

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Media Informasi

Sadiman dkk (dalam Permadi, 2019) menguraikan definisi dari media informasi sebagai segala sesuatu yang bisa digunakan untuk menghantarkan pesan dari pengirim kepada penerima pesan untuk merangsang pikiran, perhatian, minat, serta perasaan. Media informasi ini sendiri, menurut Heinich (dalam Jubaedah, 2012), bentuknya bisa entah berupa manusia maupun alat yang hendaknya bisa memuat dan mengantarkan informasi yang sesuai kepada penerima sehingga tidak ada kesalahan pengiriman informasi.

2.1.1. Fungsi

Sobur (dalam Prasanti, 2017) menyatakan bahwa media informasi adalah kumpulan alat grafis, fotografis, dan elektronik untuk mengolah dan menyusun ulang informasi visual supaya menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerimanya. Hal ini didukung dengan penjelasan dari Gerlach dalam Sanjaya (dalam Jubaedah, 2012) bahwa media informasi harus dapat merangsang pikiran dan perasaan sehingga memungkinkan penerimanya memperoleh pengetahuan.

2.1.2. Jenis

Media informasi dikategorikan dalam beberapa jenis tertentu untuk memudahkan dalam proses pengidentifikasiannya. Menurut Jefkins & Frank (1997, dalam Saurik, Purwanto, dan Hadikusuma, 2019), media informasi ini harus dirancang dengan

baik supaya bisa memberikan manfaat bagi penerima, maupun pengirim informasi. Berikut beberapa jenis media yang diuraikan oleh Saurik, Purwanto, dan Hadikusuma (2019):

1. Media lini atas

Jangkauan targetnya sangat luas namun tidak langsung berhubungan dengan audiens serta memiliki jumlah yang sedikit, seperti: iklan radio, iklan *billboard*, iklan di televisi.

2. Media lini bawah

Penyebaran informasinya hanya berpusat pada titik atau lokasi tertentu sehingga jangkauan targetnya lebih sedikit, seperti: poster, *flyer*, brosur.

3. Media cetak

Merupakan informasi yang dicetak, seperti: majalah, poster, pamflet, atau spanduk.

4. Media elektronik

Sesuai namanya, media elektronik tentu merupakan perantara untuk informasi yang disampaikan secara elektronik pula, seperti: radio, gawai, internet.

2.1.3. Komunikasi

Penyampaian pesan dalam media informasi dilakukan secara tertulis dan terjadi secara satu arah. Oleh karena itu, model komunikasi yang digunakan adalah model

komunikasi satu arah/ linear yang berfokus pada bagaimana menyusun suatu pesan yang layak (Liliweri, 2011). Dengan susunan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Model Komunikasi Satu Arah
(Liliweri, 2011)

Liliweri juga membahas mengenai model penerima atau *audience-centered model* dimana pesan akan diterima dengan efektif berdasarkan: pengetahuan, sikap, dan perilaku penerimanya. Hal ini berarti, komunikasi yang efektif hanya bisa terjadi bila pesan yang disampaikan juga efektif serta memiliki makna tertentu bagi penerimanya.

2.2. Website

Keberadaan jaringan internet mempermudah segala sesuatu, termasuk pencarian informasi. Kini, dengan bekal *gadget* dan terhubung dengan internet saja seseorang sudah bisa mengakses berbagai informasi sesuai kebutuhan. *Website* sendiri didefinisikan suatu sistem yang bisa diakses menggunakan perangkat lunak (*browser*) (Dewi & Garside, 2014) dan merupakan kumpulan halaman yang saling terhubung (*hyperlink*) dimana halaman tersebut memuat informasi berupa teks, gambar statis, animasi, suara, maupun gabungan dari semuanya yang saling berkaitan satu sama lain (Hidayat dalam Wibisono & Susanto, 2015).

Sebuah *website* juga memungkinkan penggunaanya mengunjungi *website-website* terkait lainnya melalui *hyperlink* dengan bahasa HTML (*HyperText Markup Language*) (Hidayat, 2010). Lebih jauh lagi, Hidayat menguraikan bahwa

untuk membangun sebuah *website*, dibutuhkan: nama domain, web hosting, dan *Content Management System*. Menurut Hasugian (2018), ada beberapa fungsi yang dapat dibawakan oleh sebuah *website*, yaitu:

1. Media informasi
2. Media promosi
3. Media pemasaran
4. Media pendidikan
5. Media komunikasi

Sebagaimana yang sudah disebutkan di atas, *website* bisa diakses melalui berbagai perangkat elektronik, salah satunya ponsel. Wroblewski (2011) mengutip sebuah survey yang dilakukan oleh Nohe (2010) dimana data menunjukkan 84% orang menggunakan *smartphones* mereka selama berada di rumah. Wroblewski lebih lanjut menguraikan bahwa harga ponsel yang jauh lebih murah bisa menjadi solusi bagi orang yang tidak bisa atau tidak mampu membeli komputer sehingga mereka tetap bisa mengakses internet. Oleh karena itu, rancangan *website* yang *mobile-friendly* sangat dibutuhkan agar para pengguna bisa mengakses *website* dengan nyaman.

Ketika orang mengakses *website* melalui ponsel, mereka cenderung ingin segera mendapatkan apa yang mereka cari. Oleh karena itu, Wroblewski merekomendasikan untuk menyederhanakan tombol-tombol navigasi dan memperbanyak konten. Melalui bukunya yang berjudul *Mobile First*, Wroblewski

menekankan bahwa *mobile web* harus memiliki desain yang simpel dengan peletakan tombol-tombol navigasi yang relevan.

2.2.1. Persona

Menurut Babich (2017), persona adalah representasi dari pola perilaku dan kebutuhan *user* berskala besar yang dimuat dalam lembaran dokumen berisi daftar sikap, informasi dasar, kebutuhan, kemampuan, hingga masalah yang dihadapi beserta deskripsi lingkungannya. Dam dan Siang (2020) menyebutkan bahwa merancang persona bisa membantu desainer mengenali kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai oleh calon *user* dengan lebih baik sehingga akan memandu dan menyederhanakan proses perancangan ide nantinya. Lebih lanjut lagi, persona juga bisa membantu terbentuknya suatu *user experience* yang baik bagi target *user*.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Long (2009) yang menyebutkan bahwa persona mempertegas fokus pada *user*, melingkupi kebutuhan, masalah, dan tujuan yang ingin mereka capai. Hal ini akan berdampak pada keputusan desain yang lebih akurat dan mampu menjawab permasalahan *user* tersebut. Keberadaan persona yang mewakili *typical user* dan *atypical user* (ekstrim) akan membantu menjadikan produk desain lebih tepat sasaran karena disusun berdasar data nyata di lapangan (Dam & Siang, 2020). Babich (2017) menjelaskan lebih lanjut bahwa persona “membantu desainer membentuk strategi produk” sehingga hasil desain tidak akan bersifat *self-referential* (seolah mendesain untuk diri sendiri) dan *elastic user* (user ditentukan sesuai kenyamanan, sifatnya terlalu umum).

