

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain grafis merupakan cara penyampaian sebuah pesan atau informasi dalam bentuk gambaran dari ide yang bergantung pada kreasi, seleksi, dan penataan elemen visual. Efektivitas sebuah desain grafis dapat dilihat saat keputusan *audiens* terpengaruhi ketika akan melakukan sesuatu. Hal ini dikarenakan desain memberi pengaruh dengan cara membujuk, memberi informasi, mengidentifikasi, memotivasi, melibatkan, dan menyampaikan pesan dengan definisi yang beragam (Landa, 2014).

Profesi desain grafis menuntut pemikiran kreatif yang tajam serta keterampilan kreatif dan teknis. Oleh karena itu, pendidikan seni yang luas memberikan seorang desainer kesiapan untuk memahami konteks desain dan mengusulkan solusi yang bermakna. Seorang desainer dapat menggunakan keahlian yang dimiliki untuk memberikan informasi tentang isu-isu sosial dan politik, mempromosikan tujuan baik, menggerakkan perekonomian, serta mendorong persaingan yang membuahkan penelitian dan perkembangan tanpa disadari oleh masyarakat.

2.1.1 Elemen Desain

Dalam buku *Graphic Design Solutions, Fifth Edition*, Landa (2014) berpendapat bahwa seseorang yang akan menjadi desainer setidaknya harus memiliki pengetahuan dasar mengenai elemen dan prinsip-prinsip desain agar dapat memaksimalkan potensi penyaluran pesan dan ekspresi. Elemen-elemen itu terbagi menjadi empat, yaitu:

2.1.1.1 Garis

Garis dapat didefinisikan sebagai alat visualisasi saat digambarkan yang bermula sebuah titik yang digerakkan atau ditarik memanjang dan hanya dapat dianggap apabila memiliki ukuran panjang yang melebihi lebarnya. Sebuah garis memiliki peran

signifikan dalam komposisi dan komunikasi hanya dengan bentuk dan kualitasnya yang dapat membuatnya memikat perhatian *audiens*. Fungsi-fungsi garis adalah membedakan antara bentuk dan tepi, membantu mengatur komposisi, menentukan area komposisi dan batasnya, membantu dalam menciptakan arah sorotan, dan membentuk ekspresi linier (Landa, 2014).

Anggraini dan Nathalia (2018) berpendapat bahwa garis memiliki berbagai macam bentuk. Garis dapat berupa lurus, lengkung, putus-putus, *zig-zag*, meliuk, bahkan tidak beraturan. Tiap jenis garis memberikan citra yang berbeda, seperti lurus memberikan rasa formal dan profesional dengan sedikit ketenangan.

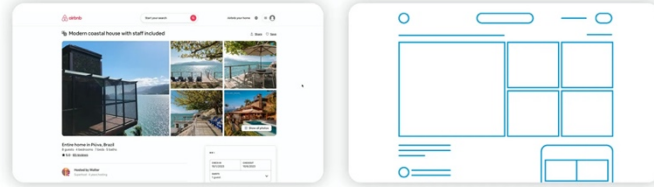
2.1.1.2 Bentuk

Bentuk tercipta dari konfigurasi struktur garis yang tertutup di atas permukaan dua dimensi dengan menggunakan warna, tekstur, pola, atau garis saja. Pada dasarnya bentuk hanya terdiri dari dua dimensi sehingga hanya dapat diukur dari tinggi dan lebarnya. Segala bentuk yang ada merupakan bentuk turunan dari tiga bentuk dasar yaitu lingkaran, segitiga, dan persegi (hlm. 21). Landa berpendapat bahwa figur dan tipografi juga merupakan bagian dari bentuk.

1) Figur

Figur atau ruang positif dan negatif, merupakan prinsip dasar persepsi visual dan tertuju kepada hubungan bentuk, dari figur ke permukaan, pada permukaan dua dimensi. Figur atau bentuk positif adalah bentuk nyata, yang dapat langsung dilihat sebagai bentuk. Bentuk atau area yang tercipta di antara gambar dengan permukaan media dikenal sebagai bentuk negatif atau *white space*. Dalam sebuah gambar, permukaan terlihat kosong atau tidak berbentuk bagi pengamat amatir, maka memerlukan figur untuk menarik perhatian mereka. Ketika kedua ruang positif dan negatif dapat

menghasilkan fokus dan bentuk berbeda, maka terciptalah ilusi optik akibat hubungan ambigu antara figur dan permukaan.



Gambar 2.1 *Pragnanz-Gestalt Principle*

Sumber: <https://public-images.interaction-design.org/tags/td-illustration-gestalt-9-pragnanz-example.png> (Oktober 2023)

2) Bentuk Tipografi

Walaupun dikategorikan sebagai lambang bunyi bahasa, dalam desain grafis huruf, angka, dan tanda baca dianggap sebagai bentuk karena tetap memiliki unsur bentuk dasar seperti bujur-sangkar, lengkung, geometris, atau organik.

2.1.1.3 Warna

Pantulan cahaya yang mengenai dasar atau permukaan suatu benda menciptakan warna yang ditangkap oleh mata. Warna merupakan elemen desain yang kuat dan memikat (Landa, 2014). Tidak hanya itu, warna dapat memberikan beragam sensasi seperti menstimulasi, menenangkan, ekspresif, mengganggu, mengagumkan, kultural, riang, dan simbolik. Warna meliputi setiap aspek kehidupan sehingga memberikan hiasan dan keindahan yang terasa puitis ke dalam keseharian yang diciptakan oleh warna hitam dan putih (Holtzschue, 2017).

Landa (2014, hlm. 23) menjelaskan bahwa warna dapat dikategorikan sebagai tiga elemen yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*. *Hue* merupakan nama dari sebuah warna, seperti merah atau hijau, biru atau oranye. *Value* mengacu pada tingkat pencahayaan (terang atau gelap) sebuah warna yang dapat diatur dengan menggunakan

warna hitam dan putih, seperti biru muda dan merah tua. *Saturation* atau saturasi mengatur kepekatan dan kepuhutan suatu warna. Saat sebuah warna memiliki intensitas yang tinggi tanpa mengandung warna netral (hitam atau putih), maka warna tersebut sangat tersaturasi atau pekat. Saat dicampurkan warna hitam, putih bahkan abu, warna tersebut menjadi pudar atau kusam. Warna yang tercampur warna abu disebut *tone* karena pengurangan saturasinya.

Berdasarkan Adams (2017), warna memiliki kombinasi tak terhingga yang didasari oleh enam skema warna.

1) ***Complementary***

Warna ini mewakili hubungan yang sangat kontras karena memiliki posisi menghadap satu sama lain. Kombinasi warna ini menimbulkan kesegaran dan kejutan.

2) ***Split Complementary***

Skema warna ini terdiri atas tiga warna, di mana dua warna berada di samping komplemen warna utama yang menghasilkan koneksi kuat dengan mengurangi tingkat kontrasnya.

3) ***Double Complementary***

Penggunaan skema ini belum tentu menghasilkan kombinasi warna yang bagus karena merupakan gabungan dari dua warna komplementer. Agar skema ini tidak menghasilkan warna yang terlalu mencolok, maka akan lebih bagus jika menghindari memilih jarak yang berdekatan antar keempat warna.

4) ***Analogous***

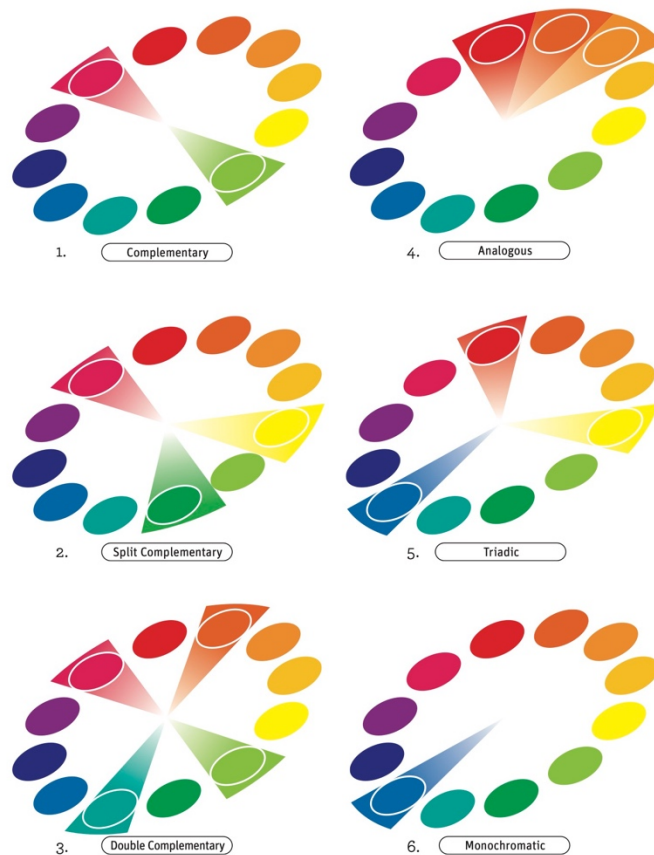
Skema ini merupakan kombinasi dari dua warna atau lebih yang berdampingan pada roda warna. Warna-warna ini lebih mudah untuk diterima oleh mata karena memiliki gelombang cahaya yang serupa.

5) *Triadic*

Warna ini dihasilkan oleh kombinasi tiga warna yang tersebar rata pada roda warna, di mana penggunaan warna sekunder dan tersier pada tiga serangkai ini dapat menghasilkan kontras yang lebih lembut dibandingkan penggunaan warna primer.

6) *Monochromatic*

Skema warna ini hanya menggunakan satu warna yang kemudian dieksplorasi dengan memainkan saturasi dan kecerahannya untuk menghasilkan kombinasi warna yang serupa.

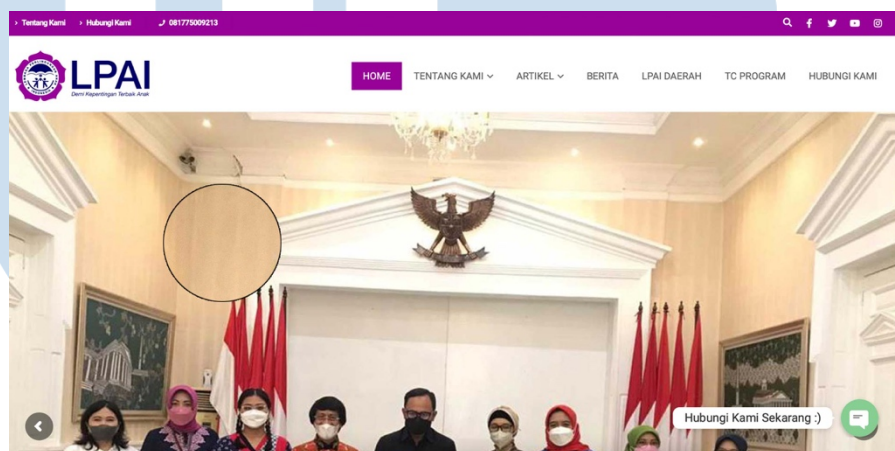


Gambar 2.2 *Color Harmony*

Sumber: Color Design Workbook: New, Revised Edition: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design (2017)

2.1.1.4 Tekstur

Tekstur merupakan tampilan atau karakteristik dari suatu permukaan. Dalam seni rupa, tekstur dibagi menjadi dua yaitu taktil dan visual. Tekstur taktil memberikan sensasi yang dapat disentuh atau dirasakan secara langsung. Sensasi ini dapat dicapai melalui beberapa teknik cetak seperti *emboss* dan *deboss*, *letterpress*, dan lainnya. Berbeda dengan tekstur taktil, tekstur visual hanya dapat dilihat saja (Landa, 2014).



Gambar 2.3 Unsur Tekstur pada Website
Sumber: www.lpai.id (Oktober 2023)

Anggraini dan Nathalia (2018) berpendapat bahwa tekstur dapat bersifat semu atau tidak nyata. Namun, walaupun tidak dapat dirasakan/diraba secara langsung, tekstur semu tetap dapat memberikan pengalaman dan nilai lebih dari sekadar estetika. Tekstur visual atau semu dapat dibuat dengan menggunakan media *image-making*, fotografi, bahkan memindai tekstur asli.

