

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Sadiman (seperti yang dikutip oleh Triyadi, 2015) menyatakan bahwa media merupakan sebuah alat yang secara fisik dapat menyajikan informasi pesan sebagai alat untuk dapat belajar. Selain itu, menurut Joseph Turow (2014) media mempunyai sebuah peran yang penting untuk memfasilitaskan proses dalam penciptaan serta menyebarkan informasi. Informasi dapat mengumpulkan data yang telah diolah supaya dapat dijadikan lebih berguna dan sapat menjadi lebih mudah untuk dipahami oleh pengguna (Sasmita, 2015). Menurut Sobur dalam Ubay (2019), Media informasi merupakan sebuah alat grafis menggunakan informasi visual supaya dapat digunakan untuk menangkap serta memproses kembali.

Sebab oleh itu, penulis dapat menyimpulkan bahwa media informasi merupakan sebuah alat atau sarana yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan atau menyusun kembali informasi supaya dapat menjadi lebih efektif dan dipahami dengan mudah sehingga digunakan baik oleh pengguna. Media akan menyebarkan informasi dengan lebih efisien dengan tujuan dapat memberikan pengetahuan yang lebih baik.

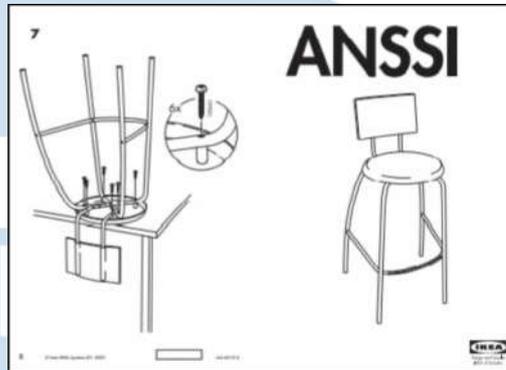
2.1.1 Jenis Media Informasi

Coates & Ellison (2014) membagi jenis media menjadi beberapa jenis, yaitu:

1) *Print-based Information Design*

Media informasi cetak sangat bergantung pada gambar atau visual yang ada dalam media. Tidak hanya gambar diagram atau bagan, tetapi media informasi cetak juga menggunakan ilustrasi, teks, dan fotografi supaya dapat mengkomunikasikan isi dari pesan yang ingin disampaikan. Dalam media informasi cetak,

diperlukan navigasi dari pengguna sehingga, membuatnya berbeda dengan media interaktif.



Gambar 2.1 *Print-Based Information Design*
Sumber: Coates & Ellison (2014)

Dalam gambar tersebut, di perhatikan *Print-based Information Design* yang mempunyai tidak hanya informasi tetapi juga terdapat ilustrasi untuk dapat mendukung isi pesan yang ingin disampaikan.

2) *Interactive Information Design*

Media informasi interaktif mempunyai pendekatan yang berbeda dengan media informasi cetak. Media ini membuat pengguna berperan aktif untuk dapat menyajikan pilihan. Media ini dapat memberikan solusi kepada para pengguna dan mampu menerima pesan dengan berbagai macam cara menggunakan navigasi pesan. Navigasi pesan tergantung kepada desainer agar dapat tersampaikan pesan yang mudah dan jelas.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.2 *Interactive Information Design*
Sumber: Coates & Ellison (2014)

Dalam gambar tersebut, diperlihatkan dengan menggunakan *Interactive Information Design*, pengguna dapat mengakses informasi secara digital dan lebih interaktif.

3) *Environmental Information Design*

Hal utama dalam membuat pertimbangan dalam media informasi lingkungan adalah konteks dan juga visibilitas dari media. Media ini mengarahkan *audience* dengan cara menyadarkan keterbatasan fisik dan juga kebutuhan masyarakat. Desainer harus menganalisa ruang serta dapat merancang desain berdasarkan masyarakat yang menggunakan ruang tersebut.



Gambar 2.3 *Environmental Information Design*
Sumber: Coates & Ellison (2014)

Dalam gambar tersebut ditunjukkan *sinage* yang berguna untuk memberikan sebuah arahan kepada para *audiens*. Dengan contoh di atas adalah sebuah gambar untuk mengindikasikan lokasi untuk toilet.

2.1.2 Fungsi Media Informasi

Turow (2014) mengatakan bahwa ada secara garis besar ada beberapa fungsi dalam media informasi sebagai berikut:

1) Media sebagai hiburan

Media hiburan digunakan untuk dapat menghibur dan memuaskan keinginan dan memberi kesenangan bagi penggunanya. Ada beberapa contoh media hiburan antara lain meliputi genre komedi hingga berita yang menarik, sinetron, dan berbagai macam bentuk hiburan lainnya. Melalui media hiburan, pengguna dapat merasa terhibur dan melarikan diri untuk sejenak dari rutinitas sehingga dapat menikmati waktu luang dengan senang dan terhibur.

2) Media sebagai sahabat

Media ini digunakan untuk pengguna yang merasakan kesepian untuk merasakan kehangatan dari persahabatan. Media ini berperan sebagai seorang teman yang setia dan dapat menemani pengguna saat dalam situasi kesepian atau terisolasi dari interaksi sosial. Media ini meliputi konten seperti film, buku, musik, ataupun platform sosial yang memungkinkan untuk menghubungkan pengguna dengan dunia luar sehingga mendapatkan kehadiran sosial.

3) Media sebagai pengawasan

Media pengawasan memegang salah peran yang penting jika ingin mempelajari dan memberikan informasi mengenai kejadian dalam kehidupan manusia. Media ini mempunyai tujuan supaya pengguna dapat mengetahui, mengumpulkan,

mengawasi, informasi terkini. Beberapa contoh media pengawasan meliputi berita cuaca yang memberikan perkiraan untuk kondisi cuaca di masa depannya, jenis media yang melaporkan keadaan dan perkembangan masa kini dari berbagai bidang ekonomi, budaya, dan lain-lain.

4) Media sebagai penafsiran

Media penafsiran mempunyai peran untuk menjadi sebuah platform yang dituju untuk interpretasi dari informasi yang tersebar sehingga pengguna dapat mengambil tindakan yang sesuai. Media ini juga berperan sebagai mengevaluasi dan memberikan kritik terhadap informasi yang tersebar. Peran media ini penting karena dengan informasi yang didapatkan oleh pengguna akan mempengaruhi tindakan selanjutnya.

