



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Media Interaktif

Media interaktif adalah sebuah media komunikasi yang menciptakan interaksi antara pengguna dan medianya. Dengan partisipasi dari para pengguna, sebuah media interaktif akan merespon berupa penyajian informasi dalam bentuk teks, gambar, video, suara, dan animasi. (Benyon, 2005, hlm. 3-4). Media, termasuk media interaktif, terus berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Penyampaian informasi pun terjadi melalui berbagai sarana, salah satunya adalah media interaktif ini. Hal ini sesuai dengan pendapat Rada (1995), bahwa seorang manusia membutuhkan teknologi untuk mendukung penyampaian informasi tentang lingkungan sekitarnya untuk berkomunikasi (hlm.1).

Media interaktif menghasilkan interaktivitas antara media dan penggunanya. Tujuan utama dari interaktivitas ini adalah memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengakses informasi. Oleh karena itu, desain memegang peran penting dalam membangun interaktivitas itu, yakni bagaimana desain itu dapat membantu pengguna dalam menggunakan media tersebut dengan efektif dan efisien. Sebuah desain memiliki prioritas untuk menjadikan target penggunanya acuan untuk mendesain (Benyon, 2005, hlm. 24-25).

Menurut Benyon (2005), sistem interaktif memiliki beberapa prinsip desain interaktif yaitu *accessibility*, *usability*, *acceptability*, dan *engagement*.

1. *Accessibility*

Sesuai dengan prinsip *accessibility*, sebuah desain harus difokuskan untuk memenuhi kebutuhan penggunanya tanpa kesulitan (hlm. 52-55). Desain interaktif yang baik memiliki nilai *accessibility* yang positif, yakni bersifat universal dan dapat digunakan oleh semua kalangan.

2. *Usability*

Prinsip *usability* menuntut sebuah desain agar desain tersebut fleksibel dan mudah untuk digunakan. Untuk itu, desainer perlu mengetahui dengan jelas siapa target audiensnya, dan bagaimana media yang dibuat dapat bekerja sesuai dengan tujuan penggunaannya. Usia, karakteristik, tingkat edukasi, dan apa yang dibutuhkan oleh pengguna, juga turut mengambil peran penting dalam proses mendesain (Rada, 1995, hlm. 19).

3. *Acceptability*

Menerapkan prinsip *acceptability* berarti menyesuaikan kebutuhan pengguna dengan keadaan lingkungan sekitar sehingga produk yang ditawarkan mudah diterima pihak yang menjadi target. Hal tersebut terkait dengan kenyamanan untuk digunakan di situasi dan kondisi apapun, disesuaikan dengan keadaan sosial dan

budaya, untuk memastikan tujuan dari desain tersebut dapat berfungsi dengan tepat, serta sesuai dengan keadaan ekonomi dari target (Benyon, 2005, hlm. 60).

4. *Engagement*

Prinsip ini berkaitan dengan kualitas dari pengalaman pengguna dalam menggunakan desain tersebut. Apakah desain dapat memberikan kesenangan tertentu dan apakah pengguna merasa ingin menggunakannya kembali. Untuk menciptakan *engagement* yang baik diperlukan adanya sebuah alur yang teratur dan dapat beradaptasi dengan konteks tujuan yang diinginkan oleh pengguna.

2.1.1. **Aplikasi *Mobile***

Aplikasi *Mobile* berasal dari dua kata yaitu kata *application* dan *mobile*. *Application* artinya penerapan, lamaran, dan penggunaan, sedangkan *mobile* berarti bergerak atau berpindah, sehingga *aplikasi mobile* dapat diartikan sebagai aplikasi yang bekerja di *mobile device* (Buyens, 2001). Ada berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi *mobile*. Pengguna dapat melakukan berbagai macam aktivitas mulai dari hiburan, komersial, belajar, hingga bekerja, dan lain sebagainya.

Penggunaan aplikasi *mobile* ini terus meningkat di kalangan pengguna telepon selular (Ludwig, 2012). Akibat kemudahan yang ditawarkan, aplikasi *mobile* ini menjadi hal utama yang dicari para pengguna ketika menggunakan telepon selularnya. Para peneliti menemukan bahwa penggunaan aplikasi *mobile*

erat kaitannya dengan keadaan pengguna, serta lokasi dan waktu penggunaan (Bohmer, dkk, 2011). Di kalangan pekerja kantoran pada jam-jam istirahat, atau di antara para pelajar sekolah, angka penggunaan aplikasi *mobile* ditemukan tinggi.

