan tenaga ahli, yang dapat menjadi jembatan yang relevan dan adaptif dalam menjawab tantangan tersebut. Beberapa aplikasi sejenis telah mencoba

menjawab kebutuhan pengguna dalam perawatan dan penataan rambut, seperti Tresemmé Virtual Styler, Compar, dan HiFace. Ketiganya memiliki pendekatan berbeda mulai dari simulasi visual hingga analisis rambut, namun belum sepenuhnya menjawab kebutuhan pengguna yang menginginkan kemudahan, informasi, dan penyesuaian gaya dalam satu platform. Hal ini membuka ruang untuk mengembangkan pendekatan yang lebih sesuai dengan konteks dan preferensi pengguna di Indonesia. Oleh karena itu, solusi yang dapat ditawarkan melalui penelitian ini adalah perancangan prototipe aplikasi *mobile* yang mampu menyatukan kebutuhan perawatan, edukasi, dan personalisasi gaya rambut, serta konektivitas dengan penyedia layanan rambut.

Perancangan aplikasi seluler dipilih karena dinilai dapat menawarkan solusi yang lebih mendalam terkait interaksi dan kebutuhan penggunanya. Dikutip dari laman adjust.com pada tahun 2022, rata – rata 80% pengguna ponsel pintar di Indonesia mencapai 212 juta orang. Sebanyak 7,7 miliar unduhan dan 179 miliar jam dihabiskan di ponsel pintar pada tahun 2022 (Shrestha, 2023). Berdasarkan data tersebut, tingginya interaksi pada ponsel pintar dapat memperkuat interaksi yang lebih dalam terkait penggunaan aplikasi seluler. Akibatnya, aplikasi seluler ini dapat membantu meningkatkan penampilan dan kesehatan rambut dengan lebih efektif.

Dalam proses perancangan ini, pendekatan yang digunakan adalah *design thinking*, sebuah metode yang menempatkan pengguna sebagai pusat solusi untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah secara inovatif. Melalui metodologi *design thinking* memungkinkan proses yang berpusat pada pengguna dengan mengeksplorasi ide solusi dan mengidentifikasi strategi alternatif sampai dengan solusi yang sesuai untuk masalah pengguna ditemukan (O. M. Firli et. al. 2021). Proses *design thinking* meliputi beberapa tahap seperti empati, definisi masalah, ide, pembuatan prototipe, dan pengujian. Proses tersebut memastikan bahwa solusi yang dihasilkan benar-benar memenuhi kebutuhan pengguna.

Secara keseluruhan perancangan aplikasi solusi perawatan masalah rambut ini tidak hanya membahas masalah yang berkaitan dengan penampilan dan kesehatan rambut, tetapi juga menawarkan solusi berbasis teknologi yang mudah diakses. Aplikasi ini bertujuan untuk mendukung masyarakat dalam menjaga penampilan dan kesehatan rambut mereka. Hal ini menunjukkan bagaimana teknologi dan inovasi digital dapat memainkan peran penting dalam mendukung kehidupan sehari-hari pengguna, terutama dalam aspek yang terkait erat dengan kepercayaan diri dan penampilan. Dengan adanya aplikasi ini, diharapkan dapat memberikan layanan, informasi, dan edukasi terkait perawatan dan gaya rambut.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang terjadi, dapat diidentifikasi berbagai permasalahan yang terjadi sebagai berikut:

1. Masyarakat masih menghadapi permasalahan kesehatan rambut dan belum memahami metode perawatan yang sesuai dengan kebutuhan pribadi.
2. Masyarakat kesulitan dalam mengakses informasi yang relevan terkait cara terbaik untuk menata dan merawat rambut.
3. Masyarakat belum memahami dengan baik berbagai pilihan gaya rambut dan kesesuaian gaya tersebut dengan bentuk wajah maupun karakteristik rambut mereka.
4. Penyedia layanan seperti *barbershop* dan salon belum memiliki platform yang dapat mengintegrasikan kebutuhan mereka dengan preferensi pengguna secara personal.
5. Masih sangat terbatas platform aplikasi seluler yang secara terpadu menyediakan layanan edukasi, gaya, dan perawatan rambut dengan fitur personalisasi yang relevan dengan kebutuhan pengguna.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, bisa disimpulkan bahwa rumusan masalah ini mengacu kepada “Bagaimana merancang sebuah prototipe aplikasi *mobile* yang dapat memberikan solusi terkait perawatan dan gaya rambut sesuai kebutuhan pengguna?”.

