

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

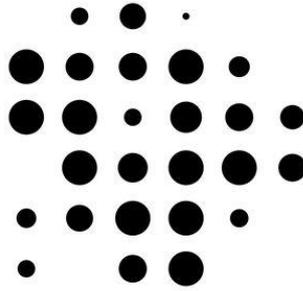
Gavin Ambrose dan Paul Harris (2009) menjelaskan bahwa desain grafis merupakan suatu bentuk seni visual kreatif yang mencakup banyak bidang seperti seni, tipografi, penempatan, dan aspek kreatif lainnya. Terdapat berbagai variasi di bidang ini sehingga desainer dapat fokus secara khusus dalam menciptakan satu desain. Timothy Samara (2014) menekankan bahwa desainer harus memahami proses dan hubungan serta mampu menafsirkan makna menggunakan materi visual dan linguistik yang tersedia. Untuk menerapkan solusi desain terbaik, desainer tidak hanya perlu memahami analisis dan teknik desain, tetapi juga memiliki pengetahuan komprehensif tentang perkembangan teknologi dan media terkini.

2.1.1 Elemen Desain Grafis

dalam membuat karya desain garis, elemen dibutuhkan sebagai fondasi dari proses perancangan. Berikut elemen desain grafis yang digunakan dalam perancangan media berbasis digital:

2.1.1.1 Titik

Titik tampil sebagai tanda, berdiri sendiri, sebagai titik dalam suatu ruang, dan juga dapat menjadi awal dari sebuah kalimat. Banyak bagian dimulai bersamaan membangun ritme atau pola yang menyarankan keteraturan atau variasi, mengungkapkan rasa ketegangan atau relaksasi, tergantung pada keseragaman, skala atau kuantitas, dan pengulangan. (Dabner & Stewart & Vickress, 2020)

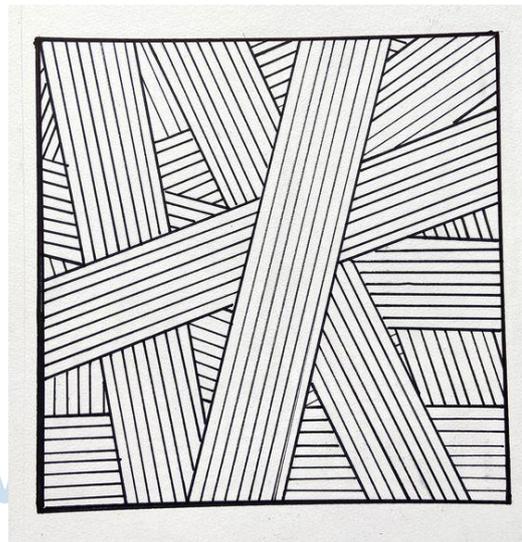


Gambar 2.1 Titik

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/12171677/Budapest-Design-Map>

2.1.1.2 Garis

Garis disebut sebagai jalan antara dua titik. Garis dapat berbentuk lurus, melengkung, tebal, tipis, mendatar, miring, bergerigi, padat, ataupun gestural. Garis yang berbentuk lembut dan sensual menunjukkan ketenangan dan harmoni, sedangkan garis yang tegas dan berlikuk menciptakan rasa perselisihan dan ketegangan.



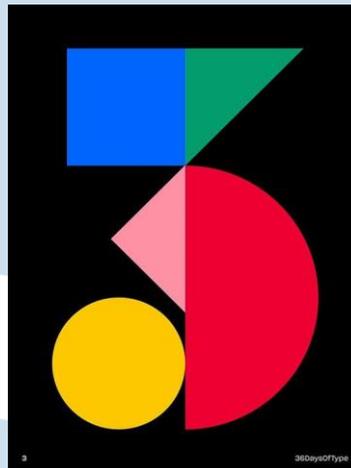
Gambar 2.2 Garis

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/10977592834281963/>

Garis adalah perangkat elegan yang mencakup gerak, momentum, ritme, dan pergerakan ke atas atau kebawah, dan menjadi salah satu pilar utama dalam membangun hirarki dan penutup dari visual (Dabner & Stewart & Vickress, 2020).

2.1.1.3 Bidang Bentuk

Bentuk merupakan permukaan area yang dapat terlihat secara visual dan terdiri dari garis pembentuk sisi, warna, tekstur, ataupun tipografi. Sisi pembatas pada bentuk merupakan hasil tarikan garis dari satu titik dan berlanjut sampai kembali ke posisi awal sehingga menciptakan ruang tertutup.



Gambar 2.3 Bidang Bentuk

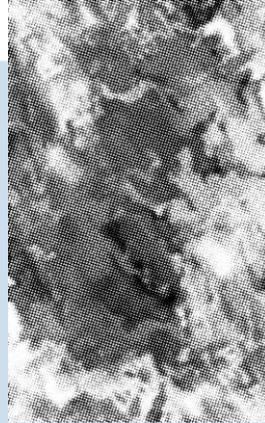
Sumber: <https://www.designspiration.com/save/2179803327301/>

Bentuk dibangun oleh lebar dan tinggi namun tidak dengan kedalaman karna berbentuk dua dimensi. bentuk memiliki fungsi sebagai penentu tata letak, membangun pola, dan Menyusun elemen dalam jumlah banyak dalam komposisi (Paolin, 2018).

2.1.1.4 Pola dan Tekstur

Pola sudah menjadi istilah yang banyak digunakan dalam bidang desain. Pola memang sering dihubungkan dengan pengertian “pola pakaian” atau template, dan memang begitu juga dengan pengertian pada umumnya yaitu pengulangan suatu desain

motif. Selain pola, tekstur juga memiliki definisi yang serupa namun dengan perbedaan tekstur tidak memiliki pengulangan motif yang sama persis.



Gambar 2.4 Pola dan Tekstur

Sumber: <https://www.designspiration.com/save/2179803327301/>

Tekstur menjadi perasaan yang menarik bagi indra peraba kita. Bahkan ketika tekstur tersebut ditunjukkan dalam bentuk visual, indra peraba akan memberikan reaksi sensorik ataupun sensasi sentuhan yang sama seperti merasakannya secara langsung (Stephen & David, 2015).

2.1.1.5 Warna

Pemilihan palet warna merupakan bagian dari proses desain media interaktif. Menyadari pengertian dari tiap warna dan bagaimana cara mereka bekerja sama dalam membantu membuat pilihan warna yang tepat dan sesuai dengan tujuan (Griffey, 2020)

1) Color Wheel

Warna yang terdapat pada color wheel memberikan respon psikologi yang berbeda terhadap setiap orang.

Warna hangat seperti merah, orange, dan kuning terang memberikan lebih banyak energi dalam penggunaannya.

Sementara itu warna dingin seperti biru, hijau, beberapa

warna ungu memberikan kesan lebih tenang (Mollica, 2018)

a) Complementary Color

Complementary Color merupakan dua warna dari sisi berlawanan dalam color wheel. Ketika kedua warna tersebut ditempatkan bersebalahan, cenderung memberi kesan mencolok. Namun saat digabungkan, warna yang dihasilkan cenderung netral (Mollica, 2018).

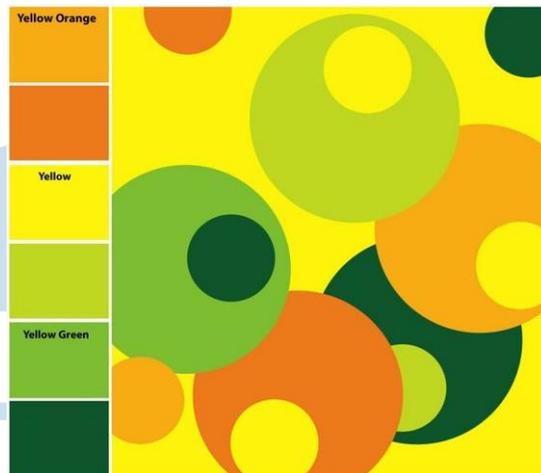


Gambar 2.5 Complementary Color

Sumber: <https://www.coroflot.com/jillleak/Color-Exploration>

b) Analogous Color

Merupakan deretan warna yang bertempat sebelah pada color wheel, contohnya seperti warna biru dan hijau. Dengan menggunakan deretan warna analogus, hasil visual yang ditampilkan terasa 3) Triadic Color menjadi satu kesatuan. Dalam penggunaannya, desainer dapat mengatur rentang warna yang ingin digunakan sesuai dengan kebutuhan (Mollica, 2018).



