

## BAB III

### METODOLOGI DESAIN

#### 1.12 Sistematika Perancangan

Perancangan ini menggunakan pendekatan *Design Thinking* sebagai sistematika perancangan. *Design Thinking* merupakan metode pemecahan masalah yang berfokus pada kebutuhan dan pengalaman pengguna melalui proses yang iteratif dan *human-centered*. Pendekatan ini dinilai tepat untuk merancang solusi digital seperti *website* pemesanan jasa *makeup artist* (MUA), karena menggabungkan empati, ide kreatif, dan uji coba secara langsung terhadap pengguna. *Design Thinking* terdiri dari lima tahapan, yaitu:

##### a. *Emphatize*

Tahap awal dalam *Design Thinking* dimulai dengan memahami kehidupan dan kebiasaan pengguna secara langsung. Proses ini dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk menangkap pengalaman serta tantangan yang mereka hadapi sehari-hari. Tujuannya adalah memperoleh gambaran nyata, bukan berdasarkan asumsi. Informasi yang terkumpul digunakan untuk mengenali pola, kebutuhan, dan hambatan dari sudut pandang pengguna (Renaldo et al., 2022). Pendekatan ini menjadikan pengguna sebagai sumber utama, sehingga perancang dapat menyusun solusi yang sesuai dengan situasi riil, bukan sekadar dugaan pribadi.

##### b. *Define*

Tahap *Define* dimulai dengan memilah informasi yang diperoleh dari pengguna menjadi susunan pokok permasalahan. Aktivitas ini bertujuan menguraikan inti gangguan atau kebutuhan yang belum terpenuhi secara sistematis. Proses ini tidak bertumpu pada jumlah data, melainkan pada seberapa tajam masalah dapat dirumuskan. Perancang menempatkan hasil pengamatan sebagai bahan baku untuk menemukan titik persoalan yang paling berdampak (Chusnan Widodo & Gustri Wahyuni, 2021). Dalam tahap ini, penyusunan masalah dilakukan secara padat dan spesifik agar menjadi dasar arah berpikir dalam menghasilkan ide.

Kejelasan rumusan menjadi penentu agar rancangan yang dilanjutkan tidak meleset dari kenyataan pengguna.

**c. *Ideate***

Tahap *Ideate* berisi kegiatan menggali berbagai kemungkinan solusi tanpa batasan penilaian awal. Tim menggagas ide sebanyak mungkin berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya. Tujuannya adalah memperluas ruang pencarian solusi melalui pendekatan yang bebas dari pola pikir kaku. Seluruh gagasan dituangkan tanpa menghapus satu pun, agar setiap kemungkinan tetap terbuka. Pendekatan ini menghasilkan kumpulan ide yang beragam dan belum difilter. Ide-ide tersebut nantinya disaring dan dikembangkan menjadi bentuk konsep yang lebih terarah dan siap diuji (Ikhlās & Zuhri, 2022).

**d. *Prototype***

Tahap *Prototype* dilakukan dengan membuat perwujudan awal dari ide yang telah dipilih sebelumnya. Model ini disusun dalam bentuk sederhana agar dapat diuji secara langsung oleh pengguna. Bentuknya disesuaikan dengan kebutuhan, bisa berupa gambar antarmuka, simulasi interaktif, atau rancangan fungsi dasar. Pembuatan prototipe bertujuan untuk menampilkan gambaran nyata dari konsep solusi. Proses ini membantu memperlihatkan cara kerja ide secara langsung dan memungkinkan tim melihat bagaimana pengguna berinteraksi dengan rancangan tersebut sebelum masuk ke tahap akhir pengembangan (Nurjanah et al., 2022).

**e. *Test***

Tahap *Test* dilaksanakan dengan melibatkan pengguna secara langsung dalam menjajal rancangan awal yang telah disiapkan. Kegiatan ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengguna berinteraksi, serta menilai bagian mana dari rancangan yang masih belum sesuai dengan kebutuhan. Respon dan tindakan pengguna diamati secara sistematis untuk mengumpulkan data relevan. Tim mencatat temuan selama proses berlangsung, lalu menggunakannya sebagai dasar untuk menyusun ulang bagian-bagian yang belum efektif. Masukan dari pengguna dianggap sebagai sumber koreksi yang dibutuhkan sebelum rancangan akhir dikembangkan. Tahap ini memastikan bahwa hasil akhir berasal dari proses evaluasi nyata, bukan dari dugaan sepihak tim pengembang (Rizqi et al., 2023).