Goodwin (2009) dalam bukunya menyatakan bahwa persona merupakan kumpulan pola perilaku dan tipe *user* yang berfungsi untuk memetakan dan memenuhi kepuasan *user* skala besar. Oleh karena itu, berikut adalah beberapa ciri persona yang baik menurut Babich dalam artikel yang diterbitkan oleh Adobe, yaitu:

1. Bukan menebak-nebak *user*, harus berdasar data yang valid
2. Fokus pada masa kini
3. Fokus pada sikap dan tujuan yang ingin dicapai oleh *user*

Nielsen dalam Dam & Siang (2020) menguraikan 4 perspektif persona, diantaranya:

1. *Goal-oriented persona* mendefinisikan *user* bukan sebagai orang biasa atau individu dengan kualitas rata-rata, melainkan cenderung menjadikannya sebagai pribadi yang unik dengan detail-detail spesifik. Nielsen menyebutkan bahwa perancangan persona yang satu ini bermula dari penelitian etnografik yang besar sebelum kemudian semakin menyempit menjadi satu persona final untuk tiap jenis *user*.

Persona jenis ini didefinisikan dari tujuan pribadi serta pekerjaannya dan bagaimana ia berhubungan dengan produk desain, perasaan persona saat berinteraksi dengan produk, dan tujuan persona dalam menggunakan produk.

2. *Role-based persona* berangkat dari kritik/ masukan untuk membuat persona baru dan mengembangkan produk. Persona yang ini harus memiliki dasar penelitian kuantitatif dan kualitatif dimana, Grudin & Pruitt (2002, dalam

Nielsen, 2013) menegaskan, harus ada keterkaitan yang kuat antara deskripsi persona dengan data.

Intinya, *role-based* persona menitikberatkan pada peran para *user* dalam suatu organisasi atau kelompok (Sønderstrup-Andersen, 2007, dalam Nielsen, 2013).

3. *Engaging persona* adalah persona yang dirancang dari perilaku manusia saat berinteraksi dengan satu sama lain. Peneliti menggunakan pengalaman pribadinya untuk kemudian membayangkan aksi dan reaksi dari lawan interaksinya. Namun, bukan berarti *engaging persona* tidak valid; sejumlah data yang meliputi latar belakang sosial, keadaan psikologis, dan emosi yang dirasakan oleh para *user* masih dibutuhkan.
4. *Fictional persona* berangkat dari intuisi dan pengalaman desainer untuk membangkitkan empati (Norman, 2004, dalam Nielsen, 2013). Proses perancangannya bisa diawali dengan *brainstorming* menggunakan intuisi mengenai siapa kira-kira yang akan menjadi pengguna produk tersebut sehingga kemudian akan menghasilkan suatu hipotesis.

Babich pada artikelnya yang berjudul *Putting Personas to Work in UX Design: What They Are and Why They're Important* (2017), mendeskripsikan sejumlah alur dalam merancang suatu persona, sebagai berikut:

1. Penelitian terhadap *user*

Persona yang baik didapat dari hasil penelitian mendalam di lapangan secara langsung melalui teknik wawancara mendalam maupun observasi. Semakin banyak orang yang diteliti, maka personanya akan cenderung semakin realistis.

2. Analisis hasil penelitian

Goodwin (2009) meringkas strategi ini dalam beberapa tahapan, yaitu: mendaftar seluruh variabel perilaku *user*, memetakan *user* menurut variabel perilakunya, mengelompokkan *user* dengan perilaku yang mirip sebagai satu *cluster* dan menjadikannya dasar untuk tiap jenis persona.

Berdasar hasil penelitian, satu persona tidak harus merepresentasikan satu *user*. Desainer boleh menarik karakter yang serupa dari tiap *user* untuk kemudian menggabungkannya dalam satu persona (Chang, Lim, & Stolterman, 2008).

3. Perancangan persona

Babich (2017) menekankan untuk “tidak terlalu banyak menempatkan detail personal karena bisa bersifat mengganggu dan membuat persona menjadi kurang kredibel”. Hal ini dilanjutkan dengan kutipan dari Don Norman, bahwa persona tidak harus akurat dan nyata, namun tetap harus realistis.

Persona juga harus terikat pada suatu skenario supaya desainer bisa mendapat gambaran *user-flow* utama dan menentukan solusi desain yang tepat. Berikut beberapa hal yang harus ada dalam membuat persona: foto, nama persona,

demografis (usia, jenis kelamin, lokasi, status), tujuan dan kebutuhan, masalah yang dihadapi (*pain points*), perilaku, kepribadian (boleh merupakan slogan tertentu).

2.2.2. Wireframe

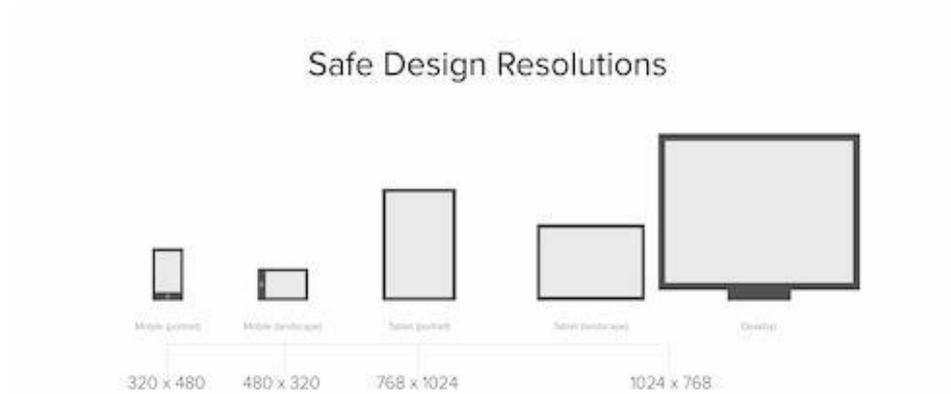
Babich (2020) dalam artikelnya di situs Adobe yang berjudul *Wireframe Examples for Websites and Mobile Apps* menguraikan definisi mengenai *wireframe*. Menurutnya, *wireframe* adalah penyederhanaan struktur *website* dalam bentuk skema visual yang berfokus pada peletakan konten serta fungsinya.

Hal ini didukung dengan pernyataan Lim (2012) bahwa *wireframing* mampu membantu desainer merancang tampilan antarmuka/ *interface* tanpa terdistraksi oleh warna, jenis huruf, dan lain-lain sehingga bisa dibilang bahwa *wireframing* merupakan dasar dari pembuatan tampilan antarmuka.

Menurut artikel yang ditulis oleh Babich, *wireframe* berbentuk seperti kumpulan kotak dan garis yang merepresentasikan konten serta navigasi dalam suatu rancangan *website*. *Wireframe* ini sebaiknya dirancang di awal tahapan desain setelah penelitian dilakukan dan menurut Bank (2014) pada bukunya yang berjudul *The Guide to Wireframing*, *wireframe* bisa dibuat dengan alat apapun, misalnya berupa sketsa, *dummy* dari potongan kertas, atau *software* desain.

Lapniramai (2016) menyarankan agar desainer mempertimbangkan *platform* yang digunakan, apalagi jika desain *website* tersebut nantinya akan bersifat responsif dan adaptif sehingga desainer harus mempertimbangkan orientasi

ukuran layar. Oleh karena itu, ia menyarankan agar desain dimulai dari 1024 x 768 pixel untuk ukuran *desktop* dan 320 x 480 pixel untuk *mobile*.