2.1.2 Prinsip Desain

Landa (2014, hlm.29) mengatakan setiap proyek desain menerapkan prinsip-prinsip desain dengan cara menggabungkan elemen dasar desain dengan pembuatan konsep, tipografi, gambar, dan visualisasi. Prinsip-prinsip ini terdiri atas format, *balance*, hirarki visual, ritme, dan *unity*. Kelima prinsip ini saling bergantung satu dengan lainnya, seperti prinsip *unity* menentukan

hubungan visual komposisi elemen dan *balance* ikut membantu menstabilkannya dalam sebuah desain grafis.

2.1.2.1 Format

Format merupakan suatu hal/media yang dijadikan titik batas atau tolak ukur dari suatu desain. Seorang desainer bekerja dengan berbagai macam format untuk memberi visualisasi jenis proyek. Komponen komposisi yang digunakan dalam suatu proyek desain harus merespons batasan format yang digunakan, apa pun bentuk atau jenis formatnya.



Gambar 2.4 Format Ukuran Kelas Layar
Sumber: <https://learn.microsoft.com/en-us/windows/apps/design/layout/images/breakpoints/size-classes.svg> (Oktober 2023)

Format berbagai ukuran, bahan, maupun bentuk. Sampul CD berbentuk persegi, brosur dapat dibuka dan dilipat menjadi persegi panjang, dan layar ponsel dan komputer memiliki berbagai ukuran. Format memiliki ukuran standar untuk beberapa medianya, seperti semua sampul CD akan memiliki ukuran yang sama dan poster akan dicetak dengan ukuran standar. Tidak hanya terhadap format tunggal, seorang desainer juga dapat mengerjakan proyek dengan format multi-halaman seperti *website*, majalah, katalog, dan lainnya.

2.1.2.2 Balance

Keseimbangan atau *balance* terpenuhi saat bobot semua komposisi elemen visual pada desain tersebar secara merata di setiap sisi sumbu pusat. Landa (2014, hlm.30) berpendapat bahwa *audiens* kurang menyukai karya seni yang memiliki komposisi yang tidak seimbang, hal ini dikarenakan komposisi yang seimbang atau stabil

dapat menciptakan keharmonisan dalam desain dan mempengaruhi/maintain komunikasi terhadap *audiens*.

Dalam desain, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi bobot antar komponen seperti letak elemen, garis pandang, ukuran dan bentuk elemen, elemen yang berupa figur/permukaan, warna, tekstur, kepadatan atau jumlah elemen, *focal point*, pengelompokan elemen, pergerakan (bagi *motion graphic* dan media berbasis layar/waktu).

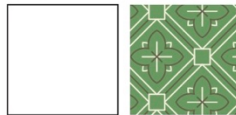
A large shape is heavier in comparison to a small shape



Black often weighs more than white



Patterns: textures or patterns have heavy visual weight compared to shapes without patterns



Dull tones are lightweight; bright tones are heavy



Cool/cold colors weigh less than warm/hot colors



Gambar 2.5 *Factors Affecting Visual Weight*
Sumber: *Graphic Design Solutions*, Fifth Edition (2014)

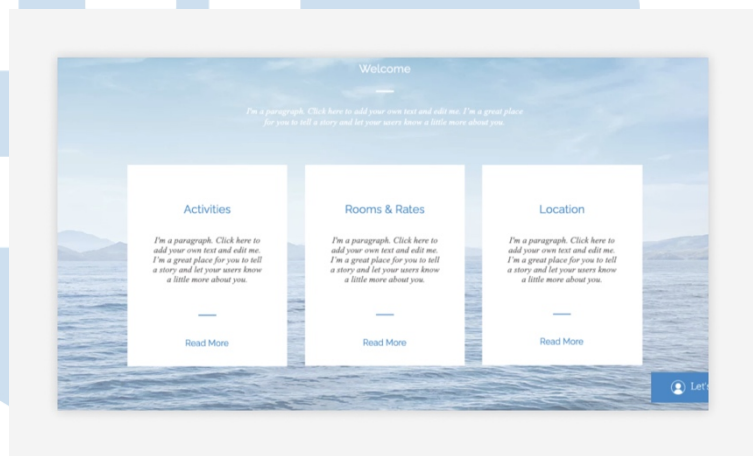
Bobot visual, posisi, dan aransemen merupakan faktor yang mempengaruhi *balance*. Dalam dua dimensi, bobot tidak diartikan sebagai suatu berat aktual yang dapat dihitung, melainkan jumlah unsur visual, kepentingan, atau *emphasis* dari elemen dalam suatu

komposisi. Setiap elemen memiliki energi tersendiri, seperti kekuatan dan bobot.

Dalam menciptakan *balance*, terdapat dua pendekatan:

1) Simetris

Keseimbangan yang simetris memiliki bobot visual yang tersebar secara seimbang dengan para elemen saling mencerminkan satu sama lain pada kedua sisi sumbu pusat.



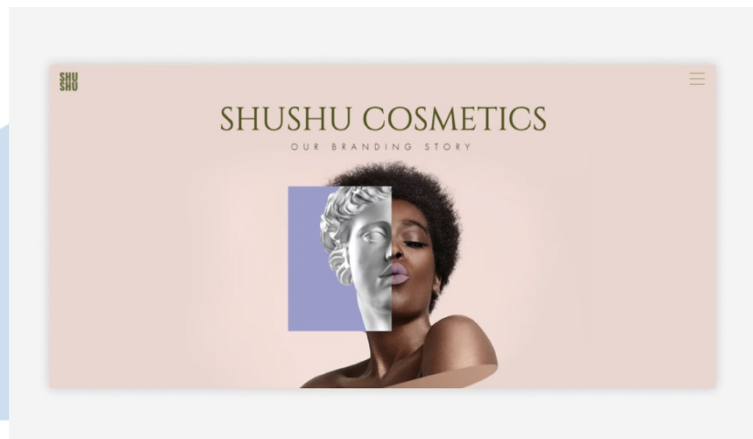
Gambar 2.6 *Symmetrical Arrangement*

Sumber:

https://static.wixstatic.com/media/ea6ac8_772596f8aaa8481c960161e25c15387a~mv2.png/v1/fill/w_924,h_556,al_c,q_90,enc_auto/ea6ac8_772596f8aaa8481c960161e25c15387a~mv2.png (Oktober 2023)

2) Asimetris

Keseimbangan yang asimetris dilakukan dengan penempatan elemen yang berbeda namun memiliki bobot yang sama pada kedua sisi sumbu pusat tanpa saling mencerminkan satu sama lain. Setiap elemen dan penempatannya memiliki kontribusi dalam memberi efek keseimbangan dalam komposisinya.



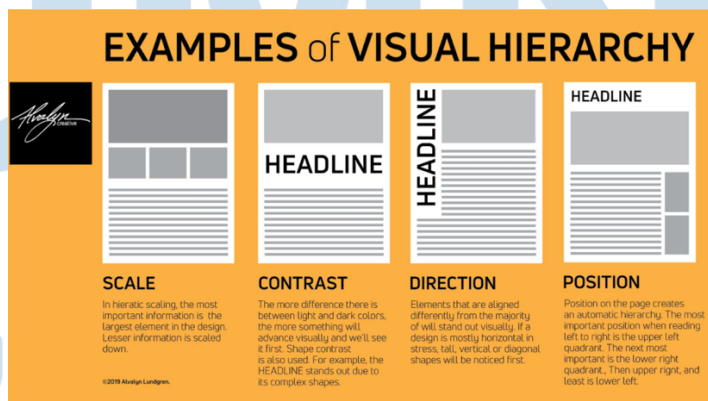
Gambar 2.7 *Asymmetrical Arrangement*

Sumber:

https://static.wixstatic.com/media/ea6ac8_b1e158433b5c4b0d885919b7934f4860~mv2.png/v1/fill/w_924,h_541,al_c,q_90,enc_auto/ea6ac8_b1e158433b5c4b0d885919b7934f4860~mv2.png (Oktober 2023)

2.1.2.3 Hirarki Visual

Hirarki visual merupakan prinsip utama komunikasi yang digunakan untuk mengatur informasi serta menuntun *audiens* memperhatikan bagian terpenting melalui *emphasis*. Dalam sebuah desain, umumnya seorang desainer yang menentukan elemen mana yang pertama kali perlu dilihat oleh *audiens*, kedua, dan seterusnya. Dengan menggunakan *emphasis* atau penekanan, unsur-unsur visual dapat ditata sesuai dengan tingkat kepentingannya sehingga dapat terlihat lebih dominan dibanding unsur pendukung lainnya (Landa, 2014, hlm. 33).



Gambar 2.8 *Example of Visual Hierarchy*

Sumber:

<https://i.pinimg.com/originals/23/37/7f/23377fcd8237085f55d26e6fe9e3821d.jpg> (Oktober 2023)

Tidak semua elemen perlu diberikan *emphasis* karena dapat merusak keharmonian dari desain yang ada. Hirarki visual dapat membantu komunikasi tanpa membatasi gaya seni atau kualitas ekspresif desain tersebut. Agar memaksimalkan komunikasi, maka hal yang perlu ditetapkan adalah *emphasis focal point* atau penekanan titik fokus. Terdapat enam cara untuk mendapatkan *emphasis* yang baik, yaitu dengan isolasi, peletakan, skala ukuran, kontras, petunjuk dan arah, serta struktur diagram.

2.1.2.4 Ritme

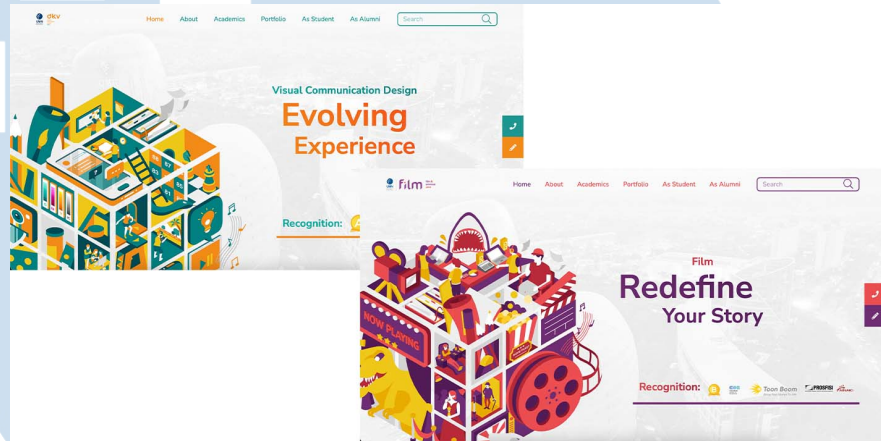
Ritme atau irama dalam musik dan desain grafis memiliki persamaan, yaitu mengulang pola elemen secara konsisten yang membuat perhatian *audiens* melekat ke seluruh permukaan desain. Seperti dalam musik, ritme elemen dapat dimainkan tempo menjadi lambat, cepat, bahkan diinterupsi. Menentukan jarak antar deretan elemen visual sangat penting dalam mengembangkan kejelasan *flow* visual dari satu halaman ke lainnya. Memasukkan varian elemen sebagai tanda baca, aksentuasi, dan daya tarik visual juga tidak kalah penting.

Memahami perbedaan repetisi dan variasi merupakan kunci dalam membangun ritme. Repetisi berhasil dilakukan ketika satu atau beberapa elemen digunakan berulang kali dengan konsisten. Variasi terjadi ketika warna, ukuran, bentuk, jarak, atau posisi satu atau beberapa elemen diubah atau dimodifikasi sehingga menciptakan daya tarik yang mengejutkan. Namun, ritme visual dapat melemah apabila variasi yang digunakan terlalu beragam (Landa, 2014, hlm. 35-36).

2.1.2.5 Unity

Unity atau kesatuan tercapai saat semua elemen grafis pada suatu desain saling berhubungan sehingga menghasilkan satu kesatuan dan terlihat menyatu saat diletakan berdampingan.

Komposisi yang terpadu akan lebih mudah untuk diingat oleh *audiens*. *Gestalt* atau bentuk dalam bahasa Jerman, menekankan persepsi struktur sebagai satu kesatuan yang terorganisir yang memberikan rasa ingin menciptakan keteraturan, membuat koneksi, dan pengelompokan secara menyeluruh.



