

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1.Desain

2.1.1. Pengertian Desain

Pengertian dari desain grafis menurut Robin Landa (2014) adalah desain grafis merupakan bentuk dan media visual komunikasi yang memiliki peran dan fungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada para audiens. Desain grafis sendiri merepresentasikan visual dari ide yang bergantung terhadap pembuatan, pemilihan, serta pengaturan dalam elemen-elemen visual (2014).

2.1.2. Fungsi Desain

Fungsi desain (Landa, 2014) adalah desain grafis dapat memiliki fungsi seperti mempersuasi, menginformasikan, mengidentifikasi, memotivasi, meningkatkan dan membawa atau menyampaikan banyak tingkatan makna dan arti.

2.1.3. Elemen Desain

2.1.3.1. Garis

Garis merupakan bagian dari elemen desain yang dasar, namun meskipun begitu garis juga berperan dan berfungsi dalam bidang desain, komunikasi, dan komposisi. Garis sendiri dapat membentuk suatu objek, ujung, bentuk, gambar, pola dan lain-lainnya (Landa, 2014).

2.1.3.2. Bentuk

Bentuk adalah bagian dasar dari elemen desain yang terbentuk baik dari garis-garis, dari warna maupun dari tekstur yang membentuk bentuk dua dimensi rata. Kualitas dan ukuran sebuah bentuk juga dapat diukur dari panjang dan tinggi serta bagaimana penggambaran suatu bentuk tersebut (Landa, 2014).

2.1.3.3. Warna

Warna merupakan elemen grafik yang sangat kuat dan menarik. Warna juga salah satu elemen visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian *audience*. Dalam penggunaan warna perlu diperhatikan komposisinya agar tidak merusak citra. Warna-warna lembut dapat menyampaikan kesan lembut, tenang dan romantik. Warna-warna kuat dan kontras dapat memberi kesan dinamis, cenderung meriah. Dalam seni rupa, warna dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu (Landa, 2014):

A. *Hue* – pembagian warna berdasarkan nama-nama warna, seperti merah, kuning, hijau dan seterusnya.

Berdasarkan dimensi warna pertama yaitu *Hue*, warna dibagi menjadi tiga golongan, yaitu :

- Warna primer yaitu warna utama yang berupa warna, merah, kuning dan biru.

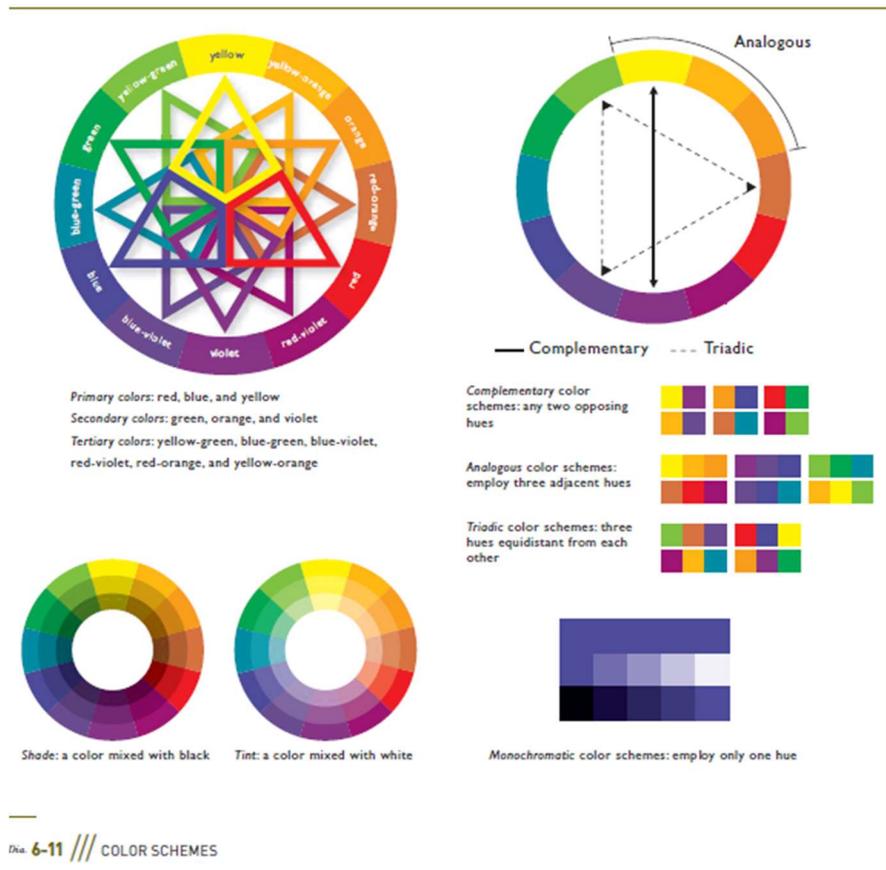
- Warna sekunder merupakan warna dari hasil campuran dua warna primer yang berbeda, seperti warna jingga (merah+kuning), hijau(kuning+biru), dan ungu (biru+merah).
- Warna tersier merupakan campuran dari warna primer dan warna sekunder.