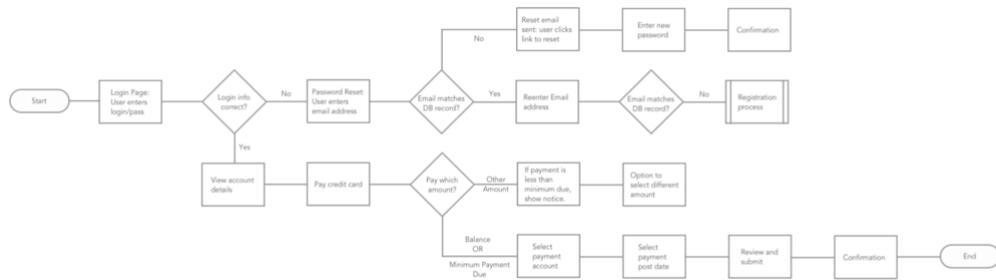
Gambar 2.2. Resolusi Layar Tiap *Platform*

(<https://www.smashingmagazine.com/2016/11/wireframe-perfectionist-guide/>)

Wireframe sendiri bukan merupakan *prototype*. Keduanya adalah hal dengan konsep dan tujuan yang berbeda (Babich, 2020). *Wireframe* menekankan fokus pada struktur atau hirarki sebuah halaman sementara *prototype* berfokus pada interaksi antara hasil desain dengan *user*.

2.2.3. *Flowchart*

Baskandaeri (2017) menyebutkan *flowchart* sebagai suatu diagram aksi yang dilakukan oleh *user* dalam sebuah sistem atau aktivitas yang kompleks. Brown (2018) melengkapi pernyataan ini dengan menyarankan agar *flowchart* memuat skenario/ kasus yang perlu dihadapi *user*, menampilkan menu dan aksi *user*, serta menunjukkan dampak dari suatu aksi yang dilakukan *user*.

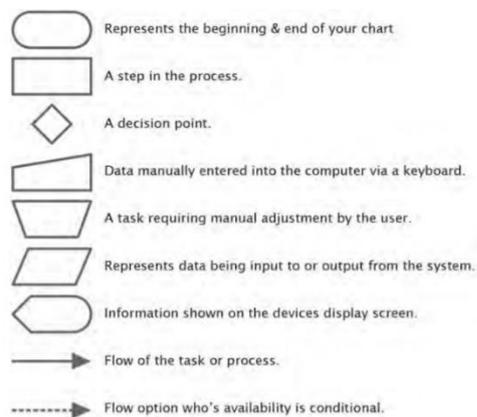


Gambar 2.3. Contoh *Flowchart*

(<https://uxplanet.org/ux-glossary-task-flows-user-flows-flowcharts-and-some-new-ish-stuff-2321044d837d>)

Brown (2010) mengemukakan dalam bukunya bahwa *flowchart* memiliki kemiripan dengan *sitemaps*. Namun, *flowchart* lebih menekankan pada proses aksi yang dilakukan dari waktu ke waktu dalam suatu skenario tertentu dan menggambarkan interaksi *user* terhadap produk desain.

Flowchart tersusun dari kumpulan beberapa bentuk dan anak panah. Ada beberapa bentuk dalam *flowchart* yang menyiratkan makna tertentu, berikut daftarnya:



Gambar 2.4. Daftar *Shapes* dalam *Flowchart*

(Hamm, 2014)

2.2.4. *Prototype*

Prototype dalam konteks produk digital merupakan simulasi final antara interaksi *user* dengan tampilan muka (Babich, 2017). Pembuatan *prototype* bisa dilakukan dengan berbagai macam cara, manual maupun digital, sebelum kemudian diserahkan kepada *user* untuk mendapatkan tanggapan atau masukan. Pada tahap ini, sebuah *prototype* akan menunjukkan fungsi serta keefektivannya dalam memenuhi kebutuhan *user*.

Hamm (2014) dalam bukunya yang berjudul *Wireframing Essentials: An Introduction to User Experience Design* merekomendasikan *prototype* dari kertas. Jenis pembuatan *prototype* yang satu ini murah dan mudah serta lebih fleksibel untuk mencatat masukan *user*. Hamm juga menerangkan bahwa metode ini akan lebih *interactive* daripada meminta *user* melakukan tes melalui layar komputer. Namun, Hamm juga menjelaskan bahwa jika ingin melakukan *user test* dengan cepat, proses ini bisa dilakukan secara digital melalui aplikasi *wireframing*.

Ada dua jenis *prototype* yang biasa dibuat, yaitu *low-fidelity* dan *high-fidelity*. Mengutip artikel dari Babich (2017), berikut penjelasannya:

1. *Low-fidelity prototype*

Prototype ini lebih menekankan pada fungsi dari produk digital itu sendiri daripada tampilan visualnya sehingga bentuknya dibuat dengan sangat sederhana dan biasanya hanya memuat struktur dasar serta elemen-elemen pokok.

2. *High-fidelity prototype*

Prototype ini memiliki fungsi dan tampilan yang nyaris mirip dengan produk final. Biasanya dirancang untuk mendapat masukan-masukan final dari *user*.

2.3. Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual didefinisikan oleh Kusrianto (2007, dalam Elisabeth, Yulika, & Waspada, 2018) sebagai suatu bidang keilmuan yang mendalami konsep-konsep komunikasi kreatif melalui berbagai media dengan melakukan pengolahan terhadap elemen grafis (gambar, tata letak, warna, serta huruf) untuk menyampaikan suatu pesan, ide, maupun gagasan secara visual.

Landa (2011) dalam bukunya menyebutkan bahwa komunikasi visual ini bertujuan untuk mengkomunikasikan dan menyelesaikan suatu masalah melalui sejumlah pengaplikasian, seperti buku, brosur, poster, *website*, dan lain-lain. Lebih lanjut lagi, Landa juga menjelaskan mengenai desain informasi dengan mengutip pernyataan *American Institute of Graphic Arts (AIGA)* dimana desain ini memiliki spesialisasi untuk mengolah sumber informasi yang kompleks menjadi lebih jelas dan mudah diakses oleh khalayak luas.

Selain itu, Landa juga mendefinisikan *interactive and experience design* sebagai suatu bentuk desain di atas layar, termasuk *website*, *mobile*, CD, DVD, atau media apapun yang digunakan oleh *user* untuk berinteraksi. Dalam mendesain sebuah desain interaktif, khususnya *website*, Landa menyebutkan bahwa setiap halaman *website* beserta interaksinya dengan halaman *website* berikutnya harus dipertimbangkan dengan baik dan seimbang sambil membayangkan dampaknya pada keseluruhan *website* secara utuh.

Oleh karena itu, ada beberapa prinsip desain yang bisa dijadikan acuan sehingga desain menurut Landa, yaitu: keseimbangan (simetri, asimetri, radial), hirarki visual, *emphasis*, ritme, kesatuan, dan *law of perceptual organization*. Hirarki visual sendiri berhubungan erat dengan *emphasis* dimana desainer menentukan alur penglihatan *user* sehingga alur informasi bisa tersampaikan dengan baik.

2.3.1. Tipografi dalam Website

Lupton (2014) mengatakan bahwa ada 4 unit untuk mengukur pengetikan huruf di atas layar, yaitu: *pixel*, *point*, *ems*, dan *percentages*. *Pixel* adalah unit tetap yang digunakan di media dengan layar dimana satu *pixel* merupakan satu unit *pixel* di layar. *Point* biasa digunakan dalam media cetak dimana satu *point* setara dengan 1/72 inchi. Sementara itu, *ems* dan *percentages* adalah unit yang bisa diskala ulang sesuai preferensi *user* tanpa mengubah susunan desain.

Lupton menyebutkan bahwa ukuran standar sebuah huruf pada layar digital adalah 12px. Saat ini, banyak orang mulai menggunakan ukuran 14 px hingga 21 px yang mana akan membuat pengalaman membaca menjadi lebih mudah dan menyenangkan bagi *user*. Namun, jika merujuk pada *web mobile experience* dimana *user* mengakses *website* melalui ponsel, ukuran huruf pada layar ponsel bisa lebih kecil karena *user* bisa mengatur sendiri jarak antara layar dengan mata untuk mendapatkan keterbacaan yang dirasa paling baik. Selain itu, untuk memaksimalkan *readability* dari sebuah teks di layar, Rinaldi (2016) mengatakan bahwa lebih baik menggunakan tipe huruf *sans-serif* yang garisnya lebih bersih, tegas, dan jelas.

Kenyamanan membaca kumpulan teks juga perlu diperhatikan dimana Lupton menyarankan untuk memilih penjajaran paragraf yang paling tepat, entah itu rata kanan, rata kanan-kiri, tengah, dan lainnya. Selain itu, Landa (2011) menyebutkan bahwa ketika menuliskan *heading* dan *sub-heading*, sebaiknya perhatikan warna, ukuran, dan berat huruf tersebut untuk membuat sebuah hirarki dan membedakan satu dari yang lain.

2.3.2. Grid dalam Website

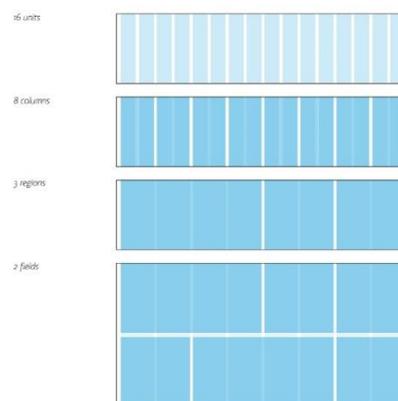
Website perlu ditata sedemikian rupa agar nyaman digunakan oleh para penggunanya. Para pengguna ini sendiri juga tidak melulu menggunakan komputer ketika mereka mengakses internet. Perkembangan teknologi yang pesat memungkinkan pengguna mengakses internet melalui hampir semua jenis *gadget*. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu panduan untuk membuat *website* yang adaptif di segala jenis dan resolusi layar.

Vinh (2011) menguraikan sejumlah manfaat menggunakan *grid* saat mendesain, diantara:

1. Memberikan keteraturan, harmoni, dan keberlanjutan bagi informasi di halaman *website*
2. Membantu *user* mengetahui dimana letak informasi yang dicari
3. Memudahkan penambahan konten secara konsisten dengan susunan *website* awal
4. Memfasilitasi kolaborasi dalam satu halaman *website* tanpa mempengaruhi keseluruhan *website* tersebut.

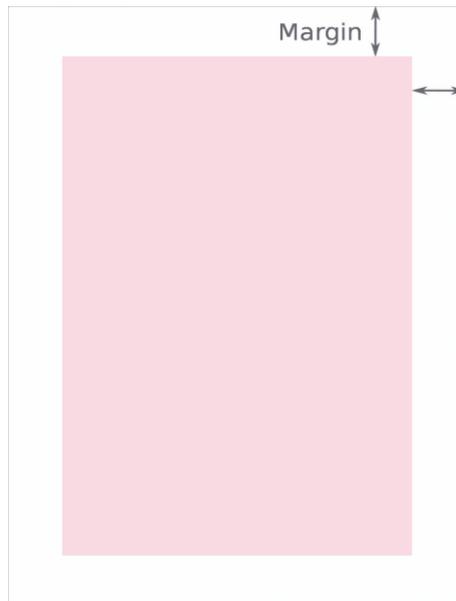
Melalui buku yang berjudul *Ordering Disorder: Grid Principles for Web Design*, Vinh menekankan bahwa semakin simpel *grid* tersebut, maka akan semakin efektif. Lebih jauh lagi, ia juga menyebutkan bahwa sebuah *grid* yang disusun dengan baik akan memberikan struktur seragam untuk keseluruhan *website*, namun tetap menyediakan fleksibilitas untuk menampilkan berbagai rupa tampilan. Berikut adalah beberapa komponen *grid* menurut Vinh (2011), diantaranya:

1. *Unit*, komponen vertikal terkecil
2. *Columns*, kumpulan unit yang menjadi area peletakan konten. Biasanya kolom teks membutuhkan 2 unit atau lebih supaya nyaman dipandang
3. *Regions*, kumpulan dari beberapa kolom untuk peletakan konten
4. *Fields*, membagi kolom secara horizontal dan biasanya bisa diukur menggunakan *golden ratio*



Gambar 2.5. *Unit, Columns, Regions, dan Fields*
(Vinh, 2011)

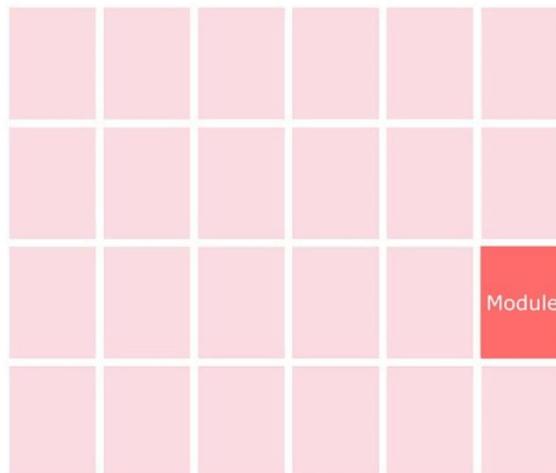
5. *Gutter*, ruang kosong antara unit dan kolom
6. *Margins*, ruang di luar unit dan kolom



Gambar 2.6. *Margins* dalam *Grid*

(<https://www.smashingmagazine.com/2017/12/building-better-ui-designs-layout-grids/>)

7. *Element*, komponen satuan, seperti *headline*, foto, tombol, atau teks
8. *Modules*, grup dari beberapa elemen



Gambar 2.7. *Modules* dalam *Grid*

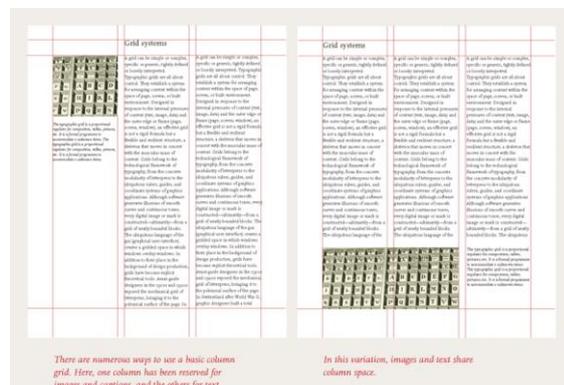
(Lupton, 2004)

Vinh (2010, dalam Lupton, 2014) pernah merekomendasikan bahwa ukuran layar yang ideal bagi desainer saat merancang sebuah *website* adalah 1024 x 768

pixel karena pada skala ini, resolusi *smartphone* masih memiliki kapabilitas untuk memuatnya. Namun, keberadaan *status bar*, *tool*, dan fitur *bookmark* pada *browser* membuat ukuran ini semakin mengecil menjadi 650 x 960 pixel. Sisa ukuran inilah yang harus dimanfaatkan desainer menjadi susunan *grid* yang mampu memuat konten dengan rapi dan nyaman dilihat.

Berikut adalah beberapa *grid* standar untuk penyusunan desain menurut Lupton (2004), yaitu:

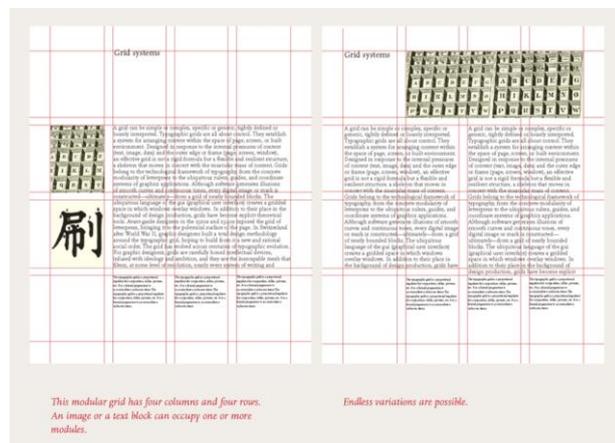
1. *Grid* manuskrip/ *single-column grid* adalah *grid* paling sederhana karena hanya membutuhkan area persegi panjang yang bisa diisi teks maupun gambar. Biasanya, *grid* ini banyak digunakan dalam pencetakan buku dan merupakan jenis *grid* yang keterbacaannya paling cepat karena susunan informasinya sederhana, hanya berupa 1 kolom vertikal saja
2. *Grid* kolom/ *multi-column grid* merupakan sistem *grid* yang melibatkan beberapa kolom dimana semakin banyak kolom, maka desain akan semakin fleksibel karena tiap kolom bisa diisi dengan konten/ elemen yang berbeda-beda. Tidak semua kolom harus diisi, bisa dipilih sesuai kebutuhan



Gambar 2.8. *Multi-column Grid*

(Lupton, 2004)

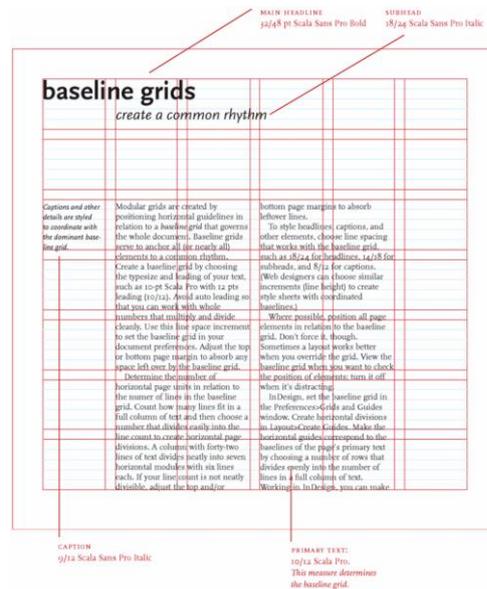
3. *Grid* modular adalah *grid* yang membagi *grid* kolom dengan sumbu horizontal menjadi beberapa modul. *Grid* ini lebih fleksibel dan cocok untuk hirarki informasi yang rumit dengan banyak gambar. Untuk desain yang lebih kompleks, Lupton (2004) merekomendasikan untuk memvariasikan berat, ukuran, dan penjarangan



Gambar 2.9. *Grid Modular*

(Lupton, 2004)

4. *Baseline grid* memandu jarak vertikal untuk kebutuhan tipografis sehingga menjadi lebih konsisten.



Gambar 2.10. Baseline Grid

(<https://www.smashingmagazine.com/2017/12/building-better-ui-designs-layout-grids/>)

Sebelum memulai proses desain *website*, desainer harus mengetahui berapa kolom *grid* yang mereka butuhkan. Ukuran standar yang biasa digunakan adalah 12 kolom *grid* (Babich, 2017), namun ini bukan merupakan ukuran mutlak karena harus disesuaikan dengan kebutuhan.

Ketika mendesain menggunakan *grid*, Landa (2011) juga mengatakan untuk memberikan perhatian terhadap sejumlah prinsip seperti *proximity* atau pengelompokan pada sejumlah elemen yang saling berkaitan dengan memanfaatkan ukuran *white space*. Selain itu, untuk memberikan hirarki informasi yang jelas, harus ada *contrast* pada elemen visual sehingga ada pembeda antara elemen yang satu dengan elemen lainnya.

2.3.3. Ilustrasi

Nikolaeva (2017) menjelaskan bahwa ilustrasi merupakan gambar cetak maupun digital yang dihasilkan sendiri oleh seorang ilustrator dan bersifat sebagai

pendukung untuk medium lain, seperti artikel, buku, majalah, dan lain-lain. Umumnya, ilustrasi hadir untuk mendekorasi dan menerjemahkan ide secara lebih lanjut. Jika dulu ilustrasi harus terlihat realistik karena belum ada kamera untuk mengakomodasi fungsi tersebut, kini ilustrasi memiliki lebih banyak ruang bebas yang mengutamakan kreativitas dan originalitas karya.

Nikolaeva membagi ilustrasi menjadi 2 jenis berdasar tekniknya, yaitu tradisional dan modern. Tradisional berarti suatu ilustrasi dibuat menggunakan media-media seperti kayu, cat, dan lain-lain. Sementara teknik modern membutuhkan bantuan komputer dalam prosesnya. Nikolaeva menyebutkan bahwa jenis ilustrasi vektor yang dibuat secara digital merupakan jenis yang cocok untuk ilustrasi web karena skalanya bisa diatur sedemikian rupa tanpa terjadi penurunan kualitas.

Ilustrasi sendiri memiliki sejumlah gaya yang disesuaikan dengan kebutuhan dan target audiens. Berkaitan dengan informasi yang bersifat non-fiksi, jenis ilustrasi kartun bisa dijadikan pilihan karena bersifat ringan, terlepas dari seberat apapun topik informasinya, dan mampu menjelaskan teks dengan baik. Jenis ini bisa diterima oleh masyarakat luas dan mampu melampaui kategori usia, jenis kelamin, serta etnis (Black, 2020).

2.3.4. Warna

Warna digunakan dalam keseharian untuk mengomunikasikan perasaan dan emosi karena warna memang memiliki kaitan yang erat dengan emosi manusia (Bleicher, 2012). Dalam bukunya, Bleicher menerangkan bahwa respons manusia terhadap

warna merupakan sesuatu yang dipelajari karena pengaruh budaya sehingga ketika suatu warna objek diubah, secara tidak langsung fungsinya juga berubah.

Bleicher menjelaskan bahwa pemilihan atau preferensi suatu warna bisa tergantung pada sosioekonomi yang melatarbelakangi dimana orang-orang dengan status ekonomi yang tinggi cenderung menyukai warna-warna kompleks yang gelap dengan tingkat saturasi yang rendah. Sementara itu, orang-orang dengan status ekonomi yang lebih rendah cenderung menyukai warna-warna yang sederhana dan terang.

Berdasar bukunya, Bleicher mengutip penelitian yang pernah dilakukan oleh Dr. Max Luscher pada 1960 mengenai 8 jenis warna dan makna psikologisnya. Warna tersebut adalah biru gelap, kuning, merah-oranye, hijau, ungu, coklat, abu-abu, dan hitam.

1. Biru gelap melambangkan kenyamanan, ketenangan, stabilitas, relaksasi, dan harmoni.
2. Hijau melambangkan kekuatan, keteguhan, uang, dan kekayaan. Dalam konteksnya sebagai rambu-rambu, hijau juga melambangkan kata untuk terus maju dan bahkan bisa diartikan sebagai kesuksesan.
3. Merah-oranye memiliki sedikit campuran warna kuning yang melambangkan energi. Tak hanya itu, warna ini juga melambangkan nafsu makan, rasa lapar, dan keaktifan dalam kegiatan.

4. Kuning melambangkan kecerahan dan hal-hal bahagia. Di sisi lain, kuning juga bisa diartikan sebagai masa depan.
5. Ungu menunjukkan kesan kebijaksanaan, kemewahan, kemakmuran, dan keajaiban. Ungu biasanya berhubungan erat dengan gairah dan damba.
6. Coklat melambangkan tubuh atau badan. Warna ini mengesankan bumi dan rumah yang mengesankan kepemilikan.
7. Hitam melambangkan pemberontakan dan perlawanan. Warna ini memiliki kesan yang intens.
8. Abu-abu bukan merupakan sebuah *hue* dan terletak pada titik tengah hitam dan putih. Abu-abu melambangkan keterlepasan dari hal-hal disekitar, sikap netral, dan penarikan diri.

Dalam implementasinya, lebih baik desainer menggunakan warna-warna dengan harmoni yang kompleks untuk meningkatkan perhatian *user*.

2.4. Kesehatan Tidur anak

Tidur merupakan aktivitas vital dalam keseharian karena pada waktu ini, terjadi perbaikan pada sel-sel otak dan 75% hormon tubuh sedang diproduksi (Widodo & Soetomenggolo, 2000). Tidur yang sehat memiliki banyak kualifikasi yang perlu dipenuhi, mulai dari durasi, waktu, kualitas, keteraturan, dan ketiadaan gangguan tidur (Paruthi, dkk., 2016). Keberagaman dalam kualitas tidur tiap orang ini dipengaruhi pula oleh berbagai macam faktor, seperti genetik, perilaku, keadaan medis, hingga kondisi lingkungan.

Ada 2 tahapan dalam tidur yang dibagi secara fisiologis, yakni tahap REM (*Rapid Eye Movement*) dan NREM (*Non-REM*) (Carskadon & Dement, 2011). NREM adalah saat dimana tidur sudah mencapai tahap pulas dan biasanya diasosiasikan dengan ketiadaan atau minimnya aktivitas pada otak walaupun pada saat ini, hormon diproduksi dan energi direstorasi. Sementara itu, REM adalah saat yang ditandai dengan pergerakan cepat pada kelopak mata, kedutan mendadak pada otot, detak jantung tak teratur, dan biasanya terjadi mimpi. Singkatnya REM merupakan tahap dimana otak tetap aktif walau tubuh tidak.

Tahapan tersebut merupakan tahapan yang umumnya selalu dilewati seseorang ketika tidur, dimulai dari tidur NREM sebelum kemudian berlajut ke REM. Pada dasarnya terdapat 2 mekanisme otomatis dalam tubuh yang mengatur waktu tidur dan waktu bangun seseorang, termasuk pada anak, yaitu: ritme *circadian* dan *sleep-wake homeostasis*. Sebagaimana yang diulas oleh *National Institute of Neurological Disorders and Stroke*, ritme *circadian* mengatur jam tidur dan menyebabkan kantuk serta memberikan tendensi untuk bangun di pagi hari. Itulah mengapa ritme *circadian* ini disebut sebagai jam biologis tubuh manusia dan ‘jam’ ini sifatnya ditentukan oleh genetik sehingga tiap individu bisa bervariasi (Weissbluth, 2015). Sementara itu, *sleep-wake homeostasis* mengatur dan menjadwalkan kebutuhan tidur serta intensitasnya. Mekanisme inilah yang seolah mengingatkan tubuh untuk mendapatkan jam tidurnya.

2.4.1. Tidur Anak

Bagi seorang anak, tidur merupakan saat penting karena aktivitas ini berkaitan erat dengan perkembangan fisik, memori, dan kontrol emosi. Cordst dan Gayes (2016)

menyebutkan bahwa tidur mendominasi 40% hari seorang anak karena jika seorang anak tidak memiliki tidur yang cukup berkualitas, maka bisa terjadi rasa kantuk di siang hari yang memiliki pengaruh pada perilaku, emosi, dan performa belajar.

Kesehatan tidur anak memiliki sejumlah ketentuan, khususnya pada durasi. Durasi tidur ini bisa terus berubah-ubah pada perkembangan usia dimana biasanya akan cenderung semakin berkurang. Namun, tidur sesuai dengan anjuran yang disarankan bisa berdampak positif pada kualitas hidup, kesehatan fisik dan psikis, memori, pengaturan emosi, dan tingkat perhatian (Paruthi, dkk., 2016).

Berikut adalah durasi tidur yang dianjurkan oleh Konsensus *American Academy of Sleep Medicine* untuk usia anak < 5 tahun:

Tabel 2.1. Rekomendasi Durasi Tidur Anak
(Paruthi, dkk., 2016)

Usia	Durasi
4 – 12 bulan	12 – 16 jam (termasuk tidur siang)
1 – 2 tahun	11 – 14 jam (termasuk tidur siang)
3 – 5 tahun	10 – 13 jam (termasuk tidur siang)

Pola tidur bukanlah sesuatu yang konstan melainkan memiliki kemungkinan untuk selalu berubah. Salah satu faktor penyebab yang paling kuat dan konsisten dalam mempengaruhi pola tidur adalah usia. Carskadon dan Dement menyebutkan bahwa saat baru lahir, seorang anak belum memiliki kemampuan untuk melakukan

fase NREM dengan maksimal karena fungsi ini baru berkembang di usia 2 – 6 bulan.

Itulah mengapa bayi yang baru lahir cenderung sulit tidur atau mengalami masalah untuk tidur. Cordts dan Gayes (2016) dalam jurnal mereka mengatakan bahwa harus ada pembiasaan dan pemberlakuan jam tidur dan jam bangun secara konsisten. Bahkan, anak harus dibiasakan tidur di lokasi yang sama sehingga terjadi sebuah pembiasaan yang dikenali oleh tubuh anak ketika menjelang waktu tidur.

Weissbluth (2015) menguraikan sejumlah indikator yang bisa membantu orang tua untuk mengategorikan kesehatan tidur anaknya, yaitu:

1. Durasi tidur
2. Tidur siang
3. Jadwal tidur
4. Keteraturan tidur
5. Konsolidasi tidur

Sepanjang proses perkembangan seorang anak, ada 5 tahap pendewasaan tidur yang akan dilaluinya, meliputi:

1. Pada usia 6 minggu, jam tidur memanjang
2. Di usia 12 – 16 minggu ada keteraturan tidur siang sebanyak 2 – 3 kali

3. Pada usia 9 bulan, anak biasanya berhenti bangun tengah malam karena kelaparan, tidur siang berkurang menjadi 2 kali
4. Saat usia 12 – 21 bulan, tidur siang hanya menjadi 1 kali saja dalam sehari
5. Di usia 3 – 4 tahun tidur siang menjadi lebih jarang

2.4.2. Masalah Tidur Anak

Anak usia 1 tahun keatas mengalami peningkatan keaktifan, kognitif, dan kemampuan sosial sehingga ini bisa menjadi pengganggu bagi tidur mereka. Sekartini dan Adi (2006) menyebutkan bahwa 15 – 30% anak mengalami masalah tidur saat bayi dan hal ini dapat berlanjut hingga usia balita dan masa usia sekolah. Masalah yang dijumpai biasanya berkisar pada kesulitan untuk memulai tidur, terbangun di malam hari, dan kesulitan untuk jatuh tertidur. Sekartini dan Adi mengatakan bahwa masalah tidur seperti ini tak hanya menjadi gangguan bagi sang anak, namun juga bagi orang tuanya.

Berdasar penelitiannya pada 385 ibu dengan rata-rata usia anak 12 bulan, Sekartini dan Adi menjumpai bahwa masalah tidur pada anak disebabkan karena kurangnya durasi dan minimnya kualitas tidur. Lebih lanjut lagi, anak-anak ini sebagian besar merasa kesulitan untuk memulai tidur.

Kesulitan tidur ini bisa disebabkan oleh faktor lingkungan, seperti suasana yang bising, kondisi rumah yang padat, dan penggunaan obat. Kebiasaan menonton televisi juga bisa melatarbelakangi kesulitan seorang anak untuk memulai tidurnya. Widodo dan Soetomenggolo (2000) membagi gangguan tidur menjadi 2, yaitu

disomnia dan parasomnia. Disomnia adalah gangguan tidur yang berkisar pada durasi dan kualitas tidur sebagaimana yang terjadi pada masalah *sleep refusal* dan *night waking*. Sementara itu, parasomnia adalah gangguan karena penyebab tidak normal seperti teror tidur, mimpi buruk, *sleep walking*, dan *sleep talking*. Lebih lanjut lagi Widodo dan Soetomenggolo menyatakan bahwa jika kejadian ini tidak berlangsung selama minimal 3 kali dalam seminggu, maka anak tersebut belum bisa dikategorikan mengalami masalah tidur.

1. *Sleep refusals*/ Penolakan tidur

Perilaku anak yang menolak tidur dan berdalih bahwa mereka tidak merasa mengantuk merupakan ciri-ciri dari masalah tidur ini. Hal ini bisa disebabkan karena sang anak sedang memiliki sikap menentang kepada orang tuanya atau karena sang anak memiliki jam *circadian* yang lambat sehingga ia memang membutuhkan waktu lebih lama untuk merasa mengantuk.

2. Mimpi buruk

Sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya, mimpi buruk terjadi pada tahap REM dan menurut Widodo dan Soetomenggolo, hal ini paling sering terjadi pada anak usia 4 – 6 tahun. Penyebabnya bisa beraneka macam, namun bisa lebih mudah timbul bila anak mengalami stres.

3. *Night waking*

Fenomena anak terbangun mendadak di tengah malam dikategorikan sebagai kejadian yang cukup umum terjadi dan penyebabnya bisa beraneka ragam.

Biasanya masalah ini muncul dibarengi dengan tangisan sehingga membutuhkan pendampingan orang tua.

4. *Delayed sleep phase disorder*

Carter (2014) mendefinisikan masalah tidur ini sebagai keterlambatan tidur dan kesulitan bangun dengan keterlambatan sekurang-kurangnya 2 jam sehingga dijuluki sebagai “*Night Owl*”.

5. Sindrom kaki pegal

Ketidaknyamanan yang terjadi pada kaki, biasanya seolah dihinggap serangga dan menjadi semakin tidak nyaman bila digunakan untuk beristirahat. Penyebabnya bisa dikategorikan karena kekurangan zat besi.

Selain masalah tersebut, Cordst dan Gayes (2016) juga merumuskan sejumlah gejala yang kerap ditemui pada anak berusia 0 – 5 tahun yang mengalami gangguan tidur, berupa: kesulitan menyamankan diri, banyak permintaan menjelang waktu tidur, penolakan untuk tidur, ketakutan akan malam hari, dan terbangun di tengah malam.

Masalah tidur pada anak selain bisa terjadi karena pengaruh dari dalam tubuh, bisa juga bersumber dari luar sebagaimana yang disebutkan oleh Komada dkk. (2009) dalam penelitiannya. Mereka menemukan bahwa media seperti televisi, *games*, dan penggunaan internet memperlambat jam tidur anak. Bahkan, jam tidur ibu turut berkorelasi dengan jam tidur anak dimana semakin lambat jam tidur ibu, maka semakin lambat juga jam tidur anaknya.

2.4.3. Risiko Masalah Tidur Anak

Anak dengan jam tidur malam yang kurang atau kualitas tidur malam yang rendah biasanya mengalami masalah perilaku dan masalah nafsu makan. Weissbluth dalam bukunya yang berjudul *Healthy Sleep Habits* menekankan bahwa jam tidur yang terlambat menyebabkan anak kehilangan jam istirahat yang tepat dimana tubuh sedang merestorasi tenaga. Jam tidur siang yang panjang bukanlah pengganti untuk tidur malam yang lebih singkat.

Berikut adalah ciri-ciri sikap anak yang menandakan kurangnya tidur menurut Cordst & Gayes:

1. Kesulitan bangun di pagi hari
2. Mengantuk sepanjang siang
3. Tidur setidaknya 2 jam lebih lama saat akhir pekan daripada hari kerja
4. Mudah marah, *moody*
5. Masalah perilaku yang meningkat

Widodo & Soetomenggolo (2000) juga mendefinisikan sejumlah risiko dari gangguan tidur pada anak. Anak dengan tidur yang minim atau tidak sesuai dengan yang dibutuhkan tubuhnya cenderung menjadi *overaroused* atau sulit memulai tidur yang mana jika ini terjadi pada jangka panjang dapat menyebabkan anak menjadi mudah tersinggung dan gairahnya berkurang. Tentunya perilaku anak ini tidak hanya berdampak pada anak saja namun juga pada keseharian orang tua dan relasi dalam keluarga.

Tidur merupakan tahap regenerasi sel dan proses produksi hormon sehingga tidur menjadi saat yang penting untuk pertumbuhan dan perkembangan tubuh. Widodo dan Soetomenggolo lebih lanjut lagi menjelaskan bahwa anak yang kurang tidur biasa mengalami penurunan konsentrasi belajar, penurunan nafsu makan, berat badan yang rendah, hingga risiko sakit. Bahkan, kesulitan tidur yang terjadi berkepanjangan bisa mengakibatkan penurunan fungsi otak.

2.4.4. Metode Mengatasi Masalah Tidur Anak

Setiap anak memiliki perilaku dan kebutuhan yang berbeda-beda, namun setiap anak tetap memerlukan pola tidur yang baik. Hal ini dapat dibangun dan dikembangkan sejak dini secara bertahap sehingga terbentuk sebuah kebiasaan tidur yang sehat dan optimal.

Ada berbagai metode yang bisa dilakukan sebagai ritual menjelang tidur supaya sang anak merasa rileks dan senang, Ferber (2006) dalam bukunya menyebutkan bahwa selama cara tersebut membuat anak berhasil tidur dengan mudah dan teratur tanpa menyebabkan kesulitan baik bagi anak dan orang tua, metode tersebut bisa dianggap berhasil dan bisa dilanjutkan.

Cordst dan Gayes (2016) menekankan bahwa ketika orang tua ingin memulai pola tidur yang baik, maka sebaiknya orang tua bersikap konsisten terhadap jadwal sehingga tubuh anak bisa menyesuaikan dengan baik. Orang tua bisa membuat jadwal jam tidur dan jam bangun tidur yang harus ditaati setiap malamnya dan membuat anak tidak boleh tidur lebih lama dari satu jam di akhir pekan. Pentingnya konsistensi ini membuat Cordst dan Gayes menyarankan untuk membuat rutinitas menjelang tidur untuk anak dimana dengan cara ini, tubuh anak

mengetahui bahwa ia sedang bersiap untuk tidur dan secara tidak langsung akan mempersiapkan dirinya sendiri.

Berikut adalah beberapa tahapan rutinitas tidur yang disarankan oleh Cordst dan Gayes, yaitu:

1. Melakukan kegiatan yang membuat rileks atau santai minimal 30 menit sebelum tidur, entah itu mandi, membaca, atau bermain dengan tenang. Pada tahap pertama ini, anak melakukan sesuatu yang bisa membuat mereka paham bahwa ini saatnya untuk tidur. Anak bisa menggunakan toilet terakhir kali, memakan makanan kecil, atau bahkan mengucapkan selamat malam pada peliharaan mereka.
2. Pada tahap kedua, anak bisa naik ke kasur untuk kemudian melanjutkan aktivitas relaksasinya. Hal yang biasa dilakukan oleh banyak keluarga adalah membaca buku atau mendengarkan dongeng. Anak juga bisa mengobrol ringan dengan orang tuanya. Namun, pada tahap ini yang harus diingat adalah seluruh alat elektronik, seperti televisi, ponsel, maupun komputer harus mati. Orang tua juga bisa meredupkan lampu untuk memberi kesan bahwa saat tersebut sudah menjelang waktu tidur.
3. Lakukan hal ini secara konsisten dan usahakan anak selalu tidur di lokasi yang sama juga setiap malamnya untuk membangun kebiasaan. Hindari juga merencanakan kegiatan berat satu jam sebelum tidur maupun membicarakan topik yang terlalu serius.

Jika anak bersikap rewel atau menentang, orang tua bisa memberikan *reward* atau penghargaan sebagai suatu bujukan supaya anak mau berdiam diri di

kasur dan beristirahat. Selain itu, orang tua juga bisa meletakkan barang-barang yang sekiranya bisa membuat anak merasa lebih nyaman, seperti: boneka, buku, lampu tidur, selimut favorit, dan lain-lain.

Mindell dan Williamson (2018) dalam jurnal medis mereka juga menerangkan mengenai manfaat dibalik rutinitas menjelang waktu tidur ini dimana kegiatan-kegiatan tersebut mampu menaikkan mood anak serta menghadirkan interaksi yang baik dalam keluarga. Anak bahkan menjadi lebih jarang rewel dan memiliki perilaku yang baik. Lebih lanjut lagi mereka mengatakan bahwa kegiatan sebelum tidur yang melibatkan kemampuan berbahasa dan membaca bisa meningkatkan kemampuan literasi dan kebahasaan anak secara signifikan di usia lima tahun.

Berdasar jurnal tersebut, Mindell dan Williamson kemudian mengkategorikan 4 kategori kegiatan yang bisa dilakukan orang tua ketika melakukan rutinitas sebelum tidur yang meliputi aspek nutrisi, komunikasi, kebersihan, dan kontak fisik. Mengacu pada hasil penelitian tersebut, menggunakan metode ini bisa membuat anak memiliki jam tidur yang lebih teratur, durasi tidur yang sehat, meningkatkan keinginan untuk tidur, dan memberikan kualitas tidur yang lebih baik.

1. Nutrisi

Pemberian aspek nutrisi sebelum tidur yang dimaksud adalah berupa makanan kecil yang sehat, susu botol, maupun ASI. Hal ini disebutkan mampu meningkatkan perkembangan kognitif anak serta membentuk relasi

yang lebih erat antara anak dan orang tuanya. Namun, disini tetap perlu digarisbawahi bahwa pihak orang tua tetap harus memperhatikan jumlah kalori yang dikonsumsi anak sehingga tidak terjadi kelebihan yang dalam jangka panjang bisa menjadi obesitas.

2. Kebersihan

Kegiatan dalam aspek kebersihan yang bisa dilakukan adalah seperti mandi, mencuci wajah, atau menyikat gigi sebelum tidur. Selain menyiapkan anak untuk tidur yang lebih nyaman, tindakan ini bisa mengajari mereka mengenai kebersihan serta kesehatan diri sejak dini sehingga akan terbentuk suatu kebiasaan.

3. Komunikasi

Kegiatan komunikasi yang bisa dilakukan meliputi mengobrol ringan, membaca bersama, maupun bernyanyi sebelum tidur. Berdasar hasil penelitian Mindell dan Williamson, kegiatan-kegiatan inilah yang dianggap mampu meningkatkan kemampuan literasi anak sedari kecil. Membaca sebelum tidur, sebagai contohnya, mampu meningkatkan kemampuan otak anak dan menghindarkan anak dari kegiatan menonton televisi maupun bermain ponsel yang mana memiliki pengaruh buruk dalam kesehatan tidur.

Contoh lain yang bisa dilakukan yaitu menyanyikan lagu pengantar tidur yang mampu mempererat relasi antara orang tua dan anak serta mengurangi stres. Tak hanya itu saja, bernyanyi juga mampu membuat anak lebih rileks dan mengurangi gairahnya untuk bermain-main.

4. Kontak fisik

Kontak fisik yang diberikan pada anak sebelum tidur seperti pijatan dianggap mampu menurunkan stres dan menaikkan mood anak serta orang tua sendiri. Pemberian pelukan juga bisa dilakukan namun orang tua harus tetap ingat untuk tidak membiasakan berbagi tempat tidur dengan anak karena bisa menyulitkan anak untuk tidur secara mandiri kedepannya.

Selain memberlakukan agenda rutinitas sebelum tidur, orang tua juga bisa membuat diari tidur yang memuat berbagai informasi terkait waktu, durasi, dan lain-lain dalam tidur anak. Sebagaimana dikutip oleh Abrams (2020), Sarah Honaker, PhD, asisten profesor di *Indiana University's School of Medicine* mengungkapkan bahwa “diari tidur bisa membuat orang tua mengamati pola tidur anak yang mungkin selama ini tidak disadari”. Dengan membuat diari tidur, orang tua bisa menganalisis penyebab kesulitan tidur pada anak dan menentukan metode dengan lebih akurat. Diari tidur juga bisa dikonsultasikan pada tenaga medis pada saat yang diperlukan.

Trik lain yang bisa dicoba merupakan trik *freepass* yang dibahas oleh Cordst dan Gayes (2016) serta Moore (dalam Abrams, 2020). Cara ini adalah dengan menggunakan tiga lembar kertas yang ditempel pada pintu kamar dan dijadikan sebagai *free-pass* ketika anak keluar dari kamarnya untuk alasan apapun. Tiap kali anak beralasan dan melakukan sesuatu, ambil 1 kertas dari pintu kamarnya. Jika kesempatannya habis, maka orang tua tidak boleh meladeni permintaan anak dan harus mengingatkan bahwa ini merupakan waktunya tidur. Anak bisa diberikan

hadiah kecil di pagi hari karena sudah berhasil menjalankan *free-pass* tersebut. Pembuatan permainan sederhana seperti ini bisa memberikan kesan bahwa tidur merupakan saat-saat yang menyenangkan alih-alih membosankan.

Jika anak mengalami takut, Cordst dan Gayes menyarankan agar orang tua membimbing anak untuk menggunakan imajinasinya dan membentuk persepsi bahwa ketakutannya itu bisa ia lawan dengan cara yang menyenangkan, misalnya menggambar bentuk monster yang lucu, membuat lagu yang konyol, dan lain-lain. Namun, Ferber (2006) dalam bukunya menyarankan apabila sikap anak menjadi irasional dan ketakutannya tidak terkontrol, ada baiknya untuk mendiskusikannya dengan tenaga medis seperti dokter maupun psikolog karena kondisi ini membutuhkan penanganan lebih lanjut.