Gadget dengan segala kecanggihannya termasuk beragamnya aplikasi *mobile* yang canggih memegang pengaruh yang sangat besar di dunia teknologi. Aneka kemudahan yang ditawarkan aplikasi *mobile* membuat orang tidak lagi perlu bersusah payah untuk melakukan sesuatu.



Gambar 2.1 Contoh Aplikasi *Mobile*: Gojek

(Sumber: splashdiary.blogspot.com)

Menurut Salz (2013), ada beberapa tipe aplikasi *mobile*, yakni:

1. *Mobile Web Apps*

Mobile Web adalah *website* yang tertuang dalam versi *mobile* dan ditampilkan melalui *browser* pada *device* apapun (hlm. 16). Umumnya, *mobile web* menampilkan versi *responsive design* dari sebuah *website* yang disesuaikan dengan ukuran *device* yang digunakan.

2. *Native Apps*

Native apps adalah jenis aplikasi yang dibuat hanya untuk sebuah *platform* khusus, dan didistribusikan melalui *application stores*. Tantangan utama bagi *native apps* adalah bagaimana pengguna dapat memiliki aplikasi tertentu dibandingkan dengan ribuan aplikasi lainnya di *application store*. Untuk itu, desainer perlu menawarkan sesuatu yang berbeda pada aplikasi yang dibuatnya. *Native apps* dapat diakses tanpa adanya koneksi internet, dan dapat memberikan respon yang cepat untuk penggunaannya. (hlm. 17). Gambar 2.2 menampilkan contoh perbedaan antara *web apps* dengan *native apps*.



Gambar 2.2 Contoh Aplikasi *Web* dan *Native*

(Sumber: <http://www.ajnnews.com/>)

3. HTML5 Apps

Kelebihan pembuatan *apps* berbasis HTML5 adalah perancang dapat secara langsung menjual aplikasinya kepada pengguna tanpa harus bersaing di *application store*. Aplikasi berbasis HTML5 dapat diakses tanpa adanya koneksi Internet dan dapat digunakan di seluruh *platform* melalui *web browser* (hlm. 17).

4. *Hybrid Apps*

Hybrid apps merupakan kombinasi antara teknologi aplikasi *native* dengan HTML5. Aplikasi jenis ini dibuat dengan menggunakan teknologi web dan dieksekusikan pada *platform* yang spesifik sehingga jenis aplikasi ini tampak seperti *native apps*. Aplikasi jenis ini memiliki perancangan kode yang mirip sehingga dapat masuk ke dalam *platform* lainnya dengan penyesuaian yang mudah (hlm. 18).

2.2. **User**

Tujuan paling utama dari perancangan sebuah desain adalah pengguna. Untuk dapat mencapai tujuannya, seorang desainer harus mengerti dengan baik interaksi antara pengguna dan medianya. Interaksi tersebut harus membuat pengguna merasa nyaman, puas dan terpenuhi. Sebuah media harus mudah untuk dipelajari mengingat karakteristik pengguna yang cenderung malas untuk membaca instruksi yang ada. Desain yang digunakan harus konsisten, karena dengan adanya konsistensi, pengguna akan mengingat dengan mudah. (Galitz, 2002, hlm. 61-63).

Untuk membuat desain yang tepat sasaran, desainer harus memahami karakteristik dari seorang pengguna yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti budaya, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan keadaan sosial serta tingkat kemampuan ekonomi. Setelah memahami karakteristiknya, visualisasi yang dibuat pun harus disesuaikan dengan fungsi desain yang diinginkan, misalnya untuk

keperluan hiburan, edukasi, komersial, ataupun untuk tujuan berkomunikasi. Visualisasi turut dilengkapi dengan interaktivitas dari media karena dengan adanya interaktivitas yang tepat, sebuah desain dapat menarik perhatian, memberi kenyamanan dan kepuasan yang muncul dari psikologi pengguna tersebut.

Disamping visualisasi, konten juga menjadi kunci utama. Konten yang menarik dan rapi, dilengkapi dengan foto, serta tampilan dan navigasi yang jelas dan responsif dapat membuat visualisasi menjadi sempurna (Tselentis, 2012, hlm. 30-33).

2.3. *Graphical User Interface*

Graphical User Interface, atau disingkat GUI, adalah tipe tampilan pada sebuah komputer. Hal ini yang menjadi pemecah masalah kosongnya tampilan layar pada masa-masa awal penemuan komputer (Norman, 1988). Pengguna komputer awal-awal hanya duduk di depan komputer dan menghadapi layar kosong, tanpa ada tampilan apa-apa. Komputer tidak menampilkan indikasi mengenai apa yang pengguna perlu lakukan selanjutnya. GUI hadir untuk memecahkan permasalahan layar kosong ini.