5) Media sebagai banyak kegunaan

Media ini walaupun hanya mempunyai satu media saja, dapat meliputi media lainnya juga. Dengan begitu, pengguna dapat merasakan berbagai manfaat dari segala media secara sekaligus. Dengan contoh penggunaan media cetak yang dicampur dengan media elektronik supaya dapat mencapai pemasaran yang efektif.

2.1.3 Media Pembelajaran Interaktif

Kata media yang berasal dari bahasa Latin yaitu *medius* yang secara harfiah mempunyai arti ‘tengah’, ‘pengantar’ atau ‘perantara’ (Arsyad, 2020). Menurut Gerlach & Ely (kutipan oleh Arsyad, 2020) mengatakan bahwa apabila sebuah media telah dipahami secara garis besar oleh manusia, materi tersebut dapat membangunkan kondisi supaya dapat memperoleh keterampilan, pengetahuan, ataupun sikap. Hal ini searah dengan yang disampaikan oleh Hamalik (yang dikutip oleh Dadan, 2019) bahwa dengan menggunakan media pembelajaran, pengguna dapat membangkitkan keinginan untuk menjadi lebih termotivasi, mempunyai minat untuk belajar, dan menerima rangsangan belajar serta membawa

pengaruh terhadap psikologis. Selain itu, media pembelajaran dapat membantu pengguna untuk dapat meningkatkan pemahaman terhadap materi dan meningkatkan keaktifannya dalam memberikan tanggapan serta meningkatkan praktek yang dilakukan secara benar (Permadi, 2016).

Menurut Saluky (2016), media dengan media pembelajaran interaktif mempunyai kaitan yaitu tujuan untuk dapat memudahkan sebuah proses saat pembelajaran serta dapat menumbuhkan kekreatifan serta inovasi dalam membuat proses pembelajaran. Menggunakan media pembelajaran interaktif sendiri mempunyai beberapa manfaat yaitu, pengguna dapat belajar dengan mandiri sesuai dengan minat dan tingkat kemampuannya, menjadi lebih efektif jika akan menjelaskan materi sehingga pengguna akan mendapatkan pengalaman belajar yang menarik serta menyenangkan, dan lain-lain (Pujawan, 2012). Kehadiran yang disediakan oleh media pembelajaran interaktif membuat suasana proses pembelajaran menjadi lebih unik, karena materi yang diajarkan dengan metode ceramah diubah menjadi sebuah tontonan yang memvariasikan teks, gambar, suara, video, dan gambar yang bergerak (Putri & Sibeua, 2014).

Berdasarkan definisi oleh para ahli di atas yang telah disampaikan, penulis dapat menyimpulkan bahwa dengan menggunakan media pembelajaran interaktif sebagai alat bantu, media tersebut dapat membantu pengguna untuk belajar dan mempunyai proses pembelajaran yang mudah. Informasi dan pesan mengenai materi juga akan mudah untuk diproses saat pengguna menggunakan media pembelajaran interaktif.

2.2 Mobile Application

Mobile application merupakan sebuah media digital interaktif yang dapat ditemui dengan cara mengunduh melalui toko aplikasi seperti *App Store* pada iOS atau *Play Store* dalam *Android* (Griffey, 2020). Aplikasi memfokuskan kepada fitur-fitur intinya karena dalam perancangan aplikasi *mobile* penulis harus mempertimbangkan fitur-fitur yang gampang dicari karena pengguna pasti tidak memiliki banyak waktu dalam berkontemplasi. Penulis juga harus memerhatikan

cara penggunaan dari setiap gawai karena pengguna *Android* dan *iOS* mempunyai perbedaan *operating system* seperti tombol kembali (Salmond & Ambrose, 2013).

2.2.1 Desain UI/UX

Dalam perancangan media interaktif digital, desain UI/UX dianggap sangat penting karena penerimaan ataupun penolakan akan semua bergantung kepada desain secara keseluruhan (Ravelino & Susetyo, 2023). UI adalah tampilan atau elemen visual yang dilihat oleh pengguna saat pertama kali membuka sebuah aplikasi ataupun media. UX adalah interaksi antara media dengan penggunanya dan juga pengalaman yang dirasakan oleh pengguna. Perancangan UI/ UX dapat dibagi menjadi beberapa komponen sebagai berikut:

2.2.2 User Interface (UI)

UI adalah bagian visual dari sebuah desain yang bertujuan untuk dapat mempermudah *user* dalam penyampaian informasi dan untuk interaksi. Menurut Rizki (2019), UI merupakan sebuah desain antarmuka yang memfokuskan pada tampilan, pemilihan warna yang tepat, dan visual lainnya yang membuat tampilan menjadi lebih menarik dan biasanya dikerjakan setelah membuat UX. Menurut Kim (2020) UI merupakan sebuah titik utama yang dilihat pertama kali oleh *user* saat pertama kali menggunakan media. Ada tiga konsep yang harus dipahami saat merancang UI yaitu, *condition* tata letak setiap desain, *content* bagaimana tampilan UI akan terlihat, dan *context* siapakah audiensnya. Jika sudah memahami tiga konsep tersebut, maka akan membantu dalam membangun solusi untuk masalah visual yang ada.

Berdasarkan definisi dari beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa UI adalah kumpulan elemen visual grafis yang digunakan untuk menjadi sarana berinteraksi supaya dapat mengendalikan suatu sistem. Menurut Deacon (2020), UI mempunyai beberapa elemen *Usability*, *Application/ Website Navigation*, dan *Layout design* sebagai berikut;

1) *Usability*

Usability adalah salah satu kunci elemen dalam melakukan UI. Kualitas atribut yang membantu untuk mengukur kemudahan dalam menggunakan antarmuka suatu aplikasi ataupun situs web. Ada banyak faktor yang mempengaruhi *usability* dari sebuah desain dan desain tersebut tidak ada jaminan bahwa *user* akan menyukai desain UI tersebut. Jika *user* tidak menyukai suatu desain UI, maka mereka ada kemungkinan untuk tidak memakai aplikasi atau situs web. *Usability* dapat dibagi menjadi lima sub-komponen yang dapat digunakan yaitu, kemampuan belajar, efisiensi, memori, kesalahan, dan kepuasan. Lima sub-komponen tersebut menggambarkan kebutuhan dan juga kegunaannya dalam mendesain antarmuka.