B. *Value* – terang gelapnya warna.

Dimensi warna yang kedua adalah *Value*, yaitu gelap-terangnya warna. Semua warna dapat dikurangi atau diperlemah kekuatannya dengan cara dibuat lebih terang atau dibuat lebih gelap.

C. *Intensity* – tingkat kemurnian atau kejernihan warna.

Dimensi warna yang ketiga adalah *Intensity*, yaitu tingkat kemurnian atau kejernihan warna. Warna akan memiliki intensitas penuh saat tidak dicampur dengan warna lain. Intensitas warna dapat berkurang menjadi lebih redup dan netral saat tercampur dengan sedikit warna lain.



Gambar 2.1 Teori Warna
(Landa, 2014)

2.1.3.4. Tekstur

Tekstur adalah tampilan dari kualitas permukaan sebuah objek atau desain yang memiliki permukaan yang dapat diraba. Elemen dari sebuah tekstur sengaja digunakan untuk dapat memberikan kesan material untuk memberikan nilai artistik yang menarik (Lauer & Pentak, 2011)

2.1.3.5. Gelap dan Terang (*Value*)

Nilai (*Value*) adalah sebuah istilah seni dan desain untuk terang dan gelap. Persepsi mengenai *figure* dan *ground* bergantung terhadap hubungan antara terang dan gelap. Kontras *value* adalah istilah yang mengacu kepada hubungan antara area gelap dan terang. Salah satu fungsi dari pemakaian gradasi gelap dan terang adalah untuk menggambarkan ruang. Dalam bidang rata, gradasi dapat dipakai untuk memberi kesan tiga dimensi pada suatu objek atau bentuk (Lauer & Pentak, 2011).

2.1.3.6. Typografi

Jenis huruf atau *typeface* adalah desain sebuah set karakter yang tergabung dari sifat visual yang konsisten. Gaya visual tertentu yang terdapat dalam setiap *typeface* membuat karakter dan jenis huruf tetap dapat dikenali dengan mudah. Dalam *typeface* biasanya terdapat huruf, angka, simbol, tanda, tanda baca, dan aksen (Landa, 2014).

Dalam tipografi terdapat dua aspek penting yaitu:

A. Legibility

Legibility adalah aspek penilaian tipografi berdasarkan seberapa mudah apakah membedakan huruf dan karakter yang ada di sebuah font. Sebuah karakter atau huruf akan memiliki nilai *legibility* yang tinggi apabila karakter atau huruf tersebut dapat dikenali dengan mudah.

B. Readability

Readability adalah aspek penilaian tipografi berdasarkan seberapa mudah apakah sebuah huruf atau karakter untuk dibaca. Semakin mudah terbacanya sebuah teks, maka semakin tinggi juga nilai *Readability*.

Beberapa jenis klasifikasi huruf yang ada dalam *typeface* yaitu:

A. Old style atau Humanist

Typeface yang berasal dari roman yang terdapat pada akhir abad ke lima belas, *Typeface* ini ditulis dengan menggunakan pena bermata lebar. Contohnya adalah : Garamond, Caslon, dan Times New Roman,

B. Transitional

Typeface dari abad ke delapan belas, mewakili transisi dari gaya lama ke modern, menunjukkan karakteristik desain keduanya; contohnya adalah Baskerville dan Century

C. Script

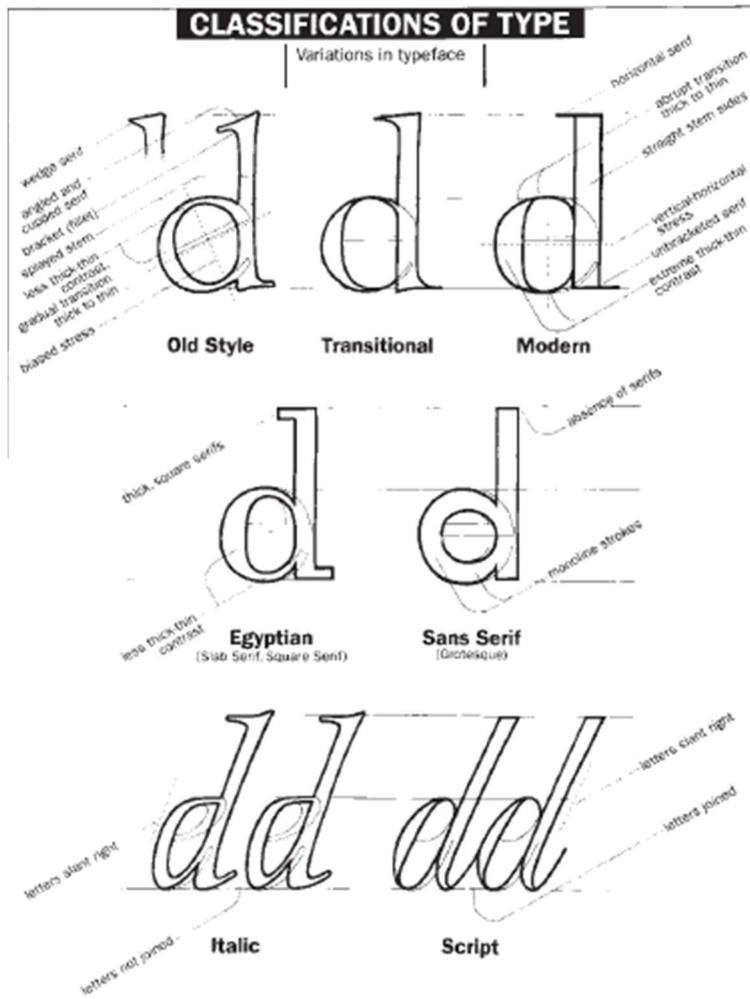
Typeface ini lebih terlihat seperti tulisan tangan, huruf atau karakter dengan *typeface* ini biasanya memiliki gaya tulisan menyambung antar huruf dalam satu kata. Contohnya adalah Brush Script.