Gambar 2.9 Prinsip *Unity*
Sumber: dkv.umn.ac.id , film.umn.ac.id (Oktober 2023)

Dalam *law of perceptual organization*, dijelaskan bagaimana manusia menggolongkan elemen menjadi sebuah *unity*:

1) ***Similarity***

Bentuk, warna, tekstur, dan posisi menjadi pertimbangan untuk menggolongkan suatu elemen dianggap mirip. Elemen yang terlihat berbeda akan mengganggu *unity* dan dianggap terpisah.

2) ***Proximity***

Sekelompok elemen yang berdekatan akan dianggap sebagai satu kesatuan.

3) ***Continuity***

Elemen yang terlihat sebagai kelanjutan dari elemen sebelumnya dianggap berhubungan dan memberi kesan pergerakan.

4) *Closure*

Menggabungkan sekumpulan elemen terbuka menjadi satu bentuk, pola, atau unit yang lengkap.

5) *Common fate*

Elemen yang menghadap atau bergerak ke arah yang sama dianggap sebagai satu kesatuan.

6) *Continuing line*

Garis yang terpotong atau putus-putus tidak dianggap terpisah, melainkan sebuah kesatuan atau garis tersirat.

2.1.3 Warna pada Layar

Holtzschue (2017) mengatakan walau media menggambar pada layar baru ada selama dua generasi, namun dapat memberikan solusi eksploratif dengan cepat dan presisi. Industri dan studio desain telah berubah ketika gambaran cahaya memungkinkan untuk dibuat dan proses *editing* dan *correcting* dapat dilakukan dengan kilat. Dalam studio desain, menggambar dengan cahaya (layar) pada segala jenis dan ukuran sudah menjadi praktik standar yang perlu dilakukan tanpa pengecualian.

Screen drawing atau menggambar pada layar memiliki prinsip penggunaan akhir atau *output*. Beberapa disiapkan untuk dicetak, dan lainnya hanya untuk dilihat di layar. Setiap media memiliki serangkaian protokol dan batasannya masing-masing sehingga menjadi sebuah tantangan untuk menyamai warna yang digunakan. Solusi untuk masalah distribusi warna layar-cetak belum tentu sama dengan distribusi warna layar-layar.

Dalam desain grafis, segala bidang memerlukan gambar, tidak peduli gambar itu hanya diagram sederhana atau gambar dengan *rendering* rumit.

Selain itu, kegunaan utama *screen drawing* antara lain:

- 1) Gambar teknis,
- 2) Menyiapkan bahan/media yang digunakan untuk percetakan (buku, brosur, kemasan, dan lainnya),
- 3) *Rendering* produk untuk penjualan atau produksi,

- 4) Desain *website* sebagai media informasi mengenai produk asli atau katalog *online*,
- 5) Desain *website* sebagai tampilan tanpa terkait dengan produk fisik.

2.1.3.1 *Screen Display*

Gambar pada layar diciptakan oleh pola dan kecerahan cahaya yang dipancarkan melalui gelombang yang berbeda. Dalam monitor, terdapat *gamut* atau rentang warna. Walau memiliki rentang warna yang luas dan hampir mendekati jangkauan penglihatan warna pada mata manusia, monitor tetap memiliki batasannya.

Pixel atau elemen gambar merupakan satuan terkecil pada tampilan layar monitor. *Pixel* terdiri atas tiga komponen yang menghasilkan warna primer aditif (RGB) yang tersusun sebagai kotak vertikal dan horizontal. Untuk menentukan warna dari *pixel* maka diperlukan dorongan listrik yang dipadu dengan pancaran cahaya. Contohnya untuk menghasilkan warna kuning, maka *pixel* akan memancarkan cahaya merah dan hijau. Setiap *pixel* dapat diubah warna, *value*, dan saturasinya. Dalam desain, *pixel* diukur sebagai dpi (*dots per inch*) atau ppi (*pixels per inch*). Semakin tinggi angka dpi atau ppi, maka semakin besar resolusi atau tampilan detail pada gambar.

Dalam informasi elektronik, *bit* merupakan elemen terkecil yang digunakan oleh komputer. Ukuran dari *bit* dapat menentukan cara *pixel* diubah. Monitor dengan ukuran *bit* yang besar dapat menampilkan lebih banyak warna. Standar ukuran *bit* saat ini adalah 24-bit yang dapat menampilkan lebih dari 16 juta warna. Walau praktisnya hanya 20 ribu warna yang tersedia untuk desain, namun warna lainnya tetap ada untuk memperhalus gradasi warna (hlm. 412-414).

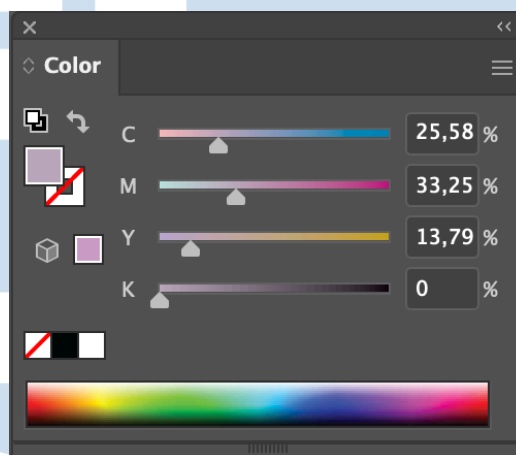
2.1.3.2 *Color Display Modes*

Keluasan *bit* hanya menentukan berapa banyak warna yang dapat ditampilkan oleh monitor. Dengan bantuan *software*, seorang

desainer dapat menentukan bagaimana warna dicampur dan ditampilkan pada layar. Terdapat tiga jenis mode menampilkan dan memadukan warna. Ketiga mode ini menawarkan warna-warna dasar yang kemudian ditampilkan dalam kotak atau lingkaran yang disebut sebagai palet warna (hlm. 420-426). Tiga mode tampilan ini adalah:

1) CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Black*)

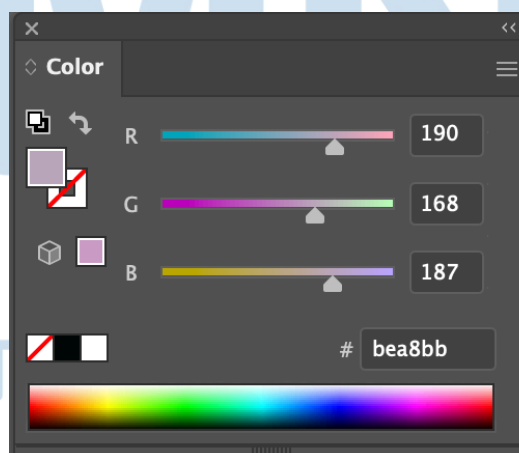
Warna dalam mode CMYK mewakili warna tinta untuk percetakan.



Gambar 2.10 Mode Tampilan Warna CMYK

2) RGB (*Red, Green, Blue*)

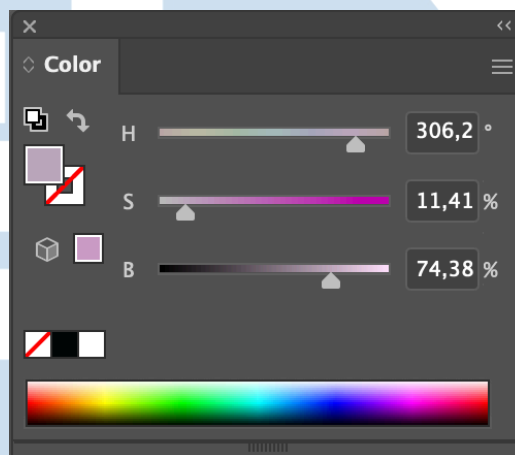
Warna dalam mode RGB mewakili warna cahaya tercampur dan biasa digunakan untuk mendesain media pada layar.



Gambar 2.11 Mode Tampilan Warna RGB

3) HSB (*Hue, Saturation, Brightness*)

Berbeda dengan mode warna lainnya, mode HSB lebih digunakan untuk memadukan cahaya menggunakan masing-masing *slider*.



Gambar 2.12 Mode Tampilan Warna HSB

2.1.3.3 *Color on the Web*

World Wide Web menawarkan beragam teks, gambar, suara, *motion*, dan komunikasi interaktif terhadap individual, organisasi, dan bisnis. Berdasarkan Pew Research Center (dalam Holtzschue, 2017), kesenjangan antar kelompok yang menggunakan internet semakin mengecil dikarenakan mencari informasi mengenai suatu topik atau produk dapat dilakukan dengan mudah kapan pun dan di mana pun. Hal ini juga didukung oleh pendapat konsumen yang menganggap warna sebagai satu-satunya faktor terpenting dalam membuat keputusan berbelanja dan warna pada layar memiliki jangkauan yang lebih kaya dibanding media lainnya.

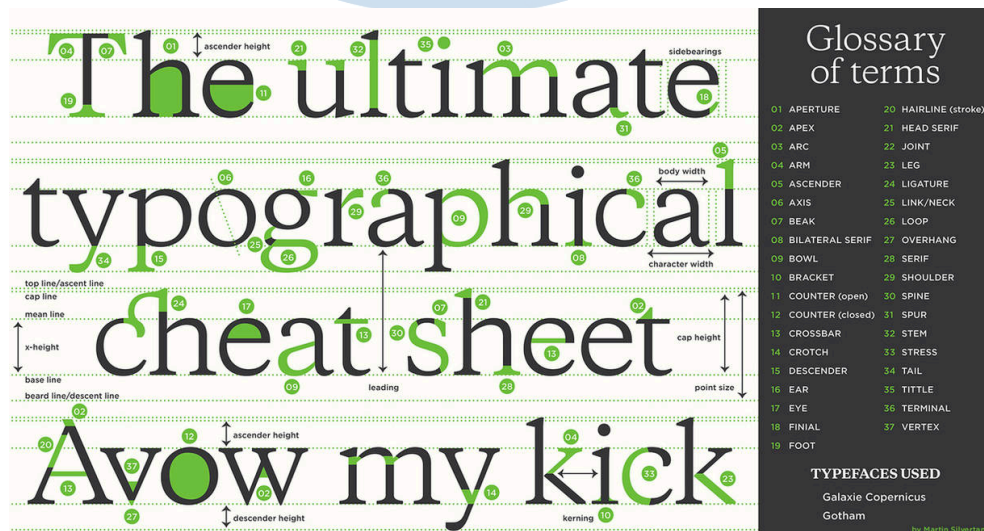
Halaman *website* tidak lebih dari susunan bentuk dan warna yang bertujuan untuk menarik dan mempertahankan perhatian. Desain grafis ini diolah dalam bentuk statis yang memuat *motion* atau suara. Saat monitor berbagi *platform* dan *software* yang sama dan menyesuaikan standar perangkat, warna layar dapat ditampilkan secara konsisten dan hampir sempurna. Saat *website* tidak mewakili produk dan hanya menawarkan informasi, maka *website* itu sendiri

adalah produknya. Masalah warna pada layar hanya sebatas perbedaan kecil antara warna yang berada di layar desainer dan layar *audiens*. Namun, perbedaan tersebut cenderung tidak jadi masalah (hlm. 432-442).

2.1.4 Tipografi

Typeface atau jenis huruf merupakan properti visual yang terdiri atas sekumpulan karakter. Dengan visual gaya yang konsisten, huruf tetap dapat dikenali setelah diubah atau dimodifikasi. Dalam suatu jenis huruf terdapat huruf, angka, simbol, tanda baca, dan tanda aksens. *Font* merupakan *file* digital yang berisikan kumpulan lengkap karakter dari jenis huruf tertentu, dan bukan lagi sebatang logam dengan bentuk karakter, angka, simbol dan tanda pelengkap seperti pada zaman tipe logam.

Sebuah *type* dapat dihitung ukurannya menggunakan 2 unit, yaitu *point* dan *pica*. *Point* digunakan untuk menghitung tinggi dari huruf, sedangkan *pica* digunakan untuk menghitung lebar huruf. Lebar huruf dihitung memanjang ke samping atau secara horizontal.