2) *Application/ Website Navigation*

Application/ Website Navigation juga sangat penting untuk memahami ide dalam suatu aplikasi ataupun sistem web yang akan dibuat. Apa yang harus dilakukan dan apakah hasil yang diharapkan adalah dua pertanyaan yang penting saat dalam proses pembuatan aplikasi. Jadi, saat membuat aplikasi atau situs web, mempunyai jawaban terhadap masalah tersebut dan mendapatkan berbagai teknik akan membantu dalam menjaga konektivitas dan alur pekerjaan. Perancangan navigasi merupakan cara untuk dapat membuat urutan tindakan yang akan mempermudah penggunaan saat merencanakan atau mendesain aplikasi.

3) *Layout Design*

Layout Design merupakan elemen penting lainnya yang perlu untuk dipertimbangkan untuk kegunaan tata letak suatu desain. Ketika ide aplikasi telah dipahami dengan sangat baik, dan *sitemap* sudah siap, maka pembuatan *prototyping* cepat bisa

dimulai. Tata letak sebuah desain dapat memberikan suasana dengan menggunakan *navigation logic*. Proses pembuatan prototipe *layout* atau tata letak harus selalu dibagi menjadi sub unit.

2.2.3 *User Experience (UX)*

Kita dapat membedakan aplikasi yang buruk dengan aplikasi yang bagus dari bagian UX yang dipakai dalam aplikasi (Babich, 2018). Menurut Laura Klein (yang dikutip oleh Experience, 2018), desain UX adalah sebuah proses desain dimana proses tersebut akan menentukan pengalaman para pengguna saat menggunakan suatu media. UX merupakan sebuah desain yang digunakan dalam meningkatkan kepuasan para pengguna saat berinteraksi antara pengguna dengan aplikasi (Rizki, 2019). Menurut Deacon (2020), UX merupakan pembangunan produk dengan cara memberikan solusi terhadap setiap masalah para pengguna supaya mendapatkan loyalitas para pengguna untuk mempunyai hubungan bisnis yang berkelanjutan.

Berdasarkan definisi dari beberapa ahli, UX mempunyai fungsi dalam membuat suatu media menjadi lebih mudah saat berinteraksi dan tidak membuat pengguna bingung saat berinteraksi. Menurut Experience (2017) terdapat 10 prinsip UX saat mendesain yang perlu diperhatikan, yaitu:

1) *Content Prioritization*

Menurut Experience, rentang perhatian yang manusia mempunyai sangatlah pendek sehingga konten yang dibuat penting sekali untuk dapat dikenal saat pandangan pertama.

2) *Intuitive Navigation*

Jika pengguna sukses dalam menggunakan aplikasi, maka tujuan UX sudah tercapai. Pengguna harus berhasil untuk menggunakan aplikasi yang telah dibuat dengan menggunakan intuitif serta tanpa harus mengasih penjelasan. Hal yang tidak diinginkan saat membuat sebuah aplikasi adalah kesulitannya

pengguna dan kebingungan untuk memakai aplikasi yang telah dibuat.

3) *Touch Screen Target Size*

Saat mendesain aplikasi, tombol jangan dibuat dengan sangat kecil karena pengguna akan mengalami kesusahan untuk berinteraksi saat ingin mengeksplorasi aplikasi yang telah dibuat. Jadi kita harus memperhatikan ukuran tombol dan tata letak elemen supaya dapat ditekan salam layar yang kecil. Selain itu, jarak antara elemen tombol juga harus diperhatikan supaya pengguna tidak akan salah tekan saat memakai aplikasi.

4) *User Control*

Membuat pengguna mengontrol aplikasi adalah salah satu prinsip terpenting karena desain aplikasi harus dibuat supaya pengguna merasa nyaman dan dapat bereksplorasi sesuai dengan kebutuhannya. Aplikasi dapat diberikan menu *setting* supaya pengguna dapat bereksplorasi dengan lebih nyaman dan akan menemukan semua kebutuhan yang pengguna sedang cari.

5) *Legible text Content*

Saat memakai aplikasi dalam layar HP, hal yang penting untuk dibahas adalah keterbacaan teks dan konversasi ruang. Keterbacaan tergantung sekali pada ukuran teks yang digunakan. Ukuran teks yang terlalu kecil akan membuat pengguna sulit membaca dan jika ukuran teks terlalu besar, maka akan melelahkan mata pengguna.

6) *Interface element clearly visible*

Hal penting lainnya adalah untuk membuat elemen *interface* terlihat dengan jelas. Elemen visual yang digunakan harus berbeda dengan *background* supaya pengguna tidak akan kebingungan dan salah tekan tombol.

7) *Hand Position Control*

Posisi tangan pengguna juga harus diperhatikan saat membuat suatu media berbasis gawai. Tombol back atau tombol home harus diletakkan di atas sudut layar supaya tidak sengaja untuk ditekan oleh pengguna. Sedangkan fitur aksesibilitas diletakkan di lokasi yang mudah untuk dipencet dengan ibu jari agar dapat menavigasi dalam aplikasi dengan lancar.

8) *Minimize Data Input*

Dalam membuat aplikasi, perlu ditambahkan fitur '*remember me*' supaya pengguna tidak harus menetik atau mencari keperluannya serta memberikan '*auto complete*' supaya dapat mempermudah dan membantu pengguna saat menggunakan aplikasi.

9) *Create Seamless Experience*

Walaupun *Seamless Experience* adalah detail kecil tetapi, hal tersebut akan membuat pengalaman pengguna merasa lebih "benar" dan natural. *Micro-interaction* digunakan dengan tepat sehingga akan membantu pengguna dalam mencapai *Seamless Experience* saat sedang memakai aplikasi. Yang terpenting adalah supaya pengguna dapat melakukan sesuatu tanpa harus terganggu.

10) *Test Design*

Mencoba desain dan menemukan percobaan dan perbaikan adalah salah satu kunci untuk kesuksesan dalam mendesain aplikasi. Mencoba desain adalah cara yang paling bagus untuk dapat menemukan kesalahan dan eror saat mendesain UX.

2.2.4 *Elemen Interface*

User Interface tidak akan terlihat menarik tanpa adanya elemen *interface* yang menarik. Ada beberapa elemen yang dibutuhkan dan berikut adalah beberapa elemen yang dibutuhkan:

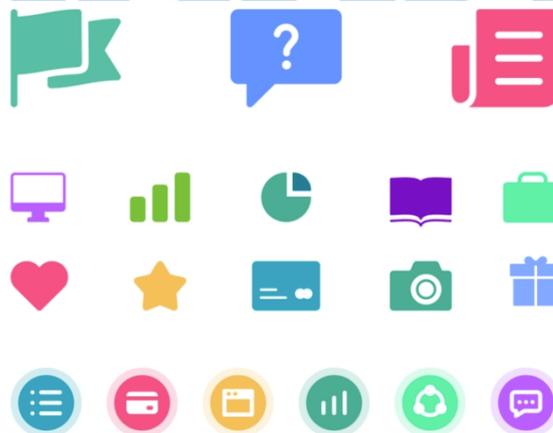
2.2.4.1 Icons

Ikon telah menjadi bagian besar dari kehidupan kita sehari-hari; kita semua memahami interpretasi visual ikon, apa pun bahasa yang kita gunakan. Artikel ini berfokus pada pengenalan dan penjelasan evolusi ikon dari perspektif visual. Ketika dunia semakin sibuk, rentang perhatian kita semakin pendek. Itu sebabnya kita begitu mudah teralihkan saat ini. Sebuah studi kasus menunjukkan bahwa rata-rata rentang perhatian manusia telah menurun dari 12 detik menjadi 8 detik dari tahun 2000 hingga 2013 (Rauh,2022)..

Itulah sebabnya ikon adalah penyelamat ketika rentang perhatian kita sangat rapuh di dunia saat ini. Hanya sekali melihat ikonnya dengan baik, dan Anda akan mendapatkan pesan yang rumit tanpa kehilangan banyak waktu. Baik Anda perlu mencari kamar kecil di bandara, aplikasi yang tepat di Google Store yang ramai, atau informasi tertentu di halaman produk, ikon ada di sini untuk memperjelas dan mempercepat prosesnya (Rauh,2022).

1) *Flat Icons*

Ikon UI yang paling umum biasanya memiliki gaya datar atau semi datar. Mereka bersih, sederhana, dan mudah dibaca karena kurang detail dan memiliki kontras visual yang tinggi.



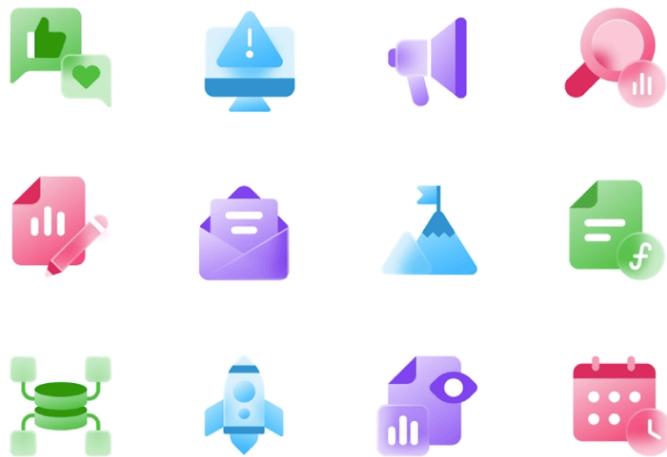
Gambar 2.4 *Flat Icon*

Sumber: <https://htmlburger.com/blog/wp-content/uploads/2022/08/UI-Icons-Inspiration-Examples-Flat-Style-PayPal-Eleyo-blog-icons-by-Aleksandar-Savic.png>

Ikon datar bersifat minimalis. Tujuan utama dari gaya ini adalah untuk mengilustrasikan objek hanya dengan hal-hal penting dan menghilangkan semua detail yang tidak perlu. Metode ini tidak menggunakan elemen 3D, tanpa bayangan, tanpa gradien, atau teknik lain apa pun yang memungkinkan desainer mendapatkan efek 3D.

2) *Skeuomorphic Icons*

Berbeda dengan ikon gaya datar, ikon skeuomorfik menawarkan gambar yang lebih detail dan realistis. Mereka menggunakan gradien dan corak untuk menciptakan tampilan 3D yang lebih alami dari objek fisik nyata. Anda akan sering menemukan ikon UI jenis ini di aplikasi dan game seluler.



Gambar 2.5 *Skeuomorphic Icon*

Sumber: <https://htmlburger.com/blog/wp-content/uploads/2022/08/UI-Icons-Inspiration-Examples-Airtable-Icons-Frost-Glass-by-Dmitri-Litvinov.png>

Desain ikon baru meniru desain ikon di dunia nyata; garis luar yang tebal dan tebal digantikan oleh garis tipis dan bayangan yang dipadukan dengan ilustrasi yang sangat detail. Anehnya semua itu masih dipasang di dalam ruang kecil yang sama.

3) *Isometric Icons*

Gaya ikon ini berevolusi dari gaya seni piksel asli. Ini memisahkan objek yang menyusun bagian-bagian dengan garis tebal dan keras, namun alih-alih menggunakan kotak individual, desainer menggunakan teknik guratan. Membuat ikon garis besar lebih banyak tentang penggunaan bentuk dan jalur yang berbeda, bukan piksel individual dan bentuk persegi panjang yang tajam.



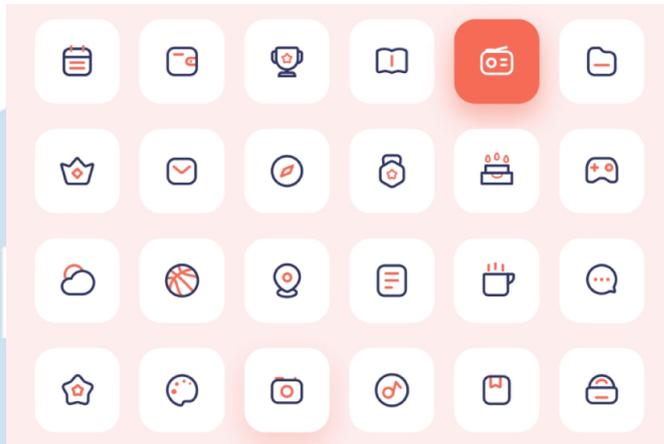
Gambar 2.6 *Isometric Icon*

Sumber: https://assets-global.website-files.com/63a9fb94e473f36dbe99c1b1/651bca1aad6bc4edcd218244_1nLuDLC2RaOmBLK63rMF.png

Satu-satunya perbedaan antara desain garis luar dan ikon isi adalah ikon isi menggabungkan warna di dalam desain garis besar dasar. Ikon kerangka dan isi dapat menggambarkan citra yang kuat menggunakan bentuk, kerangka, dan warna sederhana. Itulah sebabnya gaya ini masih menjadi salah satu yang paling populer hingga saat ini.

4) *Duotone Icons*

Bukan gaya visual tertentu, karena ikon duoton bisa datar, skeuomorfik, bergaris tepi, atau gaya lainnya. Satu-satunya hal yang menonjol adalah terbuat dari dua corak warna. Ini bisa berupa dua warna kontras atau dua warna dengan warna yang sama.



Gambar 2.7 Duotone Icon

Sumber: <https://htmlburger.com/blog/wp-content/uploads/2022/08/UI-Icons-Inspiration-Examples-Linear-Two-Color-Icons-Set-by-Guzion.png>

Ikon duoton mempunyai kombinasi dari dua warna yang berbeda. Ikon duoton juga dapat diterapkan pada gaya visual apa pun.

5) **Outlined Icons**

Gaya ikon ini berevolusi dari gaya seni piksel asli. Ini memisahkan objek yang menyusun bagian-bagian dengan garis tebal dan keras, namun alih-alih menggunakan kotak individual, desainer menggunakan teknik guratan. Membuat ikon garis besar lebih banyak tentang penggunaan bentuk dan jalur yang berbeda, bukan piksel individual dan bentuk persegi panjang yang tajam.



Gambar 2.8 Outlined Icons

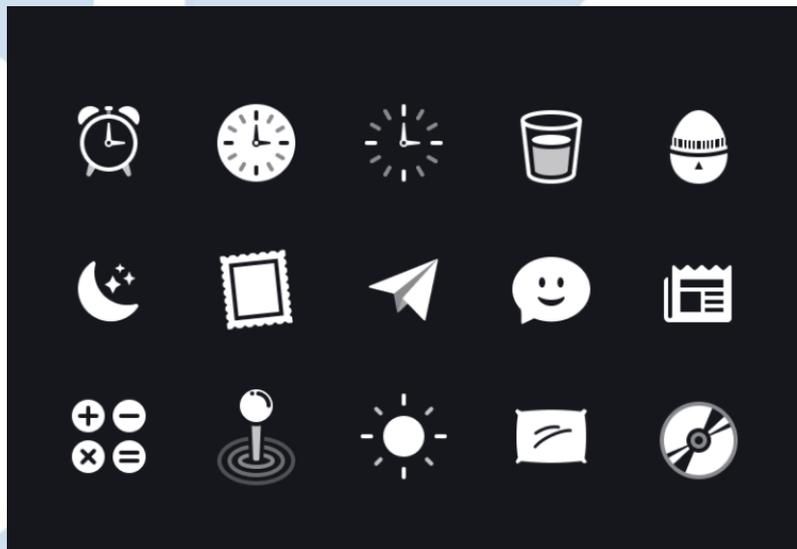
Sumber: https://assets-global.website-files.com/63a9fb94e473f36dbe99c1b1/651bca1aad6bc4edcd2181f3_77cRbMBQ2CGGbWjGIuCP.png

Satu-satunya perbedaan antara desain garis luar dan ikon isi adalah ikon isi menggabungkan warna di dalam desain garis besar dasar.

Ikon kerangka dan isi dapat menggambarkan citra yang kuat menggunakan bentuk, kerangka, dan warna sederhana. Itulah sebabnya gaya ini masih menjadi salah satu yang paling populer hingga saat ini.

6) *Glyph Icons*

Intinya, *Glyph* adalah simbol tipografi yang berbentuk karakter. Ini mengacu pada *font* alfabet dan numerik, serta *font* non-karakter. Terkait ikon, ikon *Glyph* biasanya mengacu pada ikon garis besar atau siluet minimalis universal yang disederhanakan, seperti ikon Desain Material.



Gambar 2.9 *Glyph Icon*

Sumber: https://assets-global.website-files.com/63a9fb94e473f36dbe99c1b1/651bca19ad6bc4edcd2181ca_Nv1vTFnRQOuUTcOrFLIo.png

Gaya ini sangat sederhana namun efektif. Ikon yang lebih kecil berkontribusi banyak pada gaya ini karena desainer dapat mendefinisikan objek menggunakan pendekatan minimalis dan tetap mencapai hasil yang efektif. Ikon *Glyph*

adalah pilihan tepat untuk mewakili item umum di bilah tab, bilah sisi, bilah navigasi, dan bilah alat.

Ini digunakan untuk mendefinisikan simbol grafis yang memberikan tampilan atau bentuk karakter: dapat berupa *font* alfabet atau numerik serta simbol yang menggambarkan karakter yang dikodekan. Berbicara tentang ikon, ikon *Glyph* pertama-tama digambarkan sebagai simbol tipografi yang mewakili sesuatu yang lain, bukan huruf atau angka. Di antara contoh-contoh populer, Anda juga akan menemukan simbol “@” yang mewakili preposisi “at”. Misalnya, berikut kumpulan ikon untuk desain material dari Google.

Ikon *Glyph* menggunakan bentuk dan gambar yang disederhanakan dan universal agar dapat dikenali dan fleksibel dalam hal desain responsif. Mereka memainkan peran besar dalam masalah navigasi produk digital.

7) *Illustrated Icons*

Ikon yang digambar tangan jarang digunakan karena menampilkan tampilan lucu yang belum cukup populer. Gaya ikon ini memungkinkan pembuat konten mengembangkan identitas unik dengan menggunakan garis yang digambar tangan yang memiliki tata letak lebih ramah dan hangat serta terlihat lebih manusiawi daripada terkomputerisasi.

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 2.10 *Illustrated Icon*

Sumber: https://assets-global.website-files.com/63a9fb94e473f36dbe99c1b1/651bca19ad6bc4edcd2181eb_7BqIWyloTVCy3ma0YpCs.png

Gaya ini agak sulit untuk ditangani karena tidak semua desainer terbiasa menggambar dan membuat bayangan. Namun sisi baiknya adalah gaya ini sulit untuk ditafsirkan. Oleh karena itu, sebagian besar desain ikon yang digambar tangan bersifat unik, sehingga memberikan banyak penghargaan kepada pencipta atas kreativitas dan orisinalitasnya.

2.2.4.2 *Call To Action (CTA)*

Ajakan Bertindak (CTA) hadir dalam berbagai bentuk, masing-masing dengan tujuan dan pertimbangan desainnya sendiri. Di bagian ini, kita akan menjelajahi berbagai jenis CTA, mulai dari “CTA Tombol” yang sudah dikenal hingga “CTA Spanduk” yang menarik perhatian, dan memahami cara memanfaatkan karakteristik uniknya untuk dampak maksimal (Bari,2023).

1) *Button CTAs*

CTA Tombol adalah salah satu bentuk CTA yang paling dikenal dan banyak digunakan. Mereka biasanya berbentuk tombol yang dapat diklik dengan teks ringkas dan berorientasi tindakan. Poin-poin penting tentang CTA tombol meliputi dari karakteristik, praktik terbaik, dan contohnya.