D. Sans Serif

Typeface sans serif sudah digunakan sejak tahun 1800. Huruf sans serif cocok dipakai dalam penulisan sebuah judul ataupun teks yang pendek. Namun sans serif tidak cocok digunakan dalam penulisan teks panjang, karena dapat melelahkan mata. Contohnya adalah Arial dan Helvetica

E. Display

Typeface ini dirancang khusus untuk digunakan pada sesuatu yang membutuhkan sebuah tulisan besar, seperti judul. *Typeface* ini lebih rumit, biasanya memiliki hiasan dekorasi dan dibuat tangan.

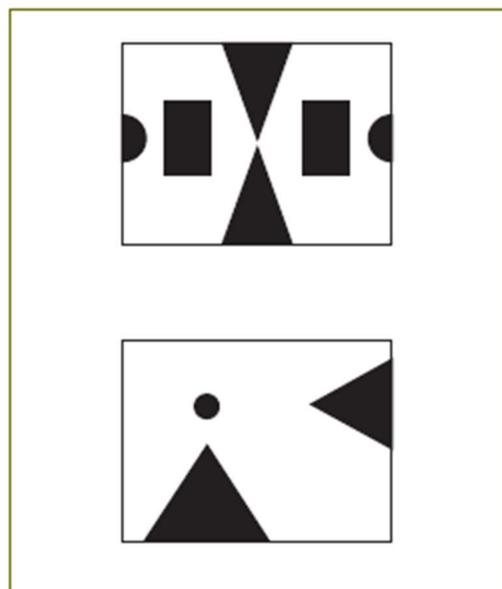


Gambar 2.2 Tipe Klasifikasi Font
(Landa, 2014)

2.1.4. Prinsip Desain

2.1.4.1. Keseimbangan

Keseimbangan merupakan suatu status stabilitas yang diciptakan dari tampilan berat pada visual dari poin posisi tengah yang dibagi secara rata pada setiap sisinya. Komposisi dari desain dapat disebut seimbang bila objek di bagian kiri dan kanan atau di bagian atas dan bawah terkesan sama secara posisi dan berat. Ada dua cara untuk menciptakan keseimbangan, pertama dengan membagi sama berat kiri-kanan atau atas-bawah secara simetris atau setara, disebut keseimbangan formal. Keseimbangan kedua adalah keseimbangan asimetris, yaitu penyusunan elemen-elemen desain yang tidak sama antara sisi kiri dan sisi kanan namun masih dirasa seimbang (Landa, 2014).



Gambar 2.3 Keseimbangan Simetris Dan Asimetris
(Landa, 2014)

2.1.4.2. Kesatuan

Dalam sebuah desain perlu adanya kesatuan dalam penciptaan sebuah struktur komposisi dan perpaduan yang teratur antara satu elemen ke elemen desain lainnya. Seorang desainer grafis harus dapat mengetahui cara untuk menyusun serta mengatur elemen-elemen desain kedalam sebuah komposisi yang dapat memperlihatkan kesatuan diantara mereka dalam visual (Landa, 2014).

2.1.4.3. Penekanan

Penekanan dapat dibuat dengan beberapa cara yaitu tekanan melalui tata letak, ukuran, kontras, arah, dan struktur diagram. Dalam membuat tekanan dalam sebuah desain, seorang desainer harus menampilkan konten yang disusun dengan logis serta mengontrol bagaimana sebuah informasi atau pesan dapat tersampaikan dengan baik (Lauer & Pentak, 2011).

2.1.4.4. Irama

Irama dapat dibuat dengan melakukan proses pengulangan atau repetisi dalam berbagai macam elemen desain, dari proses pengulangan tersebut maka terciptalah pola dan irama. Irama juga mampu dapat menciptakan sebuah gambar atau desain yang bagus serta juga dapat menyampaikan sebuah pesan atau informasi melalui cara yang tidak terduga atau tidak dipikirkan sebelumnya (Landa, 2014).

2.1.4.5. Proporsi

Proporsi sendiri mengacu pada ukuran yang relatif. Ukuran yang diukur terhadap elemen lain atau terhadap elemen lain. Proporsi itu juga berkaitan dengan rasio. Yang berarti menilai proporsi suatu objek atau desain menjadi benar jika rasio satu elemen ke yang lain benar (Lauer & Pentak, 2011).

2.2. Media Informasi

2.2.1. Pengertian Media Informasi

Pengertian media informasi secara singkat adalah bahwa media informasi merupakan suatu industri yang terorganisir dalam menyampaikan suatu informasi atau pesan melalui teknologi komunikasi seperti TV, radio, internet, dan media massa. (Turow, 2012).