### 1.13 Metode Pencarian Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran (*mix method*) untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh mengenai kebiasaan, kebutuhan, serta tantangan yang dialami pengguna dalam memesan jasa *makeup artist* secara digital. Pendekatan ini menggabungkan teknik kualitatif untuk menggali pengalaman dan pandangan responden secara mendalam, serta teknik kuantitatif untuk mendapatkan data terukur yang dapat memperkuat analisis desain. Proses pengumpulan data dilakukan melalui empat metode utama, yaitu studi literatur, wawancara, penyebaran kuesioner, dan analisis data.

Studi literatur dilakukan untuk memahami konteks industri jasa MUA di era digital, kendala pemesanan jasa secara *online*, serta prinsip-prinsip desain UI/UX yang digunakan dalam pengembangan *platform* layanan. Literatur yang digunakan mencakup jurnal ilmiah, artikel, serta buku-buku yang relevan dengan topik perancangan dan pengalaman pengguna.

Wawancara dilakukan secara langsung kepada pihak yang terlibat dalam industri (*makeup artist*) guna mengetahui pengalaman mereka dalam melakukan pemesanan, harapan terhadap sistem digital, serta kendala yang sering dihadapi. Wawancara ini bertujuan menggali insight untuk memahami kebutuhan dan kebiasaan pengguna dari sudut pandang nyata.

Kuesioner disebarluaskan secara daring kepada calon pengguna *platform*, dengan pertanyaan yang terdiri dari dua jenis: pertanyaan terbuka untuk mendapatkan opini pengguna secara bebas, serta pertanyaan tertutup berbentuk skala untuk mengukur pola kebiasaan, preferensi, dan kepuasan terhadap *platform* digital jasa MUA yang pernah digunakan.

Analisis data dilakukan dengan mengelompokkan temuan dari setiap metode, baik berupa data naratif maupun data numerik, yang kemudian diinterpretasikan untuk mendukung proses perancangan visual *website* "MakeupIn". Hasil dari pengolahan data ini digunakan sebagai dasar dalam menentukan fitur, tampilan, serta struktur informasi yang paling relevan dan sesuai dengan kebutuhan target pengguna.

## 1.14 Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini dilakukan untuk mengolah dan menarik kesimpulan dari berbagai sumber informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya. Seluruh data ini digunakan untuk memahami kebutuhan pengguna, mengevaluasi kendala yang sering terjadi dalam proses pemesanan jasa *makeup artist*, serta merumuskan solusi perancangan yang sesuai dengan konteks pengguna. Adapun uraian lebih lanjut mengenai hasil temuan dari masing-masing sumber:

### 1.14.1 Analisis Data Kualitatif dan Literatur sebagai Dasar Perancangan

Data kualitatif diperoleh melalui wawancara, observasi, serta kuesioner kepada pengguna dan MUA, sedangkan literatur didapatkan dari jurnal, artikel, dan buku yang relevan. Seluruh temuan ini kemudian disintesis untuk merumuskan arah perancangan yang tepat. Melalui pendekatan ini, desain antarmuka *website* MakeupIn tidak hanya didasarkan pada asumsi atau estetika semata, tetapi juga memiliki dasar ilmiah dan empati terhadap kebutuhan nyata pengguna. Prinsip-prinsip dari teori UI/UX, semiotika visual, tata letak, warna, hingga strategi komunikasi promosi digunakan untuk memperkuat relevansi dan efektivitas desain yang dirancang ini:

Tabel 3. 1 Data Kualitatif dan Literatur

Aspek	Temuan Wawancara	Temuan Kuesioner	Temuan Observasi	Temuan Studi Literatur	Insight
Fitur Pencarian	MUA ingin <i>user</i> bisa cari berdasarkan lokasi, harga, dan gaya	Pengguna ingin fitur filter lokasi, harga, dan gaya <i>makeup</i>	<i>website</i> perbandingan belum punya sistem filter lengkap dan fleksibel	Filter lokasi, harga, dan portofolio penting dalam sistem <i>booking</i> (Astutik & Radhitya, 2024)	Sediakan fitur pencarian dengan filter lokasi, harga, gaya <i>makeup</i>
Profil MUA Lengkap	MUA ingin profil berisi portofolio, harga, testimoni, dan lokasi	Profil Ideal memuat harga, lokasi, portofolio, testimoni, dan sertifikat	<i>User</i> harus buka akun media sosial MUA satu per satu untuk bandingkan	Profil lengkap meningkatkan kepercayaan pengguna (Sevia et al., 2024; Devina, 2022)	Buat profil MUA yang memuat harga, lokasi, portofolio, testimoni, dan sertifikat
Desain Visual	MUA suka tampilan elegan dan simpel, cocok dengan <i>style</i>	Pengguna lebih suka desain <i>clean</i> dan warna pastel yang nyaman	<i>Layout website</i> terlalu padat, warna norak, ikon	Warna <i>soft</i> & <i>layout</i> bersih bantu visualisasi nyaman (Tillman, 2018;	Gunakan <i>layout grid</i> rapi dengan warna pastel feminin

	<i>makeup</i> mereka		tidak familiar	Agoston, 1987)	dan tipografi <i>clean</i>
Alur Pemesanan	MUA lebih nyaman jika tetap ada <i>chat</i> sebelum <i>deal</i>	<i>Booking</i> langsung oke, tapi tetap ingin <i>chat</i> untuk konsultasi sebelum <i>deal</i>	<i>Booking</i> otomatis tanpa konsultasi dianggap kurang aman oleh <i>user</i>	<i>User-centered design</i> menekankan fleksibilitas & konsultasi (Nurgina et al., 2020)	Fasilitasi alur <i>booking</i> → konsultasi → <i>deal</i> melalui WA
Rating & Testimoni	MUA merasa <i>review</i> dan testimoni sangat penting untuk <i>branding</i>	Rating & testimoni visual sangat mempengaruhi kepercayaan pengguna	<i>website</i> dengan testimoni visual lebih dipercaya oleh calon klien	<i>Social proof</i> bantu pengambilan keputusan (Pangestu, 2019)	Tampilkan <i>rating</i> , testimoni, dan <i>before-after</i> secara visual
Navigasi & Ikon	MUA butuh navigasi jelas untuk hindari miskom dan bentrok jadwal	Navigasi mudah dan familiar sangat penting agar tidak bingung	Navigasi yang tidak intuitif bikin <i>user</i> cepat keluar dari <i>website</i>	Navigasi efektif dengan ikon bermakna (Jannah et al., 2023; Material Design, 2023)	Gunakan ikon + label teks, pastikan navigasi mudah dan familiar
Semiotika Visual	MUA ingin ikon jelas,	Pengguna lebih suka	Pengguna kesulitan	Ikon harus punya	Gunakan ikon umum

	familiar, dan mudah dimengerti	ikon disertai teks agar tidak salah paham	memahami ikon tanpa label teks	hubungan ikon– indeks– simbol agar bisa dimengerti dengan cepat (Romadhoni et al., 202	seperti rumah (beranda), amplop (pesan), disertai label teks agar mudah dipahami semua <i>user</i> .
Desain UI/UX	Pengguna dan MUA ingin tampilan simpel, urutannya jelas, dan tidak ribet	Tampilan harus urut, minim klik, dan informasi tersaji jelas	Mayoritas pengguna merasa alur pemesanan harus jelas dan tidak membingungkan	UX harus <i>user-centered</i> , dengan alur yang efisien dan akses cepat (Devina, 2022; Nurgina et al., 2020)	Susun antarmuka dengan <i>user flow</i> yang logis, minim klik, dan mudah dimengerti; pakai prinsip <i>user-centered design</i> .
Tipografi	MUA suka tampilan yang rapi dan <i>font</i>	Pengguna lebih suka <i>font</i> sederhana	Pengguna menyukai <i>font</i> sederhana	<i>Sans-serif</i> dan hierarki tipografi memudahka	Gunakan <i>font sans-serif</i> seperti