Karakteristik dari tombol CTA ditandai dengan teks yang jelas dan ringkas, sering kali dalam bentuk perintah (misalnya, “Beli Sekarang”, “Daftar”, “Pelajari Lebih Lanjut”). Mereka berbeda secara visual dan dapat diklik.

Praktik Terbaik untuk pertimbangan desain untuk CTA tombol mencakup pemilihan warna yang kontras, penggunaan font yang mudah dibaca, dan memastikan respons seluler. Menempatkannya secara mencolok di halaman web atau di dalam email sangatlah penting.

Contohnya adalah tombol CTA biasanya ditemukan di situs e-niaga untuk tindakan seperti menambahkan item ke keranjang, melanjutkan pembayaran, atau berlangganan buletin.

2) *Text based CTAs*

CTA berbasis teks hanya mengandalkan teks untuk mendorong tindakan pengguna. Mereka dapat ditempatkan di dalam konten atau sebagai elemen yang berdiri sendiri. Poin-poin penting tentang CTA berbasis teks meliputi dari kasus penggunaan, cara pembuatan teks, dan contohnya.

Kasus Penggunaan adalah CTA berbasis teks serbaguna dan dapat digunakan dalam postingan blog, artikel, email, dan halaman arahan untuk mendorong tindakan seperti mengunduh sumber daya, mendaftar, atau meminta informasi.

Cara membuat teks yang menarik dengan menggunakan efektivitas CTA berbasis teks bergantung pada kejelasan dan persuasif teks. Mereka harus mengkomunikasikan nilai atau manfaatnya kepada pengguna dengan jelas.

Contohnya termasuk CTA seperti “Unduh Ebook Gratis”, “Berlangganan Buletin Kami”, atau “Minta Demo”.

3) *Image CTAs*

CTA gambar memanfaatkan visual, seperti grafik atau ikon, untuk mendorong tindakan pengguna. Mereka menarik secara visual dan bisa sangat efektif bila dirancang dengan cermat. Poin-poin penting tentang CTA gambar meliputi daya Tarik visual, pertimbangan desain, dan contohnya.

Daya Tarik Visual dari CTA Gambar adalah dapat mengandalkan grafik menarik yang menyampaikan tindakan yang diinginkan. Mereka sering digunakan untuk tindakan seperti pengunduhan aplikasi, promosi produk, atau pendaftaran acara.

Pertimbangan Desain yang perlu diperhatikan saat membuat CTA gambar adalah CTA harus dirancang dengan baik, dengan visual yang jelas dan selaras dengan tindakan. Mereka mungkin menyertakan hamparan teks atau keterangan untuk memperkuat pesan.

Contohnya seperti CTA Gambar dapat dilihat di iklan aplikasi seluler, yang mengharuskan pengguna mengklik untuk memasang, atau di situs web acara, yang mengharuskan peserta untuk mendaftar.

4) *Banner CTAs*

X CTA spanduk biasanya merupakan elemen yang lebih besar dan menarik perhatian yang tersebar di bagian atas atau bawah halaman web. Mereka digunakan untuk pengumuman atau tindakan yang berdampak besar. Poin-poin penting tentang CTA spanduk meliputi dari keunggulan, dampak desain, dan contohnya.

Keunggulan dengan menggunakan CTA spanduk sangat terlihat karena ukuran dan penempatannya. Mereka sering

digunakan untuk pengumuman penting, seperti penawaran waktu terbatas, peluncuran produk, atau pembaruan besar.

Dampak Desain yang perlu dipertimbangkan dalam desain adalah untuk CTA spanduk mencakup penggunaan visual yang mencolok, teks minimal, dan warna kontras untuk menarik perhatian. Animasi atau penggeser dapat digunakan untuk menciptakan kesan mendesak.

Contohnya seperti CTA spanduk dapat ditemukan di situs web e-niaga yang mengumumkan obral saat musim liburan, di situs web berita untuk penawaran berlangganan, atau di platform SaaS untuk rilis fitur utama.

5) *Inline CTAs*

CTA sebaris ditempatkan secara strategis di dalam konten itu sendiri, terintegrasi secara mulus dengan teks. Mereka memberikan petunjuk yang relevan secara kontekstual saat pengguna terlibat dengan materi. Poin-poin penting tentang CTA sebaris meliputi dari relevansi kontekstual, integrasi, dan contohnya.

Relevansi Kontekstual: CTA sebaris disesuaikan dengan konten yang menyertainya. Mereka menyediakan sumber daya atau tindakan tambahan yang meningkatkan pemahaman atau keterlibatan pengguna.

CTA sebaris diintegrasikan dengan mulus ke dalam alur teks, sering kali muncul sebagai teks hyperlink atau tombol tersembunyi. Mereka menjaga fokus pembaca pada konten.

Contoh seperti dalam postingan blog, Anda mungkin menemukan CTA inline yang mengundang pembaca untuk menjelajahi artikel terkait, berlangganan buletin, atau mengakses sumber daya yang dapat diunduh.

2.3 Interaktivitas

Interaktivitas mempunyai definisi sebagai cara seseorang dapat berkomunikasi secara dua arah dengan pelanggan dan *brand* (Yadav & Rahman, 2017). Sedangkan Lister (yang dikutip oleh Utami, 2021) menyatakan bahwa dengan adanya perkembangan teknologi, seseorang akan memiliki dua peran secara sekaligus saat sedang mengakses suatu informasi dengan menggunakan media yaitu, pengirim pesan dan yang akan menerima pesan. Maka dari itu, interaktivitas dapat meningkatkan interaksi antar pengguna dengan media sehingga menjadi lebih menarik daripada dengan menggunakan media yang konvensional.

2.3.1 Bentuk Interaktivitas

McMillan (dikutip oleh Wahyuningsih dan Sungkono, 2018) mengatakan bahwa interaktivitas mempunyai beberapa bentuk, yaitu:

1) *User to User Interactivity*

Bentuk interaksi antara pengguna dengan pengguna lainnya seperti admin *chatting*, berkomentar, dan lain-lain. Hal yang dilakukan oleh satu individu dengan individu lainnya menjadi sebuah perspektif yang berbeda dari komunikasi interpersonal.

2) *User to Documents Interactivity*

Bentuk ini adalah sebuah interaksi antara pengguna dengan dokumen yang didapatkan dan dapat diakses oleh pengguna. Contohnya seperti saat memposting atau juga mengedit postingan dalam persembahan informasi. Bentuk ini juga dapat membuat pengguna merubah informasi atau dokumen bahkan dapat menciptakan dokumen baru.

3) *User to System Interactivity*

User to System adalah sebuah pola yang mempunyai teknologi *web* seperti saat ingin mengunduh sesuatu, *link to link* dan menekan tombol yang tercantum dalam *website*. Bentuk ini

hanya bersifat satu arah karena pengguna hanya akan focus dalam urusan mereka sendiri saat mengakses informasi dalam *website*.

2.3.2 Dimensi Interaktivitas

Menurut Merrilees (2016), interaktivitas mempunyai beberapa dimensi dalam interaktivitas, yaitu:

- a) Penawaran secara *online*
- b) Pemesanan secara *online*
- c) Bantuan pilihan (proses pencarian)
- d) Multimedia, contohnya video
- e) Dukungan oleh pelanggan
- f) Hiburan, contohnya game
- g) Komunitas *online*
- h) Riset pasar

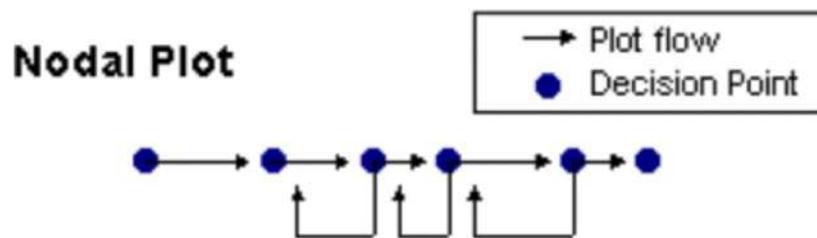
Jika dilihat dimensi tersebut, maka dapat dilihat bahwa interaktivitas tidak hanya satu arah tetapi juga dua arah. Hal ini dikarenakan, pengguna mendapatkan akses kontrol untuk dapat mengakses informasi.

2.3.3 Pola Interaktivitas

Menurut Meadows dan Tomaszewski (yang telah dikutip oleh Martyastiadi, 2021), interaktivitas mempunyai konsep dengan berbagai macam pola. Interaktivitas mempunyai tiga jenis pola, sebagai berikut:

1) *Nodal Plot*

Jenis ini mempunyai struktur untuk membiarkan kendali sepenuhnya kepada yang merancang karena ada aksi yang harus diselesaikan terlebih dahulu sebelum dapat melanjutkan ke tahapan selanjutnya. Jika pengguna tidak menyelesaikan beberapa maupun hanya satu tahapan, pengguna harus mengulang ke awal dengan rangkaian tahapan yang sama.



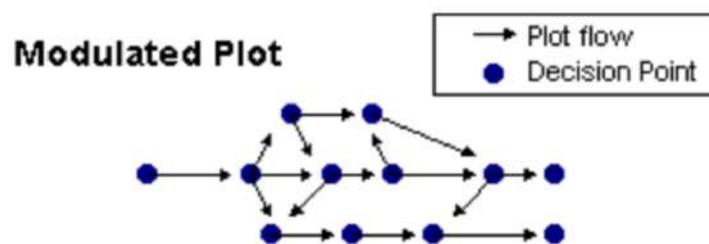
Gambar 2.11 *Nodal Plot*

Sumber: <http://zach.tomaszewski.name/uh/ics699/nodal.gif>

Dalam gambar tersebut dijelaskan alur dari *nodal plot* di mana kita perlu untuk menyelesaikan suatu tahapan sebelum dapat melanjutkan ke tahapan selanjutnya.

2) *Modulated Plot*

Jenis ini memungkinkan pengguna untuk dapat mengakses peristiwa ketika terjadi kelewatan suatu tahapan atau dapat memilih pilihan yang berbeda. Hal ini dibuat supaya pengguna mendapatkan hasil akhir yang berbeda dalam suatu cerita. Pengguna dapat memainkan ulang dari pertama dan memilih pilihan yang berbeda sehingga mendapatkan setiap akhir yang ada di dalam cerita.



Gambar 2.12 *Modulated Plot*

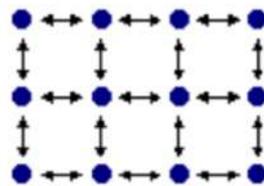
Sumber: <http://zach.tomaszewski.name/uh/ics699/modulated.gif>

Dalam gambar tersebut, dijelaskan alur dari *modulated plot* di mana audiens dapat memilih pilihan yang berbeda sehingga dapat mendapatkan hasil yang berbeda.

3) *Open Plot*

Jenis ini tidak memiliki rangkaian cerita yang karena pengguna memiliki kuasa untuk mengaksesnya. Pengguna dibebaskan untuk memilih akhir cerita sehingga pengguna dapat mengeksplorasi dan memberikan validasi sendiri.

Open Plot



Gambar 2.13 *Open Plot*

Sumber: <http://zach.tomaszewski.name/uh/ics699/open.gif>

Dalam gambar tersebut dijelaskan alur dari *open plot* dimana *user* mempunyai kuasa penuh untuk dapat mengeksplorasi media yang sedang digunakan.

2.4 Bahasa Isyarat

Bahasa Isyarat merupakan suatu bahasa yang menggunakan gerakan tangan, ekspresi wajah, dan menggunakan bagian tubuh lainnya supaya dapat berkomunikasi. Sedangkan isyarat sendiri merupakan gerakan dengan menggunakan tubuh tetapi sangatlah berbeda daripada pantonim.

Menurut Vermeerbergen, Leeson, & Crasborn (yang dikutip oleh Pfau, Steinbach, & Woll, 2012) mengatakan bahwa Bahasa isyarat yang menggunakan komunikasi visual dengan gerakan tangan atau tubuh, berbeda dengan *spoken language* atau nama lainnya Bahasa lisan yang menggunakan artikulasi vokal dan secara auditorial. Baker (2016) mengatakan bahwa bahasa isyarat adalah sebuah komunikasi yang menggunakan bagian-bagian tubuh terutama gerakan tangan, tubuh hingga ekspresi wajah untuk mengartikulasi pesan. Pengertian dari Kamus Besar Bahasa Indonesia Online (2017) bahasa isyarat adalah sebuah Bahasa yang tidak mengeluarkan bunyi atau ucapan, bahasa tersebut menggunakan isyarat

(gerakan tangan, badan, kepala, dan lain-lain), bahasa isyarat telah dibuat khusus untuk anak tunarungu, tunawicara, dan lain-lain.