Gambar 2.6 Analogous Color

Sumber: <https://www.coroflot.com/jillleak/Color-Exploration>

c) Split Complementer

Merupakan warna yang posisinya membentuk segitiga sama kaki di color wheel. Skema warna ini memberi visual warna yang kontras, namun tidak sekuat Complementary Color (Mollica, 2018).



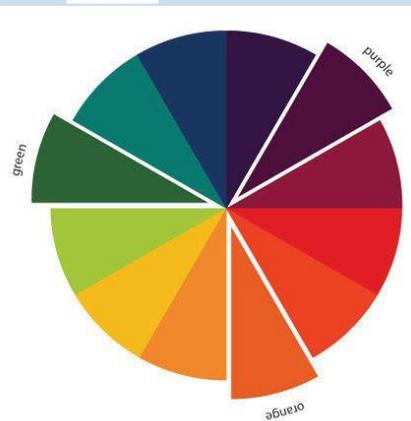
Gambar 2.7 Split Complementer

Sumber: <https://etchrlab.com/blogs/news/split-complementary-color-schemes>

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

d) Triadic Color

Merupakan warna yang memiliki jarak yang sama rata dengan membentuk segitiga sama sisi dalam color wheel. Karena kombinasi dari warna tersebut menghasilkan warnayang cukup kontras, oleh karena itu disarankan untuk menggunakan salah satu warna dalam triad sebagai dominan dan kedua warna lainnya sebagai warna pendukung (Mollica, 2018).

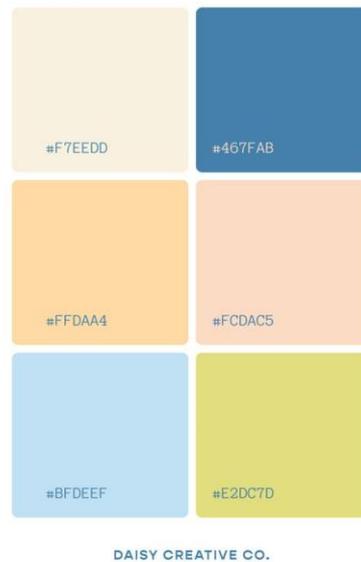


Gambar 2.8 Triadic Color

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/344947652721533291/>

2) Color Pallete

Sama halnya dengan memilih tipografi dari awal, menentukan warna terdahulu dalam proses desain dapat membuat pekerjaan lebih mudah karena sudah mengerucutkan pilihan yang ada. Warna yang kontras dapat membantu menarik perhatian elemen penting yang terdapat pada layer, terlebih ketika elemen lain terlihat lebih netral (Griffey, 2020)



Gambar 2.9 Color Pallete
 Sumber: <https://daisycreative.co/>

3) Hue

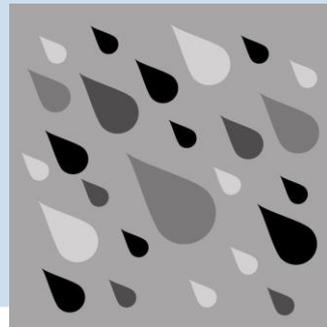
Kata “hue” dan “warna” seringkali digunakan secara bergantian, mengacu pada kelompok yang berasal dari warna tertentu (Mollica, 2018). Hal ini sejalan dengan Eddie Opara dan John Cantwell (2014), bahwa hue merupakan warna yang ditandai berdasarkan posisinya dalam rentang warna atau spektrum yang ada. Melalui posisinya dalam rentang warna, didapatkan makna warna yang spesifik seperti “merah keorenan”. Selain itu hue juga dapat dideskripsikan dengan tone warna seperti gelap, hangat, netral, tenang, dingin, dan terang.



Gambar 2.10 Hue
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/16184879904997641/>

4) Value

Dalam setiap hue, didapatkan jangkauan warna dari terang ke gelap. Namun, setiap hue memiliki value yang berbeda tergantung pada warna pada color wheel (Molica, 2018). value dari warna dapat diatur dengan menambahkan warna yang lebih terang seperti warna putih, menghasilkan warna tint. Hal sebaliknya juga terjadi saat menambahkan warna gelap seperti hitam dapat menciptakan warna shade (Opara & Cantwell, 2014)



Gambar 2.11 Value Color

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/286611963781568358/>

5) Saturation & Intensity

Saturation dapat dinilai berdasarkan intensiti pada suatu warna. Hal tersebut dapat diukur berdasarkan intensitas suatu warna, sedangkan desaturation yang memiliki sifat berlawanan memiliki intensitas yang lebih lemah sehingga menghasilkan warna yang kusam. Saturation perlu melalui warna chroma untuk bekerja, namun tanpa menggunakan warna jenuh seperti hitam, putih, dan abu – abu. Desaturation dalam chroma berarti ditambahkan warna hitam, putih, dan abu – abu (Opara & Cantwell, 2014).

6) Color Psychology

Berdasarkan Dabner, Stewart, dan Vickress (2020), walaupun bersifat subjektif dan bergantung pada budaya lokal, warna mungkin untuk memiliki beberapa karakteristik universal. Merah, oranye, dan kuning cenderung memberi kesan hangat dan dapat menggambarkan perasaan senang, bersemangat, dan larangan. Di sisi lain, biru dan hijau memberi kesan dingin dengan konotasi tenang, damai, aman, atau depresi.

2.1.2 Prinsip Desain Grafis

Proses desain memiliki prinsip dasar yang membantu desainer merancang karyanya. Prinsip desain berikut digunakan dalam proses desain media informasi:

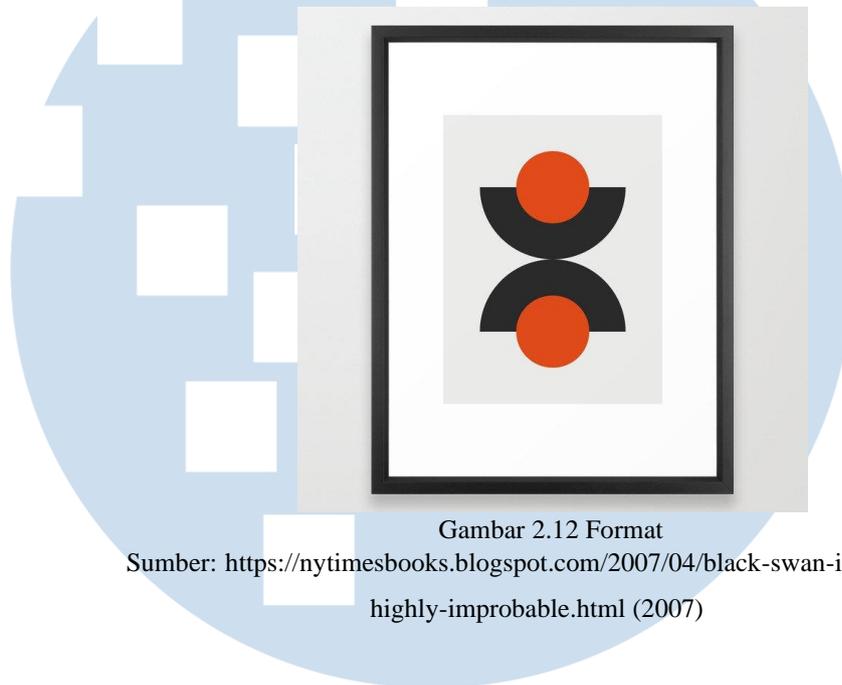
2.1.2.1 Format

Menurut Robin Landa (2015), format adalah tingkat atau ukuran yang membatasi tepi luar suatu area desain. Dalam proyek desain grafis, layar ponsel, papan reklame, selebar kertas, adalah beberapa contoh dari model format. Oleh karena itu, tidak heran jika desainer menggunakan berbagai jenis format dalam dunia desain. Meskipun tidak jarang format yang digunakan melebihi dimensi dalam aspek bentuk dan ukuran, desainer tetap harus bekerja dalam batasan ini.

2.1.2.2 Keseimbangan

Keseimbangan dihasilkan dari distribusi bobot visual yang seimbang dan pemerataan setiap elemen dalam komposisi desain. Komposisi yang seimbang akan menciptakan suatu karya yang harmonis. Perbedaan penempatan visual merupakan salah satu aspek yang menentukan bobot visual suatu karya. Landa (2015) juga menambahkan bahwa keseimbangan hanyalah salah satu

prinsip komposisi yang ada dan harus dapat bekerja sama dengan prinsip lainnya. Keseimbangan dihasilkan dari distribusi bobot visual yang seimbang dan pemerataan setiap elemen dalam komposisi desain.