Gambar 2.13 *Typography Series - 01 - Anatomy of typography*

Sumber: <https://images-wixmp->

[ed30a86b8c4ca887773594c2.wixmp.com/i/10d080b5-3354-4155-a902-c42a81647dc0/d5g8ulm-aa583488-d8af-4c42-bb98-](https://images-wixmp-ed30a86b8c4ca887773594c2.wixmp.com/i/10d080b5-3354-4155-a902-c42a81647dc0/d5g8ulm-aa583488-d8af-4c42-bb98-994721fa5706.jpg/v1/fill/w_1219,h_655,q_70,strp/typography_series_01_ana_tomy_of_typography_by_martinsilvertant_d5g8ulm-pre.jpg)

[994721fa5706.jpg/v1/fill/w_1219,h_655,q_70,strp/typography_series_01_ana_tomy_of_typography_by_martinsilvertant_d5g8ulm-pre.jpg](https://images-wixmp-ed30a86b8c4ca887773594c2.wixmp.com/i/10d080b5-3354-4155-a902-c42a81647dc0/d5g8ulm-aa583488-d8af-4c42-bb98-994721fa5706.jpg/v1/fill/w_1219,h_655,q_70,strp/typography_series_01_ana_tomy_of_typography_by_martinsilvertant_d5g8ulm-pre.jpg) (Oktober 2023)

Agar dapat mengatur ukuran *type* secara lebih spesifik pada layar, maka dapat menggunakan *point*, *pixel*, persentase, atau unit em. Em didefinisikan sebagai lebar huruf M kapital (Landa, 2014, hlm. 44).

2.1.4.1 Klasifikasi *Type*

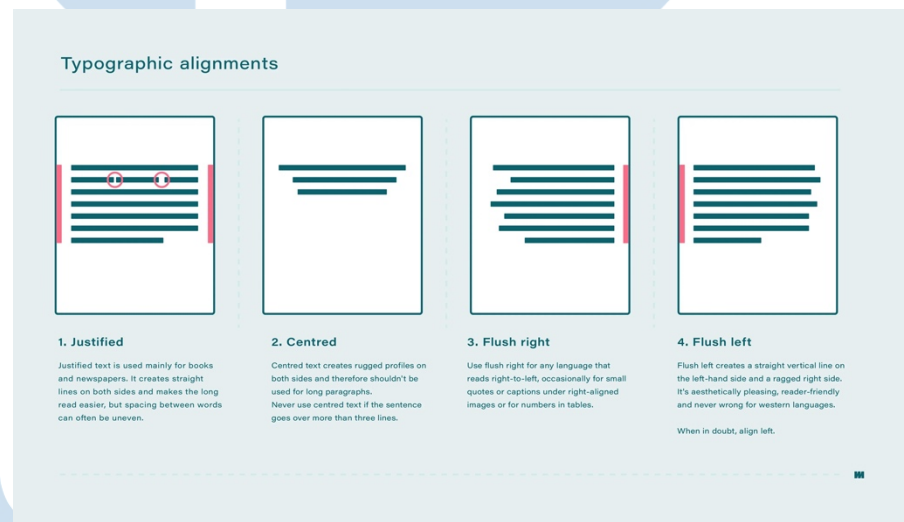
Walau terdapat banyak tipografi sekarang, berikut klasifikasi utama berdasarkan gaya dan sejarah:

- 1) **Old Style/Humanist**: Tipografi romawi. Memiliki ciri *serif* dengan sudut dan merupakan bentuk turunan dari huruf yang digambar dengan pena berujung lebar.
- 2) **Transitional**: Tipografi serif. Mewakili transisi dari gaula lama ke modern sehingga memiliki karakteristik perpaduan dari keduanya.
- 3) **Modern**: Tipografi serif. Bentuknya tetap mirip dengan bentuk yang dibuat dengan pena pahat namun bentuknya lebih geometris dan ditandai dengan kontras garis tebal-tipis dan tekanan vertikal yang besar.
- 4) **Slab Serif**: Tipografi serif. Memiliki ciri penghujung huruf yang menyerupai lempengan.
- 5) **Sans Serif**: Tipografi ini tidak memiliki serif atau penghujung pada karakternya.
- 6) **Blackletter**: Memiliki karakteristik padat dan berat dengan sedikit lengkungan.
- 7) **Script**: Memiliki karakteristik yang mirip dengan tulisan tangan dan sering menggabungkan huruf miringnya. *Type* ini mencoba untuk meniru tulisan dengan pena fleksibel, pena runcing, pensil, atau kuas.
- 8) **Display**: *Type* ini biasa digunakan dalam ukuran besar untuk *headline* dan judul.

2.1.4.2 *Alignment*

Untuk meningkatkan keterbacaan teks, maka teks perlu disusun tertata seperti (hlm. 57-58):

- 1) **Left-aligned:** Teks hanya rata pada satu sisi yaitu pada bagian kiri margin dan berantakan pada bagian kanan.
- 2) **Right-aligned:** Sebaliknya, teks hanya rata pada satu sisi yaitu pada bagian kanan margin dan berantakan pada bagian kiri.
- 3) **Justified:** Teks rata pada kedua sisi margin.
- 4) **Centered:** Teks berpusat pada sumbu vertikal sehingga rata tengah dan berantakan pada sisi kanan dan kiri.
- 5) **Runaround:** Teks mengelilingi foto atau elemen sehingga tidak tertutupi oleh teks. Disebut juga sebagai *text wrap*.
- 6) **Asymmetrical:** Tidak memiliki pola atau tidak disusun secara berulang sehingga teks tidak berada di posisi yang beraturan/sama dan memberikan efek asimetris.



Gambar 2.14 *Text Alignment*

Sumber:

https://miro.medium.com/v2/resize:fit:4800/format:webp/1*9Ufubf3W6F5Hw7sJip4Q8Q.jpeg (Oktober 2023)

2.1.4.3 *Spacing*

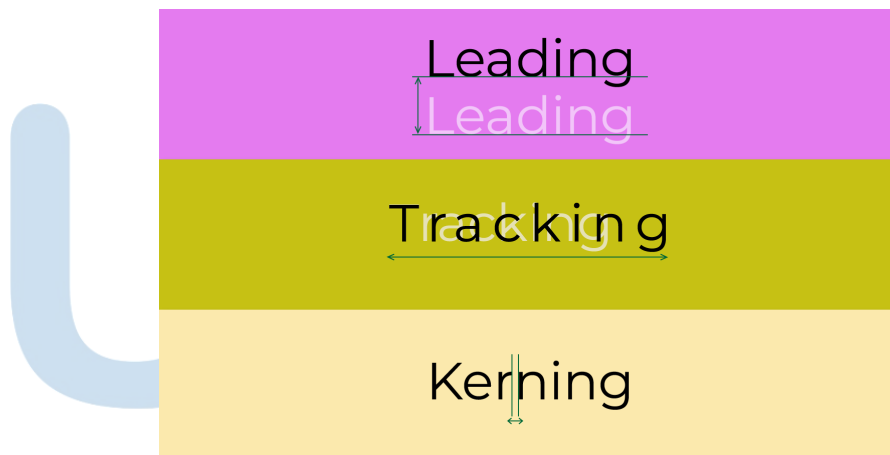
Spacing merupakan interval spasial antar huruf yang membantu pembaca lebih memahami tulisan yang ada. Saat mendesain teks, spasial merupakan hal penting yang perlu diingat agar keterbacaan tulisan jelas. Tidak hanya itu, kejanggalan seperti kata

atau baris pendek pada akhir paragraf atau *orphan* juga perlu diperhatikan.

Mengutip John Sayles (dalam Landa, 2014), jarak antar baris perlu diwaspadai dan *copy* yang telah dibuat harus dibaca saat akan disusun sehingga dapat mengetahui *flow* teks yang akan dibaca. Ruang antar kata dan baris mengurangi keterbacaannya, namun akan susah dibaca juga ketika ruangnya terlalu berdekatan. *Spacing* yang tidak rata membuat teks sulit dibaca karena menyebabkan jeda atau interupsi yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, seorang desainer harus tetap menyunting atau mengatur *spacing* teks karena *spacing* otomatis belum tentu benar.

Spacing terbagi menjadi tiga kategori:

- 1) ***Kerning*** mengatur jarak spasi antar huruf,
- 2) ***Tracking*** mengatur spasi secara keseluruhan dalam satu kata,
- 3) ***Leading*** mengatur jarak spasi antar baris teks secara vertikal.



Gambar 2.15 *Kerning, Tracking, dan Leading*

Sumber: <https://amadine.com/assets/img/articles/typography-rules/leading-tracking-kerning-concepts@2x.png> (Oktober 2023)

Dalam mengatur *spacing* ukuran *typeface* juga perlu dipertimbangkan. *Typeface* dengan ukuran yang terlalu kecil akan sulit dibaca dan tampak hilang (hlm. 58-60)

2.1.5 Teks pada Layar

Hanya dengan mengubah suatu warna atau paduan warna, makna dari sebuah visual dapat berubah karena terminologinya yang unik dan kompleks. Saat akan memilih penggunaan warna, maka perlu juga dipertimbangkan harmoni dan kontras warna tersebut serta keterbacaannya dalam tipografi (Dabner, 2020). Dengan pemilihan warna yang baik, struktur teks menjadi lebih jelas dan mudah dimengerti dalam pembelajaran. Berdasarkan banyak percobaan yang telah dilakukan, mayoritas orang lebih menyukai penggunaan warna dibanding hitam-putih saja dalam visual. Namun penggunaan warna yang inkonsisten dan tidak akurat mengganggu dan menjengkelkan sehingga dapat menurunkan rasa ingin belajar (Pettersson, 2023).

Pemilihan tipografi yang buruk dapat memberikan kesan amatir, tidak berseni dan membingungkan (Compton dalam Lupton, 2014). Apabila memikirkan pembaca *modern*, seseorang mungkin terbawa suasana saat menggunakan ponselnya dan akan membaca kembali di waktu luang dengan *device* lain apabila konten yang disajikan menarik dan mudah dibaca. Dengan standar *website* yang semakin berkembang, seorang desainer dapat membangun sistem tipografi yang terstruktur dengan mudah.

Dalam buku *Type on Screen A Critical Guide for Designers, Writers, Developers, and Students (Design Briefs)*, Lupton (2014) menjelaskan seorang desainer dapat menjaga suasana membaca yang menyenangkan dengan menggunakan beragam teknik saat pengguna merasa pengalamannya terganggu oleh berbagai ukuran dan resolusi layar. Saat merancang sesuatu dalam proyek apa pun, desainer akan memikirkan siapa targetnya dan bagaimana cara menjangkau mereka dengan baik.

Saat merancang *website*, ruang yang akan ditempati menu perlu diperhitungkan. Umumnya, layar memiliki dimensi 1024x768 *pixel*. Akan tetapi, pada *browser* biasa hanya tersedia 80% dari ruangan tersebut dan dengan adanya *white space* pada tepi kiri dan kanan konten, maka hanya tersisa 960x650 *pixel* yang dapat digunakan untuk mendesain *website* (Vinh dalam Lupton, 2014).

2.1.5.1 *Grid*

Desainer telah menggunakan sistem *grid* semenjak tahun 1950-an untuk mengatur kolom dan baris *white space* dalam percetakan. Dengan adanya kemajuan terhadap teknologi, bentuk ribuan *pixel* persegi pada layar tetap tidak berubah walau membuat kurva dan elemen dengan *pixel* kecil terlihat lebih mulus. Desainer dapat mengatur konten dengan menentukan *grid* yang kuat dan fleksibel serta memanfaatkan tekstur layar. *Grid* yang fleksibel menawarkan keluwesan sebagai *template* halaman dan memberi susunan tertata pada elemen-elemen yang berbeda (Lupton, 2014, hlm. 52).

Dalam desain UX penggunaan *grid* menjadi sebuah kebutuhan dalam mengadaptasi *format interface* pada perbedaan ukuran yang ekstrem saat melakukan *browsing* di komunikasi *online*. Namun perbedaan struktur dan tampilan akan terlihat jelas saat penyatuan aspek komposisi walau batasan ukuran layar untuk perangkat spesifik telah dipertimbangkan. Hal ini dikarenakan pengembangan tampilan dan nuansa dilakukan dalam *desktop* dengan ukuran yang lebih besar. Hal seperti konflik antara simetris dan asimetris pengaturan, hilangnya area *margin* penting dan ketidakpaduan navigasi dan area konten merupakan masalah umum yang dapat diselesaikan dengan pemahaman baik mengenai struktur *grid*.