2.2.2. Fungsi Media Informasi

Secara garis besar media informasi memiliki fungsi sebagai berikut, yaitu (Turow, 2012):

1. Media Sebagai Hiburan

Media hiburan merupakan aspek dasar yang cukup penting dalam memenuhi kesenangan dalam kehidupan manusia. Contoh media sebagai hiburan adalah acara di televisi dan teka teki silang di koran.

2. Media Sebagai Pertemanan

Selain sebagai hiburan, media juga memiliki aspek pertemanan atau koneksi, dimana manusia dapat berbagi tentang suatu info, berita, atau acara yang ada dan mencapai koneksi pertemanan dengan mendiskusikan hal tersebut. Media juga dapat membantu manusia yang kesepian atau sendirian dengan membuat seolah-olah mereka memiliki koneksi dengan media tersebut.

3. Media Sebagai Pengamatan

Media juga dapat berfungsi sebagai suatu alat pembaharuan untuk mengetahui berita atau kondisi terbaru yang terjadi di lingkungan maupun di dunia saat ini. Contoh media sebagai pengamatan adalah berita-berita politik dan ekonomi yang terdapat pada siaran televisi, maupun yang berada di platform internet.

4. Media Sebagai Intepretasi

Media selain memberikan berita yang baru, juga dapat memberikan intepretasi dalam suatu topik permasalahan yang orang ingin mengetahui jawabanya. Contoh media sebagai intepretasi adalah kegiatan membaca majalah tentang *fashion* untuk mengerti dan dapat memilih *fashion* yang paling populer.

5. Penggunaan Media Dalam Ragam Penggunaan

Sebuah media juga dapat memiliki beragam fungsi dan pemakaian, yang berarti satu media dapat memenuhi beberapa fungsi media sekaligus.

Contohnya adalah sebuah acara berita yang terdapat di televisi. Konten berita tersebut dapat memenuhi aspek pengamatan dan interpretasi, sedangkan dengan melakukan interaksi antara pembawa acara dan *audiens* melalui telepon memenuhi aspek pertemanan.

2.2.3. Proses Komunikasi

Secara umum menurut Turow ada beberapa bagian proses dari sebuah komunikasi, yaitu (Turow, 2010):

2.2.3.1. Sumber (*Source*)

Sumber atau asal dari sebuah informasi, biasanya sumber berasal dari seseorang individu, atau sebuah kelompok.

2.2.3.2. Pengirim (*Encoding*)

Proses dimana sang sumber dari informasi yang menterjemahkan informasi tersebut ke dalam bentuk yang dapat ditangkap indra manusia seperti indra pengelihatatan dan indra suara.

2.2.3.3. Medium (*Transmitter*)

Proses dimana sebuah informasi akan disampaikan dengan aktivitas fisik yang nyata. Contohnya adalah pita suara manusia yang akan bekerja dalam menyampaikan informasi dalam bentuk suara.

2.2.3.4. Channel

Proses dimana suatu informasi yang melewati suatu medium untuk dapat sampai ke tujuan dimana informasi tersebut dibutuhkan. Contohnya adalah suatu informasi berbentuk suara yang melewati medium udara yang ada.

2.2.3.5. Penerima (*Decoding* dan *Receiver*)

Proses ini berbalikan dengan proses pengirim, dimana jika informasi dari proses *encoding* sumber diterjemahkan untuk dimengerti penerima. Sedangkan diproses ini informasi dari pengirim akan diterjemahkan oleh sang penerima. Penerima dalam contoh ini adalah individu lain yang mengintepretasikan informasi yang telah diberikan menggunakan telinga dan otak.

2.2.3.6. Umpan Balik (*Feedback*)

Pada tahap ini, setelah pihak penerima telah menerima informasi dari pihak pengirim. Pihak penerima akan mengirim kembali pesan balasan dari pesan yang sebelumnya diterima.

2.2.3.7. *Noise*

Noise adalah suatu suara yang mengganggu laju atau alur dari suatu komunikasi yang sedang berlangsung. Suara tersebut memiliki beberapa sumber, seperti dari lingkungan, mesin, dan semantik. Semantik sendiri adalah sesuatu yang tidak terasa langsung. Seperti kedua individu yang sedang berbicara menggunakan bahasa yang tidak dimengerti oleh lawan bicaranya.

2.2.4. Desain Informasi

Desain informasi memiliki fungsi penting dalam menyampaikan informasi kepada pengguna dalam bentuk media yang bermacam-macam. Sebuah desain yang diciptakan oleh seorang desainer akan dikatakan berhasil apabila pengguna atau audien dapat memahami apa yang dimaksud dan yang ingin disampaikan. Dalam proses mendesain informasi berawal dari proses tiga hal besar yaitu, data, audiens, dan konteks. Katz mengatakan bahwa ketiga hal tersebut terdiri dari dua bagian yaitu prinsip desainer, kedua yaitu prinsip audiens. Kedua prinsip tersebut harus saling berhubungan sehingga dapat menghasilkan informasi yang mudah dipahami dengan baik oleh target audiens.