1.3 Ruang Lingkup

Perancangan aplikasi ini difokuskan ke dalam prototipe platform aplikasi seluler yang menjadi alat untuk perawatan dan gaya rambut. Langkah pertama yang dikerjakan yaitu mengumpulkan data mengenai permasalahan rambut yang paling sering dihadapi oleh masyarakat sebagai alat perancangan. Penelitian dilakukan dengan target pengguna utama yaitu masyarakat umum yang mengalami permasalahan rambut, dengan fokus wilayah di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Pemilihan wilayah ini didasarkan pada beberapa pertimbangan, antara lain: tingginya aktivitas masyarakat dalam menggunakan layanan *barbershop* dan salon, keberagaman latar belakang sosial ekonomi, serta penetrasi digital yang cukup tinggi. Wilayah ini juga dinilai representatif karena memiliki karakteristik

urban dan semi-urban, yang mencerminkan potensi pasar bagi pengembangan aplikasi berbasis layanan perawatan dan gaya rambut.

Lingkup waktu pelaksanaan penelitian meliputi periode pengumpulan data dari bulan Oktober 2024 hingga April 2025, yang dilanjutkan dengan proses perancangan prototipe aplikasi dari bulan April hingga Mei 2025. Seluruh kegiatan penelitian difokuskan pada pengumpulan data primer dan sekunder, perumusan konsep solusi, serta pengembangan prototipe desain aplikasi *mobile*. Aplikasi yang dirancang ditujukan untuk memberikan kemudahan bagi pengguna dalam memperoleh edukasi dan rekomendasi produk perawatan rambut yang sesuai dengan kondisi personal mereka, serta menentukan gaya rambut yang sesuai dan mengakses layanan potong rambut baik secara daring maupun langsung.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan Tugas Akhir ini adalah menghasilkan prototipe aplikasi *mobile* yang tidak hanya memberikan manfaat dalam perawatan dan penataan rambut, tetapi juga menawarkan layanan yang terintegrasi melalui fitur personalisasi, edukasi interaktif, dan pemesanan layanan dalam satu platform sehingga memiliki nilai tambah dibandingkan aplikasi sejenis.

1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, yakni:

A. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah diskusi dengan fungsi untuk mendapatkan pemikiran, konsep, pengalaman pribadi, pendirian, pandangan dari narasumber, mendapatkan informasi dari informan terkait suatu peristiwa yang tidak bisa observasi secara nyata bagi peneliti, atau juga terkait kejadian di masa lalu (Soewardikoen, 2021: 53). Wawancara yang dilakukan dengan sesi tanya jawab bersama pengguna, *kapster/hairdresser*, ahli *front-end/backend*, ahli UI/UX agar mendapatkan data dan informasi terkait solusi apa saja yang diperlukan untuk masyarakat tentang perawatan dan gaya rambut serta mendapatkan informasi yang berkaitan untuk membuat konsep aplikasi.

B. Observasi

Metode observasi merupakan suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati suatu obyek sambil mencatat keadaan dan tingkah lakunya (Hasibuan, M. P., et al. 2023). Kegiatan observasi yang dilakukan berupa pengamatan terhadap pengguna di *barbershop* ataupun salon, serta pengamatan kepada gaya rambut dan analitik yang ada di sosial media terkait rambut sehingga informasi dan data yang diperoleh dapat berkaitan dengan wawancara yang telah dilakukan sebelumnya.

C. Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah instrumen penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dari responden dengan memberikan sejumlah pertanyaan yang telah dirancang secara sistematis, baik dalam bentuk terbuka maupun tertutup, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi, persepsi, pendapat, maupun sikap individu terhadap suatu fenomena atau objek penelitian (Soewardikoen, 2021: 60).

Dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada 30 responden, sesuai dengan panduan Singarimbun dan Effendi (1995) yang menyatakan bahwa minimal 30 responden diperlukan untuk mendekati distribusi nilai normal dalam uji coba kuesioner, serta Kerlinger dan Lee (2000) yang menyarankan jumlah serupa guna memperoleh keandalan data. Pemilihan responden dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dengan indikator: (1) sesuai dengan rentang usia target pengguna aplikasi, (2) memiliki kebiasaan perawatan rambut secara rutin, dan (3) familiar dengan penggunaan aplikasi berbasis layanan. Penentuan jumlah responden tidak didasarkan pada ukuran populasi total, melainkan mengacu pada prinsip saturasi data, yaitu penghentian pengumpulan data ketika informasi yang diperoleh menunjukkan pola jawaban yang berulang. Kuesioner ini menjadi instrumen pendukung untuk validasi temuan wawancara, mengonfirmasi pola umum, dan memberikan perspektif tambahan.

D. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan salah satu metode penelitian dengan cara mengumpulkan berbagai data dengan maksud untuk mengkaji teori-teori yang ada dari berbagai literatur yang berkaitan dengan penelitian (Adlini, M. N. Et al. 2022). Dalam hal ini mengkaji untuk memahami dan mempelajari teori dan

referensi yang berkaitan dengan solusi apa saja yang diperlukan oleh masyarakat tentang perawatan dan gaya rambut. Dengan metode ini diharapkan dapat menyempurnakan data yang telah ada sebelumnya.