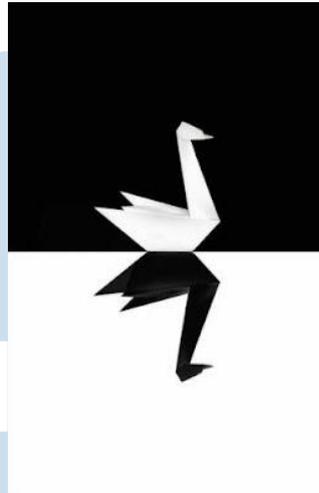
Gambar 2.12 Format

Sumber: <https://nytimesbooks.blogspot.com/2007/04/black-swan-impact-of-highly-improbable.html> (2007)

2.1.2.3 Simetri

Dalam dunia desain, pengertian mengenai "simetri" adalah hubungan spasial antar elemen, terutama jika elemen berada di tengah, terdapat jarak antara sisi kiri dan kanan ataupun atas dan bawah, dan gambar merefleksif pada kedua sisi. Pengertian simetri yang kedua mempunyai arti yang lebih umum dan mengacu pada rasa keselarasan atau keseimbangan yang mencerminkan keindahan. Simetri sering digambarkan sebagai sempurna, tradisional, teratur, rasional, dan damai (Dabner & Stewart & Vickress, 2020).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.13 Simetri

Sumber: <https://nytimesbooks.blogspot.com/2007/04/black-swan-impact-of-highly-improbable.html> (2007)

2.1.2.4 Asimetris

Desain asimetris memanfaatkan keseluruhan bentuk daripada memusatkan elemen di tengah, menciptakan komposisi dinamis yang bermain dengan skala, kontras, ruang, dan ketegangan antar elemen. Dalam desain asimetris, ruang negatif seringkali kurang pasif dan dapat dengan mudah dianggap sebagai bagian dari desain



Gambar 2.14 Asimetri

Sumber: https://www.graphic-exchange.com/archives/home_0807.html

Asimetri biasanya melibatkan lebih sedikit aturan, batasan, dan kemungkinan lain yang lebih ekspresif. Namun, setiap jenis

komposisi memiliki tempatnya masing-masing, dan yang terpenting adalah mempelajari cara mengenali waktu yang tepat untuk menggunakannya (Dabner & Stewart & Vickress, 2020).

2.1.2.5 Penekanan

Menurut Landa (2015), adanya penekanan pada penataan gambar berdasarkan prioritas, penekanan pada bagian yang ingin dijadikan elemen dominan dibandingkan elemen lainnya. Desainer menetapkan aksent dengan menentukan terlebih dahulu elemen grafis yang ingin ditampilkan, kemudian menentukan urutan alur pembacaan dari gambar tersebut. Jika semua elemen desain memiliki fokus yang sama atau tidak ada fokus sama sekali, maka pekerjaan yang dihasilkan akan menjadi r



Gambar 2.15 Penekanan

Sumber: <http://www.milimbo.com/index.php/estudio/carteles--posters/>

2.1.2.6 Irama

Dalam dunia desain, ritme diartikan sebagai pengulangan elemen visual pada interval yang telah ditentukan (Landa, 2015). Hal ini sesuai dengan pernyataan Stephen Pentak dan David A. Lauer (2015) bahwa ritme melibatkan pengulangan elemen yang sama atau perubahan halus antar elemen. Irama dapat diterapkan pada berbagai format media cetak dan digital. Landa menambahkan, pentingnya ritme dalam desain adalah mengembangkan aliran visual yang konsisten

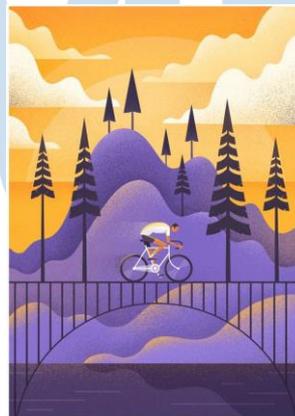


Gambar 2.16 Irama

Sumber: <https://www.itsnicethat.com/features/geoff-mcfetridge-in-conversation-illustration-art-1204021> (2021)

2.1.2.7 Kesatuan

Kesatuan diartikan sebagai kesepakatan antara unsur-unsur dalam suatu desain yang saling bekerja sama seolah-olah saling memiliki dan membentuk satu kesatuan. Jika unsur-unsur lain tidak tersambung secara harmonis, maka komposisi karya tersebut akan kacau dan kurang memiliki rasa kesatuan. Stephen Pentak dan David A Laurer (2015) juga menambahkan bahwa aspek penting dari kesatuan suatu karya adalah keseluruhan elemen desain harus mampu mendominasi bagiannya sendiri. Desainer harus mampu membayangkan keseluruhan karya sebelum memikirkan elemen visual di dalamnya.



Gambar 2.17 Kesatuan

Sumber: [https://www.behance.net/gallery/44278055/Illustration-2016-\(part-2\)](https://www.behance.net/gallery/44278055/Illustration-2016-(part-2)) (2016)

2.1.2.8 Skala dan Proporsi

Skala dan proporsi adalah dua kata terkait yang memiliki arti yang sama jika menyangkut ukuran. Proporsi diartikan sebagai skala fleksibel dimana ukuran diukur berdasarkan standar yang ada (Pentak & Lauer, 2015). Menurut Landa, skala diartikan sebagai ukuran suatu elemen desain dalam suatu komposisi relatif terhadap elemen lainnya.



Gambar 2.18 Skala dan Proporsi

Sumber: <https://www.theispot.com/whatsnew/2018/2/benedetto-cristofani-illustration-metoo-and-us.htm> (2018)

2.1.2.9 Tipografi

Berdasarkan Gavin Ambrose, tipografi merupakan media yang berfungsi untuk dapat menuliskan suatu ide atau arti dalam bentuk visual. Tipografi menjadi salah satu unsur yang paling berpengaruh dalam membentuk karakter dan emosional dari suatu desain, bentuk visual yang digunakan memiliki efek yang berbeda terhadap ide dan bagaimana orang lain bereaksi membacanya (Ambrose & Paul, 2009).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.19 Font

Sumber: <https://dribbble.com/shots/8769790-Lucky-Modern-San-Serif-Font>

2.1.2.10 Serif & Sans Serif

Serif merupakan kata yang berasal dari bahasa Belanda untuk “garis”, jadi dapat dikatakan bahwa tipografi serif merupakan jenis tipografi dengan garis tambahan pada bagian akhir suatu bentuk huruf. Kata sans memiliki arti “tanpa”, oleh karena itu jenis tipografi sans tidak memiliki garis tambahan.

Perbedaan lain yaitu tipografi serif memiliki perbedaan ketebalan goresan yang bervariasi, namun sans serif tidak memilikinya. Tentu terdapat banyak tipografi yang tidak termasuk kedalam serif maupun sans serif, namun Sebagian besar huruf yang ditemukan dalam media interaktif adalah tipografi serif atau sans serif (Griffey, 2020).

2.1.3 Capital & lowercase

Menurut Rob Carter (2014), Jika keseluruhan dari sebuah teks menggunakan huruf kapital, pembaca akan kesusahan membacanya karena kurangnya nilai keterbacaan. Sebaliknya, teks yang menggunakan huruf lowercase lebih mudah terbaca karena variasi dari bentuk setiap huruf. Variasi bentuk huruf, ascender, descender memberi kontras dalam teks yang membuat pembaca merasa nyaman dan puas dalam membaca suatu teks (Carter et al.).

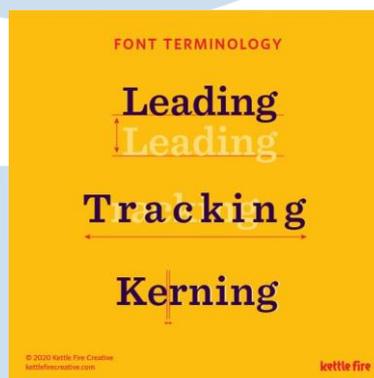


Gambar 2.20 Capital & lowercase

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/195714475/Innovator-Grotesk-font>

2.1.4 *Tracking & Leading*

Tracking dikatakan sebagai banyaknya ruang yang berada antara tiap huruf dari sebuah kata yang dapat disesuaikan dalam mendekatkan huruf ataupun membuatnya menjauh antara satu sama lain. *Tracking* dapat digunakan sampai jarak antar huruf terasa dekat ataupun dihapus sepenuhnya dengan *negative tracking*. Pada penggunaannya yang lain, *tracking* memberi ruang antar huruf sehingga dapat mencegahnya dari saling bersentuhan (Ambrose & Harris, 2009).