Tiga komponen yang memiliki pengaruh besar dalam keberhasilan dari desain informasi adalah pemahaman sebuah informasi, ketrampilan seorang desainer, serta kebutuhan dari audiens. Ketiga komponen tersebut haruslah seimbang. Komponen tersebut seringkali tidak seimbang sehingga menyebabkan gagal sebuah desain yang telah didesain. Tiga faktor utama yang membuat sebuah desain menjadi gagal adalah (Katz, 2013):

2.2.4.1. Data

Data yang kurang lengkap dan tidak terlalu padat menjadikan audiens bingung karena data yang disampaikan dapat ditafsirkan dalam beberapa cara. Karena itu kelengkapan data sangatlah vital bagi proses perancangan desain informasi.

2.2.4.2. Desainer

Kemampuan seorang desainer menentukan apakah informasi dapat di proses, atau apakah visual yang didesain sudah sesuai atau tidak relevan dengan data. Kurangnya pemahaman akan target audiens dan terlalu fokus pada visual menjadikan informasi yang disampaikan kurang baik dan visual yang disampaikan kurang berhubungan dengan informasi yang disampaikan.

2.2.4.3. Audiens

Kurang ketertarikan audiens pada suatu bidang tertentu dan kurangnya ilmu yang dimiliki sehingga informasi yang disampaikan tidaklah dipahami dengan baik. Jika data yang disajikan tidaklah menarik audiens, atau visual yang tidak sesuai juga akan membuat audiens tidak tertarik dengan apa yang ditawarkan.

2.2.5. Media Informasi

Tahapan Komunikasi membutuhkan sebuah media baik media modern ataupun media konvensional, media tersebut meliputi signage, brosur, media iklan, surat kabar, majalah, TV, surat, internet, telepon selular (Katz, 2013).

2.2.6. Interaktivitas Website

Saat ini *website* dapat digunakan dalam berbagai macam fungsi dan kegunaan. Pada awal tahun 2000, *website* masihlah memiliki desain dan konten yang sangat standar dan sedikit. Namun fungsi *website* yang simpel pada era sebelumnya tidak lagi relevan dengan perkembangan teknologi saat ini, pada era modern sekarang ini banyak *website* dituntut untuk mengembangkan desainnya baik dalam segi penampilan maupun *interface* untuk lebih menarik dan lebih *user-friendly*. Selain dari segi desain, interaktivitas dari *website* juga ditingkatkan sesuai dengan fungsi *website* tersebut, contohnya adalah interaktivitas *website* Youtube yang memiliki interaktivitas tinggi dengan Wikipedia yang memiliki interaktivitas yang standar (Campbell, Fabos, & Martin, 2017).

2.3. Website

2.3.1. Pengertian Website

Website adalah sebuah halaman informasi yang dapat diakses melalui internet dengan jangkauan dari seluruh dunia. *Website* merupakan sebuah halaman informasi yang dapat diakses melalui internet dengan jangkauan seluruh dunia. *Website* memiliki elemen-elemen yang mendukung untuk informasi yang berupa teks, gambar, video dan suara. Media ini dapat menampilkan informasi dengan pengelompokan yang jelas dan menarik (Campbell, Fabos, & Martin, 2017).

Desain *website* yang baik menurut Landa (2014) adalah dimana *website* tersebut dapat melibatkan para pengunjung *website* tersebut dan memberikan interaksi yang menarik dan berinteraktif. Pengunjung *website* dapat menjadi pengunjung yang aktif dengan mengunjungi situs, berkomentar tentang artikel, menulis tentang pengalaman diri, memasukkan informasi untuk mendaftar akun di situs, dan berinteraksi dengan konten interaktif yang ada di situs tersebut. Konten *website* yang ada saat ini sangat bervariasi, pengunjung dapat membeli produk baik virtual maupun produk nyata, bermain video game, mendapatkan berita terbaru, atau juga bersosialisasi dengan sesama pengunjung situs lainnya.

2.3.2. Tujuan Website

Tujuan dari sebuah *website* adalah untuk melayani klien dan pengunjung dari sebuah pembuat *website* tersebut. Pembuat *website* juga berasal dari bermacam-macam sektor, seperti organisasi swasta, layanan pemerintah, pendidikan, media sosial, kormesial, dan bermacam sektor lainnya (Landa, 2014).

2.3.3. Fungsi Website

Website menurut Campbell dan Shelly (2017) memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut:

2.3.3.1. Fungsi Komunikasi

Website dapat berfungsi sebagai suatu media komunikasi, dimana bentuk interaksi komunikasi sebuah dalam *website* dapat berupa *email*, *chat room*, *forum thread*, dan *messaging*.

2.3.3.2. Fungsi Informasi

Website juga dapat berfungsi sebagai pusat dan sumber dalam memberikan informasi kepada pengunjung dalam *website* tertentu. Seperti contohnya *website* berita, dan pengetahuan.

2.3.3.3. Fungsi Hiburan

Website yang memiliki fungsi hiburan lebih memfokuskan pada hiburan pengunjung *website* tersebut. Contoh fungsi *website* sebagai hiburan adalah *website* untuk *streaming video*, *streaming lagu*, dan bermain *video game*.

2.3.3.4. Fungsi Transaksi

Fungsi transaksi pada *website* adalah menjadi sarana transaksi dan jual-beli yang menghubungkan antara pihak penjual, dan pihak pembeli. Transaksi yang terjadi dalam *website* biasanya berupa transaksi elektronik, dimana pembayaran biasanya berupa kartu kredit, *virtual account*, transfer, ataupun juga membayar kurir secara langsung.