Gambar 2.14 Bahasa Isyarat

Sumber: <https://koran-jakarta.com/images/article/sejarah-dan-perbedaan-bahasa-isyarat-bisindo-juga-sibi-211203182432.jpg>

Menurut definisi dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa bahasa isyarat merupakan sebuah komunikasi menggunakan bahasa tubuh, gerakan tangan, ekspresi wajah, dan gerakan bibir. Bahasa isyarat tidak menggunakan suara saat berkomunikasi untuk dapat mengungkapkan pesan yang ingin disampaikan. Ada beberapa bahasa isyarat yang digunakan di Indonesia tetapi yang paling digemari untuk digunakan adalah BISINDO (Ansori, 2020).

2.4.1 Komponen Pembelajaran Bahasa Isyarat

Ada beberapa aspek penting yang ada di dalam proses pembelajaran bahasa isyarat sebagai berikut;

2.4.1.1 Media pembelajaran bahasa isyarat berbasis animasi

Media pembelajaran merupakan sebuah proses dimana siswa dapat memahami materi secara lebih mudah dan proses belajar siswa menjadi lebih efektif. Menurut Degeng (1998), media-media tertentu mempunyai keistimewaan, seperti berikut:

- a) Kemampuan fiksatif, sebuah media yang mempunyai kemampuan dalam menangkap dan menyimpan informasi.

Dengan begitu, sebuah informasi dapat disimpan dan diputar

Kembali karena suatu objek atau kejadian tertentu dapat Digambar, dipotret, ataupun direkam.

- b) Kemampuan manipulatif, sebuah media dimana dapat menampilkan sebuah kejadian atau objek Kembali dengan menggunakan berbagai macam cara yang sesuai dengan penampilan dari suatu kejadian yang dapat diubah lagi ukurannya.
- c) Kemampuan distributif, sebuah media dimana dapat menjangkau pengamatan yang banyak dari suatu penampilan dari satu objek atau suatu kejadian.
- d) Serta dapat mengatasi beberapa kekurangan seperti ruang, waktu, dan ukuran.

2.4.1.2 Media pembelajaran bahasa isyarat berbasis Komunikasi Total

Komunikasi total merupakan salah satu cara untuk berkomunikasi dengan menggunakan kombinasi antara manual, oal, dan aural yang dapat menjadikan komunikasi menjadi efektif diantara kaum tunarungu maupun dengan masyarakat luas. Hal tersebut dilakukan untuk dapat mengerti antara penerima dan juga pengirim sehingga tidak dapat terjadi sebuah kesalahpahaman serta ketegangan (Somad, 2009).

Filosofi komunikasi total merupakan suatu pendekatan yang melibatkan kombinasi aural, manual, dan oral untuk mencapai komunikasi efektif antara individu tunarungu dan masyarakat umum. Pendekatan ini bertujuan mencegah kesalahpahaman dan ketegangan, memastikan pemahaman yang saling berjalan baik antara pengirim dan penerima pesan (Somad, 2009).

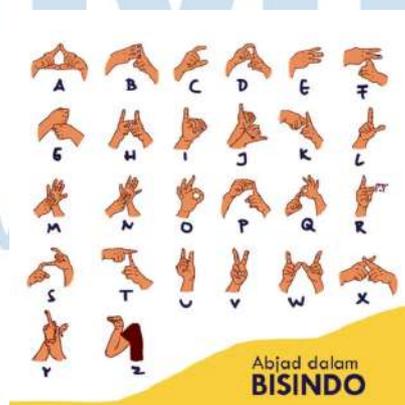
Komunikasi total, sebagai suatu konsep dalam pendidikan untuk kaum tunarungu, mendorong penggunaan berbagai media komunikasi, termasuk oral, aural, dan manual. Tujuannya adalah

untuk meningkatkan keterampilan berbahasa, memberikan fleksibilitas dalam pemilihan media komunikasi, dan memperkuat interaksi komunikatif bagi kaum tunarungu (Depdiknas, 2008).

Secara keseluruhan, komunikasi total merujuk pada suatu filosofi komunikasi yang memberikan kebebasan untuk memilih dan menggunakan berbagai bentuk media, seperti oral, aural, dan manual, sesuai dengan kebutuhan anak tunarungu. Dengan menerapkan konsep komunikasi total, diharapkan kemampuan anak tunarungu dalam memahami bacaan dapat meningkat secara signifikan (Rofiandaru, 2013).

2.4.2 BISINDO

Menurut Nadia (2018) Bahasa isyarat ini merupakan sebuah adaptasi dari bahasa isyarat Amerika. Pada dasarnya, BISINDO adalah sebuah bahasa yang dibuat alami dan asli oleh budaya Indonesia yang mudah untuk digunakan saat berinteraksi sesama individu. BISINDO berbeda dengan SIBI karena SIBI merupakan bahasa isyarat yang dibuat oleh individu yang normal. Pengembangan BISINDO serta pengenalannya tidak dapat lepas dari melibatkan Gerakan untuk Kesejahteraan Tunarungu Indonesia (GERKATIN). GERKATIN merupakan sebuah organisasi yang diurus oleh penyandang tunarungu dan satu-satunya di Indonesia organisasi penyandang cacat tunarungu (Nadia, 2018).



Gambar 2.15 Abjad BISINDO

Sumber: <https://berita.99.co/wp-content/uploads/2021/06/sistem-bahasa-bisindo.jpg>

Palfreyman (2015) mengatakan saat tahun 2006, GERKATIN menyelenggarakan kongres di Makassar yang ke-7 dan telah menghasilkan bahasa isyarat menjadi Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO). Menurut Palfreyman BISINDO mempunyai tiga poin yang muncul sejak 2008 dari anggota GERKATIN sebagai berikut:

- 1) BISINDO merupakan bahasa pertama yang wajib digunakan oleh semua penyandang tunarungu di Indonesia karena BISINDO telah diambil dari wilayah-wilayah satu Indonesia untuk membuat satu kamus BISINDO.
- 2) BISINDO mempunyai persamaan dengan wilayah Jakarta serta seharusnya BISINDO di promosikan ke seluruh Indonesia.
- 3) BISINDO merupakan nama yang digunakan oleh seluruh masyarakat penyandang tunarungu di Indonesia.

Palfreyman (2015) juga telah menjelaskan secara lebih jauh walaupun BISINDO telah digunakan oleh semua masyarakat penyandang tunarungu di Indonesia, BISINDO tidak memiliki standarisasi formal tetapi memiliki varian dialek dari setiap daerahnya masing-masing.