Gambar 2.21 *Tracking & Leading*

Sumber: <https://kettlefirecreative.com/typography-explained-font-terminology/>

Selain *tracking*, terdapat istilah *leading* yang mengacu pada jarak antar baris huruf. salah Dengan penggunaan *leading* yang baik, tulisan yang ditampilkan akan lebih terbaca oleh para pembaca (Griffey, 2020).

2.1.5 Alignment

Dengan teks rata kiri, setiap baris dimulai dari tempat yang sama; indra pengelihatan kita dapat mengetahui persis dari mana harus memulai baca kalimat selanjutnya. Teks rata tengah dan tengah memiliki titik mulai yang berbeda sehingga mata harus mencarinya setiap menyelesaikan satu baris. Usaha kecil ini membuat teks rata tengah dan kanan lebih sulit untuk dibaca dan lebih cocok untuk teks berukuran besar (Griffey, 2020).

2.1.6 Prinsip Layout

Tata letak mengacu pada kelompok material yang memiliki bentuk yang berbeda dalam membangun konten dari sebuah desain. Hasil karya perancangan yang baik menyajikan informasi dengan cara yang logis dan menonjolkan bagian penting didalamnya. Penyusunan dasar komposisi merupakan hal yang penting dalam prosesnya. Selain itu, penyampaian informasi yang baik menjadi pertimbangan pertama dari seorang perancang (Dabner, Stewart & Vickress, 2020).

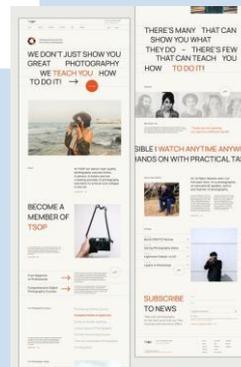
Penyampaian informasi yang ditata secara konsisten membantu pembaca menyerap informasi melalui bentuk visual yang nyaman dipandang dan dapat mengkomunikasikan konten dengan baik (Dabner, Stewart & Vickress, 2020).

2.1.6.1 Grid

Grid memberikan tata letak kolom, margin, dan tempat untuk teks dan gambar. *Grid* pada desain yang baik memungkinkan tata letak yang lebih fleksibel setiap halaman individual dengan tetap menyediakan dasar yang memberikan konsistensi visual pada berbagai halaman. *Grid* tentunya penting dalam semua pekerjaan editorial, termasuk seperti buku dan majalah, tetapi tetap dapat berlaku dalam desain situs web yang baik, dimana beberapa elemen diam ditempat, dan lainnya berubah (Dabner, Stewart & Vickress, 2020).

1) *Multicolumn Grids*

Jenis *grid* ini memungkinkan untuk memiliki lebar kolom yang berbeda dan dapat digabungkan dengan berbagai cara. Amy Graver & Ben Jura (2012) juga menambahkan kalau jenis *grid* ini dapat menjadi pilihan yang tepat kalau konten yang digunakan memiliki ukuran material yang beragam.



Gambar 2.22 *Multicolumn Grids*

Sumber: https://www.behance.net/gallery/118558137/Website-for-the-school-of-photography?tracking_source=for_you_feed_user_published

2) *Modular Grids*

Modular Grid pada dasarnya merupakan kumpulan *grid* yang terdiri dari kolom maupun garis. *Grid* dengan kombinasi ini menciptakan beberapa tempat untuk *column* yang dapat digabungkan secara vertical maupun horizontal, dan memungkinkan desainer untuk menghasilkan zona spasial dengan ukuran yang beragam. (Graver & Jura, 2012).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.23 Modular Grids

Sumber: <https://dribbble.com/shots/1602950-Site-Remixjobs-Day-homepage-design>

3) Hierarchical Grids

Hierarchical grid dapat menjadi pilihan yang tepat jika konten yang ingin ditampilkan memiliki kebutuhan yang spesifik dan tidak sesuai dengan penataan pada biasanya, ataupun pemisahan jarak antar konten. (Graver & Jura, 2012).



Gambar 2.24 Hierarchical Grids

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/1055599902809387/>

2.1.6.2 Column & Column Interval

Column merupakan jajaran atau susunan vertical yang digunakan sebagai tempat teks dan gambar dikumpulkan. Dalam *grid* apapun, jumlah *column* yang digunakan tergantung oleh beberapa factor penting, salah satunya makna, konten, dan bagaimana seorang desainer ingin menampilkan konten tersebut. *Column* dapat memiliki lebar yang sama ataupun berbeda, tergantung seberapa banyak *column* yang digunakan. satu ataupun banyak *Column* dapat diisi dengan tulisan saja, gambar saja, ataupun kombinasi antara keduanya. Jarak antar *Column* disebut dengan *Column Interval* (Landa, 2015).

2.1.6.3 Margin

Margin merupakan tepi luar dari konten yang mengelilingi dan menentukan area tata letak teks dan gambar. Proporsi margin menjadi peran penting dalam membangun keseluruhan karya dalam komposisi. Fungsi lain dari margin yaitu untuk menarik perhatian pembaca terhadap konten dan menyediakan tempat mata dapat beristirahat secara berkala (Samara, 2020).

2.1.6.4 Flowlines

Flowlines merupakan jajaran bidang kosong yang memecah konten dalam bentuk horizontal. *Flowlines* membantu memandu mata dalam membaca konten yang tertera pada seluruh format dan dapat digunakan untuk pembatas bacaan teks atau gambar. Dalam satu format memungkinkan untuk menggunakan lebih dari satu *flowlines* (Samara, 2020). Landa (2015) juga menambahkan bahwa *Flowlines* sendiri dapat digunakan jenis *grid* reguler ataupun irregular.

2.1.6.5 Spatial Zone

Menurut Timothy Samara (2020), Spatial zone merupakan kumpulan dari beberapa modul atau *column* yang membentuk area spesifik. Setiap area tersebut memiliki tata peletakan konten yang spesifik dalam menampilkan informasi tertentu. Misalnya, bidang horizontal digunakan untuk penempatan gambar dan bidang vertical digunakan untuk menempatkan konteks dari gambar tersebut. Landa (2015) juga menambahkan bahwa proporsi dari tiap area spatial zone tergantung dari konten tiap jenis media, audiens, ataupun sarana dalam penyampaiannya.

2.1.7 Copywriting

Copywriting diartikan sebagai penggunaan kata yang lebih mudah dipahami dan dapat mengantarkan pesan yang sebenarnya dalam bentuk aktivitas komersial. Dalam penggunaannya, *copywriting* dapat memperdalam komunikasi yang menguntungkan kedua sisi menggunakan tulisan. Untuk meyakinkan konsumen, terdapat tiga faktor yang perlu dikuasai dalam penulisan *copywriting*, yaitu:

2.1.7.1 Get Attention

Dalam penerapannya pada media komersial, kesan pertama merupakan kunci utama dari sebuah kesuksesan. Apabila konsumen tidak merasa adanya ketertarikan dan relevansi dengan komersial yang ditampilkan, maka tujuan utama dari media tersebut untuk menarik perhatian tidak berhasil.

Headline merupakan elemen utama dari penulisan *copywriting* pada suatu media. Sebagian besar konsumen membaca keseluruhan tulisan berdasarkan *headline* yang digunakan. Namun, inti dari suatu keseluruhan tulisan berada pada bagian body text. Dalam menarik perhatian konsumen untuk sampai pada bagian

tersebut, tulisan yang ditampilkan perlu membangkitkan rasa ingin tahu konsumen.

2.1.7.2 Persuasi

Dengan komunikasi yang jelas dengan konsumen, *copywriting* diharapkan dapat meyakinkan konsumen untuk bertindak selaras dengan tujuan dibuatnya alur tulisan. Untuk dapat memberikan efek persuasif, konten didalamnya perlu mencakup ajakan dan keuntungan yang didapatkan jika konsumen mengetahui ataupun mengikuti informasi didalamnya.