2.3.4. Jenis-Jenis Website

Jenis-jenis *website* menurut Campbell dan Shelly (2017) adalah:

2.3.4.1. Website Pribadi

Website pribadi adalah *website* yang digunakan secara personal atau pribadi. *Website* pribadi digunakan sebagai portofolio karya, membagikan kegiatan atau hal yang disukai atau *blog* yang memperbaharui tentang rutinitas dan kegiatan seseorang sehari-harinya.

2.3.4.2. Website Organisasi

Website organisasi berisikan konten-konten dari sebuah organisasi, grup atau asosiasi baik profesional maupun amatir, baik nirlaba maupun waralaba. *Website* organisasi memiliki beberapa kegunaan, seperti sebagai tempat promosi organisasi, memajang karya-karya dan pencapaian organisasi, serta untuk mengumpulkan *support* terhadap organisasi.

2.3.4.3. Website Topical

Website yang memfokuskan konten terhadap satu atau beberapa topik relevan yang spesifik. *Website* seperti ini akan memuat konten-konten yang relevan dengan hal tersebut, seperti *website fanfiction* yang akan hanya memuat *fanfiction* yang dibuat oleh para pengguna dan pengunjung *website* tersebut

2.3.4.4. Website Komersial

Website jenis ini adalah *website* yang digunakan sebagai tempat promosi suatu jasa dan barang yang akan dijual atau dibeli. Selain sebagai tempat promosi, *website* ini juga dapat menjadi sebuah pasar dimana proses jual-beli antar penjual dan konsumen dapat terjadi.

2.3.5. Anatomi *Website*

Anatomi dasar *website* menurut Beaird (2010) adalah sebagai berikut:

2.3.5.1. *Container*

Kontainer adalah tempat dari isi halaman dari sebuah *website* yang memiliki elemen seperti gambar, teks, dan animasi yang tersusun dan di komposisi secara terstruktur.

2.3.5.2. *Logo*

Sebuah logo adalah identifikasi sebuah identitas dari sebuah perusahaan, lembaga atau suatu kelompok dari pendiri atau pembuat suatu *website*.

Logo dalam konten *website* dipakai untuk menampilkan identitas pemilik *website* tersebut.

2.3.5.3. *Navigation*

Bagian navigasi pada halaman sebuah *website* sebaiknya diletakkan dimana pengguna dapat ditemukan dan digunakan dengan mudah, untuk itu lokasi terbaik untuk meletakkan panel navigasi pada bagian paling atas *website*.

2.3.5.4. Content

Hal utama yang menjadi fokus dalam sebuah halaman *website* adalah konten pada halaman *website* tersebut. Bagian ini merupakan bagian paling penting, karena bagian tersebut merupakan alasan pengunjung *website* mengunjungi laman tersebut. Isi dari konten dapat berupa teks, gambar, animasi, *video*, dan berbagai macam-macam kombinasi dari hal-hal tersebut.

2.3.5.5. Footer

Footer terletak pada posisi bawah sebuah halaman *website*. Biasanya *footer* berisi informasi tentang kontak, informasi legal, maupun hak cipta tentang organisasi atau individual pemilik *website*. Bagian ini juga merupakan suatu indikasi bahwa pengunjung sudah berada di bawah halaman.

2.3.5.6. White Space

White space merupakan *negative space* atau singkatnya adalah ruang kosong pada sebuah halaman *website* untuk menghindari agar halaman tidak terlalu sesak atau padat, sehingga membuat *website* lebih enak dipandang.

2.3.6. Grid Website

Menurut Beard (2010) *grid*, adalah tata letak pada sebuah laman *website* yang membuat tampilan halaman menjadi lebih rapih, teratur dan membuat halaman terlihat proposional. *Grid system* yang pada umumnya dipakai oleh sebagian besar laman *website* adalah 960 *GridSystem*, angka 960 digunakan untuk mencapai ukuran *grid* yang cocok dengan ukuran lebar 1024 pixel yang kemudian dapat dibagi menjadi angka 3, 4, 5, 6, 8, 10, 12, 15, dan 16. Angka tersebut adalah angka jumlah *grid* kolom laman *website*.

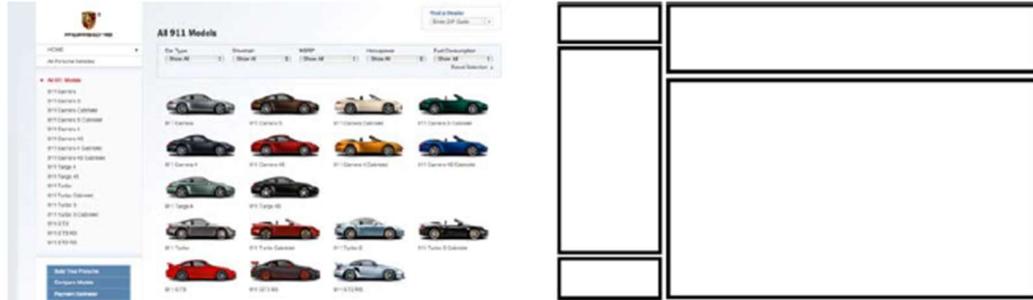
Menurut Beard sendiri pembuat *website* dapat berkreasi dengan laman *website*, dan elemen-elemen tidak harus selalu mengikuti tata cara letak yang sesuai persis dengan kolom yang ada. *Grid System* sendiri bukanlah sebuah aturan yang kaku, namun sebuah alat bantu yang dinamis dimana seorang desainer dapat menciptakan sesuatu sesuai dengan gaya personal masing-masing.