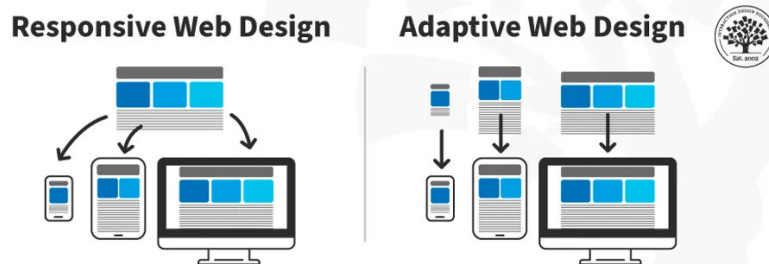
Struktur *grid* untuk media interaktif tidak berbeda dengan media cetak. Semua pertimbangan dan metode tetap berlaku, namun desainer harus memperkirakan bagaimana *layout* yang dirancang untuk monitor *desktop* berukuran besar dapat diterjemahkan dengan baik ke layar kecil pada *handphone*. Area layar *handphone* menimbulkan batasan yang tidak dapat dihindari, namun lebarnya yang tetap mendukung berbagai ukuran *type* agar tetap terbaca dalam

atribut yang kurang optimal mengatasi masalah batasan untuk ukuran gambar (Samara, 2017).

2.1.5.2 *Responsive Typography*

Merancang *website* yang merespons dalam perbedaan ukuran dan resolusi layar merupakan salah satu cara mengurangi masalah desain *website*. Agar tidak perlu membuat *website* terpisah untuk perangkat yang berbeda, pendukung desain responsif mengembangkan dan merencanakan *website* yang dapat menampilkan konten sesuai dengan perangkat yang digunakan. Terdapat dua pendekatan pada *layout* responsif, *liquid* dan *adaptive*.

Desain *liquid* menyesuaikan lebar *browser* pengguna dan kolom pada *web* menjadi lebih lebar atau sempit untuk mengatur ulang alur konten. Walau desain *liquid* tidak terlalu terlihat pada *handphone*, pengguna dapat mengontrol *browser windows* secara leluasa dengan fitur ini saat digunakan pada *desktop* atau laptop. Sedangkan desain *adaptive* merespons terhadap ukuran dan orientasi *browser* pengguna sehingga menghasilkan konfigurasi yang berbeda untuk tiap perangkat serta menggunakan kolom dengan jumlah lebih sedikit atau lebih banyak tanpa mengubah ukurannya. Terlepas dari perbedaannya, kedua metode ini dapat digunakan secara bersamaan (Lupton, 2014, hlm. 56).

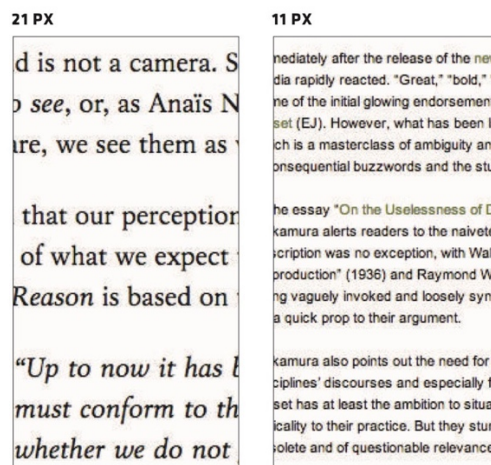


Gambar 2.16 *Liquid and Adaptive Layout*
Sumber: https://public-images.interaction-design.org/literature/articles/heros/article_131284_hero_637231d7a2f2e6.76469892.jpg?tr=w-1024 (Oktober 2023)

2.1.5.3 Type size

Merancang platform membaca di *website* dimulai dengan menentukan ukuran yang tepat untuk *type* utama. Saat memegang buku atau majalah, *audiens* cenderung akan mengangkatnya dekat ke muka namun melihat layar dari jarak yang jauh. Karena itu, untuk meningkatkan kenyamanan dan keterbacaan pada layar perlu menggunakan ukuran yang lebih besar dibanding media cetak. *Type default* pada *browser* adalah menggunakan *type* Georgia dengan ukuran 17pt yang setara dengan 1 em atau 100% (1 em dan 100% setara dengan 14 *pixel*, maka 16,8 *pixel* berukuran 120%). Jika dibandingkan dengan ukuran *type* pada media cetak, tetapi apabila dilihat berdasarkan suasananya maka akan terlihat seimbang.

Ukuran *type* pada *handphone* cenderung lebih kecil dibanding pada layar *desktop*. Hal ini dikarenakan pengguna dapat mengatur jarak membaca jauh lebih mudah pada *handphone*. Walau ukuran standar *type* pada layar adalah 12 *pixel*, penggunaan ukuran yang lebih besar seperti 14 hingga 21 *pixel* membuahakan rasa membaca yang lebih menyenangkan dan mudah. Penggunaan ukuran *type* yang terlalu kecil akan mengganggu kenyamanan membaca dan menjadi sebuah masalah.



Gambar 2.17 How small is too small?

Sumber: Type on Screen A Critical Guide for Designers, Writers, Developers, and Students (Design Briefs) (2014)

2.1.6 *Type and Interface*

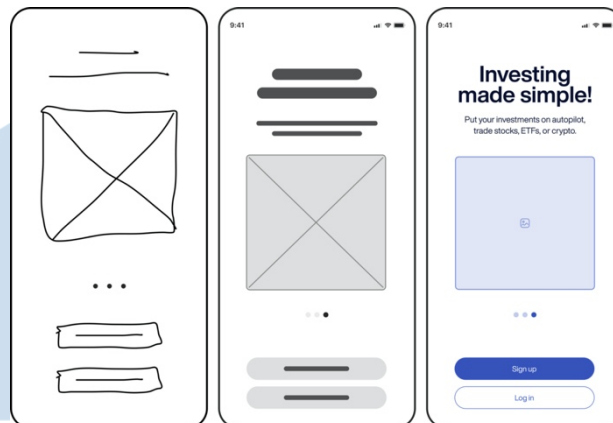
Sebuah *interface* menunjukkan struktur internal sebuah dokumen serta kerangka menu, tombol, dan *link* yang memandu pengguna secara keseluruhan. *Interface* yang dirancang dengan baik membantu membentuk makna dan fungsi dari aliran konten yang tiada akhirnya. Media interaktif terdiri atas lapisan yang menghasilkan tiga dimensi kompleks yang mengakibatkan konten dapat keluar masuk dari jarak pandang. Dalam membangun *interface* diperlukan perencanaan yang matang (Lopez dan Hom dalam Lupton. 2014, hlm. 99).

2.1.6.1 *Wireframe*

Wireframe merupakan bentuk *prototype* atau kerangka dari suatu produk yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau menjelaskan fitur dan menguji fungsi dari sebuah *website* atau aplikasi. *Wireframe* juga dapat diartikan sebagai skema atau *blue print*, rangka yang menggunakan elemen yang disederhanakan untuk menguji area konten dan navigasi halaman.

Dengan menggunakan batang dan blok berwarna abu-abu, desainer menetapkan desainnya dalam bentuk sederhana agar tidak terlalu dini memikirkan desainnya secara keseluruhan, hanya membahas struktur penting dan fungsinya saja. Perancangan ini diawali dengan membangun *wireframe low-fidelity* dengan menggunakan pensil dan kertas untuk menyampaikan jenis halaman yang akan digunakan. Seiring dengan dikembangkannya desain, *wireframe* dengan *high-fidelity* dirancang untuk memperjelas detail konten dan interaksi yang menghubungkan satu halaman ke lainnya (Lupton, 2014, hlm.100).

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 2.18 *Wireframe*

Sumber: <https://decode.agency/wp-content/uploads/2023/01/Group-6343.svg>
(Oktober 2023)

Wireframe dan *flowchart* membantu desainer dalam memvisualisasikan struktur *website* dan memerhatikan kemungkinan adanya masalah. Untuk mengurangi masalah, maka akan lebih baik keduanya ditangani sebelum proyek mulai dikembangkan.

Flowchart merupakan fondasi untuk menyatukan pemikiran desainer dan pengguna. Unsur ini dirancang untuk mengilustrasi struktur navigasi *website*, jalur penting, dan menentukan cakupan proyek secara keseluruhan (Stewart *et. al*, 2020).

2.1.6.2 *Interaction Elements*

Dalam merancang *wireframe* secara efisien, diperlukan elemen-elemen sederhana untuk mewakili cara pengguna berinteraksi dengan material. Komponen yang tampak netral juga memiliki sensitivitas tertentu yang mengekspresikan sudut pandang desainer. Beberapa elemen yang dapat digunakan saat merancang *wireframe* adalah (hlm. 102-103):

- 1) ***Text box***: Kotak untuk memasukkan teks atau angka,
- 2) ***Button***: Tombol tekan virtual dengan sudut membulat untuk mengimplikasi dimensinya,
- 3) ***Hyperlink***: Teks yang dapat membawa pengguna ke layar, halaman, atau lokasi lain saat di-*click*. Biasanya ditandai dengan garis bawah dan/atau warna.

- 4) **Drop-down list:** Daftar atau menu *item* yang menampilkan pilihan ketika di-*click*.
- 5) **Radio button:** Tombol yang memungkinkan untuk memilih hanya satu *item* dari daftar *item*. Dengan memilih opsi baru, maka opsi yang telah dipilih akan dibatalkan.
- 6) **Check box:** Memberikan pengguna kesempatan untuk memilih lebih dari satu opsi dalam waktu yang bersamaan. Menunjukkan kondisi “*on/off*” dengan tampilan *shaded* atau berbayang.
- 7) **Combo box:** Kombinasi *drop-down list* dan *text box* yang berfungsi untuk menarik pengguna memilih dari daftar yang ada.
- 8) **List box:** Memberikan pengguna kesempatan untuk memilih lebih dari satu opsi pada daftar yang berada dalam *multiline text box*.
- 9) **Mouse vs Finger:** Saat merancang *wireframe*, ruang untuk interaksi perlu dipertimbangkan. *Cursor mouse* dapat merespons dengan akurat hanya dengan 1 *pixel*, sedangkan jari memerlukan sekitar 50 *pixel*. Saat *cursor mouse* diarahkan di atas tombol, maka dapat diberikan efek *over state* untuk menunjukkan elemen interaksi terpicu yang dapat ditandai dengan garis bawah atau kotak yang mengelilingi.

2.1.6.3 Menus

Menu merupakan salah satu struktur navigasi paling dasar. Tombol menu dapat berbentuk vertikal atau horizontal, tersembunyi atau permanen. Tombol menu dapat berupa beberapa hal seperti (hlm.104-105):

- 1) **Icons as Wayfinding:** Ikon dapat digunakan sebagai navigasi dengan menggabungkan menu *drop-down* dengan bentuk yang telah diberi ikon.
- 2) **Persistent:** Tombol menu ini selalu ditampilkan. Biasanya berada di sisi kiri halaman dan menampilkan semua opsi.
- 3) **Drop-down:** Menu ini biasanya ditampilkan dalam bentuk horizontal yang dapat menjabarkan opsi lainnya di bawah.
- 4) **Slider:** Mengingatkan kepada laci, tombol ini dapat disembunyikan dan diperlihatkan dari ruang tersembunyi sesuai keperluan. Kadang dianggap sebagai variasi *drop-down*.
- 5) **Tabs:** Biasanya muncul di sepanjang tepi atas layar, menampilkan semua opsi, dan diibaratkan seperti *tab* pada buku catatan atau folder.

2.2 Media Informasi

Turrow (2020) menjelaskan bahwa media bertujuan menjadi sarana pencipta dan penyebar pesan yang dikembangkan oleh industri. Sedangkan informasi merupakan bahan utama media massa yang menguntungkan dan sering digunakan untuk mengumpulkan fakta. Sehingga media informasi merupakan platform di mana segala fakta dikemas untuk disebar secara massal kepada banyak orang.