2.1.7.3 Communicate

Komunikasi merupakan aspek yang menjadi dasar dari penulisan *copywriting*. Jika karya yang dihasilkan tidak dapat mengkomunikasikan informasi dengan baik, maka pemahaman yang konsumen tangkap dapat berbeda dari aslinya. Untuk dapat mengkomunikasikan informasi secara jelas, dibutuhkan bahasa yang mudah dipahami serta mampu untuk menempatkan diri sebagai konsumen yang membaca *copywriting* tersebut. Selain itu, penggunaan kalimat yang singkat dan tidak kompleks dapat mempermudah komunikasi dengan konsumen.

2.2 Media Informasi

Berdasarkan Turrow (2016), Media merupakan sarana yang telah dikembangkan oleh industry dengan tujuan menciptakan dan mengirim pesan. Media Informasi dikenalkan oleh organisasi yang bekerja sama untuk memproduksi dan menyebarkan konten yang bervariasi, seperti konten hiburan sampai dengan berita dan media pembelajaran. Dengan media industry ini, produksi massal memberi potensial untuk dapat sampai pada masyarakat luas dengan keberagamannya masing – masing.

2.2.1 Media Digital

Dengan perkembangan teknologi dan internet di era modern ini, banyak masyarakat yang menggunakan media digital sebagai sarana

berkomunikasi dan mencerna berbagai informasi. Salah satu kelebihan dari media digital adalah mudah untuk diakses oleh masyarakat dengan menggunakan jaringan internet yang sudah tersebar di tempat umum. Tidak hanya itu, adaptasi konten media yang mudah diakses dengan berbagai jenis perangkat membuatnya terlihat praktis untuk segala kegiatan (Turrow, 2016). Berikut beberapa jenis sarana dalam mengakses informasi:

2.2.1.1 Internet

Internet didefinisikan sebagai sarana berkomunikasi dan menerima informasi secara langsung yang dipercaya dapat mencakup segala jenis komunikasi dari intrapersonal, grup, maupun massa. Arti lainnya dari internet yaitu, media yang dapat menghubungkan tiap perangkat di seluruh dunia. Dengan kemampuan tersebut, internet sering disebut sebagai media modern, media baru, dan media terbaik dalam berkomunikasi (Rustam, 2017). Maka dapat disimpulkan bahwa internet merupakan salah satu media yang tepat untuk berkomunikasi karena kemampuannya yang dapat menjangkau semua orang dengan informasi dan konten yang sama.

2.2.1.2 Web First

Dalam perkembangan teknologi pada media digital, secara mobile memberi tantangan baru kepada para desainer untuk memikirkan langkah mereka dalam interaksi desain. Berdasarkan Luke Wroblewski dalam Curinga dan Saravanos (2016), membuat desain dalam bentuk mobile tidak hanya bertujuan untuk mempersiapkan perkembangan teknologi yang akan datang, namun juga membangun kesempatan baru dalam bidang internet secara mobile dalam melahirkan inovasi yang sebelumnya belum pernah terjadi. Berdasarkan Wroblewski, mobile first merupakan titik baru dalam dunia desain dimana desainer memiliki target utama

pengguna perangkat mobile dibandingkan perangkat yang lebih tradisional, yaitu PC computer.

Selain karena perkembangan teknologi dalam media mobile, minat masyarakat dalam penggunaan perangkat mobile dalam aktivitas sehari-hari juga mempengaruhi kepopuleran dalam strategi mobile first. Mobile first dipercaya sebagai penerapan yang baik dalam membuat laman yang responsive.

2.2.2 Fungsi Media

Media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal ini disebabkan oleh peran media massa yang dapat menghubungkan masyarakat dengan pesan yang berasal dari berbagai tempat. Terdapat tiga kebutuhan yang terpenuhi saat menggunakan media, yaitu hiburan, edukasi, dan rasa kebersamaan (Turrow, 2016)

2.2.2.1 Hiburan

Rasa senang merupakan salah satu kebutuhan dasar seorang manusia. Seorang individu merasa senang saat dalam keadaan terhibur. Hiburan didefinisikan oleh para pengelola media sebagai konten yang menarik perhatian orang dan menanamkan rasa puas tersendiri. Namun, bukan berarti setiap orang dalam industri hiburan hanya berfokus pada unsur menghibur. Banyak film yang di label kedalam kategori hiburan namun memiliki tujuan untuk menyatakan tanggapan politik ataupun dengan tujuan mengedukasi (Turrow, 2016).

2.2.2.2 Edukasi

Media yang membawa aspek edukasi bertujuan untuk mengajarkan ide ataupun pemahaman tertentu melalui konten yang diberikan. Bentuk media yang membawa aspek edukasi tidak hanya dalam bentuk buku, namun dapat berupa media digital seperti media sosial ataupun video game (Turrow, 2016)

2.2.2.3 Kebersamaan

Berdasarkan Turrow (2016), media sebagai sarana berinteraksi mampu membawa rasa kebersamaan kepada mereka yang merasa kesepian dan sendirian. Bahkan terkadang media itu sendiri mampu untuk menarik orang – orang yang sedang dalam keadaan sulit dan membantunya dalam mengatasinya. Selain itu, media dapat membantu orang yang memiliki penyakit berat ataupun mereka yang memasuki umur lansia dalam memenuhi kebutuhan sosialnya.

2.2.3 Media Digital Interaktif

Dalam merancang media interaktif dibutuhkan pemikiran yang matang dalam beberapa hal, seperti siapa yang akan menggunakannya, dengan tujuan apa dibuatnya produk tersebut, dan kapan produk tersebut akan digunakan. Pertimbangan penting lainnya yaitu untuk memahami aktifitas yang *user* lakukan saat mengoperasikan dengan produk tersebut. Hal tersebut selaras dengan pernyataan Sharp, Roger, dan Preece (2019) bahwa kesesuaian antara media digital yang digunakan, pengaturan internal, dan produk akhir yang dihasilkan bergantung pada jenis aktivitas yang didukung oleh produk tersebut. Pada akhirnya terdapat pertanyaan penting yang desainer harus dapat jawab, “bagaimana mengoptimalkan interaksi antara perangkat dan *user* dengan menggunakan produk tersebut sehingga dapat mendukung aktivitas *user* dengan berguna, efektif, dan menyenangkan secara bersamaan?”

2.2.3.1 Faktor dalam membangun Media Digital Interaktif

Dalam membangun media digital interaktif, terdapat beberapa karakteristik pembentuk seperti bentuk platform, fungsi, dan skala yang bervariasi. Namun demikian, terdapat faktor lain yang mempengaruhi proses perancangan media digital interaktif, seperti fungsionalitas dan konten.

1) Fungsionalitas

Setiap produk interaktif dituntut untuk memiliki tujuan penggunaan yang berbeda – beda. Tujuan tersebut dapat berupa peningkatan produktivitas dalam bekerja, media yang membantu jalur pembelajaran, ataupun aktivitas keseharian lain. Untuk dapat menentukan tujuan penggunaan dengan mudah, lebih baik untuk memahami usability dalam menciptakan suatu produk terlebih dahulu. *Usability* sendiri mengacu pada seberapa mudah suatu produk untuk dipelajari, efektif untuk digunakan, dan menyenangkan berdasarkan sudut pandang *user* (Griffey, 2020).

2) Konten

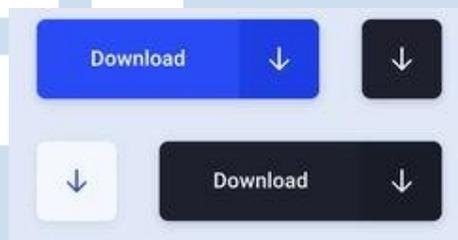
Dalam membangun media interaksi, terdapat banyak konten seperti ilustrasi, gambar, teks, video, dan music yang memerlukan banyak waktu dalam produksinya. Contohnya dalam memproduksi game pertualangan diperlukan penulisan cerita yang baik, desain karakter yang menarik, environment yang mendukung, dan menciptakan music original serta rekaman. Selain itu, masih banyak konten yang diperlukan dalam membangun projek tersebut (Griffey, 2020).

2.3 Website

Website merupakan kumpulan dari beberapa halaman web yang saling berhubungan, tetap berada dalam satu domain yang sama, dapat diakses dari perangkat computer dengan koneksi internet dan. Karena sekarang *website* bisa diakses dimana saja, sebagian besar konten dan tata letak didalamnya dapat beradaptasi dengan jenis perangkat yang digunakan saat mengaksesnya. Keharusan dalam beradaptasi tersebut menjadi tantangan baru bagi para web desainer (Turrow, 2016).