GUI menjadi sarana komunikasi antara manusia dengan komputer (Bonsiepe, 1968). Hubungan antara GUI dengan manusia dapat dianalogikan sebagai setir mobil. Setir mobil mampu menghubungkan semua fungsi operasional dan mengontrol jalannya mobil, tanpa pengemudi perlu berfokus pada setirnya.

Demikian halnya dengan GUI. GUI menghubungkan pengguna sistem komputer dengan segala fungsi dan potensi dari sistem komputer itu sendiri.

Menurut Harding (1989), GUI adalah tampilan operasi visual yang ditampilkan monitor komputer kepada pengguna komputer. Lebih tepatnya, GUI memberikan tampilan serta menyampaikan “rasa” dari sebuah sistem komputer. GUI memiliki karakteristik umum seperti *window*, ikon, menu, dan tombol yang biasa disebut sebagai WIMP, serta tiga komponen utama yaitu sistem *window*, gambar model, dan sebuah *application program interface* (API). Sistem *window* adalah sistem penyusun *window*, menu, dan dialog box yang tampil di layar. Gambar model menentukan jenis tulisan dan grafis yang di tampil di layar. WIMP adalah bagian dari sistem window dan gambar model ini. Terakhir, API menentukan *window* dan grafis apa yang tampil di layar (Hayes & Baran, 1989, hlm. 250-257).

Sebuah tampilan GUI yang baik harus mampu menghubungkan karakteristik, komponen, dan fungsi dari GUI sehingga komunikasi antara sistem komputer dengan pengguna dapat terjalin. Fungsi utama dari sebuah GUI adalah memudahkan pengguna dalam mengakses suatu aplikasi. Dengan demikian, keberhasilan suatu GUI dapat dinilai dari kemudahan pengguna menggunakan aplikasi.

2.4. Desain Informasi

Desain informasi merupakan bentuk desain hasil kombinasi antara data informasi dengan konsep desain yang dibuat. Pada hasil akhir desain dapat terlihat keseimbangan antara informasi yang hendak disampaikan dengan unsur visual yang terdapat dalam desain sehingga data yang diinformasikan dapat tersampaikan dengan tepat sasaran dan efisien (Katz, 2012, hlm. 17-18).

Kumpulan dari banyak informasi yang diperoleh dari suatu penelitian dikemas ke dalam suatu bentuk visual. Itulah yang disebut sebagai *desain informasi*, yaitu bagaimana informasi dapat ditanggapi dengan cepat oleh audiens dan dipahami sepenuhnya lewat desain yang pas dan kena.

Dalam perancangan suatu aplikasi, informasi yang disampaikan kepada *user* merupakan informasi yang sudah dikemas secara visual. Visual yang ditampilkan dalam aplikasi bacaan renungan harian bersifat praktis dengan *legibility* (= kondisi cukup jelas untuk dibaca) yang tinggi yang tidak menyusahkan pengguna ketika hendak membaca renungan harian yang cenderung berupa teks panjang.

2.4.1. Icon

Icon merupakan gambar yang disimplifikasi serta memetaforkan makna yang dimaksud dari gambar (Benyon, 2005, hlm. 325-326). Pada penggunaannya, dengan melihat *icon*, seseorang dapat langsung mengerti apa yang dimaksudkan walau audiens memiliki latar belakang bahasa yang berbeda. *Icon* menjadi salah satu bahasa visual universal yang dapat dipahami oleh semua orang. Faktor yang paling penting dari sebuah *icon* adalah keterbacaan atau kondisi mudah dibaca dan dipahami, atau *legibility*. Sebuah *icon* yang baik harus mampu membedakan maksud antara *icon* yang satu dengan yang lainnya.

Dalam perancangan sebuah aplikasi, *icon* memiliki peranan yang penting dalam tampilan *graphic user interface*-nya. *Icon* dapat ditampilkan dalam visual aplikasi guna mempermudah pengguna dalam memanfaatkan aplikasi tersebut. Penggunaan *icon* memberikan efisiensi dalam mengarahkan pengguna pada alur aplikasi yang dibuat.

U
M
N



Gambar 2.3 *Icon*

(Sumber: iconfinder.com)

2.4.2. **Tipografi dalam Aplikasi *Mobile***

Tipografi adalah seni dan teknik dalam merancang maupun menata aksara dalam kaitan dengan penyusunan publikasi visual, baik cetak maupun non-cetak (Kusrianto, 2010). Dalam tipografi, kita diajak untuk memilih dan menata huruf sedemikian rupa pada ruang-ruang yang tersedia, guna menciptakan suatu kesan tertentu. Tipografi menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan. Unsur penting dalam tipografi adalah *font*. Font merupakan nama sebuah jenis huruf. Ada berbagai gaya yang ditawarkan dari sebuah font, seperti tercetak miring, tebal, atau bergaris bawah. Umumnya font terbagi menjadi dua, yaitu font sans-serif dan font serif.

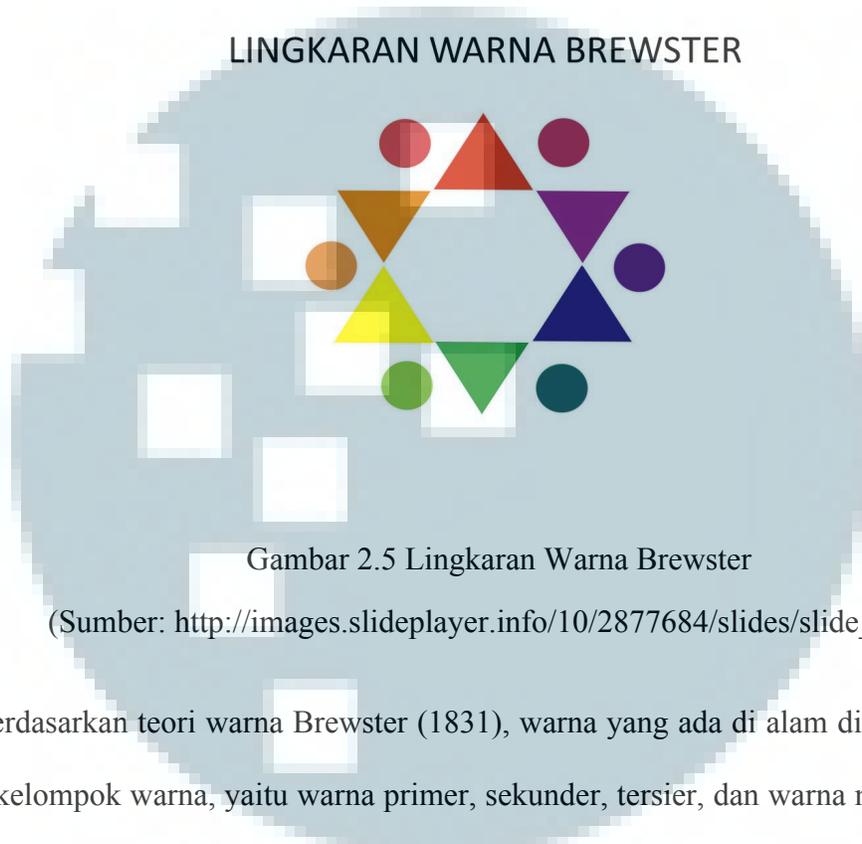


Gambar 2.4 Sans Serif dan Serif
(Sumber: fontco.com)

Danton Sihombing (2003), dalam bukunya yang berjudul *Tipografi dalam Desain Grafis* mengatakan bahwa proses perancangan dengan menggunakan huruf adalah tahapan yang paling menentukan dalam solusi masalah tipografi. Sebagai sebuah aplikasi *mobile* yang akan ditampilkan pada *mobile device* yang umumnya berukuran kecil (atau setidaknya tidak sebesar komputer), pemilihan huruf harus dilakukan dengan tepat. Pemilihan huruf harus terlihat kuat dan gagah namun tetap memiliki unsur *fun* sehingga penyampaian pesan dapat dilakukan dengan ringan namun tepat sasaran.

Sihombing juga menambahkan bahwa *legibility* atau keterbacaan suatu huruf pun menjadi suatu hal penting untuk dipertimbangkan. Tingkat keterbacaan ini umumnya bergantung pada bentuk fisik huruf, ukuran, maupun penataannya. Untuk sebuah aplikasi *mobile*, huruf jenis sans-serif lebih cocok ketimbang jenis serif.

2.4.3. Warna



Gambar 2.5 Lingkaran Warna Brewster

(Sumber: http://images.slideplayer.info/10/2877684/slides/slide_4.jpg)

Berdasarkan teori warna Brewster (1831), warna yang ada di alam dibagi menjadi 4 kelompok warna, yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan warna netral. Warna primer adalah warna dasar yang tidak merupakan campuran dari warna-warna lainnya, yaitu merah, biru, dan kuning. Warna sekunder adalah warna hasil pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1, seperti warna jingga yang merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning, atau hijau yang merupakan campuran biru dan kuning. Sedangkan warna tersier merupakan campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder, seperti warna jingga kekuningan yang didapat dari pencampuran warna kuning dan jingga.

Lain halnya dengan Brewster, Munsell (1858) beranggapan bahwa warna pokok terdiri dari merah, kuning, hijau, biru, dan jingga, sedangkan warna sekunder terdiri dari warna jingga, hijau muda, hijau tua, biru tua, dan nila. Munsell mendasarkan pembagian ini dengan standar warna untuk aspek fisik dan psikis. Masing-masing warna memiliki karakteristik warnanya sendiri-sendiri. Ada warna yang hangat, dan ada yang sejuk. Ada warna tegas, juga warna tua, dan warna muda.

Secara psikologis, warna-warna itu bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja. Warna itu mempengaruhi perilaku, memegang peranan penting dalam penilaian estetis, dan turut menentukan suka tidaknya kita terhadap bermacam-macam benda (Linschoten & Mansyur, 1983). Berlandaskan hal tersebut, memilah-milah jenis informasi yang hendak disampaikan dapat dilakukan dengan menentukan tujuan penggunaan warna.

Dalam sebuah aplikasi *mobile*, pemberian warna yang lebih kuat untuk informasi-informasi penting dapat dilakukan untuk mengarahkan pengguna memilih informasi berdasarkan urutan prioritasnya. Selain itu, pemilihan warna dalam tampilan sebuah aplikasi juga perlu mempertimbangkan resolusi layar *smartphone* karena umumnya berbeda dengan layar monitor biasa. Keterbatasan layar monitor pada *smartphone* ini membuat perancang aplikasi perlu memperhatikan dengan seksama ihwal pemilihan warna agar interaktivitas yang baik dapat tetap terjalin antara aplikasi dengan penggunanya.

2.5. Renungan Harian Kristen

Renungan harian Kristen berisi bacaan perenungan singkat yang diperlengkapi dengan ayat-ayat Alkitab atau teks-teks lain yang diakui berwibawa bagi gereja. Alkitab dapat menjadi sumber pewartaan bagi umat Kristiani. Melalui Alkitab, kita dapat melihat dan memahami karya keselamatan Yesus Kristus. Alhasil, jika orang Kristen dengan teratur membaca renungan harian, mereka akan mendapat makanan rohani oleh Allah lewat para hamba-Nya dan lewat Alkitab sebagai pembimbing ke arah kehidupan yang lebih baik dan penuh kasih. Oleh karena itu, membaca renungan harian perlu diperlengkapi dengan doa untuk memohon penerangan dari Roh Kudus. (Tarigan, 2007, hlm. 69-72)

Meski demikian, tidak semua orang dapat mendengar firman Allah. Manusia seringkali disibukkan oleh tantangan di dalam kehidupan mereka yang membuat mereka tidak dapat mendengar firman Tuhan dan menemukan pimpinan Allah. Dia mengejar kita dan mencoba berkomunikasi dengan kita, tetapi kadang kita terbungkus oleh rasa takut, sakit, dan kesibukan yang membuat kita tidak mampu atau mungkin sebenarnya tidak bersedia untuk mendengar-Nya. Ketika kita terbangun, kita mulai memikirkan hal-hal yang akan kita lakukan. Mengecek *gadget*, menyalakan televisi, dan langsung lanjut ke tempat kerja. Semuanya masing-masing menuntut waktu dan perhatian kita. Akhirnya, tidak ada waktu untuk Allah (Julian, 2009, hlm. 142-154).

Kebiasaan membaca renungan harian seolah sudah terlupakan oleh mayoritas umat Kristen, khususnya kaum remaja. Untuk menumbuhkan kembali kebiasaan itu, diperlukan suatu inovasi yang dapat memudahkan remaja Kristen untuk membaca dan mengakses renungan harian. Pembuatan renungan harian ke dalam bentuk aplikasi *mobile* dapat menjadi solusi yang tepat karena dengan aplikasi *mobile* pengguna dapat mengakses dan membaca renungan harian tersebut di manapun dan kapanpun dengan menggunakan *gadget* atau *smartphone* mereka, sejauh tersedia Internet dan sarana-prasarana lain.

UMMN