2.3.7. Layout Website

Menurut Beard (2010) ada tiga jenis *layout* yang secara umum dipakai dalam laman *website*, berikut *layout* tersebut:

2.3.7.1. Left-ColumnNavigation

Halaman *website* ini memiliki kolom navigasi yang terletak pada sisi kiri halaman. *Layout* ini merupakan *layout* yang paling sering digunakan.

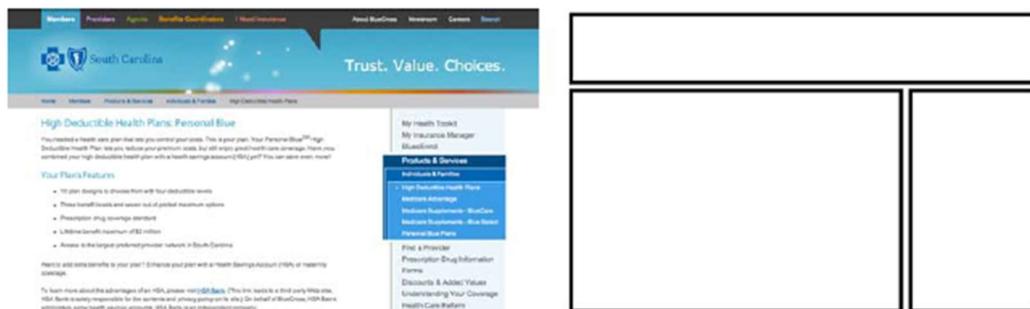


Gambar2.5 *Left-Column Navigation*

(Beaird, 2010)

2.3.7.2. *Right-Column Navigation*

Halaman *website* ini memiliki kolom navigasi yang terletak pada sisi kanan halaman. *Website* yang halamannya menggunakan format *layout* ini biasa adalah *website* berita atau pengetahuan, dimana pengunjung akan membaca konten sebelum berpindah ke halaman lainnya.

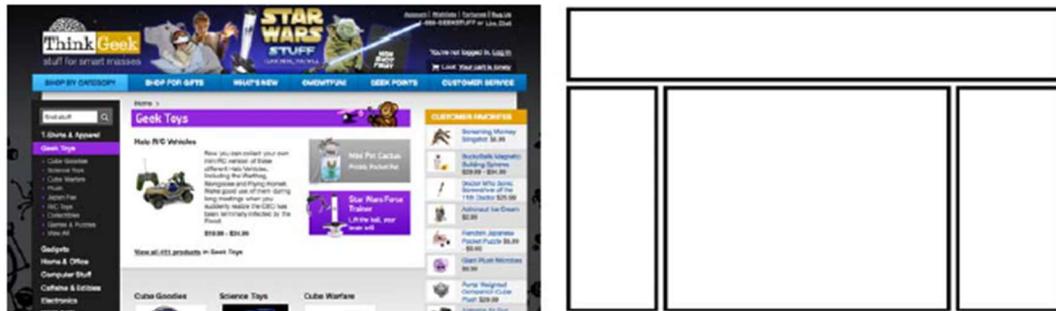


Gambar2.6 *Right-Column Navigation*

(Beaird, 2010)

2.3.7.3. Three-Column Navigation

Layout navigasi halaman ini diatur menjadi tiga bagian yang diposisikan secara seimbang dibagian tengah halaman *website*.



Gambar2.6 Three-Column Navigation

(Beaird, 2010)

2.4. Skizofrenia

2.4.1. Pengertian Skizofrenia

Skizofrenia merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yang berarti *Schizophrenia*. *Schizophrenia* sendiri diambil dari kata Yunani yaitu 'schizein' yang berarti pisah dan 'phren' yang berarti pikiran (Wilson, 2018). Secara umum, skizofrenia adalah penyakit atau gangguan mental yang dapat menyebabkan penderita tidak dapat membedakan antara imajinasi dan kenyataan atau realita yang ada, selain itu penderita tidak dapat berinteraksi dengan kenyataan secara normal (Torrey, 2013).

2.4.2. Penyebab Skizofrenia

Penyebab dari skizofrenia sendiri masih kurang jelas dan konkrit. Para ahli dan profesional medis sepakat untuk mengklasifikasikan penyebab skizofrenia menjadi faktor risiko dan faktor pemicu (Wilson, 2018).