Dalam Coates dan Ellison (2014), International Institute for Information Design mengartikan desain informasi sebagai isi pesan dan lingkungan pesan tersebut disajikan yang direncanakan, didefinisikan, dan dibentuk dengan tujuan memenuhi kebutuhan informasi. Karena terbiasa memiliki akses terhadap informasi kapan pun dan di mana pun, masyarakat sering kali menganggapnya remeh. Terutama susunan dan penyajian informasi sering diabaikan.

Desain informasi berfungsi sebagai penghubung realitas individu dengan orang sekitar, tempat, produk, layanan, peristiwa, dan fenomena yang membentuk dunia. Dalam buku *Information Design Unbound: Key Concepts and Skills for*

Making Sense In A Changing World, Pontis dan Babwahsingh (2023) menjabarkan cara desain informasi membantu kehidupan manusia:

1) **Identification**

Ikon dan simbol yang merupakan representasi grafis memberikan referensi visual yang cepat saat dibutuhkan. Contohnya label keselamatan untuk membantu mencegah cedera parah.

2) **Instruction**

Memberikan petunjuk rinci dalam kata-kata dan gambar. Contohnya petunjuk cara penggunaan alat medis untuk mengontrol pendarahan selama operasi.

3) **Administration**

Sistem yang dapat digunakan secara jelas untuk mengumpulkan informasi dan memberikan alur kerja efisien. Contohnya teks yang dicetak tebal dan lugas untuk pengguna dalam melakukan pembayaran.

4) **Explanation**

Visualisasi pameran, infografis, animasi, dan artefak lainnya menjadi menarik untuk dipelajari dan mudah dipahami. Contohnya edukasi memasang sistem air minum bagi tukang pipa.

5) **Investigation**

Tampilan kumpulan data, analisis, dan eksplorasi merupakan hal yang ditawarkan oleh visualisasi interaktif yang dapat membantu dalam mengambil keputusan. Contohnya platform *online* membantu untuk menilai dampak sosial dan lingkungan dari investasi.

6) **Organization**

Jadwal dan dokumen yang terstruktur memfasilitasi akses cepat ke informasi. Contohnya jadwal kereta yang dipermudah menemukan frekuensi layanannya.

7) **Interaction**

Interface mendorong *website* aplikasi, dan pengalaman digital lain menjadi efektif. Contohnya sebuah aplikasi mempermudah akses terhadap koleksi sketsa dan tulisan Leonardo da Vinci.

8) *Navigation*

Dari gedung hingga kota, orang dapat merasa terarah atau terpandu dengan adanya penanda arah dan spasial. Contohnya sistem papan petunjuk multibahasa pada jalanan sekitar kota Brisbane.

9) *Collaboration*

Problem-solving dalam kegiatan kelompok dapat dilakukan dengan pemetaan kolaboratif dapat menyatukan berbagai perspektif dan pemahaman bersama melalui panel informasi, aktivitas visual, dan sketsa.

2.3 Media Digital Interaktif

Media digital interaktif merupakan interaksi perangkat dengan pengguna yang difasilitasi oleh komputer atau benda berbasis layar (Griffey, 2020). Sebuah media digital interaktif dapat berupa *website*, aplikasi pada *handphone*, *video game*, atau pengalaman fisik berbasis sensor/komputer di ruang terbuka. Media-media tersebut memiliki kesamaan memfasilitasi percakapan dua arah antara pengguna dan sistem walau dikembangkan dengan bahasa pemrograman dan perangkat yang berbeda. Hal yang membedakan media digital interaktif dengan media lainnya adalah *user interaction* yang seolah mengajak *audiens* untuk ikut merespons.

Dalam buku *Introduction to Interactive Digital Media: Concept and Practice-Routledge*, terdapat 6 jenis media digital interaktif:

1) *Traditional Stand-Alone Kiosks*

Kios merupakan pengalaman interaktif yang memberikan hiburan atau transaksi dengan lokasi spesifik. Kios interaktif merupakan bentuk media interaktif pertama yang ada jauh sebelum *World Wide Web* ditemukan.

2) *Website*

Awalnya *website* hanya berupa perangkat brosur yang dibangun menggunakan beberapa teks dan statis. Sekarang *website* telah berkembang pesat sejak situs awal. Saat ini, *website* merupakan *domain* yang berisikan kombinasi halaman yang saling terkait dan dapat diakses di mana pun melalui internet.

3) *Mobile Applications*

Aplikasi seluler merupakan media digital interaktif yang dikembangkan semenjak adanya *smartphone* dan semakin populer karena mudah untuk diunduh, diperbarui/hapus, dan biasanya tidak mengeluarkan biaya. Dengan sedikit pengetahuan, aplikasi dapat dikembangkan dan diperjualbelikan.

4) *Video Games*

Video games merupakan kegiatan interaksi yang dapat dimainkan di mana saja, pada seluler, komputer, maupun konsol dan terkadang menggunakan beberapa jenis sensor atau *touchscreen*. Seiring dengan majunya teknologi, *video game* juga berkembang pesat dengan ragam jenis dan konsol. Pada awalnya, *video game* hanya berupa *bit* berwarna hitam-putih, namun sekarang dapat berupa *augmented reality* atau *virtual reality* di mana *game* memadukan dunia nyata dengan ruang *digital*.

5) *Physical Installations, Exhibits and Performance*

Museum telah menjadi tempat populer untuk instalasi interaktif yang menarik perhatian pengunjung untuk ikut terlibat. Pameran ini mengolaborasikan teknologi canggih seperti sensor dengan instalasi yang ada untuk menciptakan pertunjukan yang luar biasa.

6) *Non-screen based interactive experiences*

Pengalaman berbasis non-layar memfasilitasi komunikasi antara *audiens* dengan beberapa perangkat komputer, di mana keduanya dapat berinteraksi tanpa adanya layar yang perlu disentuh/atau membatasi, namun dapat dilakukan hanya dengan mengucapkan perintah.

2.4 *Website*

Internet dan *website* membantu semua orang untuk mendapatkan hiburan bahkan berita dengan terhubung dan tersebar pada jaringan seluruh dunia. Bermula hanya sebagai jaringan untuk memfasilitasi penelitian dan universitas, internet terus dikembangkan dan mulai bermunculan jaringan lain seperti NSFnet dan ARPAnet. Kemudian pada 1991, Berners-Lee menciptakan World Wide Web dengan menggunakan *Hypertext Transfer Protocol* (HTTP) untuk berkomunikasi dan *Hypertext Markup Language* (HTML) untuk format dokumen dalam bentuk teks.

Seiring dengan berkembangnya teknologi internet dan *website*, kesadaran web developer terhadap aksesibilitas *website* dan desain universal terus meningkat. Hal ini dilakukan dengan melakukan perubahan sederhana seperti memberi teks deskripsi agar mudah ditelusuri oleh *user* dengan keterbatasan penglihatan yang mungkin menggunakan alat bantu *screen reader*. Menyediakan akses bagi pengunjung dengan keterbatasan visual, pendengaran, dan pengunjung lainnya menjadi bagian integral dalam merancang *website* (Felke-morris, 2022).

2.4.1 Information on the Web

Saat mengunjungi sebuah *website*, tidak mudah mempercayai semua konten di dalamnya merupakan hal krusial karena siapa saja dapat mempublikasi apa saja di *website*. Dalam mencari sebuah informasi, *user* perlu mempertimbangkan sumber yang kredibilitas sumber yang digunakan beserta dengan konten yang disajikan merupakan informasi terkini atau tidak. *Link* atau *hyperlink* yang dapat membawa ke sumber tambahan juga perlu diperhatikan sebagai sumber informasi pendukung.

Dalam mengumpulkan informasi juga perlu mempertimbangkan isu-isu yang berkaitan dengan etiket penggunaan informasi seperti tidak menyalin gambar milik orang lain, tidak menyalin desain *website* lain, tidak menyalin teks ataupun esai dari web lain untuk digunakan untuk keperluan pribadi maupun klien. Mengambil atau menggunakan karya atau ciptaan milik orang lain tanpa izin merupakan tindakan pencurian dan etiket yang baik adalah meminta izin kepada pemilik *website* terlebih dahulu sebelum menggunakan gambar yang diinginkan dengan mencantumkan sumbernya agar menghindari isu hak cipta dan *intellectual property*.

2.4.2 Navigation Design

Navigasi yang dilabeli dengan jelas dan berada di lokasi yang sama pada setiap halaman dapat membantu *user* untuk menjelajahi *website* dengan mudah. Hal ini dikarenakan *user* yang baru pertama kali mengunjungi suatu *website* tidak tahu apa yang harus diklik atau bagaimana cara menemukan informasi yang dicari. Bar navigasi yang baik dapat memperjelas kepada *user*

di mana mereka berada dan ke mana mereka bisa melanjutkan eksplorasinya terhadap *website*.

Penggunaan gambar atau grafik sebagai pengganti teks untuk navigasi dapat dilakukan namun penggunaan teks sebagai navigasi akan mempermudah akses dan indeks oleh *search engine*. Selain itu, dapat dipertimbangkan untuk menambahkan *hyperlink* “*Skip navigations*” atau “*Skip to content*” untuk mempermudah *user* dengan masalah penglihatan dan mobilitas. Menampilkan opsi tambahan dengan fitur *dropdown* membuat navigasi menjadi lebih dinamis, di mana navigasi dapat menawarkan banyak pilihan pada *user* untuk menghindari rasa kewalahan dalam menerima informasi yang terlalu banyak dalam satu halaman.

2.4.3 Design for the Mobile Web

User yang menggunakan *website mobile* cenderung lebih aktif, membutuhkan informasi secara instan, dan mudah teralihkannya. Dalam membuat desain untuk tampilan *mobile* yang memiliki area yang lebih kecil, maka perlu mempertimbangkan beberapa hal seperti:

1) Small screen size

Ukuran *header* pada *website* diperkecil untuk mengakomodasi tampilan layar kecil. Selain itu, pengurangan konten yang kurang penting juga dapat dilakukan seperti konten yang terletak di pinggiran tampilan layar *mobile*.

2) Low bandwidth (slow connection speed)

Dalam *website mobile*, perlu diingat bahwa gambar ditampilkan dalam ukuran yang lebih kecil. Dengan memanfaatkan tipografi yang umum digunakan, kontras antara teks dan *background* dapat meminimalkan masalah mengenai *font*, warna, dan media.

3) Awkward controls, limited processor, and limited memory

Dengan adanya keterbatasan prosesor dan memori pada *website mobile* serta pengendalian yang canggung, maka sebagian besar halaman pada *website mobile* berupa teks agar cepat untuk dimuat.

Selain itu, penggunaan *layout single-column* mempermudah penggunaan *website* dalam sentuhan jari.

4) **Functionality**

Untuk mengoptimalkan *functionality* dari *website mobile*, pemanfaatan *layout single-column* dapat memudahkan pembagian area navigasi yang dapat dijangkau dengan mudah oleh sentuhan jari. Dalam hal ini, World Wide Web Consortium (W3C) merekomendasikan ukuran minimal *44x22 pixel* untuk mempermudah jari menyetuk *hyperlink* tersebut.

2.5 **User Interface**

User Interface (UI) dijelaskan sebagai bagian dari *Human Computer Interaction* (HCI) atau hubungan antara manusia dan komputer yang dapat dilihat, disentuh, berdialog, dipahami atau diarahkan (Galitz, 2007). Dalam penerapannya, UI terbagi menjadi dua komponen yaitu *input* dan *output*. *Input* adalah cara manusia mengkomunikasikan kebutuhannya kepada komputer melalui perangkat lain seperti *keyboard*, *mouse*, *trackball*, jari (untuk *touchscreen*), dan suara (untuk *voice command*). *Output* adalah cara komputer menjawab atau memberikan hasil dari yang diminta. UI yang layak akan menghasilkan perpaduan *input* dan *output* yang efektif dalam memenuhi kebutuhan, kemampuan, dan keterbatasan *user*. Namun UI yang optimal adalah yang tidak perlu diperhatikan secara detail oleh *user* di mana mereka hanya berfokus pada informasi *task* yang ada dan tidak memikirkan mekanisme yang digunakan.