1.5.2 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengolahan data untuk menghasilkan informasi baru. Proses ini dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan memahami karakteristik data dan menggunakannya sebagai solusi terhadap permasalahan khususnya yang berkaitan dengan penelitian (Ulfah, A. K., et al. 2022:1). Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

A. Analisis Matriks Perbandingan

Matriks perbandingan adalah suatu metode yang digunakan untuk membandingkan berbagai parameter dengan alternatifnya, dengan cara menyusun dan menyajikan data dalam bentuk kolom dan baris yang masing-masing mewakili dimensi berbeda, seperti konsep atau informasi (Soewardikoen, 2021: 104). Analisis matriks perbandingan ini dapat diterapkan untuk membandingkan beberapa aplikasi dan membuat acuan untuk merancang aplikasi yang lebih baik.

B. Analisis *User Persona*

User Persona adalah representasi fiktif tetapi berbasis data dari pengguna aplikasi atau layanan. *Persona* ini menggambarkan karakteristik, kebutuhan, tujuan, *pain points*, dan perilaku pengguna. Menurut Cooper (1999), *user persona* dirancang untuk membantu pengembang produk memahami audiens secara lebih personal sehingga dapat merancang solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

C. Analisis *Empathy Map*

Empathy Map adalah alat yang digunakan untuk memahami audiens secara lebih mendalam, khususnya tentang apa yang mereka katakan, pikirkan, rasakan, dan lakukan. *Empathy Map* membantu menggambarkan perspektif pengguna untuk menciptakan solusi yang lebih relevan dengan kebutuhan mereka. Brown (2009) menjelaskan bahwa *empathy map* merupakan bagian penting dari proses *design thinking* yang berfokus pada penciptaan empati terhadap pengguna,

sehingga memungkinkan desainer untuk merancang pengalaman yang lebih berguna dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

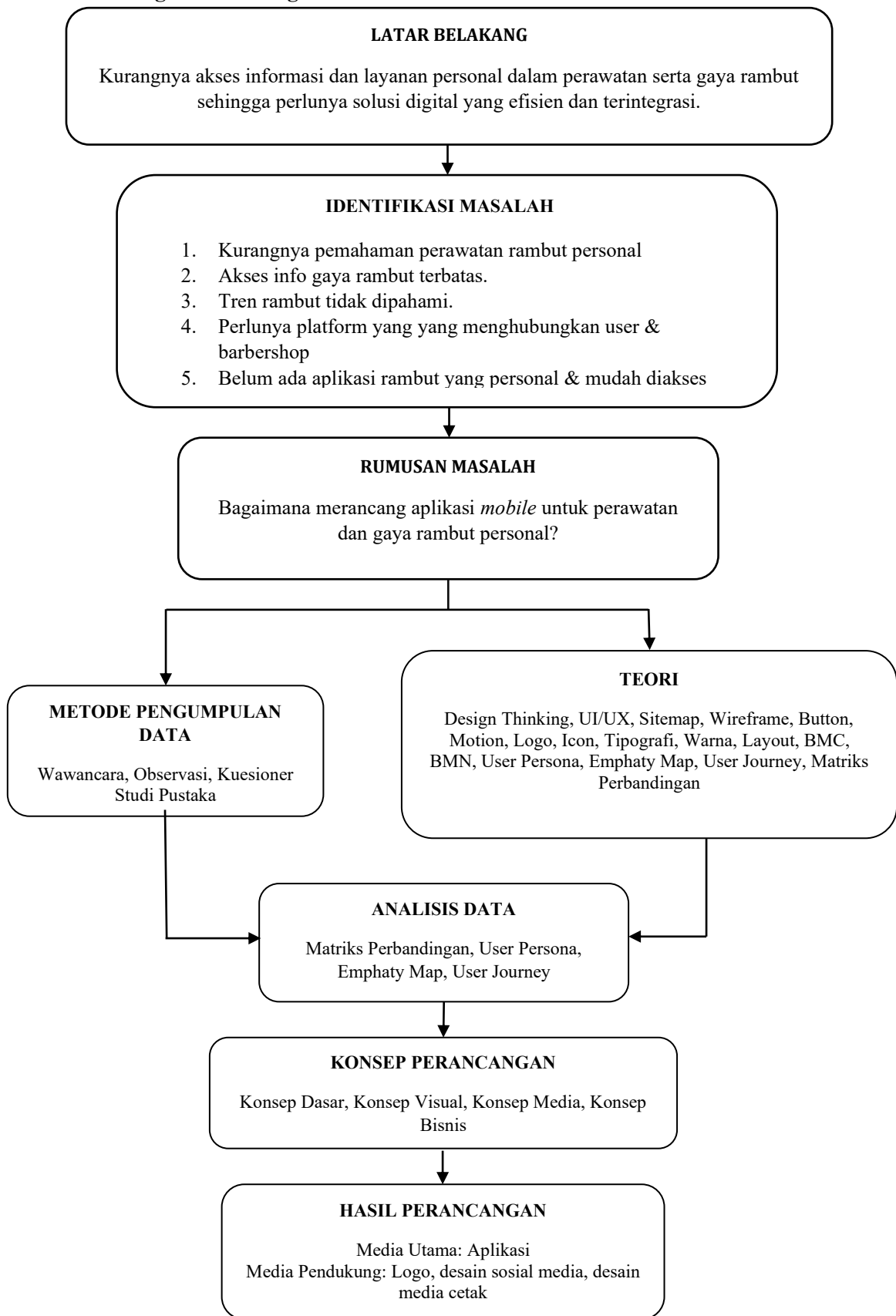
D. Analisis *User Journey*

User Journey adalah representasi visual dari pengalaman pengguna saat mereka berinteraksi dengan suatu layanan, mulai dari tahap awal hingga akhir proses. Pemetaan ini mencakup setiap titik kontak (*touchpoint*) dan emosi yang dirasakan pengguna sepanjang perjalanan mereka. Stickdorn & Schneider (2010) dalam *This is Service Design Thinking* menekankan bahwa *user journey* membantu tim desain memahami bagaimana pengguna mengalami layanan secara keseluruhan, bukan hanya dari satu sudut pandang saja. Dengan memetakan perjalanan pengguna, desainer dapat mengidentifikasi momen frustrasi, peluang perbaikan, dan aspek yang menciptakan nilai lebih bagi pengguna. Ini membuat *user journey* menjadi alat penting dalam merancang pengalaman layanan yang kohesif, bermakna, dan berorientasi pada kebutuhan nyata pengguna.

1.6 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *design thinking*, yaitu sebuah pendekatan yang berpusat pada pengguna (*user-centric*) untuk menciptakan solusi inovatif yang efektif dan relevan. Menurut Brown (2009), *design thinking* merupakan pendekatan yang menekankan empati terhadap pengguna sebagai dasar dalam menciptakan solusi yang relevan dan inovatif. Prinsip ini sejalan dengan model lima tahap yang dikembangkan oleh Stanford d.school (2010), yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*, yang dijadikan kerangka operasional dalam penelitian ini karena bersifat sistematis dan iteratif. *Design thinking* memberikan panduan sistematis dalam memahami kebutuhan pengguna, merumuskan masalah, dan mengembangkan solusi berbasis pemahaman tersebut. Metode ini dipilih karena relevansinya dengan tujuan penelitian ini, yaitu merancang sebuah aplikasi yang mampu memberikan solusi praktis untuk kebutuhan pengguna terkait perawatan dan gaya rambut.

1.7 Kerangka Perancangan



1.8 Pembabakan

A. BAB 1 – Pendahuluan

Berisikan informasi tentang latar belakang terkait permasalahan berupa fenomena yang terjadi di masyarakat umum tentang masalah perawatan dan gaya rambut. Berdasarkan latar belakang yang disusun, kemudian akan dirumuskan menjadi beberapa bagian yang terbagi atas identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan perancangan, pengumpulan data dan analisis serta kerangka perancangan. Pada akhir bab ini ditutup dengan bagian pembabakan yang berisi uraian dari setiap bab.

B. BAB II – Landasan Teori

Memuat kumpulan teori untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang disebutkan pada Bab 1. Kumpulan teori yang digunakan terdiri dari *design*, *multimedia*, *aplikasi*, *UI/UX*, *sitemap*, *wireframe*, *button*, *motion*, *logo*, *icon*, *design thinking*, *matris perbandingan*, *user persona*, *emphaty map*, *user journey*, *penggayaan visual*, *tipografi*, *warna*, *layout*, *business model canvas*, dan *business model navigator*.

C. BAB III – Data dan Analisis Data

Pada bab ini berisi tentang kumpulan data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, kuesioner dan studi pustaka yang telah dilakukan sebelumnya. Setelah itu, dilanjutkan dengan analisis matriks perbandingan, *user persona*, *emphaty map*, *user journey*, dan diakhiri dengan kesimpulan hasil analisis yang telah dibuat.

D. BAB IV – Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini memuat penjelasan terkait konsep perancangan sampai dengan hasil perancangan, mulai dari rancangan awal hingga finalisasi konsep.

E. BAB V – Penutup

Memuat kesimpulan dari semua pembahasan yang telah dijelaskan pada laporan ini.