2.4.2.1. Faktor Risiko

Faktor risiko merupakan faktor yang menentukan apakah seseorang dapat memiliki gangguan skizofrenia atau tidak. Faktor-faktor ini hanyalah berperan sebagai kemungkinan skizofrenia terjadi, bukan sebagai faktor utama terjadinya skizofrenia. Faktor risiko sendiri terdiri dari hal-hal seperti:

- A. Permasalahan genetika
- B. Permasalahan pada perkembangan otak
- C. Komplikasi pada saat kehamilan

D. Permasalahan pada *neurotransmitters*.

2.4.2.2. Faktor Pemicu

Faktor pemicu merupakan faktor yang akan memicu apakah seseorang yang telah memiliki potensial gangguan skizofrenia dapat memicu gangguan tersebut atau tidak. Faktor pemicu sendiri terdiri dari hal-hal seperti (Wilson, 2018):

A. Stres:

B. Penyalahgunaan obat-obatan terlarang.

2.4.3. Gejala Skizofrenia

Gejala dari skizofrenia terbagi menjadi 2 yaitu (Wilson, 2018):

2.4.3.1. Skizofrenia Positif

- A. Halusinasi: Halusinasi adalah perasaan mengalami sesuatu yang terasa nyata, namun sebenarnya perasaan itu hanya ada di pikiran penderitanya, seperti mendengar suara atau melihat sesuatu yang sebenarnya tidak ada di realita.
- B. Delusi: Delusi adalah meyakini sesuatu yang tidak sesuai dengan kenyataan. Delusi dari penderita skizofrenia adalah mereka percaya bahwa mereka sedang diawasi, atau bahkan hal-hal yang tidak terkait dapat dirasa menjadi serangan ke diri sang penderita.
- C. Perilaku Kacau: Penderita skizofrenia memiliki perilaku yang tidak menentu dan sulit ditebak. Emosi sang penderita juga sulit ditebak, dan penderita akan sulit melakukan aktivitas seperti mandi atau berpakaian.
- D. Kacau Dalam Berpikir dan Berbicara: Penderita akan sulit dalam berbicara, sulit berkonsentrasi dan sulit dalam melakukan kegiatan sehari-sehari.

2.4.3.2. Skizofrenia Negatif

- A. Respons emosional yang ganjil, seperti ekspresi wajah dan nada bicara yang datar.
- B. Kekurangan kemampuan dalam berbicara dan produktivitas.
- C. Ketidakmampuan dalam melakukan aktivitas atau kegiatan yang memiliki tujuan.
- D. Kehilangan untuk merasakan perasaan senang dan kepuasan.
- E. Kesulitan dalam berkonsentrasi.
- F. Pola tidur yang terganggu.
- G. Tidak nyaman berada dekat orang lain, dan tidak mau memulai percakapan.

2.4.4. Penanganan Skizofrenia

Skizofrenia sendiri tidak dapat disembuhkan secara total dan hanya dapat ditangani untuk mengurangi gejala dan efek dari gangguan skizofrenia. Berikut adalah penanganan yang dapat dilakukan (Torrey, 2013):

2.4.4.1. Obat Antipsikotik

Obat antipsikotik bekerja dengan cara menghambat efek dopamin dan serotonin dalam otak sang penderita. Antipsikotik berguna untuk menyeimbangkan level *neurotransmitter* terutama zat dopamin. Antipsikotik harus tetap dikonsumsi meskipun tidak tampak gejala.

2.4.4.2. Psikoterapi

Psikoterapi dilakukan untuk penderita skizofrenia bertujuan supaya penderita dapat mengendalikan gejala yang dialaminya. Psikoterapi akan dilakukan setelah penderita diberikan antipsikotik dan gejalanya telah reda. Beberapa metode psikoterapi, antara lain:

- A. Terapi individual.
- B. Terapi perilaku kognitif (*Cognitive Behavior Therapy*).
- C. Terapi remediasi kognitif (*Cognitive Enhancement Therapy*)

2.4.4.3. Elektrokonvulsif

Terapi elektrokonvulsif merupakan metode yang paling efektif, untuk pasien yang tidak dapat merespon metode medis dengan baik. Metode elektrokonvulsif dilakukan dengan pembiusan umum pada pasien. Kemudian, elektroda dipasang pada ubun-ubun pasien. Arus listrik rendah akan mengalir dari elektroda dan memicu *shock* singkat pada otak pasien.

2.4.5. Pandangan Masyarakat Tentang Skizofrenia

Penderita gangguan kejiwaan atau mental di Indonesia sendiri masih dianggap sebagai hal yang memalukan bagi keluarga yang salah satu anggota keluarganya mengalami gangguan kesehatan mental. Masyarakat Indonesia beranggapan bahwa gangguan kesehatan mental tersebut tidak dapat disembuhkan sehingga mereka yang menderita gangguan kesehatan mental akan dijauhi oleh masyarakat. Bahkan masyarakat Indonesia yang terdapat di area daerah dan pelosok akan memilih untuk memasung anggota keluarga mereka yang menderita gangguan kejiwaan seperti Skizofrenia. Pengetahuan yang sedikit atau minim tentang gangguan kesehatan mental, membuat masyarakat Indonesia memberikan pandangan bahwa penderita gangguan kesehatan mental itu berbeda dengan para penderita sakit fisik yang dapat disembuhkan maupun sulit disembuhkan. Hal tersebutlah yang membuat anggota keluarga dari penderita gangguan mental tidak dibawa ke rumah sakit atau dokter ahli melainkan memilih untuk memasung atau menyembunyikan mereka. Penderita gangguan kesehatan mental juga akan dicap sebagai 'orang aneh' oleh masyarakat (Lubis, Krisnani & Fedryansyah, 2016).