2.5.1 **Prinsip User Interface**

UI merupakan ekstensi dari seseorang sehingga kemampuan seseorang serta kebutuhan spesifiknya perlu direspons oleh sistem atau *software* yang mencerminkan hal tersebut. Untuk memaksimalkan fungsinya, sebuah UI akan optimal ketika efisien, mudah dipelajari, serta membuat kebutuhannya tercapai. Ketika UI dapat membatasi hubungan yang baik antara *user* dengan komputer, maka UI sudah berfungsi dengan baik.

Agar mencapai tujuan UI dengan baik, maka diperlukan pedoman khusus atau prinsip-prinsip yang merupakan karakteristik umum UI yang

berlaku bagi semua aspek. Dalam bukunya, Galitz menjabarkan prinsip yang perlu diimplementasikan kepada UI:

1) ***Accessibility***

Suatu sistem harus dapat digunakan oleh beragam kemampuan tanpa memerlukan desain atau modifikasi khusus sebagai akomodasi bagi penyandang disabilitas.

2) ***Aesthetically Pleasing***

Agar memiliki daya tarik visual yang baik, maka sistem perlu memberi kontras, mengelompokkan, menyelaraskan, memberi efek tiga dimensi dan warna yang efektif kepada elemen yang digunakan.

3) ***Availability***

Menghindari penggunaan mode serta menjadikan semua objek tersedia setiap saat untuk mempermudah *user* dalam mengakses suatu tindakan dalam sistem.

4) ***Clarity***

UI harus menggunakan visual, konsep, serta pemilihan kata yang jelas sehingga mudah dimengerti.

5) ***Compatibility***

Sebuah UI perlu disesuaikan dengan *user*, *task* dan *job*, serta produk dengan melihat dari perspektif *user*. Hal ini dilakukan agar mengetahui kebutuhannya serta memaksimalkan pemahaman agar *user* tidak terpaksa dalam bernavigasi untuk menyelesaikan suatu *task* dan *job*.

6) ***Configurability***

Untuk meningkatkan rasa kendali dan peran aktif pemahaman *user*, maka UI perlu mengizinkan personalisasi dan konfigurasi ulang sesuai dengan kebutuhan *user*.

7) ***Consistency***

Agar mencapai konsistensi, maka suatu sistem perlu terlihat, bertindak, dan beroperasi dengan cara yang sama sehingga selalu

menghasilkan hasil yang sama. Hal ini dapat dilakukan dengan tidak merubah fungsi serta posisi elemen standar.

8) Control

User harus dapat mengontrol interaksi tanpa hambatan sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan sesuai dengan kemampuan dan preferensi *user*.

9) Directness

Cara mengakses suatu tindakan atau alternatif perlu terlihat secara jelas untuk memudahkan *user* melaksanakan atau menyelesaikan suatu *task*.

10) Efficiency

Mempersingkat sebuah aksi dan mengurangi jarak pandangan dapat mempercepat *user* mencapai kebutuhan yang diperlukan.

11) Familiarity

Menggunakan konsep dan tata bahasa yang familier dengan keadaan sekitar *user* dapat melancarkan pemahaman *user*.

12) Flexibility

Peka terhadap kebutuhan *user* sehingga dapat digunakan atau dibuka di perangkat mana saja, kapan saja, dan di mana saja.

13) Forgiveness

Menoleransi *human error* yang umum dan tidak dapat dihindari serta mencegah dan melindungi *user* dari kesalahan yang lama dengan memberi pesan yang menyemangati.

14) Immersion

Melibatkan *user* dalam melakukan suatu kegiatan sehingga terbawa suasana dan melupakan keadaan sekitar.

15) Obviousness

Mudah dipahami sehingga menjawab pertanyaan 5W1H yang dimiliki oleh *user* tanpa harus diarahkan atau dijelaskan.

16) Operability

Dapat digunakan atau dioperasikan oleh siapa saja tanpa terbatas oleh kemampuan fisiknya.

17) Perceptibility

Tanpa terbatas keterbatasan sensorik user, desain dapat dirasakan atau diraba dengan menggunakan teknologi sensorik.

18) Positive First Impression

Kesan pertama mempengaruhi persepsi serta kualitas interaksi selanjutnya sehingga penting untuk mengurangi hambatan, meningkatkan poin prospek, serta menaruh umpan progresif.

19) Predictability

Menampilkan layar yang memenuhi ekspektasi *user* sehingga mereka mengantisipasi kelanjutan setiap *task*.

20) Recovery

Sistem memberikan izin untuk menghapus atau membatalkan suatu perintah atau tindakan dan kembali ke titik awal dengan mempertimbangkan *user* tidak kehilangan *progress* yang telah dilakukan.

21) Responsiveness

Sistem dapat merespon dengan cepat pada semua permintaan *user*.

22) Safety

Menunjukkan isyarat atau peringatan untuk mempermudah *user* dalam mengingat suatu poin.

23) Simplicity

Menyajikan UI sesederhana mungkin namun tetap mengutamakan presetasi fungsi umum, menonjolkan fungsi penting, dan menyembunyikan fungsi yang rumit.

24) Transparency

Membuat *user* fokus terhadap *task* yang dimiliki.

25) Trade-offs

Mengedepankan kebutuhan masyarakat sebelum menyeimbangkan prinsip yang diketahui oleh *user*.

26) Visibility

Meningkatkan keterbacaan melalui hierarki organisasi serta mengontrol konten atau informasi mana yang perlu diberhentikan.

2.6 User Experience

User Experience (UX) pada dasarnya merupakan pengalaman ideal yang dirancang untuk menggunakan suatu produk atau layanan tanpa hambatan. UX mencakup setiap aspek *user* di suatu perusahaan, termasuk produknya. Dengan majunya komputasi data dan teknologi informasi yang mengubah cara produk dan layanan diproduksi dan dikonsumsi, UX menjadi hal terpenting dalam memenuhi kebutuhan *user* dengan sempurna (Deacon, 2020).

UI dan UX menggambarkan serangkaian konsep, pedoman, dan prinsip untuk memahami desain dan *user* suatu produk dengan menggunakan basis peta atau lainnya. Istilah ini yang memisahkan desain UX dan UI. Norman's *framework* merupakan model panduan untuk memahami UX dengan model interaktif yang menyatakan visualisasi desain UX dapat berbeda dengan yang diterapkan pada proses UI.

2.6.1 Developing UX Design

Desain UX merupakan proses meningkatkan kepuasan user dengan meningkatkan manfaat, aksesibilitas, dan kemudahan berinteraksi. Sebagian besar user akan berhenti dan mengganti ke produk lain ketika tidak menyukai apa yang mereka temui. Dalam bukunya, Deacon (2020) menuliskan langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk memaksimalkan kepuasan user dengan meningkatkan atau mengembangkan desain UX.

1) Understanding User Needs

Dengan membuat persona dari calon *user*, maka kebutuhan *user* dapat diketahui sebelum diminta. Persona dibuat dengan mempertimbangkan tujuan, sasaran, tantangan, dan detail lainnya.

Dalam membuat persona, dilibatkan analisis data pelanggan melalui wawancara serta survei sehingga dapat mengumpulkan riset pasar serta statistik yang dapat menghasilkan gambaran pelanggan ideal.

2) *Carrying out Research*

Membuat asumsi mengenai pelanggan atau *user* tidak boleh dilakukan ketika merancang UX sehingga perlu dilakukan survei dan meneliti data yang telah dikumpulkan. Survei dapat membantu menyempurnakan hasil akhir desain UX.

3) *Sketching*

Setelah memahami keperluan pelanggan, pembuatan sketsa *outline* dari *user journey* dilakukan untuk membantu dalam memvisualisasikan alur yang akan dilalui calon *user* pada di masa depan saat menggunakan produk yang akan dirancang.

4) *Design*

Gambaran sketsa yang telah dibuat dapat dilanjutkan dan digabungkan menjadi sebuah ide yang akan dikembangkan menjadi sebuah *website*. Dalam merancangnya, perlu menaruh diri seolah sedang menjadi pelanggan yang sedang menggunakan produk atau *website* agar memberikan rasa kedekatan saat *user* menggunakannya. Perlu diingat bahwa desain yang dirancang harus sederhana, mudah diakses, serta mudah digunakan.

5) *Implementation*

Desain yang telah difinalisasi akan diimplementasikan kepada produk akhir dan diberi akses penuh kepada calon *user* untuk dicoba secara keseluruhan.

6) *Evaluation*

Website yang telah diakses oleh *user* kemudian akan dievaluasi untuk melihat keberhasilan dari desain UX yang telah dirancang.

2.7 *Microcopy*

Microcopy merupakan huruf, kata, frasa, atau kalimat dalam produk *software* atau *website* yang berfungsi dalam membimbing dan memberikan instruksi kepada *user* seperti, *404 Pages*, *Error Messages*, dan lainnya. Namun, tidak semua jenis *UX copy* merupakan *microcontent*: pesan *error*, menu *items* dan perintah lainnya, *field* label, dan lainnya. Terlepas dari pengertiannya yang luas, mayoritas dari praktisi sepakat bahwa *microcopy* merupakan solusi terkontekstual dalam mengatasi kekhawatiran *user* dengan perannya yang dapat mengurangi komitmen, membangun kepercayaan, mendorong aksi, dan membina hubungan (Leon. 2017).

2.7.1 *Gain the Users' Trust*

Hal tersulit yang perlu dilakukan sebelum *user* mulai menggunakan aplikasi atau *website* adalah mendapatkan kepercayaan para *user*. *Microcopy* bermanfaat dalam membangun penghubung yang penting dalam mengatasi kekhawatiran *user* kapan pun dan di mana pun. *Microcopy* mengatasi masalah komitmen dengan memberikan informasi berdasarkan kekhawatiran *user* yang telah diantisipasi seperti:

- Spesifikasi produk (berat, ukuran, dan volume) untuk mengatasi kekhawatiran tidak memenuhi persyaratan fisik *user*
- Fitur mengeksport data untuk mengatasi kekhawatiran *user* dalam mengakses data setelah berhenti menggunakan suatu layanan
- Jaminan uang kembali atau masa *trial* untuk mengatasi kekhawatiran tidak memenuhi ekspektasi *user*
- Pernyataan masa garansi untuk mengatasi kekhawatiran kegagalan produk
- Pernyataan *uptime* (persentase waktu suatu perangkat atau jaringan berjalan dengan operasional) untuk mengatasi kekhawatiran penurunan layanan (aplikasi berbasis *cloud*)

Penggunaan *copy* yang tidak konsisten dapat menimbulkan rasa gelisah dan perselisihan dalam diri *user*.

2.7.2 *Guide the Way*

Teknologi dapat disamakan dengan manusia yang menyambut pelanggannya dengan hangat untuk memikat pelanggan menjelajahi toko mereka lebih lanjut apabila dapat mengomunikasikan statusnya dengan jelas. Aplikasi yang bagus adalah aplikasi yang dapat menunjukkan jalan atau *flow*nya sambil menjelaskan kepada *user* apa yang dilakukannya sehingga tidak menimbulkan rasa kebingungan pada *user* setelah menyelesaikan sebuah tindakan atau *task*. *Microcopy* dapat membawa *user* dari satu tindakan ke lainnya dengan lancar dan menjadi *tooltips* di saat *user* tidak bisa melakukan sesuatu tapi tidak mengerti kenapa. *Microcopy* juga dapat mendorong keterlibatan *user* seperti memperpanjang durasi kunjungan, meningkatkan frekuensi kunjungan, serta menurunkan rasio perpindahan ke *website* lain.

Menerima masukan dari *user* menjadi waktu yang tepat untuk menyempurnakan *microcopy*. *Microcopy* tidak hanya sebatas menambahkan teks, namun bisa berupa pengurangan teks dan pemberian label singkat pada *button*. Saat meminta masukan atau *feedback*, menunjukkan bagaimana jenis *feedback* yang diinginkan untuk meminimalkan adanya percobaan ulang dan upaya salah dari *user*.

2.7.3 *Make Them Feel Good*

Saat sebuah aplikasi dapat membuat *user* merasa istimewa atau bahkan dicintai seperti layanan pelanggan yang dapat menimbulkan rasa dihargai, maka aplikasi tersebut tidak hanya membantu menyelesaikan suatu pekerjaan namun sukses dalam memikat hati *user*. *User* dapat diibaratkan sebagai tamu dari suatu aplikasi, maka akan masuk akal jika tidak hanya melayani keperluan secara fungsional namun juga membuat *user* merasa nyaman yang memicu *user* untuk terus datang kembali. Penulisan *microcopy* dapat dimainkan untuk memaksimalkan pengalaman *user* setelah memastikan aplikasi telah memenuhi keperluan, membangun kepercayaan, membantu dan mendorong *user* untuk mengambil sebuah langkah.