	yang tidak ribet	dan besar, tidak dekoratif	yang mudah dibaca dan tidak terlalu kecil	n keterbacaan (Sihombing, 2001)	<i>Poppins</i> atau <i>Arial</i> , ukuran minimum 16px, dengan hierarki yang jelas.
<i>Layout</i>	MUA suka tampilan yang tidak terlalu ramai dan struktur kontennya enak dibaca	Tampilan terlalu padat membuat pengguna tidak nyaman	<i>Layout</i> padat dan tidak konsisten bikin bingung	<i>Grid</i> modular meningkatkan keteraturan dan responsivitas (Kuswanto, 2017; Material Design, 2023)	Terapkan <i>grid layout</i> yang responsif, beri <i>white space</i> cukup, dan susun informasi secara terstruktur.
Warna	MUA suka tampilan <i>clean</i> , elegan, dan warna tidak mencolok	Warna <i>soft</i> dan netral lebih disukai karena nyaman dilihat	Warna terlalu mencolok atau terlalu pucat menurunkan kenyamanan	Warna pastel memberikan rasa nyaman, feminin, dan tenang (Agoston, 1987;	Gunakan warna-warna netral dan pastel sebagai dasar, dengan aksent

				Farantika, n.d.)	warna cerah untuk <i>call- to-action</i> atau <i>highlight</i> .
--	--	--	--	---------------------	--

### 1.14.2 Analisis Pesaing

Analisis dilakukan terhadap dua *website* yang relevan dengan fokus perancangan, yaitu *HelloBeauty* dan *Mecapan*. Keduanya dipilih karena secara langsung menyediakan layanan pemesanan jasa *makeup artist*, sehingga memiliki kesamaan konteks dengan proyek perancangan *website* “*MakeupIn*”. Pengamatan terhadap masing-masing *platform* dilakukan berdasarkan teori utama yang telah dijabarkan sebelumnya, seperti UI/UX, karakteristik *makeup artist*, semiotika visual, dan pendekatan kampanye promosi. Teori pendukung seperti tata letak, pemilihan warna, serta elemen tipografi juga digunakan untuk memperdalam penilaian terhadap struktur dan tampilan visual dari masing-masing *website*.



Gambar 3. 1 Logo *Hello Beauty*

*HelloBeauty* memiliki tampilan antarmuka yang sederhana dan cukup informatif. Secara UI, struktur halaman utamanya menampilkan menu navigasi utama seperti layanan, kategori, dan lokasi yang mudah diakses. Dari aspek UX, pengguna dapat memesan jasa MUA dengan langkah-langkah yang relatif jelas, meskipun masih ada bagian di mana pengalaman penggunaan terasa kurang intuitif, khususnya pada tampilan *mobile*. Beberapa elemen seperti tombol atau ikon

terkadang tidak memiliki kontras yang cukup sehingga berpotensi membingungkan pengguna baru. Dari segi representasi *makeup artist*, HelloBeauty cukup memberikan ruang bagi MUA untuk menampilkan portofolio, informasi harga, dan ulasan klien. Namun, visual yang digunakan dalam profil tidak sepenuhnya terstandar atau seragam, sehingga memberikan kesan yang kurang profesional. Dalam konteks semiotika, penggunaan simbol dan ikon masih terbilang minim dan kurang konsisten. Misalnya, ikon *booking* atau kategori layanan tidak selalu merepresentasikan fungsinya secara langsung. Strategi promosi dalam *website* ini lebih bersifat pasif, seperti adanya blog dan artikel kecantikan, tanpa adanya fitur promosi interaktif yang menghubungkan pengguna secara dinamis dengan layanan.

Secara visual, warna-warna yang digunakan cukup netral namun cenderung monoton. Tata letak halaman cenderung statis dan terkesan penuh, sehingga tidak memberikan ruang visual yang nyaman bagi pengguna. Tipografi yang digunakan pun cukup umum dan tidak terlalu mencerminkan karakter *branding* dari *platform*, sehingga kesan estetikanya tidak terlalu kuat. *website* ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut dengan penguatan identitas visual dan peningkatan pengalaman pengguna secara menyeluruh.



bridestory  
MAKING DREAM WEDDINGS POSSIBLE

Gambar 3. 2 Logo *Bridestory*

Bridestory menampilkan desain visual yang lebih profesional dan elegan. Secara UI, *platform* ini berhasil menyusun konten dengan hierarki informasi yang jelas, dan penempatan navigasi yang intuitif. UX juga terasa lebih matang, terutama dalam proses pengguna mencari jasa berdasarkan kategori acara, kota, harga, dan ulasan. Proses pemesanan terasa lebih mulus dengan sistem *booking* langsung atau kontak melalui vendor. Dalam konteks representasi *makeup artist*, Bridestory

menampilkan profil vendor dengan format yang sangat terstruktur. MUA dapat memajang portofolio, harga, *rating*, testimoni, serta video presentasi. Pendekatan ini sesuai dengan teori bahwa *makeup artist* perlu menyampaikan keahlian mereka secara visual dan kredibel. Dari sudut semiotika, penggunaan ikon cukup informatif dan mendukung pemahaman fungsi halaman. Simbol-simbol seperti ikon *chat*, *bookmark*, atau tanda centang diverifikasi bekerja baik dalam menyampaikan makna.

Dari sisi kampanye promosi, Bridestory aktif menjalankan strategi digital dengan melibatkan fitur seperti paket *wedding*, promo vendor pilihan, serta sistem “Bridestory *Points*” untuk *reward* pengguna. Warna-warna yang digunakan cenderung lembut dan romantis, sesuai dengan konteks pernikahan yang menjadi fokus utama *platform* ini. *Layout* yang digunakan cukup lapang dan terorganisir, membuat tampilan *website* terasa modern dan eksklusif. Tipografi dipilih secara cermat untuk membangun kesan premium, serta mendukung keterbacaan dalam berbagai perangkat.

Secara visual, warna-warna yang digunakan cukup netral namun cenderung monoton. Tata letak halaman cenderung statis dan terkesan penuh, sehingga tidak memberikan ruang visual yang nyaman bagi pengguna. Tipografi yang digunakan pun cukup umum dan tidak terlalu mencerminkan karakter *branding* dari *platform*, sehingga kesan estetikanya tidak terlalu kuat. *website* ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut dengan penguatan identitas visual dan peningkatan pengalaman pengguna secara menyeluruh.



Gambar 3. 3 Logo Traveloka

Traveloka merupakan salah satu *platform* reservasi multi-layanan yang dikenal dengan alur *booking* yang terstruktur, praktis, dan mendetail. Pengguna dapat memesan berbagai layanan, mulai dari tiket transportasi, hotel, hingga aktivitas wisata, melalui proses pemesanan yang dipandu langkah demi langkah (*step-by-step*). Dari sisi UI, Traveloka menonjolkan navigasi yang intuitif. Setiap tahap mulai dari pencarian, pemilihan layanan, penjadwalan, hingga pembayaran ditampilkan dengan jelas, sehingga meminimalkan risiko kebingungan saat transaksi. Fitur filter juga mendukung pengguna dalam menyesuaikan hasil pencarian sesuai jadwal, harga, atau lokasi yang diinginkan.

Pada aspek UX, Traveloka menyediakan berbagai metode pembayaran yang fleksibel, seperti *virtual account*, *e-wallet*, hingga kartu kredit. Fitur *refund* dan *reschedule* yang diatur secara transparan memberi rasa aman bagi pengguna jika ada perubahan mendadak. Keamanan transaksi diperkuat dengan notifikasi status pesanan secara *real-time*. Konsep *payment* di Traveloka relevan untuk diadaptasi ke MakeupIn, khususnya pada penerapan *virtual account* dengan skema dana yang di-hold sementara hingga penyedia jasa (MUA) mengonfirmasi pesanan. Dengan demikian, risiko pembatalan sepihak dapat diminimalkan dan kepercayaan pengguna terhadap *platform* semakin meningkat. Desain visual Traveloka pun mendukung keterbacaan, dengan *layout* modular, warna profesional, dan tipografi bersih yang memastikan informasi harga serta tombol aksi mudah dipahami.



Gambar 3. 4 Logo Airbnb

Airbnb adalah *platform* global untuk reservasi penginapan dan pengalaman lokal yang berfokus pada personalisasi layanan serta keamanan transaksi. Dari segi

UI, Airbnb menyusun struktur informasi secara intuitif dengan filter detail seperti lokasi, tanggal, harga, dan *rating*, sehingga pengguna dapat menyesuaikan pencarian sesuai preferensi. Airbnb juga menyediakan fitur komunikasi langsung antara tamu dan *host* melalui *chat* sebelum pesanan dikonfirmasi. Ini membuat detail reservasi lebih transparan dan meminimalkan potensi miskomunikasi. Hal ini sejalan dengan kebutuhan MakeupIn, di mana klien dapat berkomunikasi langsung dengan MUA sebelum memutuskan untuk *booking*.

Keunggulan utama Airbnb terletak pada sistem *escrow payment*, di mana dana pengguna akan ditahan sementara oleh *platform* hingga *host* mengonfirmasi dan menyelesaikan layanan. Skema ini menambah lapisan keamanan dan kepercayaan bagi kedua belah pihak, baik *user* maupun *host*. Sistem *refund* juga tersedia jika ada pembatalan yang sesuai kebijakan. Visual antarmuka Airbnb memanfaatkan ikon yang sederhana dan konsisten, sehingga setiap fungsi halaman mudah dipahami. Warna-warna netral dan hangat menonjolkan suasana yang *homy* dan ramah, didukung *layout* modular dan tipografi *clean* yang mendukung aksesibilitas lintas perangkat, baik *desktop* maupun *mobile portrait*. Prinsip *escrow payment* Airbnb dapat diadopsi oleh MakeupIn untuk memastikan dana klien dihold sampai MUA mengonfirmasi pesanan. Pendekatan ini sangat penting untuk membangun rasa aman, menjaga reputasi *platform*, serta meningkatkan loyalitas pengguna.

### 1.14.3 Analisis *Website* Pemandangan

Analisis *website* perbandingan dilakukan untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari empat *platform* yang menyediakan layanan pemesanan jasa atau reservasi secara *online*, yaitu HelloBeauty, Bridestory, Traveloka, dan Airbnb. **HelloBeauty** dan **Bridestory** dipilih karena memiliki layanan sejenis dengan fokus pada jasa kecantikan, sehingga relevan sebagai tolok ukur dalam proses perancangan *website* 'MakeupIn'. Sementara itu, **Traveloka** dan **Airbnb** digunakan sebagai referensi studi banding karena memiliki alur *booking*, sistem konfirmasi jadwal, serta metode pembayaran dengan skema *escrow* atau uang di-

hold hingga layanan dikonfirmasi vendor, yang dapat diterapkan pada fitur reservasi dan pembayaran di 'MakeupIn'.

Pengamatan dilakukan berdasarkan teori-teori utama yang telah dibahas, yakni prinsip UI/UX, representasi *makeup artist*, pendekatan semiotika visual, serta strategi kampanye promosi. Selain itu, teori pendukung seperti komposisi *layout*, pemilihan warna, tipografi, ikonografi, dan responsivitas juga dijadikan pertimbangan dalam analisis ini. Penilaian dituangkan ke dalam bentuk tabel perbandingan agar memudahkan dalam melihat perbedaan keduanya secara visual dan sistematis

Tabel 3. 2 Data *Website* Perbandingan

Kategori	HelloBeauty	Bridestory	Traveloka	Airbnb	Evaluasi dan Implikasi
Aksesibilitas	Navigasi sederhana tetapi beberapa tombol tidak intuitif, tidak sepenuhnya <i>mobile-friendly</i> .	Responsif di semua perangkat, tampilan <i>mobile</i> rapi.	Sangat responsif, multi- <i>platform</i> , aplikasi <i>mobile</i> stabil.	Sangat responsif, optimasi UX untuk <i>desktop</i> & <i>mobile</i> .	<i>Website</i> MakeupIn harus mendukung akses lintas perangkat, navigasi jelas, tombol terlihat, dan mudah digunakan.
Warna	Netral (putih/abu), kesan datar, kurang emosional.	<i>Soft romantic pastel</i> , sesuai nuansa <i>beauty/wedding</i> .	Warna netral biru-putih, profesional, fokus <i>user-</i>	Warna netral hangat, nyaman, kesan ramah & <i>homy</i> .	Palet warna MakeupIn sebaiknya soft & feminin ( <i>pastel/pink nude</i> ) untuk

			<i>friendly.</i>		membangun suasana <i>beauty</i> yang hangat.
<i>Layout</i>	<i>Layout</i> sederhana, <i>hierarchy</i> visual kurang jelas, info penting tidak menonjol.	Banyak elemen, tetapi tertata rapi dengan <i>grid</i> dan spasi yang cukup.	<i>Layout</i> terstruktur <i>step-by-step</i> , fokus <i>guiding booking flow.</i>	<i>Layout</i> intuitif, modular, <i>guiding</i> visual alur <i>booking.</i>	Gunakan <i>layout modular-grid</i> , spasi jelas, <i>guiding user flow booking &amp; payment step-by-step.</i>
Elemen Visual	Minim ilustrasi/ikon, tampilan monoton.	Visual portofolio detail, gambar HD, elemen interaktif.	Gunakan ikon familiar, ilustrasi sesuai produk.	Gambar properti besar, <i>icon clean, user</i> merasa terarah.	Visual MakeupIn harus menarik: foto portofolio HD, ikon familiar, hindari dekorasi berlebih.
Navigasi	Menu & filter sederhana tapi kurang jelas arah.	Navigasi & filter detail, kategori vendor tertata.	Navigasi <i>multi-filter</i> , penjadwalan, detail <i>invoice.</i>	Navigasi intuitif, filter tanggal, harga, <i>review host.</i>	Navigasi MakeupIn harus punya filter jadwal, harga, gaya <i>makeup, rating</i> , agar

					<i>user</i> cepat memutuskan.
Tipografi	<i>Sans-serif</i> standar, terbaca tapi kurang karakter.	Modern & elegan, konsisten & jelas.	<i>Sans-serif simple, clean &amp; readable.</i>	<i>Sans-serif clean,</i> nyaman dibaca.	Gunakan tipografi <i>sans-serif clean,</i> ukuran nyaman, konsisten biar profesional & modern.
Fitur Promosi	Tidak ada fitur promo aktif.	Ada promo vendor, Bridestory <i>Points,</i> voucher musiman.	Banyak promo & <i>bundling</i> (tiket+hotel), notifikasi promo.	Promo musiman, diskon via <i>referral,</i> penawaran spesial.	MakeupIn bisa punya promo diskon, <i>badge</i> MUA populer, slot <i>booking</i> terbatas untuk menarik <i>user.</i>
Representasi Vendor/MUA	Profil MUA tidak seragam, info sering minim.	Profil MUA detail: portofolio, harga, <i>rating,</i> testimoni.	Profil vendor detail: deskripsi, kebijakan <i>refund.</i>	Profil <i>host</i> detail: foto, review, verifikasi identitas.	Profil MUA di MakeupIn harus lengkap: portofolio, harga, <i>rating,</i> lokasi, sertifikat, agar <i>user</i> percaya.
Sistem Booking &	<u>Basic booking,</u> DP transfer manual,	Sistem <i>booking</i> jadwal, DP & escrow di	<i>Booking</i> terjadwal, <i>multi-payment</i>	<i>Escrow payment:</i> dana di- <u>hold</u>	MakeupIn perlu <i>escrow/payment hold,</i> dana

Pembayaran	konfirmasi manual.	<i>platform.</i>	(VA, <i>e-wallet</i> , CC), <i>refund policy</i> jelas.	sampai <i>host</i> konfirmasi.	refund otomatis kalau MUA tidak konfirmasi sesuai waktu.
------------	--------------------	------------------	---	--------------------------------	--

### 1.15 Kesimpulan Hasil Analisis

Berdasarkan hasil analisis terhadap empat *platform* pembandingan yaitu HelloBeauty, Bridestory, Traveloka, dan Airbnb, diperoleh sejumlah temuan yang menjadi dasar dalam merumuskan arah perancangan antarmuka *website* MakeupIn.

HelloBeauty memiliki pendekatan visual yang sederhana, tetapi masih kurang konsisten pada struktur informasi, navigasi, dan elemen visual yang mendukung kesan profesional. Bridestory menunjukkan keunggulan dari segi penataan *layout*, pemilihan warna yang relevan dengan konteks *beauty & wedding*, serta integrasi fitur interaktif yang mendukung pengalaman pengguna secara menyeluruh.

Sementara itu, Traveloka dan Airbnb dijadikan rujukan pada aspek alur *booking*, sistem konfirmasi jadwal, serta mekanisme pembayaran dengan skema *escrow* atau dana di-*hold*, yang mampu meningkatkan rasa aman baik bagi pengguna maupun penyedia jasa. Konsep ini relevan diterapkan pada MakeupIn untuk memastikan transparansi transaksi, mengurangi risiko pembatalan sepihak, dan membangun kepercayaan pengguna.

Temuan ini diperkuat oleh hasil kuesioner, yang menunjukkan bahwa pengguna menginginkan tampilan antarmuka yang terstruktur, mudah dinavigasi, dengan informasi yang ringkas namun informatif. Pemilihan warna soft dan feminin dinilai mampu menciptakan kesan nyaman, sedangkan aksen warna tegas diperlukan pada elemen penting seperti tombol aksi. Dari segi tipografi, gaya huruf bersih dan mudah dibaca tanpa dekorasi berlebihan menjadi preferensi utama pengguna.

Selain itu, aspek portofolio MUA yang jelas, transparansi harga, sistem *booking* yang praktis, serta fitur filter pencarian, simpan/like, dan *chat* langsung dengan MUA sebelum pemesanan merupakan elemen penting yang harus diakomodasi.

Dengan mempertimbangkan keseluruhan temuan tersebut, perancangan visual MakeupIn diarahkan untuk menggabungkan keunggulan masing-masing kompetitor dengan kebutuhan aktual pengguna. Strategi ini mencakup penerapan desain responsif yang ramah *desktop*, struktur informasi yang runtut, *layout grid* modular, serta integrasi elemen visual, navigasi intuitif, dan fitur interaktif yang mendukung kenyamanan pengguna sekaligus meningkatkan kredibilitas *makeup* artist yang tergabung di dalam *platform*.

### 1.16 Pemecahan Masalah

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari studi literatur, wawancara, kuesioner, observasi, serta analisis pesaing dan pembanding, ditemukan sejumlah permasalahan terkait kurangnya efektivitas pencarian jasa *makeup artist*, tampilan visual yang belum menarik, serta fitur pemesanan yang kurang intuitif. Maka dari itu, berikut adalah rancangan solusi yang akan diterapkan dalam pengembangan *website* "MakeupIn":

1. Antarmuka *website* dirancang dengan pendekatan estetika kecantikan, menggunakan warna-warna yang lembut, serta *layout* yang rapih untuk memberikan kesan profesional dan menarik bagi pengguna.
2. Struktur navigasi disusun sederhana dan fokus pada alur pemesanan yang jelas, mulai dari pencarian MUA, pemilihan layanan, hingga konfirmasi pemesanan, agar pengguna dapat menyelesaikan proses tanpa hambatan teknis.
3. Tipografi yang digunakan adalah *sans-serif* dengan ukuran proporsional dan spasi antar teks yang nyaman, sehingga mendukung keterbacaan dan tampilan visual yang konsisten di seluruh halaman.

4. Fitur personalisasi disediakan melalui filter pencarian berdasarkan lokasi, jenis acara, rentang harga, serta gaya *makeup* untuk membantu pengguna menemukan MUA yang sesuai dengan kebutuhan mereka secara efisien.
5. Sistem portofolio MUA dilengkapi dengan galeri foto, *rating* pengguna, testimoni, serta informasi harga dan waktu ketersediaan, agar pengguna dapat membuat keputusan berdasarkan informasi yang lengkap dan terpercaya.
6. Elemen visual seperti ikon, ilustrasi, dan simbol dirancang intuitif dan komunikatif, dengan tujuan untuk membantu pengguna memahami fungsi fitur tanpa perlu penjelasan teks yang panjang.
7. Fitur promosi aktif seperti *voucher*, *bundling* layanan, dan program *referral* akan ditambahkan untuk meningkatkan interaksi pengguna sekaligus mendukung pertumbuhan *makeup artist* lokal.

Dengan menerapkan solusi-solusi di atas, *website* MakeupIn diharapkan tidak hanya mampu menyelesaikan persoalan utama yang ditemukan dalam riset, tetapi juga menciptakan pengalaman pengguna yang lebih personal, menarik, dan fungsional. *website* ini akan menjadi ruang digital yang tidak hanya memfasilitasi pemesanan jasa *makeup artist* secara mudah, tetapi juga membantu para pelaku usaha kecantikan dalam memasarkan layanan secara lebih profesional.