2.3.1 *Button*

Dalam perancangan *website*, dibutuhkan pemicu dari suatu aksi sehingga dapat mengarahkan *user* dalam melakukan navigasi. Salah satu pemicu itu dapat berbentuk tombol. Terdapat dua aspek yang mempengaruhi performa suatu tombol, yaitu penerapan warna dan ukuran. Tujuan penerapan kedua aspek tersebut yaitu untuk menitikberatkan navigasi untuk aksi selanjutnya.

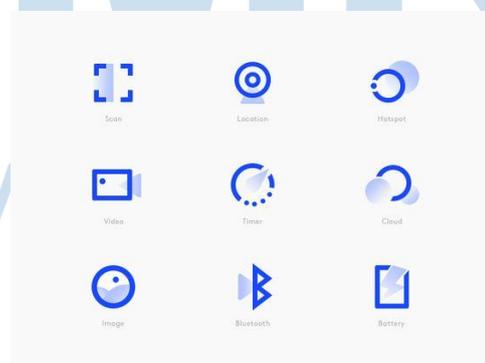


Gambar 2.25 *Button*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/820569994619962711>

2.3.2 *Icon*

Icon digunakan sebagai sarana komunikasi yang bersifat visual dan memberi keuntungan dalam menjadi pengantar informasi yang mudah dipahami oleh pola pikir yang dimiliki oleh manusia. Selain memberikan kemudahan sebagai perantara informasi yang ringkas, *icon* juga memberi penampilan yang dekoratif dan menarik pada laman digital.

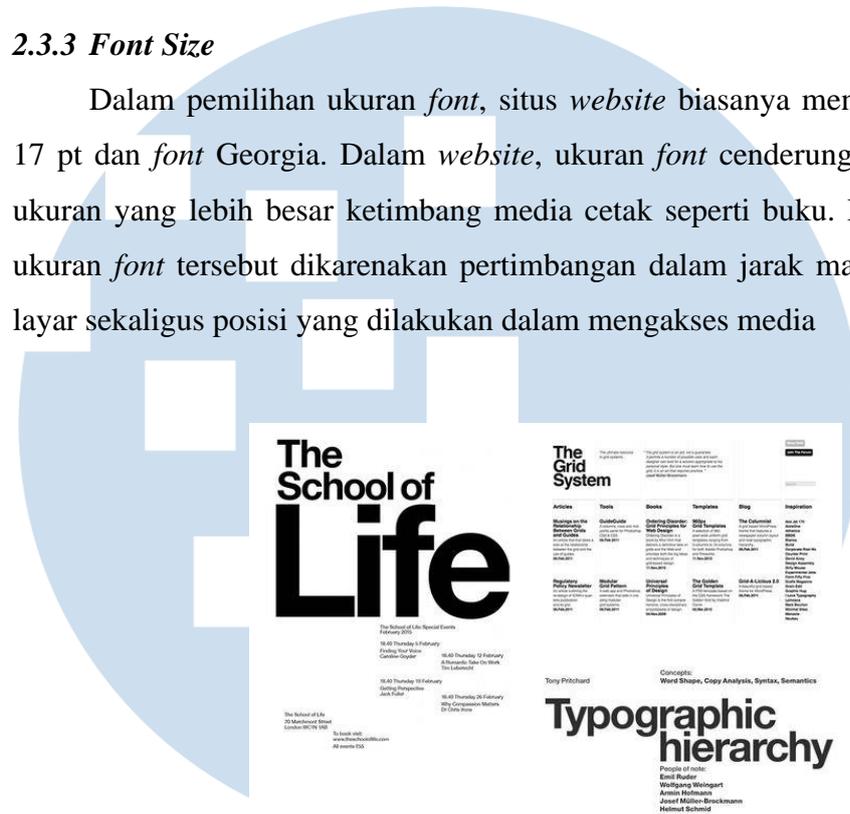


Gambar 2.26 *Icon*

Sumber: <https://dribbble.com/shots/4745926-Icon-Style-Explore>

2.3.3 Font Size

Dalam pemilihan ukuran *font*, situs *website* biasanya menggunakan 17 pt dan *font* Georgia. Dalam *website*, ukuran *font* cenderung memiliki ukuran yang lebih besar ketimbang media cetak seperti buku. Perbedaan ukuran *font* tersebut dikarenakan pertimbangan dalam jarak mata kepada layar sekaligus posisi yang dilakukan dalam mengakses media

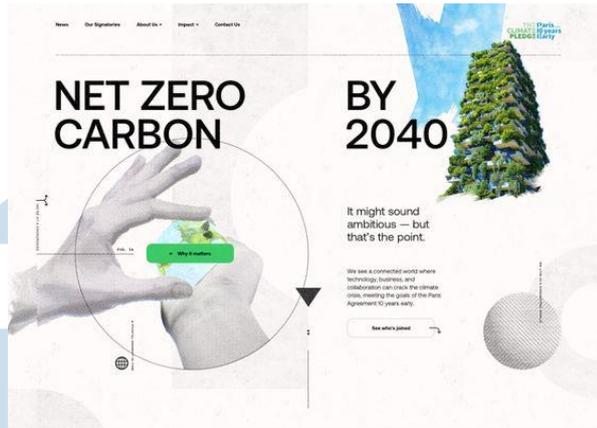


Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/37084396921350222/>

2.3.4 Tekstur

Penggunaan tekstur dalam *website* memberi gambaran yang beda dari lainnya sekaligus memberi alternatif kepada desainer untuk dapat menyusun desain dengan komposisi lain. Pemberian tekstur pada *website* dapat memberi unsur keindahan saat *user* melihat *website*. Selain sebagai unsur keindahan dalam *website*, tekstur dapat menonjolkan persepsi dan sifat yang dimiliki oleh *website* tersebut, seperti memberikan kesan yang professional, formal ataupun tema bersahabat.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

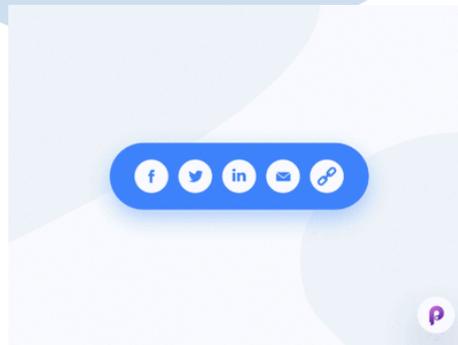


Gambar 2.28 Tekstur pada *Website*

Sumber: <https://www.awwwards.com/sites/the-climate-pledge>

2.3.5 *Round Corner*

Penggunaan *round corner* dalam berbagai aspek visual *website* memberikan kesan yang yang ramah dan halus kepada *user* yang menggunakannya. Selain itu, *round corner* juga membantu interaktivitas *website* terlihat berjalan lebih halus. Dari sisi psikologi, *round corner* membantu *user* dalam menarik perhatian dan navigasi *website*.



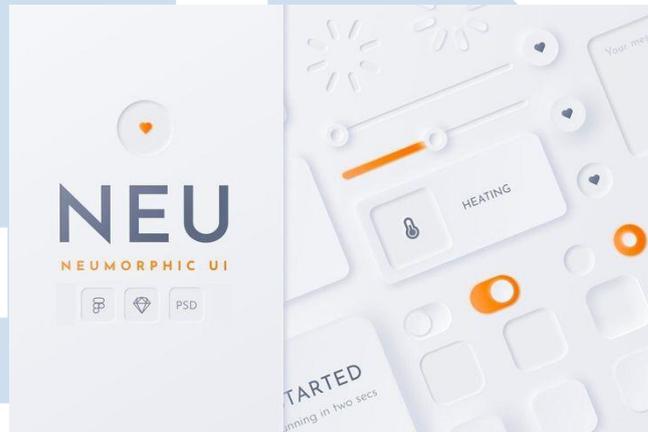
Gambar 2.29 Round Corner

Sumber: <https://dribbble.com/shots/2191426-Shortlist-Icon-animates-now>

2.3.6 *Light and Shadow*

Gelap dan terang merupakan aspek yang penting dalam menonjolkan kontras dalam sebuah karya visual. Penggunaan gelap dan terang dalam *website* bertujuan untuk menunjukkan bagian *website* yang memiliki fungsi interaksi, seperti pada fitur hover pada tombol laman. Selain memberikan informasi, gelap dan terang digunakan untuk menambahkan variasi dalam

website sehingga tidak terlihat datar sekaligus memberi kesan tiga dimensi dalam *website* dua dimensi.



Gambar 2.30 Light and Shadow

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/155303887901641386/>

2.3.7 User Interface

UI atau *User Interface* merupakan bentuk visual dari barang yang bersifat digital. Tampilan *UI* biasanya digunakan pada aplikasi dan *website* sebagai penghubung *user* dan produk atau jasa yang disediakan. Dalam merancang tampilan *UI*, diperlukan hubungan harmonis antara *grid*, layout, typography, warna, animasi, dan microinteraction. Oleh karena itu, *UI* disebut sebagai keseluruhan dari pengalaman pengguna dalam mengakses produk digital (Malewicz, 2020).

2.3.8 User Experience

UX atau *User Experience* diartikan sebagai proses atau cara sebuah produk dapat dijalankan dengan baik. Tujuan *UX* bertujuan untuk mempermudah pengguna dalam menggunakan suatu produk. Dalam pengerjaannya, *UI designer* berfokus pada aspek penampilan, dan *UX designer* berfokus pada proses alur penggunaan produk. Selain itu, salah satu pekerjaan *UX* desainer juga melakukan penelitian, dalam bentuk survei, tes, wawancara kelompok, workshop, dan lainnya.

UI dan *UX* merupakan aspek yang tidak dapat dipisah, karena dalam menciptakan alur yang mudah dipahami, dibutuhkan penampilan dan tingkat keterbacaan yang baik pada produk.

2.3.9 Micro Interaction

Berdasarkan Soegaard (2024), *Micro-interaction* merupakan bentuk interaktivitas kecil yang bekerja pada produk digital. *Micro-interaction* memberikan balasan ataupun respon balik terhadap pengguna. Salah satu penggunaannya yaitu dalam memberi arahan dalam cara mengerjakan atau menggunakan suatu produk. Walaupun hanya memberikan perubahan kecil pada suatu fungsi, *micro-interaction* memiliki peran penting untuk menjadikan suatu produk lebih menarik sekaligus bertujuan untuk meningkatkan *user experience*. *Micro-interaction* memiliki banyak cara dalam mengkomunikasikan informasi kepada pengguna. Dengan variasi yang tidak terhitung, *micro-interaction* yang dihasilkan dapat memberi pengalaman interaksi yang berbeda dibandingkan sebelum menggunakannya. Berikut beberapa cara *micro-interaction* dapat memberikan pengalaman tersebut:

- 1) Menampilkan status suatu sistem
- 2) Mendukung keterlibatan dengan user
- 3) Interaksi sebagai arahan
- 4) Mencegah kegagalan
- 5) Mengkomunikasikan personality suatu *brand*
- 6) Memperkuat keterlibatan *brand*

Berdasarkan Dan Saffer, terdapat empat komponen penting dalam *micro-interaction*, yaitu trigger, rules, feedback, dan loops. Berikut penjelasan untuk setiap komponen:

1) Trigger

Trigger merupakan salah satu indikasi untuk memulai suatu *micro-interaction*. Untuk melakukan trigger dibutuhkan aksi nyata untuk memulai, seperti menekan, menggeser, ataupun scroll.

Kemudian sistem akan mendeteksi aksi tersebut dan saat keadaan yang terjadi sesuai dengan fungsi yang dilakukan, system akan melakukan tugasnya dalam memberikan informasi

2) Rules

Rules berguna sebagai fungsi yang memberikan gambaran mengenai skenario yang terjadi setelah adanya aktivasi pada trigger. salah satunya dapat terlihat pada saat pengguna melakukan aksi pada suatu button. saat aksi tersebut dilakukan, tertata alur yang disiapkan untuk memenuhi ekspektasi pengguna.

3) Feedback

Feedback merupakan suatu aksi yang terjadi saat sudah adanya konfirmasi kepada pengguna dari sistem. feedback dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti secara visual, audio, getaran, ataupun suatu aksi. salah satu penerapan yang dilakukan dalam perangkat yang digunakan sekarang yaitu saat adanya pesan yang masuk, maka perangkat akan bergetar ataupun mengeluarkan audio.

4) Loops and Modes

Loops berguna untuk melihat seberapa lamanya suatu micro-interaction bekerja, hal itu termasuk saat aksi tersebut dilakukan secara berulang ataupun berubah sesuai waktu. Modes merupakan fungsi yang dapat mengubah alur pada micro-interaction. biasanya perubahan alur ini dapat terjadi karena pilihan pengguna untuk mengganti atau tidak ingin melihat micro-interaction tersebut.

2.4 Ilustrasi

Berdasarkan Lawrence Zeegen (2009), ilustrasi bukanlah sesuatu yang mudah dijelaskan ataupun dikategorikan. Sebagai desainer, ilustrasi berada diantara seni ataupun desain grafis. Merupakan sesuatu yang wajar ketika

seseorang cenderung memilih salah satu dari kedua hal tersebut, namun dalam mencakup deskripsi secara keseluruhan, ilustrasi dikatakan lebih cenderung termasuk dalam seni grafis. Mengikuti perkembangan zaman, ilustrator memiliki pekerjaan yang lebih berat. Mereka diharuskan untuk dapat menggabungkan pendapat personal dan representasi visual yang sudah ada agar dapat menggambarkan pesan dan ide secara kompleks. Ilustrator tidak hanya dituntut dalam aspek komunikasi, persuasi, informasi, edukasi, dan hiburan, namun juga diharapkan untuk memiliki pendapat personal yang menghasilkan deskripsi, visi, dan gaya gambar. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa ilustrasi merupakan salah satu bentuk komunikasi visual yang paling tepat.

2.4.1 Ilustrasi sebagai Media Informasi

Pada dasarnya, ilustrasi merupakan salah satu sarana yang baik digunakan dalam menyampaikan informasi. Informasi dapat lebih mudah dicerna saat ditampilkan secara visual. Informasi yang dilibatkan dengan pembelajaran dan penelitian, dalam bentuk edukasi ataupun profesional, dapat menjadi pengalaman yang lebih menyenangkan jika seseorang mencerna pengetahuan dengan cara yang lebih menghibur. Ilustrasi dalam segi informasi dapat relative digunakan dalam banyak bidang. Ilustrasi dapat membantu seseorang dalam menggambarkan penjelasan, pendapat, dan arahan dari informasi yang simple sampai dengan yang rumit (Male, 2019).

Bukanlah hal yang aneh jika industri kreatif dan Pendidikan menggambarkan ilustrasi dengan konteks dari cerita fiksi.

Penyampaian cerita secara naratif merupakan sarana yang tepat ketika ingin mengkomunikasikan informasi tertentu.



Gambar 2.31 Ilustrasi Media Informasi

Sumber: <https://dribbble.com/shots/2191426-Shortlist-Icon-animates-now>

2.4.2 Desain Karakter

Salah satu tujuan dibangunnya suatu karakter yaitu untuk menyampaikan peran dan pengaruh yang diberikan pada suatu alur cerita. Dalam menyampaikan informasi tersebut, dibutuhkan kemampuan untuk dapat menguasai segala bentuk komunikasi sehingga pesan dapat tersampaikan. Dalam membangun desain karakter yang baik, terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan, yaitu:

1) Bentuk Dasar Karakter

Terdapat tiga bentuk dasar yang seringkali digunakan dalam membangun karakter. Setiap bentuk memiliki kemampuan dan penyampaian kesan karakter yang berbeda.

a) Bulat

Karakter dengan bentuk dasar bulat seringkali menggambarkan kedamaian, kebaikan, kelembutan, dan kehangatan. Tidak jarang bentuk bulat digunakan untuk karakter yang manis dan feminim. Namun dibalik penggambarannya yang positif, terkadang karakter dengan bentuk dasar bulat memberi kesan kesepian, kekosongan, maupun misteri.



Gambar 2.32 Desain Karakter Bulat

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/62557185/Ronda-Discovery-Kids-Earth-Day-2>

b) Persegi

Karakter yang menggunakan bentuk persegi memberi kesan fisik yang kuat. Bentuk persegi memberi kesan keseimbangan, disiplin, kokoh, berwibawa, dan kekuatan. Namun tidak jarang karakter yang memiliki bentuk dasar persegi seringkali menggambarkan kemalasan dan kebodohan.



Gambar 2.33 Desain Karakter Persegi

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/111421215/Character-Design>

c) Segitiga

Bentuk dasar karakter segitiga menggambarkan kecepatan, ketajaman, dan pergerakan yang dinamis. Semakin dinamis posisi yang digunakan, maka efek yang diberikan juga akan semakin besar. Penggambaran karakter dengan posisi yang dinamis memberikan peran

tersendiri dalam cerita. Bentuk segitiga memberikan rasa bahaya, kritis, dan intens.

2.5 Pola Asuh Orang Tua

Terdapat dua faktor penting yang mempengaruhi pembangunan kepribadian anak, yaitu dari sisi genetic dan lingkungan. Orang tua memberi kontribusi terbesar dalam perkembangan anak karena merupakan lingkungan pertama yang dihadapi anak (Faisal, 2016). Setiap orang tua memiliki pola asuh yang berbeda, namun biasanya terdapat tiga jenis pola asuh yang digunakan oleh orang tua, yaitu:

2.5.1 Pola Asuh Otoriter

Cara mendidik secara otoriter berfokus pada sifat kepemimpinan. Dalam penerapannya orang tua bertindak secara keras dan memberikan unsur diskriminatif pada anak. Orang tua memiliki control penuh dan memberikan tekanan untuk selalu patuh kepada peraturan dan keinginan orang tua. Jika anak tidak dapat mengikuti keinginan orang tua, konskuensi yang didapatkan adalah berupa hukuman yang ditentukan oleh orang tua. Pola asuh ini secara tidak langsung membatasi rasa kasih yang diberikan oleh orang tua, dimana anak merasa adanya tembok pembatas yang memisahkan pendapat sendiri dan orang tua. Studi menyatakan bahwa anak yang tinggal bersama orang tua yang menerapkan pola asuh otoriter memiliki rasa tanggung jawab yang kurang karena keputusan mutlak dipegang oleh orang tua sehingga tumbuh rasa bergantung yang tinggi kepada orang tua.

2.5.2 Pola Asuh Demokratis

Penerapan pola asuh demokratis dilakukan dengan orang tua mengakui kemampuan anak dalam melakukan sesuatu sekaligus memberikan kesempatan kepada anak dalam memilih pilihan hidupnya sendiri. Pola asuh ini ditandai oleh perilaku orang tua yang mendengarkan pendapat anak dan memberi opsi untuk melibatkan diri

pada diskusi kehidupan anak. Dengan menghargai keputusan dan pendapat anak, hasil yang terlihat adalah munculnya rasa tanggung jawab pada diri sendiri sehingga dapat menentukan pilihan hidupnya sendiri.

2.5.3 Pola Asuh Permisif

Pola asuh ini memfokuskan pada kebebasan anak dalam melakukan apapun. Orang tua tidak memiliki control apapun terhadap pilihan anak dan tidak memberi ganjaran ataupun hukuman. Orang tua memberi kebebasan dalam segala hal sehingga anak hidup dalam dunia tanpa peraturan dan batas – batas tertentu. Namun terkadang pola asuh ini menghasilkan perilaku anak yang berperilaku sesuai keinginan walaupun hal tersebut melewati batasan norma yang ada.

2.5.4 Pola Asuh Era Digital

Dengan perkembangan teknologi yang pesat tidak heran jika terlihat perubahan pola hidup yang signifikan dibandingkan dengan masa sebelum evolusi teknologi. Perubahan pola hidup ini memberikan dampak negative dan positif secara bersamaan kepada para pengguna. Pengguna teknologi memiliki control penuh dan diberikan kemudahan dalam mengakses berbagai hal dalam waktu singkat dan biaya yang murah. Dengan kemudahan yang diberikan, manusia dimanjakan oleh teknologi dan terus melekat pada keseharian sehari – hari (Aslan, 2019).

Perkembangan teknologi ini tidak hanya mempengaruhi kehidupan orang dewasa namun juga anak - anak. Banyaknya perubahan tingkah laku moral anak setelah mengakses teknologi memberikan kekhawatiran kepada orang tua. Perubahan moral pada anak dapat ditentukan oleh orang tua sebagai peran pengajar di lingkungan rumah (Aslan,2019).

Berdasarkan Wawan Setiawan (2017), dengan ketergantungan anak yang tidak dapat melepas teknologi dibutuhkan sistem pendidikan yang dapat disesuaikan dengan era digital, dan sistem

Pendidikan tersebut disebut “Model Parenting Immun Selfer”. Model Pendidikan ini berfokus pada pemantauan anak dalam penggunaan teknologi dengan orang tua sebagai pendamping anak. Namun, model Pendidikan ini tidak dapat diterapkan sepenuhnya jika orang tua memiliki kesibukan lain. Orang tua yang berjuang untuk memenuhi kebutuhan keluarga dalam bentuk sandang, papan, maupun pangan tidak dapat sepenuhnya memantau anak dalam pemakaian teknologi digital (Aslan,2019).

2.5.5 Dampak Era Digital pada Anak

Perkembangan teknologi tidak dapat dijauhkan dari kehidupan manusia. Saat manusia menggunakan teknologi, terdapat dua hasil pasti, positif atau negatif. Orang yang menggunakan teknologi dengan baik mampu untuk menguasai teknologi dan tidak membiarkan dirinya yang termakan oleh teknologi. Namun di sisi lain saat seseorang tidak dapat mengontrol diri dalam penggunaan teknologi, maka hasilnya hanya memberikan dampak negatif.

2.6 Blue light

Teknologi modern tidak hadir tanpa adanya layar digital yang membantu cahaya masuk ke mata. Sebagian besar teknologi digital modern menggunakan LED (*Light Emitting Diode*) sebagai perangkat konduktor cahaya yang terpancar. Cahaya yang dipancarkan dari layar digital seringkali menggunakan LED (*Light Emitting Diode*). Cahaya biru atau *blue light* merupakan salah satu dari berbagai spektrum cahaya LED yang memiliki energi yang tinggi. Pada dasarnya, lensa mata dan kornea manusia tidak dapat menghalangi *blue light* untuk masuk langsung menuju ke macula dan secara tidak langsung dapat merusak sel mata (Livanos, 2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ratnayake, dkk (2018), cahaya *blue light* yang memasuki mata dalam jangka waktu panjang dapat memicu sel – sel yang sensitif cahaya menghasilkan molekul yang berbahaya untuk mata (Livanos, 2022).

Selain merusak sel pada macula, cahaya *blue light* dapat mengganggu waktu tidur individu dengan mengganggu produksi hormon melatonin. Dengan mengganggu mengalirnya hormon melatonin, jam tidur individu dapat terganggu dan dapat dampaknya dapat meluas ke kelelahan, obesitas, dan masalah ingatan lainnya. Berasal dari jenis hormon yang sama, dengan merusak alur hormon melatonin juga dapat meningkatkan penyebab terkena kanker payudara dan kanker prostat (Livanos, 2022).

2.6.1 *Blue light* Pada Mata Anak

Keberadaan *blue light* pada setiap media digital pada kenyataannya sulit untuk dijauhkan dari masyarakat, dan paparan layar digital sudah merambat pada usia anak. Berdasarkan National Eye Institute (2019), mata anak memiliki sensitivitas cahaya *blue light* lebih tinggi terhadap retina ketimbang orang dewasa. Karena perbedaan sensitivitas tersebut, anak tidak disarankan untuk melihat layar digital dengan waktu yang lama. Selain itu, terdapat anjuran waktu atau *screentime* pada layar untuk anak berdasarkan IDAI (Ikatan Dokter Anak Indonesia) dan WHO. Berdasarkan WHO, anak yang berumur satu sampai dua tahun tidak disarankan untuk melihat layar digital dan lebih menyarankan untuk melakukan kegiatan fisik ketimbang mengonsumsi media digital. Selain itu, anak yang berumur tiga sampai empat tahun juga disarankan untuk melihat layar digital kurang dari satu jam. Saran dari WHO ini selaras dengan anjuran *screentime* yang diberikan oleh IDAI, dengan anak dua sampai lima tahun hanya diperbolehkan untuk melakukan *screentime* kurang dari satu jam. Walaupun diperbolehkan adanya *screentime*, anak tidak disarankan untuk melakukan *screentime* sendirian, dan perlu dipandu oleh orang tua.