2.7.4 *Writing*

Dalam penulisan *microcopy* maka perlu mengedepankan rasa perhatian dan pertimbangan. Saat terlalu fokus dengan tampilan aplikasi maka sering kali sulit untuk memahami *tone of voice* yang perlu digunakan dalam menjembatani hubungan dengan *user*. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan saat menulis *microcopy* antara lain:

1) *Use first and second person pronouns*

Menggunakan kata ganti orang pertama dan kedua membuat seolah-olah sedang berhadapan secara langsung dengan *user*.

Do: We're working on your request

Don't: The system is processing the request

2) *Use the active voice*

Penggunaan kalimat pasif lebih menekankan terhadap aktivitas yang terjadi dibanding siapa yang melakukan aktivitas tersebut, sehingga dapat memberikan kesan impersonal dan takut akan akuntabilitas. Sedangkan penggunaan kalimat aktif memberikan kesan yang lebih hangat.

Do: We've sent a message to your email account

Don't: A message has been sent to your email account

3) *Replace ambiguous terms with full sentences*

Saat tidak dapat menemukan alternatif untuk kalimat yang ambigu, maka dapat dipertimbangkan untuk menggunakan kalimat lengkap atau pertanyaan sebagai *button* atau *headline*.

Do: What kind of chicken would you like?

Don't: Chicken variants

4) *Apply symmetry*

Menggunakan struktur paralel dalam menjelaskan daftar hal-hal seperti manfaat atau serangkaian instruksi dapat mempercepat

user dapat memahami sesuatu, contohnya menggunakan kata kerja pada semua awalan.

Do: Upgrade to premium, search your notes, and collaborate with your team

Don't: Upgrade to premium to get more space, functionality for note searching, and better team collaboration

5) *Emphasize the outcome*

Seperti saat melakukan *signup* akun, menggunakan kalimat yang menjanjikan keuntungan merupakan saat terpenting untuk membuat keputusan yang dapat mendorong *user* untuk bertindak.

Do: Get daily design tips in your inbox

Don't: join the brand name's newsletter

6) *Keep it short*

Saat tidak dapat mendeskripsikan atau menjelaskan apa yang harus *user* lakukan dengan delapan kata atau kurang, maka perlu memikirkan ulang desain yang telah diterapkan.

7) *Use grammar appropriately*

Menggunakan *grammar* yang baik dan sesuai dengan aturan tidak menjanjikan *user experience* yang baik, seperti mengawali kalimat dengan kata konjungsi yang terlihat normal dalam percakapan sehari-hari namun terlihat mengganggu dalam tampilan *website* atau aplikasi.

2.8 Ilustrasi

Male (2022) mendefinisikan ilustrasi sebagai bahasa dan media visual yang memiliki beragam deskripsi selama bertahun-tahun seperti dalam bentuk lukisan, ukiran, seni komersial, kartun, gambar dalam buku, dan gambar. Namun, keberadaan ilustrasi memiliki inti yang berbeda di mana ilustrasi dapat mengomunikasikan pesan kontekstual tertentu kepada *audiens* yang berakar pada kebutuhan obyektif. Bahasa visual atau ilustrasi dapat digunakan untuk

merepresentasikan atau menggambarkan sesuatu sehingga penting untuk seorang ilustrator terlatih untuk melibatkan diri dengan subjek yang diangkat dan memahami isi dari gambar yang diproduksi. Sama halnya dengan seorang penulis, seorang ilustrator memberi komentar, menginformasikan, dan menceritakan dengan cara yang sama. Dalam buku *The Encyclopedia of Illustration Techniques*, Slade (1997) menjelaskan ilustrasi memiliki beragam teknik dan tema.

2.8.1 Computer Illustration

Compute illustration merupakan teknik yang tidak berbeda dengan teknik menggambar tradisional, terutama bagi seniman yang memiliki pengalaman dalam bereksperimen dengan beragam media tradisional. Walau terlihat menakutkan saat mencobanya untuk pertama kali, sebagian besar *software* mudah untuk digunakan dan *user-friendly* bagi pemula sehingga memberikan rasa ketagihan setelah menyelesaikan suatu karya.

Dalam ilustrasi digital, alat yang biasanya digunakan saat membuat ilustrasi tradisional juga tersedia seperti *airbrush*, pensil, *paint-and-fill*, dan kerap diperluas dan dikembangkan seiring berjalannya waktu. Salah satunya adalah fitur *layer* yang memungkinkan seniman untuk melakukan *editing*, *pasting*, dan menambahkan hal lain di *layer* yang berbeda sehingga tidak mengganggu satu sama lain. Selain alat dan *layer*, dalam ilustrasi digital juga dapat menggunakan filter yang dapat memberikan efek-efek seperti buram dan timbul.

2.8.2 Children's Illustration

Children's illustration merupakan bidang yang memberikan ruang lingkup yang luas bagi imajinasi seniman untuk berkreaitivitas. Pendekatan ini terbuka untuk media apa pun sehingga banyak seniman yang tertarik untuk menggambarkan tema ini. Namun pendekatan ini lebih cocok digambarkan sebagai representasi dibanding ilustrasi abstrak. Penggunaan warna yang cerah juga sesuai untuk pasar khusus ini.

Ilustrasi anak, baik fiksi maupun non-fiksi, dapat memberikan contoh sikap dan informasi serta membantu indra visual dan kecerdasan berkembang. Dalam buku non-fiksi, terutama bagi anak-anak, berisikan

penekanan pada keakuratan informasi dan penegasan etika serta ajaran yang berkaitan dengan materi pelajaran seperti penghormatan, konservasi, dan lingkungan hidup dengan menerapkan kesetaraan dan keadilan SARA.

2.9 Kekerasan terhadap Anak

Segala perbuatan atau tindakan yang mengganggu atau merugikan terhadap kesehatan anak, masa depan anak, kelangsungan hidup anak, tumbuh kembang atau martabat anak, yang terjadi atau dilakukan dalam hubungan tanggung jawab, kepercayaan, dan kekuasaan dengan cara menyakiti secara fisik atau emosional, *trafficking*, penyalahgunaan seksual, penelantaran, dan eksploitasi dihitung sebagai kekerasan terhadap anak. Hal ini dapat terjadi di mana dan kapan saja serta dapat dilakukan oleh siapa saja tanpa memandang umur, ras, suku, agama, ekonomi, dan budaya (Margareta dan Sari Jaya, 2020).

Dalam buku *New Directions in Child Abuse and Neglect Research*, berdasarkan *Fourth National Incidence Study of Child Abuse and Neglect (NIS-4)*, kekerasan terhadap anak dapat diklasifikasikan sebagai berikut (IOM dan NRC, 2014) :

Tabel 2.1 Tabel Klasifikasi Kekerasan terhadap Anak

Kekerasan Seksual	Intrusi seks tanpa kekerasan
	Intrusi seks dengan kekerasan
	Paksaan pornografi dan prostitusi anak
	Pencabulan dengan kontak alat kelamin
	Eksposur/Voyeurisme
	Melibatkan anak dalam pornografi tanpa intrusi
	Kegagalan untuk menjaga anak dari aktivitas seksual bebas
Kekerasan Fisik	Percobaan/ancaman pelecehan seksual melalui kontak fisik
	Kekerasan seksual lainnya/tidak diketahui
	Mengguncang, melempar, menjatuhkan dengan sengaja
	Memukul dengan tangan
	Memukul dengan benda

	<p>Mendorong, mengambil, menyeret, menarik</p> <p>Memukul/menendang</p> <p>Kekerasan fisik lainnya</p>
Kekerasan Emosional	<p>Mengurung dalam ruangan tertutup dengan diikat</p> <p>Mengurung dalam ruangan tertutup</p> <p>Mengumpat</p> <p>Ancaman pelecehan seksual (tanpa kontak)</p> <p>Meneror anak</p> <p>Pemberian zat tanpa resep</p> <p>Ancaman kekerasan lainnya/tidak diketahui</p>
Mengabaikan secara Fisik	<p>Menolak untuk mengizinkan/memberikan perawatan yang diperlukan untuk kondisi/gangguan yang terdiagnosis</p> <p>Kegagalan/keterlambatan tanpa alasan dalam mencari perawatan yang dibutuhkan</p> <p>Penelantaran/penolakan hak asuh</p> <p>Pemindahan hak asuh secara ilegal</p> <p>Pengawasan yang tidak memadai</p> <p>Keperluan nutrisi yang tidak terpenuhi</p> <p>Kebersihan pribadi yang tidak terpenuhi</p> <p>Pakaian yang tidak layak</p> <p>Tempat tinggal yang tidak layak</p> <p>Pengabaian/aniaya hak asuh lainnya /tidak spesifik</p>
Kelalaian Pendidikan	<p>Membiarkan anak terus menerus tidak menghadiri sekolah</p> <p>Kegagalan dalam mendaftar sekolah</p> <p>Penolakan/tidak mengizinkan keperluan pendidikan lainnya</p>
Kelalaian Emosional	<p>Pengasuhan/kasih sayang yang tidak terpenuhi</p> <p>Kekerasan dalam rumah tangga</p> <p>Mengizinkan penyalahgunaan narkoba/alkohol dengan sengaja</p> <p>Membiarkan perilaku maladaptif</p> <p>Menolak untuk mengizinkan/memberikan perawatan yang diperlukan untuk</p>

	kondisi/gangguan emosional yang terdiagnosis Kegagalan dalam mencari perawatan yang dibutuhkan untuk masalah emosional <i>Overprotective</i> Ekspektasi yang terlalu tinggi Eksposur terhadap perilaku dan lingkungan maladaptif Kurang perhatian lainnya terhadap kebutuhan emosional
Kekerasan Lainnya	Kurangnya layanan preventif dalam kesehatan Penelantaran umum Masalah hak asuh/tunjangan anak Masalah/konflik keluarga Masalah orang tua Kekerasan umum
Tidak dapat diklasifikasikan berdasarkan standar NIS	Penelantaran tidak disengaja Bayi baru lahir yang bergantung pada bahan kimia

Sumber: New Directions in Child Abuse and Neglect Research (2014)

Tabel di atas merupakan klasifikasi kekerasan terhadap anak yang ada di dunia berdasarkan standar NIS-4.

2.10 Lembaga Perlindungan Anak Indonesia

Lembaga Perlindungan Anak Indonesia atau LPAI merupakan organisasi nirlaba yang bersifat independen dan berbentuk “jaringan” yang bergerak dalam isu perlindungan anak yang didirikan pada 28 Oktober 1997. LPAI tetap aktif memperjuangkan dan memajukan hak-hak anak di Indonesia sejak awal didirikannya melalui penanganan dan pendampingan kasus, advokasi, publikasi, *monitoring* dan evaluasi berkala. LPAI tidak hanya bergerak terhadap kekerasan seksual atau fisik, namun juga terhadap eksploitasi, *trafficking*, penculikan, penelantaran, penahanan bayi dan perebutan hak asuh, anak berhadapan dengan hukum, akta kelahiran dan hak sipil, hak atas kesehatan, hak atas pendidikan, anak-anak pinggiran, dan anak-anak korban bencana.

Lembaga ini juga memiliki tujuan untuk memantau, memajukan, melindungi, dan mencegah berbagai pelanggaran hak anak dengan cara: (1) mendorong terwujudnya perundang-undangan dan kebijakan yang berpihak pada kepentingan terbaik bagi anak; (2) mewujudkan lingkungan yang ramah bagi anak; (3) menyelenggarakan program perlindungan anak; (4) melakukan inisiasi penggalangan dana dan daya bagi pemajuan hak anak.

Agar dapat menjalankan dan mewujudkan tugasnya dengan baik, LPAI bekerja sama dengan Lembaga Perlindungan Anak yang tersebar ada 28 provinsi dan lebih dari 60 Kabupaten/Kota sebagai mitra kerja dan perwakilan di daerah.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA