

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain

Menurut Ambrose (2019) dalam buku 'The Fundamentals of Graphic Design', desain grafis adalah ilmu yang mencakup berbagai kreasi seni visual seperti tipografi, page *Layout*, teknologi informasi, dan lain sebagainya. Seorang desainer grafis memiliki tujuan utama untuk mengkomunikasikan suatu pesan secara efektif melalui desain yang dibuat. Desain merupakan subjek yang akan selalu berubah mengikuti tren dan kondisi masyarakat umum, sehingga masyarakat dan kejadian terkini merupakan pembentuk perkembangan desain dimana para desainer ditantang untuk menyelesaikan isu sosial dengan desain yang dibuat.

Sejalan dengan pendapat diatas, Sherin (2017) juga mengatakan bahwa desain grafis merupakan proses dari percampuran materi visual, seperti teks, gambar, dan berbagai elemen lainnya yang dapat menyampaikan suatu pesan. Beda dengan seni tradisional, desain grafis menghasilkan visual yang diberikan kepada audiens yang terbatas. Hal tersebut dilakukan agar pesan dan pengalaman yang diberikan menjadi teroptimisasi untuk sasaran yang ditentukan.

2.1.1 Warna

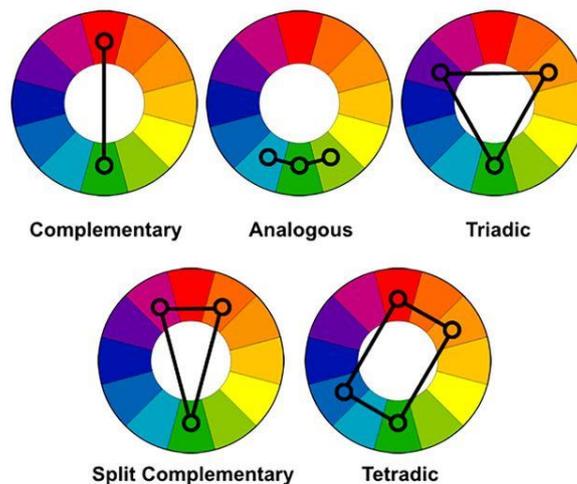
Menurut Sherin (2017), warna merupakan pantulan cahaya yang dilihat oleh mata ketika cahaya tersebut dipantulkan dari berbagai macam permukaan. Warna memiliki simbolisme dan arti yang berbeda berdasarkan pelihatnya. Persepsi terhadap suatu warna subjektif dan selalu terpengaruhi oleh tempat, pengalaman pribadi, agama, dan budaya.

Menurut Sherin (2017), terdapat tiga sistem dari warna primer. Pertama, sistem warna primer aditif merah, hijau, dan biru (RGB) yang umum digunakan untuk desain berbasis layar atau digital. Kemudian ada sistem

warna subtraktif biru muda, magenta, kuning, dan hitam (CMYK) yang digunakan ketika membuat desain dalam bentuk cetak. Terakhir, sistem warna primer yang digunakan ketika melukis atau kegiatan seni lainnya yaitu merah, biru, dan kuning. Sistem tersebut merupakan sistem yang dirujuk oleh seniman ketika mereka mencampur warna-warna yang berbeda.

2.1.1.1 Harmoni Warna

Menurut Beaird (2017), harmoni warna yang baik dapat membangun identitas yang kuat selagi membuat desain lebih menarik. Warna dasar bisa dipilih berdasarkan kebutuhan target pengguna atau mengikuti pedoman *warna* dari brand yang ditentukan. Kelompok harmoni warna dapat dikategorikan berdasarkan posisi mereka dalam roda warna, baik itu bersebelahan atau berlawanan.



Gambar 2.1 Harmoni Warna
Sumber: Anne Roselt Design (2018)

1) Kelompok *Complementary Hues*

Kelompok *Complementary Hues* terdiri dari warna-warna yang berseberangan dalam roda warna. Hal ini menyebabkan mereka terlihat sangat kontras jika digunakan dalam satu komposisi (Sherin, 2017). Warna-warna yang berseberangan ini saling mendukung

dikarenakan tingkat kontras warna dari kedua warna saling menetralkan satu sama lain sehingga membuat harmoni warna yang nyaman dilihat.

2) **Kelompok *Analogous Harmonies***

Kelompok *Analogous Harmonies* terdiri dari kombinasi satu warna primer dan dua warna yang bersebelahan dengan warna primer tersebut pada roda warna. Untuk membuat desain dengan harmoni warna analogus, distribusi warna terbanyak dalam desain seperti sebuah *website* sebaiknya hanya sekitar 1/3 dari layar agar membuat keseimbangan yang baik (Beaird, 2017).

2.1.1.2 **Psikologi Warna**

Sebagai alat komunikasi, warna dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh berbagai individu. Warna dapat memiliki konotasi yang berbeda berdasarkan kebudayaan seseorang (Murchie, 2020), misalnya warna merah yang biasanya melambangkan bahaya sering diasosiasikan dengan kemakmuran dan kebaikan dalam kebudayaan Tiongkok. Warna dalam komunikasi visual memiliki pengaruh besar terhadap pesan yang ingin disampaikan, maupun disengaja atau tidak disengaja. Penggunaan warna yang baik dapat mempengaruhi suasana hati serta memberikan pesan melalui visual (Braam, 2024).

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

Red Excitement Strength Love Energy	Orange Confidence Success Bravery Sociability	Yellow Creativity Happiness Warmth Cheer	Green Nature Healing Freshness Quality	Blue Trust Peace Loyalty Competence
Pink Compassion Sincerity Sophistication Sweet	Purple Royalty Luxury Spirituality Ambition	Brown Dependable Rugged Trustworthy Simple	Black Formality Dramatic Sophistication Security	White Clean Simplicity Innocence Honest

Gambar 2.2 Psikologi Warna

Sumber: <https://www.usertesting.com/blog/color-ux-conversion-rates> (2019)

1) Warna Merah

Warna merah disebut mewakili perasaan-perasaan yang kuat seperti cinta, percaya diri, dan gairah. Namun, warna tersebut juga sering digunakan untuk mewakili bahaya, agresi, dan kekerasan. Warna merah biasanya sangat menarik perhatian dalam desain suatu media, namun terlalu banyak menggunakan warna merah yang terang juga bisa terlihat terlalu agresif.

2) Warna Oranye

Warna oranye merupakan warna yang memiliki sifat optimis dikarenakan tingkat keterangannya. Warna oranye sering dihubungkan dengan perasaan-perasaan positif seperti antusias, periang, dan ramah. Warna oranye juga disebut sebagai warna yang social dikarenakan tingkat keterangannya yang dapat menarik perhatian sehingga bagus untuk dekorasi acara casual.

3) Warna Kuning

Warna kuning sering disebut sebagai warna yang sangat merangsang pelihatnya, kadang dalam tingkat yang

berlebihan. Warna kuning merepresentasikan kesenangan dan energi, namun sifat warna kuning yang terlalu kontras bisa diasosiasikan dengan peringatan seperti pada penggunaan tanda jalanan. Warna kuning pada lingkungan kantor dapat berfungsi sebagai stimulan pekerja tetapi penggunaannya juga harus diperhatikan karena kuning dapat memantulkan cahaya yang terang sehingga dapat memberi rasa sensori visual berlebih.

4) Warna Hijau

Warna hijau adalah warna yang dominan digunakan untuk melambangkan alam. Dalam psikologi, warna hijau juga melambangkan harmoni, ketenangan, dan stabilitas. Warna hijau yang gelap sering diasosiasikan dengan penyakit dan rasa iri.

5) Warna Biru

Sebagai lawan warna primer merah, warna biru adalah warna yang berkesan tidak agresif dan tenang. Warna biru disebut sebagai warna yang menurunkan gairah sehingga dapat menenangkan seseorang. Warna biru juga diasosiasikan dengan kesedihan, seperti genre musik lagu *blues* yang biasanya bertema romansa sedih.

6) Warna Pink

Warna pink adalah warna yang melambangkan romansa, kemanisan, dan femininitas. Warna pink disebut dapat menurunkan amarah seseorang sehingga sering digunakan dalam ruangan terapi. Penggunaan warna pink yang berlebih juga bisa melambangkan sifat yang naif, sehingga harus diseimbangkan dengan warna lain.

7) Warna Ungu

Sebagai percampuran antara warna agresif merah dan warna tenang biru, warna ungu disebut warna yang seimbang dan memiliki sifat yang misterius. Penggunaan warna ungu oleh kaum kelas tinggi pada zaman dahulu membuat warna ungu bersifat elegan.

8) Warna Cokelat

Warna cokelat disebut sebagai warna yang melambangkan ketangguhan dan keamanan. Hal tersebut dikarenakan warna coklat adalah warna tanah yang dapat menghubungkan seseorang dengan tanah rumahnya. Walaupun bukan warna yang menonjol, warna coklat sering digunakan sebagai warna dukungan yang mudah berbaur dengan yang lain dan membentuk harmoni.

9) Warna Hitam

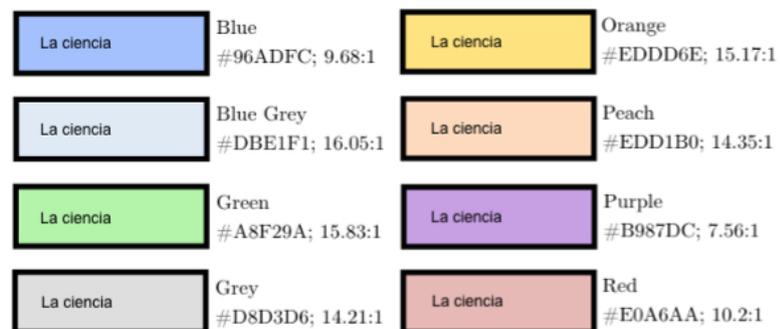
Warna hitam sering disebut sebagai warna yang kuat formal, seperti penggunaannya pada jas kantor. Dalam psikologi, warna merah juga sering dihubungkan dengan depresi karena hilangnya warna lain dari kehidupan membuat orang menuju kegelapan yang negatif. Warna hitam juga digunakan pada pakaian orang berduka.

10) Warna Putih

Warna putih adalah warna paling terang yang melambangkan kesucian dan kemurnian. Sebagai percampuran seimbang dari semua warna, warna putih disebut sebagai warna yang sempurna, seperti penggunaannya pada acara pernikahan. Warna putih juga dapat digunakan untuk melambangkan kehidupan baru atau lingkungan yang steril seperti rumah sakit.

2.1.1.3 Warna Untuk Disleksia

Orang dengan disleksia biasanya memiliki komorbiditas dengan gangguan visual seperti *Meares-Irlen Syndrome* atau *visual stress syndrome* (Rello, 2017). *Meares-Irlen Syndrome* menyebabkan seseorang kesulitan dan kelelahan saat melihat sehingga menyebabkan distorsi visual yang mempersulit seseorang dalam memproses informasi. Oleh karena itu, orang dengan disleksia biasanya menggunakan warna-warna spesifik yang cocok untuk mereka, baik untuk elemen *background* atau filter warna.



Gambar 2.3 Contoh Warna Pastel untuk Disleksia
Sumber: Rello (2017)

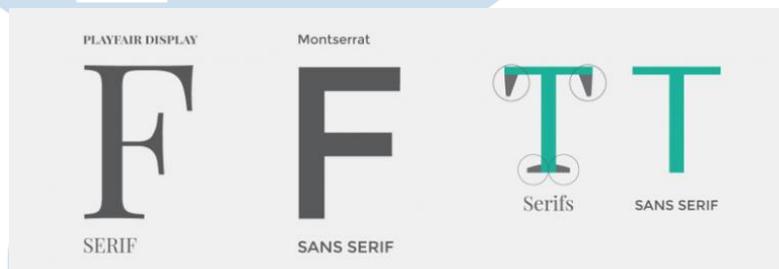
Menurut British Dyslexia Association (2023), warna background hanya boleh menggunakan satu warna dan tidak berpola agar tidak membingungkan. Warna background yang digunakan harus lebih terang dari warna teks, namun tingkat kontras diantara dua elemen ini tidak boleh terlalu tinggi. Misal, jika kombinasi warna yang digunakan adalah teks berwarna hitam dengan latar berwarna putih, maka tampilan media bisa terlihat melelahkan sehingga harus diganti dengan warna krem atau warna pastel.

2.1.2 Tipografi

Menurut Sherin (2017), tipografi adalah ekspresi visual dari sebuah teks tertulis. Tujuan dari tipografi adalah untuk menyampaikan informasi secara jelas. Sejalan dengan pendapat atas, Landa (2019) juga mengatakan bahwa tipografi adalah ilmu yang membahas tentang pengaturan tata letak *typeface* yang mencapai satu kesatuan visual. *Typeface* adalah desain dari huruf-huruf yang mencakup alphabet, angka, tanda baca, dan simbol.

2.1.2.1 Klasifikasi *Typeface*

Menurut Landa (2019), *typeface* dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kategori. Kategori-kategori ini dapat dibedakan berdasarkan sejarah dan kapan mereka digunakan. Landa juga mengatakan bahwa klasifikasi-klasifikasi *typeface* tersebut bisa berbeda berdasarkan pendapat ahli.



Gambar 2.4 Serif dan Sans Serif

Sumber: <https://about.easil.com/serif-vs-sans-serif/>

1) Serif

Typeface yang memiliki garis kurva kecil pada bagian ujung dari hurufnya. Kurva kecil ini biasanya disebut sebagai serif dan memiliki ukuran yang beragam.

Beberapa contoh *typeface* serif adalah Times New Roman, Garamond, dan Baskerville (Masterclass, 2021).

2) Sans Serif

Typeface yang tidak memiliki serif dan dikembangkan di pertengahan abad ke-19. Beberapa *typeface Sans Serif* tertentu memiliki perbedaan yang mencolok pada berat garis. Contohnya adalah Futura, Universal, dan Grotesque.

2.1.2.2 Alignment atau Justify

Kata-kata pada sebuah teks akan selalu terlihat seperti dalam kelompok agar menyusun satu kalimat yang jelas. Sherin (2017) mengatakan bahwa seorang desainer harus menggunakan penjarakan dan penyelarasan paragraf atau disebut *Alignment* untuk membuat teks terlihat konsisten dan mudah dibaca. Menurut Landa (2019), terdapat empat macam system alignment yaitu *flush left*, *flush right*, *centered*, dan *justified alignment*.

1) *Flush left dan flush right*

Flush left akan menjajarkan teks secara vertikal ke arah kiri. Sebaliknya, *flush right* akan menumpukan teks ke arah kanan. Teks yang menggunakan *flush left* atau *flush right* akan memiliki panjang baris kalimat yang berbeda. *Flush left* memberikan alur pembacaan yang selalu dimulai dari kiri, sehingga memberikan pembacanya arah dan titik awal baris kalimat yang konsisten.

flush left Just like the sound of a specific human voice or musical instrument, every aspect and characteristic of an individual typeface endows those letterforms with a specific visual voice. Typography denotes and connotes—it gives visual denotative form to spoken words as well as communicating on a connotative level.	flush right Just like the sound of a specific human voice or musical instrument, every aspect and characteristic of an individual typeface endows those letterforms with a specific visual voice. Typography denotes and connotes—it gives visual denotative form to spoken words as well as communicating on a connotative level.
---	--

Gambar 2.5 *Flush Left dan Flush Right*
Sumber: Landa (2019)

2) *Centered*

Centered alignment menghasilkan teks yang bertumpu ke arah tengah dari paragraf dan membuat bentuk barisan yang simetris untuk bagian kiri dan kanan. *Centered alignment* sering digunakan untuk teks yang relatif pendek seperti kartu undangan dan judul media. Hal ini dikarenakan *centered alignment* tidak memiliki titik pembacaan yang konsisten sehingga tidak cocok digunakan dalam teks yang panjang.

The Coffee Shop is hosting
our seasonal workshop
called Learn to Brew.

The classes are held Saturdays & Sundays
from October 3rd to November 15th.
Sessions are either from 9am-11am or
12pm-2pm. The workshop is located at 64
Driggs Ave, NY. Other details and regis-
tration is online at www.Thecoffeeshop.com/workshop. In this hands-on class,
learn all the basics of being a barista:
espresso technique, milk steaming, and
pouring latte art.

Gambar 2.6 Contoh penggunaan *centered alignment*
Sumber: Sherin (2017)

3) *Justified*

Justified alignment merupakan pengaturan yang menyelaraskan sisi kiri dan kanan paragraph agar sama rata. *Justified alignment* amat sering digunakan dalam buku, majalah, atau koran dikarenakan pengaturan ini membuat teks menggunakan ruang yang efisien dan rapih. Masalah yang sering terjadi ketika menggunakan

justified alignment adalah terbentuknya ruang kosong yang berantakan untuk mengisi jarak antar kata.

The (Coffee) Shop (is) host-
ing (our (seasonal) work-
shop) called Learn (to) Brew.

The (classes are held Saturdays & Sundays
from) October 3rd to November 15th. Ses-
sions (are either from 9am-11am or 12pm-
2pm. The workshop is located at 64 Driggs
Ave, NY. (Other) details and registration is
online (at) www.Thecoffeeshop.com/workshop. In (this hands-on class, learn) all the
basics (of) being (a) barista: espresso) tech-
nique, milk steaming, and pouring latte art.

Gambar 2.7 Contoh penggunaan *justified alignment*
Sumber: Sherin (2017)

2.1.2.3 Kerning

Menurut Creative Market (2024), *kerning* adalah jarak yang terletak diantara dua huruf secara individu. Dikarenakan bentuk dari semua huruf dalam suatu *typeface* itu unik, pengaturan jarak antar huruf juga harus diperhatikan agar teratur secara rata. Pengaturan kerning yang terlalu dekat dapat membuat teks terlihat memusingkan, tetapi jika *kerning* terlalu jauh maka teks akan terlihat aneh dan tidak rapih. Sehingga, penggunaan kerning yang baik harus diatur berdasarkan *typeface* dan arahan *layout* yang telah ditentukan.

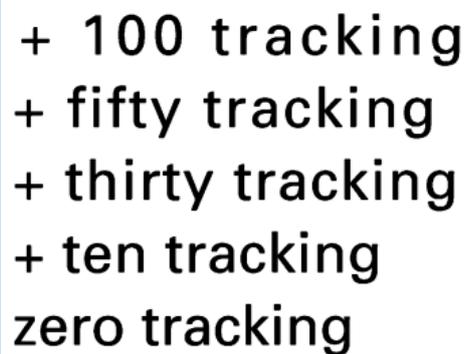
LAV LAV

KERNING

Gambar 2.8 Contoh Kerning
Sumber: Creative Market (2024)

2.1.2.4 Tracking

Tracking adalah jarak antar sekelompok huruf seperti dalam satu kata, berbeda dengan kerning yang mengatur jarak antar huruf secara individu. Dengan menggunakan *tracking*, suatu teks atau paragraf dapat menyesuaikan panjang dengan ruang yang ditentukan. Metode untuk pengukuran tracking yang benar biasanya digunakan dengan observasi mata saja, hingga teks terlihat nyaman dibaca.

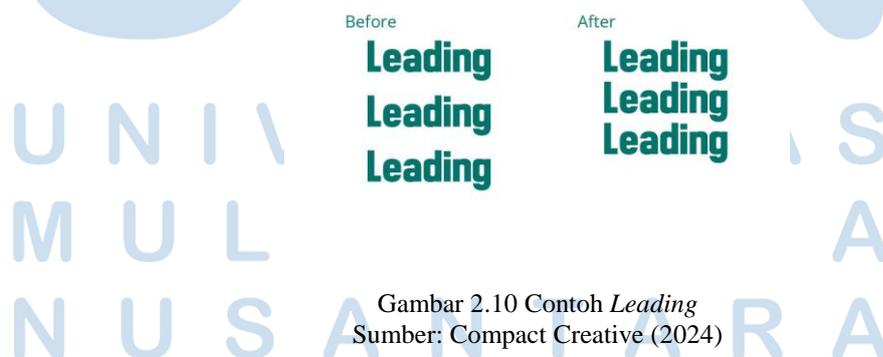


- + 100 tracking
- + fifty tracking
- + thirty tracking
- + ten tracking
- zero tracking

Gambar 2.9 Contoh *Tracking*
Sumber: Sherin (2017)

2.1.2.5 Leading

Leading adalah jarak antar baris dalam suatu paragraf. Penggunaan *leading* yang baik dapat memperbagus tingkat keterbacaan dari teks. *Leading* dapat diukur dari garis bayangan yang terletak pada bagian bawah dari semua huruf (Creative Market, 2024).



Gambar 2.10 Contoh *Leading*
Sumber: Compact Creative (2024)

2.1.2.6 Prinsip Tipografi

Valentino (2019) mengatakan bahwa tipografi memiliki cakupan ilmu yang luas hingga ke penataan atau pengaturan media cetak. Tipografi juga merupakan elemen desain grafis yang tidak dapat dipisahkan dari ilmu komunikasi, teknologi, dan lainnya jika ingin digunakan secara efektif. Dalam tipografi, terdapat 8 prinsip yang dapat diaplikasikan dalam suatu desain yaitu *Inform*, *Advocate*, *Play*, *Caution*, *Entertain*, *Express*, *Educate*, dan *Transform*.

1) *Inform*

Inform artinya cara bagaimana desainer menyampaikan informasi dengan cara mengangkat suatu isu atau memberikan pemikiran terhadap suatu masalah.

2) *Advocate*

Advocate adalah prinsip digunakan desainer untuk membuat pesan yang dapat menggerakkan pelihat untuk mendukung pesan dalam desain.

3) *Play*

Play adalah prinsip yang digunakan desainer untuk menghibur selagi memberi informasi melalui desain.

4) *Caution*

Caution adalah prinsip yang digunakan untuk memberi informasi peringatan kepada pelihat.

5) *Entertain*

Entertain adalah prinsip yang digunakan khusus hanya untuk hiburan tanpa adanya agenda sosial tertentu.

6) *Express*

Prinsip *express* digunakan untuk mengekspresikan ide pribadi melalui kata-kata untuk mempengaruhi pelihat.

7) **Educate**

Prinsip *Educate* adalah prinsip yang digunakan khusus untuk memberikan informasi yang rinci dengan tujuan memberi edukasi kepada pelihat.

8) **Transform**

Transform adalah prinsip yang digunakan untuk memainkan kata-kata dan memanipulasi visual untuk memberi sudut pandang baru kepada pelihat.

2.1.2.7 Tipografi Untuk Disleksia

Menurut British Dyslexia Association (2023), orang dengan disleksia lebih reseptif jika *typeface* digunakan pada teks berupa sans serif. Beberapa contoh *typeface* sans serif yang populer digunakan untuk membantu disleksia adalah Arial, Comic Sans, Verdana, Tahoma, dan Helvetica. Selain itu, ukuran teks harus memiliki jarak antar huruf sekitar 3.5x lebih besar dari jarak normal dan jarak antar baris sekitar 1.5x lebih besar. Tidak boleh menggunakan *italics* atau *underline* dalam teks karena kedua pengaturan tersebut cenderung membuat teks terlihat tersambung dan ramai, namun bold masih boleh digunakan sebagai penekanan dalam suatu kalimat.

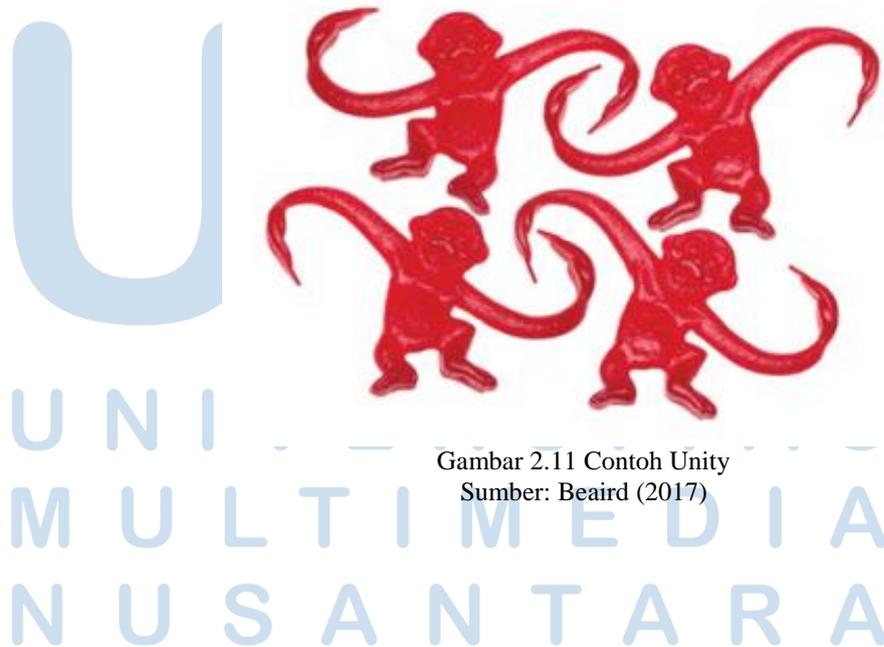
British Dyslexia Association juga menyarankan untuk menghindari penggunaan huruf kapital dalam teks karena huruf kecil lebih mudah dibaca. Kemudian, *heading* dari teks seperti judul harus berukuran setidaknya 20% lebih besar dari teks normal dengan penggunaan jarak atau bold yang memadai. Semua teks harus menggunakan *left alignment* tanpa *justification* agar pembaca dapat melihat awal dan akhir baris secara lebih jelas. Untuk penulisan kalimat, gunakan kata-kata sederhana dengan maksimal jumlah huruf sebanyak 60 atau 70 huruf dalam satu kalimat.

2.1.3 *Layout*

Griffey (2020) menjelaskan pengertian *Layout* sebagai pengaplikasian aspek-aspek visual kedalam perancangan. Dengan melakukan perancangan *Layout* yang baik, tampilan dari media yang dibuat akan lebih nyaman dilihat oleh penggunanya serta dapat menyampaikan informasi dengan lebih baik. Berikut yang merupakan prinsip-prinsip *Layout* menurut Griffey adalah *Unity, Differentiation, Emphasis, Whitespace, dan Alignment*.

2.1.3.1 *Unity*

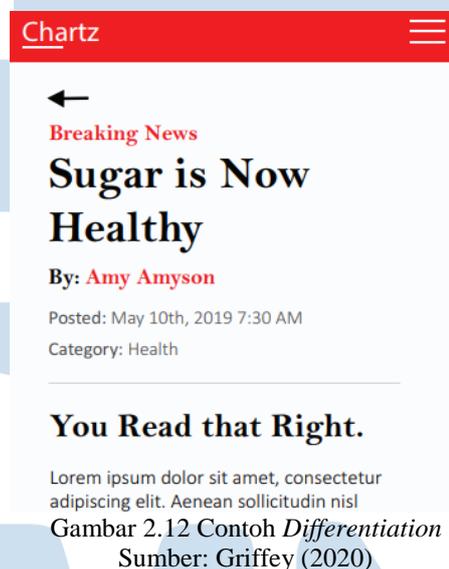
Beaird (2017) mengatakan bahwa *Unity* dalam desain grafis artinya konsep kesatuan elemen-elemen visual yang memberikan media sebuah identitas yang kuat. Contohnya, *Unity* dalam suatu desain *Layout* sekumpulan gambar monyet dibawah memiliki bentuk dan warna yang mirip, sehingga pelihatnya bisa mengetahui bahwa mereka merupakan bagian dari satu grup. Dengan merancang media menggunakan kesatuan visual, pengguna akan memiliki pengalaman yang konsisten serta terarah dengan jelas.



Gambar 2.11 Contoh Unity
Sumber: Beaird (2017)

2.1.3.2 *Differentiation*

Differentiation adalah proses perancangan dimana desainer membuat perbedaan elemen-elemen visual yang akan ditampilkan dengan perencanaan (Griffey, 2020). Desain yang bagus dapat membuat perbedaan visual dalam perancangan tampilan desain untuk membangun hierarki informasi. Dengan pengaplikasian konsep *Differentiation* yang baik, desainer dapat mengontrol hierarki pembacaan pengguna dengan mengubah warna atau ukuran teks.



Gambar 2.12 Contoh *Differentiation*
Sumber: Griffey (2020)

2.1.3.3 *Emphasis*

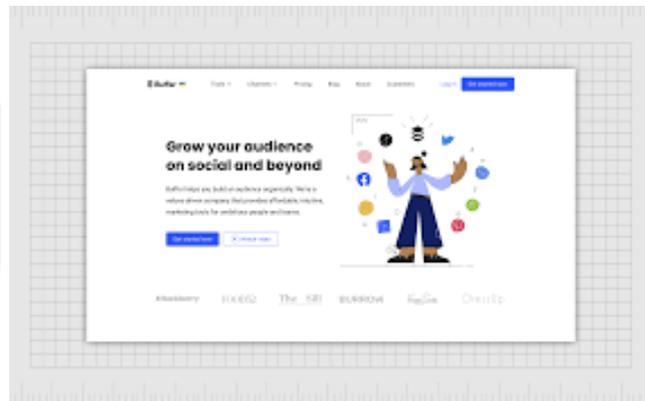
Emphasis adalah proses perancangan yang dilakukan untuk membuat salah satu aspek visual dalam desain menjadi sorotan utama, seperti teks informasi atau *button*. Dengan memikirkan perilaku pengguna saat melihat media, seorang desainer dapat menentukan lokasi apa yang akan dilihat pertama oleh pengguna. Pengaturan *Emphasis* yang baik dapat mengarahkan perhatian pengguna kepada informasi pertama yang ingin desainer sampaikan sehingga membuat alur penggunaan yang jelas (Beaird, 2017).



Gambar 2.13 Contoh tombol play pada game berada di tengah
Sumber: Griffey (2020)

2.1.3.4 *Whitespace*

Yulianto (2015) mendefinisikan *Whitespace* atau *negative space* sebagai jarak diantara elemen visual yang mengatur pengelompokan informasi dalam desain. *Whitespace* digunakan sebagai indikator hubungan antara elemen visual yang ditampilkan. Dengan penggunaan *Whitespace* yang benar, seorang desainer dapat menyampaikan informasi elemen-elemen apa saja yang merupakan bagian dari satu grup informasi yang sama agar pengguna media tidak keliruan dan nyaman.



Gambar 2.14 Contoh penggunaan Whitespace

Sumber: <https://fabrikbrands.com/white-space-in-graphic-design-white-space-principle-of-design/>

2.1.3.5 *Alignment*

Alignment dalam konteks *Layout* artinya pengaturan susunan elemen visual baik dari sisi atas, bawah, kiri, atau kanan agar terlihat

sejajar dan jelas. *Alignment* berfungsi sebagai garis bayang yang dapat memandu mata seseorang selama menggunakan media. Dengan penggunaan *Alignment* yang baik, elemen visual akan terlihat rapih sehingga informasi yang lebih mudah diproses oleh pengguna.



Gambar 2.15 Contoh *Alignment*
Sumber: Griffey (2020)

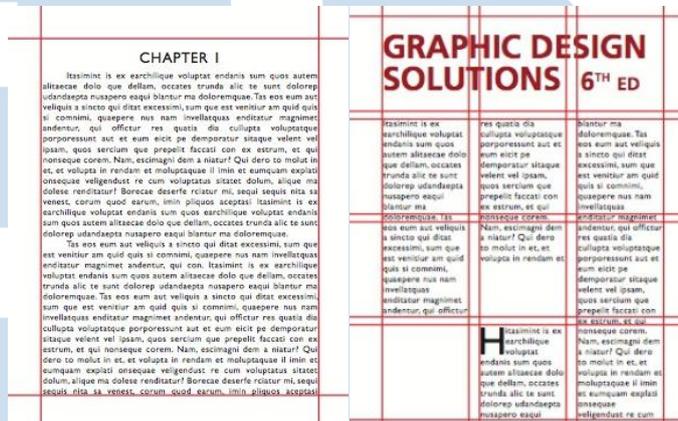
2.1.4 Grid

Menurut Samara (2017) grid adalah hubungan-hubungan antara elemen visual yang membantu memberi format. Sejalan dengan pernyataan diatas, Landa (2019) menyatakan bahwa grid adalah panduan visual untuk membantu pembaca yang membuat komposisi dari beberapa kolom vertikal. Sistem grid dapat ditemukan di berbagai media baca mulai dari majalah, buku, brosur, *website*, dan lainnya. *Grid* dapat diklasifikasi kan menjadi dua macam yaitu *Single-column grid* dan *Multicolumn grid*.

2.1.4.1 Single-column grid

Struktur *single-column grid* memiliki satu kolom besar yang dikelilingi oleh batas *margin*. Batas *margin* berfungsi sebagai *frame* yang memberi struktur ke ruang kosong di kiri, kanan, atas, dan bawah

dari suatu halaman. *Single-column grid* digunakan untuk membantu desainer dalam menentukan batas peletakan gambar atau teks.



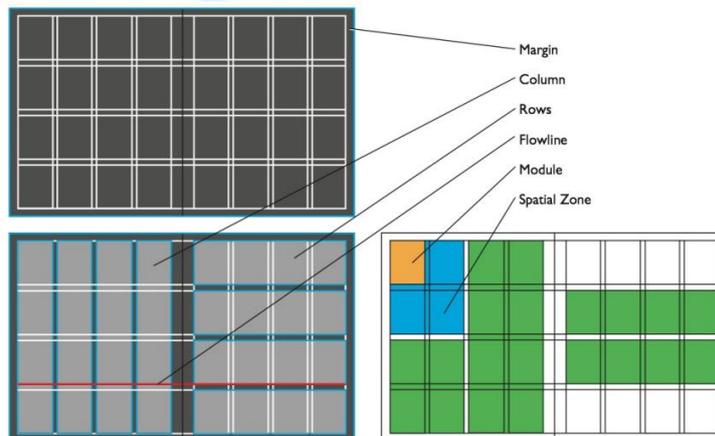
Gambar 2.16 *Single-column grid* dan *Multicolumn grid*
Sumber: Landa (2019)

2.1.2.4 Multicolumn grid

Multicolumn grid digunakan untuk membuat struktur yang seimbang, biasanya digunakan untuk tampilan yang mencakup beberapa halaman. *Grid* bisa disesuaikan dengan ukuran teks dan gambar yang digunakan dalam desain untuk membangun hierarki visual. *Multicolumn grid* kadang dirancang dengan bentuk asimetris untuk menyesuaikan struktur dengan konten dalam desain.

2.1.4.3 Anatomi Grid

Sebuah *grid* dapat memberi proporsi dan struktur pada sebuah halaman desain. Walaupun demikian, *grid* hanya berfungsi sebagai bantuan dan bukan jaminan desain yang dibuat akan terlihat terstruktur. Untuk menentukan struktur yang baik, seorang desainer masih harus merancang medianya dengan pengetahuan tentang cara memanfaatkan *grid* agar dapat membuat desain yang teratur. Menurut Landa (2019), anatomi *grid* dapat dipisah menjadi *Column*, *Rows*, *Flowline*, *Grid Module*, dan *Spatial Zone*.



Gambar 2.17 Anatomi Grid
Sumber: Landa (2019)

1) *Column*

Column adalah susunan barisan vertikal yang digunakan untuk mengatur letak teks atau gambar. Dalam sebuah grid, penggunaan columns akan bergantung kepada konsep, fungsi, dan pemikiran desainer. *Columns* dapat berukuran berbeda untuk mengendalikan ruang kosong.

2) *Row*

Row adalah susunan barisan horizontal yang memiliki fungsi yang sama seperti *column*. Dengan menggunakan *row* bersama *column*, seorang desainer dapat membuat struktur halaman yang teratur. Jika susunan *row* dan *column* tidak simetris, desainer dapat membuat hierarki dan komposisi berdasarkan konsep yang dibuat.

3) *Flowline*

Flowline adalah bagian *grid* yang membuat alur horizontal. Ketika *flowline* digunakan dalam interval yang konsisten, mereka akan membentuk ruang kosong bernama *module*. *Flowline* dapat dibuat dengan interval yang konsisten dan tidak konsisten.

4) *Grid Module*

Grid module adalah ruang yang berada didalam persimpangan *row* dan *column*. Dalam sebuah *grid module*, desainer dapat meletakkan badan teks atau gambar. Sebuah teks atau gambar dapat menempati beberapa *grid module* jika memang sesuai dengan desain.

5) *Spatial Zone*

Spatial zone adalah sekelompok *grid module* yang dapat digunakan untuk meletakkan berbagai elemen grafis. Ketika menggunakan *spatial zone*, desainer harus memerhatikan proporsi antara elemen grafis lainnya. *Spatial zone* dapat diisi oleh teks atau gambar.

2.1.5 Ilustrasi

Menurut Maharsi (2016), ilustrasi adalah gambar, diagram, atau peta yang digunakan untuk menjelaskan dan mendekorasi sesuatu. Salah satu bentuk media yang sering menggunakan ilustrasi adalah buku, dimana ilustrasi digunakan untuk menambahkan tingkat interaktivitas diantara buku dengan pembaca. Bentuk dari ilustrasi bisa berupa karya gambar, fotografi, dan diagram dengan berbagai macam bentuk. Dengan demikian, ilustrasi dapat membentuk gaya, merubah bentuk, dan menterjemahkan sesuatu melalui penampilan fisik serta menarik sebuah emosi dari para penontonnya.

2.1.5.1 Fungsi Ilustrasi

Menurut Male (2017), ilustrasi berfungsi sebagai media informasi yang dapat mengkomunikasikan sesuatu melalui visual, baik dalam konteks edukasi atau rekreasi. Informasi dalam ilustrasi bisa memberi pengalaman yang berbeda dari media informasi lainnya, misalnya ilustrasi tentang taksonomi hewan dan tumbuhan yang diperlihatkan secara detil akan memiliki dampak yang berbeda pada

pelihatnya. Dengan demikian, ilustrasi berfungsi sebagai salah satu bidang dalam seni rupa yang dapat menyampaikan informasi melalui interpretasi dan visualisasi seniman secara pribadi sebagai bentuk ekspresi diri dan bidang yang akan selalu berubah seiring dengan perkembangan kebudayaan dan teknologi dalam masyarakat.

2.1.5.2 Jenis Ilustrasi

Seiring dengan perkembangan zaman, jenis ilustrasi juga semakin bertambah. Masing-masing jenis ilustrasi memiliki tema dan berbeda pesan yang ingin disampaikan. Menurut Maharsi (2016), jenis-jenis ilustrasi adalah ilustrasi karikatur, ilustrasi buku anak, ilustrasi iklan, dan ilustrasi editorial.

1) Ilustrasi Karikatur

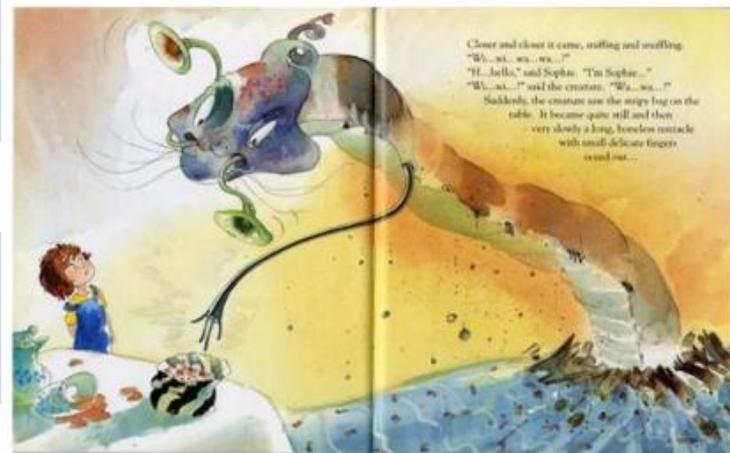
Ilustrasi karikatur adalah ilustrasi deformasi dari sebuah karakter atau orang nyata. Karikatur biasanya hanya bersifat humor namun juga bisa memiliki pesan kritis terhadap subjek karikatur. Karikatur sering digunakan dalam media massa dalam rangka mengkritik situasi sosial yang sedang terjadi.



Gambar 2.18 Contoh Karikatur
Sumber: Maharsi (2016)

2) Ilustrasi Buku Anak

Ilustrasi buku anak adalah ilustrasi yang digunakan untuk menceritakan sebuah kisah secara visual. Cerita-cerita tersebut biasanya memiliki pesan moral yang ditujukan untuk anak-anak. Hal ini membuat peran ilustrator menjadi penting dalam mendidik edukasi serta inspirasi kreativitas untuk anak generasi selanjutnya.



Gambar 2.19 Contoh Ilustrasi Buku Anak
Sumber: Maharsi (2016)

2.2 Media Informasi Interaktif

Menurut Griffey (2020) dalam buku *Introduction to Interactive Digital Media Concept and Practice*, media informasi interaktif adalah media yang memfasilitasi interaksi diantara suatu media dengan penggunanya. Ketika seseorang menggunakan media interaktif, maka media tersebut akan memberikan respon berdasarkan input dari penggunanya, seperti saat seseorang menggunakan *website* untuk mencari pasar terdekat, orang lain bisa menggunakan *website* yang sama untuk mencari stasiun. Beberapa contoh media informasi interaktif adalah *website*, aplikasi, dan *video game*.

2.2.1 Manfaat Media Informasi

Media informasi pada era digital sekarang berada dimana-mana. Mulai dari penggunaan *smartphone* yang dulu hanya digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain, sekarang berbagai *website* seperti media sosial menjadi pusat informasi yang orang gunakan untuk melihat berita terkini (Griffey, 2020). Media dapat menghubungkan seseorang ke dunia melalui pertukaran informasi dan interaksi mereka dengan media digital.

2.2.2 Jenis Media Informasi

Media informasi dirancang berdasarkan prediksi seorang desainer terhadap perilaku dan interaksi target penggunanya. Dikarenakan perkembangan media digital, macam tipe interaksi seseorang dengan media juga semakin banyak sehingga dibutuhkan klasifikasi wadah yang dapat menyempitkan pertimbangan desainer dalam membuat suatu media informasi interaktif. Menurut Griffey (2020), terdapat beberapa jenis media informasi yaitu *Traditional Stand-Alone Kiosks, Websites, Mobile Applications, Video Games, dan Physical Installations, Exhibits, and Performance.*

2.2.2.1 Websites

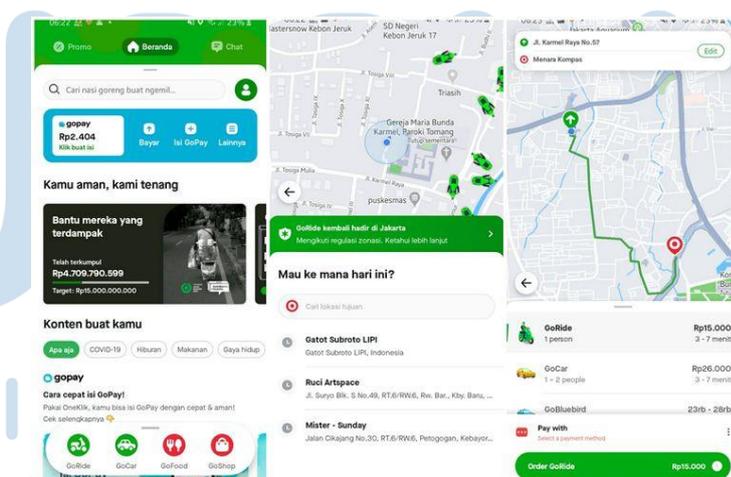
Website adalah gabungan dari beberapa *web pages* yang berada dibawah satu nama dan dapat diakses melalui perangkat komputer dengan akses internet. *Website* dapat digunakan sebagai salah satu wadah informasi untuk perusahaan tertentu atau untuk blog pribadi seperti media sosial. *Website* modern sekarang dirancang untuk bisa mengadaptasikan tampilan visual dan kontennya untuk kebutuhan perangkat yang akan menampilkannya.



Gambar 2.20 Website
Sumber: Cubed Technologies (2016)

2.2.2.2 Mobile Applications

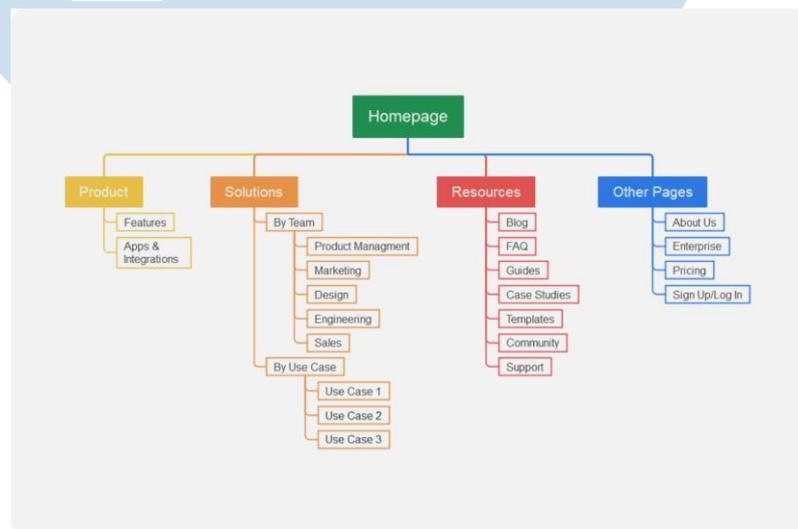
Mobile Applications adalah jenis media informasi yang berkembang pada era *smartphone* modern, biasanya dirancang khusus untuk digunakan pada *smartphone*. *Mobile Applications* menjadi populer dikarenakan mereka mudah digunakan dan biasanya gratis untuk diunduh. Berbeda dengan *website* yang memiliki versi mobile, *Mobile Applications* biasanya tersedia di *Online App Store* seperti Google Play dan memang dirancang dengan tujuan tertentu melainkan di *domain website* tertentu dengan tampilan yang berbeda.



Gambar 2.21 Aplikasi Gojek
Sumber: Kompas (2021)

2.2.3 Website

Website adalah sebuah rangkaian *webpage* yang merupakan dokumen teks yang dijadikan HTML pada sebuah *browser* dan memiliki nama *domain* yang sama (Rouse, 2024). Sebuah *website* biasanya diisi oleh gambar, informasi, dan file media yang diubah menjadi link. *Website* biasanya dilakukan host oleh server tertentu dan bisa diakses melalui *web browser* seperti Google Chrome atau Mozilla Firefox. Desain dari sebuah *website* harus menggunakan *sitemap* yang dapat menjelaskan alur penggunaan dari *webpages* serta bisa menyeimbangkan konten informasi, grafis, dan *white space* selagi mudah untuk dinavigasi serta dapat memunculkan identitas brand yang kuat dalam *webpages* tersebut.



Gambar 2.22 Sitemap Website

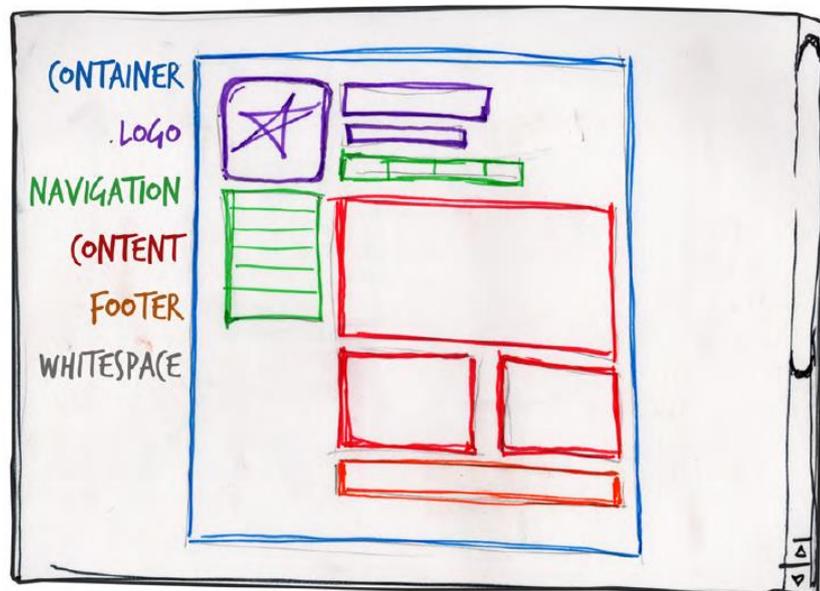
Sumber: <https://www.edrawmind.com/templates/sitemap-template.html>

Sitemap yang baik memiliki struktur navigasi dari semua *webpage* yang ada dalam satu *website*, mulai dari homepage yang berperan sebagai pusat navigasi dari *website* hingga ke fitur-fitur spesifik pada setiap halamannya. Sebuah *sitemap* dapat menjelaskan alur serta fungsi dari *webpages* dengan grafis sederhana agar mudah dimengerti oleh *user*. Dengan

merancang sitemap, seorang desainer dapat membuat *user scenario* yang lebih spesifik untuk menyelesaikan masalah yang *user* hadapi.

2.2.3.1 Anatomi Website

Menurut Beard (2017), desain sebuah *website* memiliki anatomi yang dapat mempermudah proses perancangan. Untuk membuat *website* yang baik, desain harus terlihat menarik baik secara visual keseluruhan atau presentasi konten dan juga mudah untuk dinavigasi. Anatomi dari *website* antara lain adalah *containing block*, *logo*, *navigation*, *content*, *footer*, dan *whitespace*.



Gambar 2.23 Anatomi Website
Sumber: Beard (2017)

1) *Containing Block*

Containing block berfungsi sebagai penampung segala macam elemen desain dari perancangan *website* dengan menerapkan *grid*. *Containing block* bisa berupa ukuran layar yang ditentukan sebagai dasar perancangan.

2) Logo

Logo berfungsi sebagai identitas dari *brand* pemilik *website*. Logo dapat terdiri dari ilustrasi atau nama yang mewakili identitas brand dan selalu berada ditempat yang sama pada setiap halaman dari *website*.

3) Navigation

Navigation berfungsi sebagai sistem navigasi dari *website* yang harus mudah dilihat dan digunakan. *Navigation* bisa berbentuk vertikal atau horizontal dan juga harus selalu terlihat jelas dibandingkan elemen visual lain.

4) Content

Content adalah isi informasi utama dari *website* yang biasanya terdiri dari teks, gambar, atau video. *Content* harus bisa dilihat oleh *user* dan dijadikan fokus dari perancangan.

5) Footer

Footer selalu terletak pada bagian paling bawah dari halaman dan biasanya tertulis *copyright* dan kontak. *Footer* juga berfungsi sebagai indikator akhir dari konten pada *website*.

6) Whitespace (Website)

Whitespace merujuk kepada bagian dari *website* yang tidak memiliki teks atau gambar. Jika digunakan dengan baik, *whitespace* dapat merapihkan dan menyeimbangkan tata konten dan desain dari *website*.

2.2.4 Interaktivitas

Interaktivitas adalah kemampuan suatu media untuk mereplikasi interaksi antar manusia dengan menggunakan interaksi diantara manusia dengan komputer dengan menggunakan pemrograman tertentu (Wolf, 2023). Tujuan utama dari desain media interaktif adalah untuk menjamin adanya

timbang balik antara input dari pengguna dengan program yang digunakan. Interaktivitas umumnya digunakan dalam perancangan media digital seperti video game, tetapi sekarang sudah banyak perkembangan dalam industri digital sehingga berbagai media informasi lainnya juga mulai menerapkan konsep interaktivitas untuk memberikan pengalaman yang baik.

2.2.4.1 Jenis-Jenis Interaktivitas

Patrisia (2022) mengatakan bahwa interaktivitas merupakan kemampuan suatu media membuat pengguna terlibat dalam proses komunikasi sehingga terbentuknya komunikasi yang dinamis. Sebagai proses komunikasi, terdapat beberapa bentuk interaktivitas berdasarkan media dan pengguna dalam proses komunikasi. Menurut Patrisia (2022), terdapat tiga macam interaktivitas yaitu *User to system*, *User to user*, dan *User to document*.

1) User to system

User to system adalah bentuk interaktivitas yang terjadi diantara seorang pengguna dengan sistem yang terbuat seperti sebuah *website*. Komunikasi ini bersifat satu arah dikarenakan sistem yang dibuat sudah memiliki reaksi yang sudah ditentukan. Contoh interaksi *user to system* merupakan mengunduh sesuatu dari *website*, memencet sebuah *link online*, dan mengikuti *poll website*.

2) User to user

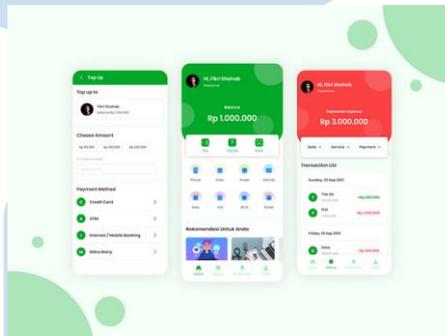
User to user adalah bentuk interaktivitas yang terjadi diantara dua pengguna melalui media sistem. Komunikasi dua arah ini merupakan bentuk komunikasi yang dinamis, biasanya hanya dibatasi oleh moderasi dari pengelola sistem. Contoh interaksi *user to user* merupakan melakukan *chat online* secara langsung.

3) *User to document*

User to document adalah bentuk interaksi dimana pengguna dapat mengartikan sendiri pesan dari pengelola suatu *website*. Contoh interaksi ini adalah saat seseorang posting sebuah komentar dalam suatu artikel online yang ditulis oleh pengelola *website*.

2.2.4.2 *User Interface*

UI atau *User Interface* adalah ilmu yang fokus kepada perancangan elemen-elemen visual yang interaktif. *User Interface* berfungsi sebagai titik interaksi antara pengguna dan media dimana sebuah desain UI yang baik dapat menarik selagi memandu pengguna untuk mendapat pengalaman media yang baik. UI yang baik dapat membuat tampilan suatu media menjadi mudah dimengerti serta lebih menarik, informatif, dan interaktif (Lamprecht, 2023).



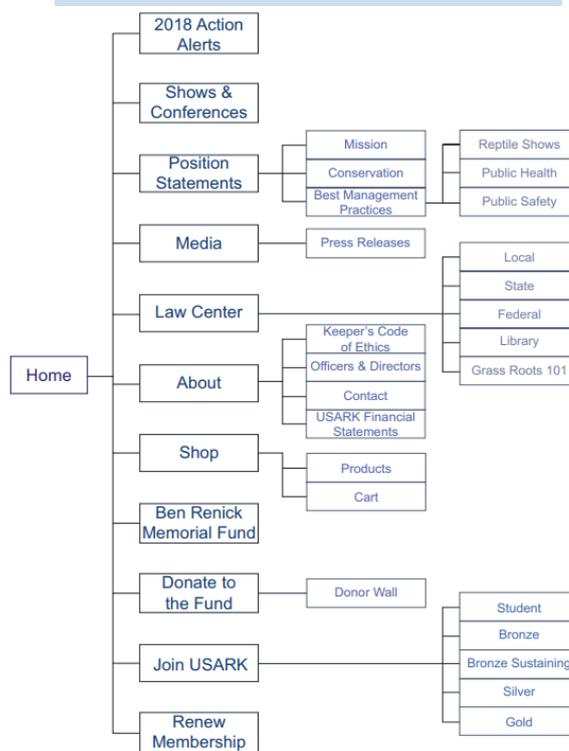
Gambar 2.24 Contoh *User Interface*
Sumber: Medium (2021)

Sebagai tampilan visual, UI juga menerapkan prinsip-prinsip *layout* agar dapat mengarahkan pengguna kepada informasi berdasarkan hierarki yang dirancang. Untuk merancang UI yang baik, penelitian mengenai target pengguna harus dilakukan agar visual yang dibuat akan cocok untuk mereka. Menurut Griffey (2020), seorang desainer dapat membuat beberapa dokumen yang dapat menjabarkan

proses perancangan agar lebih mudah dimengerti, yaitu *Flowchart*, *Wireframes*, *User Scenarios*, *Interface Designs*, dan *Prototype*.

1) *Flowchart*

Flowchart adalah penjabaran struktur interaksi dari sebuah *website* secara visual. *Flowchart* digunakan untuk memperjelas hubungan dan hierarki suatu proses atau halaman dengan satu sama lain (Lamprecht, 2023). *Flowchart* biasanya dibuat dengan bentuk sederhana.



Gambar 2.25 Contoh *Flowchart*
Sumber: Griffey (2020)

2) *Wireframes*

Wireframes adalah penjabaran visual dasar dari konten dan elemen-elemen visual yang akan digunakan dalam perancangan *website*. *Wireframe* digunakan sebagai representasi alur navigasi dari *Layout* dasar dari sebuah

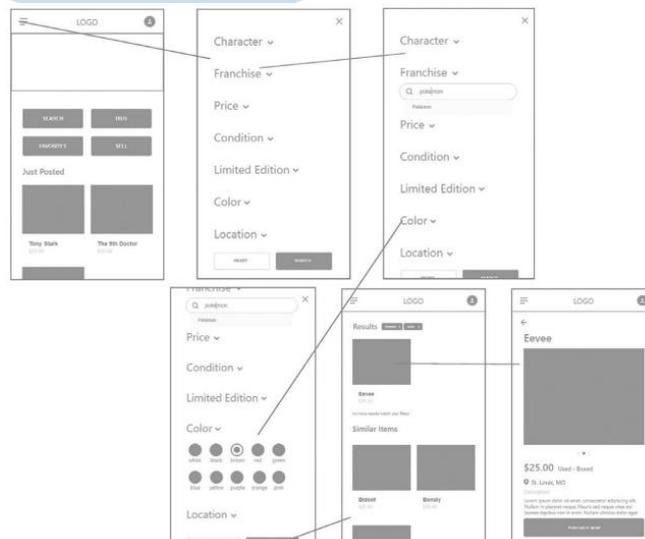
website, sehingga ukuran elemen visual pada *Wireframe* harus sama dengan proporsi desain akhir.



Gambar 2.26 Contoh Wireframe
Sumber: Griffey (2020)

3) *User Scenarios*

User Scenario berfungsi sebagai penggambaran alur pengguna menggunakan *website* yang dirancang. Skenario yang dibuat harus mencakupi *user persona* yang memiliki tujuan dalam memakai *website*.



Gambar 2.27 Contoh Penjabaran *User Scenario*
Sumber: Griffey (2020)

4) *Interface Designs*

Interface designs adalah penjabaran elemen-elemen visual yang akan digunakan pada *website* atau aplikasi. Dokumen *Interface Design* akan mencakup pemilihan warna, *typeface*, desain ikon, dan lainnya yang dicocokkan dengan target pengguna.

5) *Prototype*

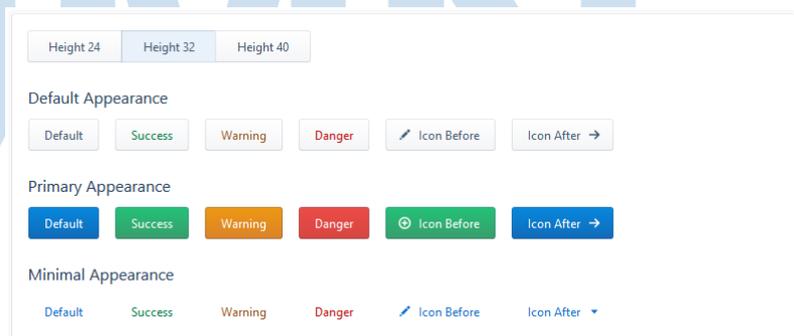
Prototype adalah purwarupa media yang belum selesai, namun dapat digunakan sesuai fungsi yang ditujukan. *Prototype* dapat digunakan untuk melakukan tes kepada pengguna atau perusahaan yang tertarik dengan media.

2.2.4.3 Elemen-Elemen *User Interface*

Dalam sebuah UI, terdapat berbagai elemen grafis atau teks. Elemen-elemen ini memiliki berbagai fungsi, mulai dari navigasi, informasi, dan *container* (UXPin, 2024). Berikut adalah beberapa elemen *user interface* yang umum ditemukan dalam suatu desain:

1) *Buttons*

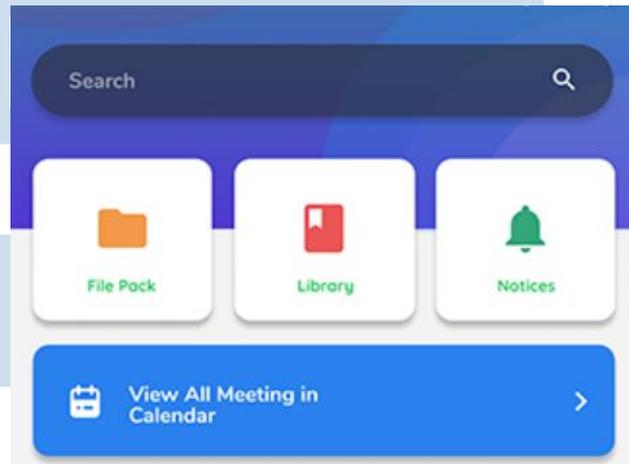
Button berfungsi sebagai cara *user* melakukan suatu aksi. *Buttons* biasanya ditandai dengan teks atau *icon*.



Gambar 2.28 Contoh *Buttons*
Sumber: UXPin (2024)

2) *Icons*

Icons adalah symbol sederhana yang dapat digunakan sebagai indikator suatu informasi. *Icons* bisa memiliki dua gaya visual, yaitu gaya ilustrasi dan vektor.



Gambar 2.29 Contoh *Icons*
Sumber: UXPin (2024)

3) *Widgets*

Widgets adalah suatu elemen visual interaktif. Contohnya, sebuah *dashboard* yang berisikan fitur *progress*, *schedule*, dan lainnya.



Gambar 2.30 Contoh *Widgets*
Sumber: UXPin (2024)

4) *Sidebar*

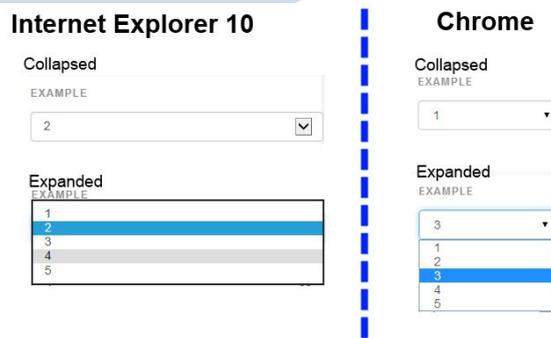
Sidebar berfungsi sebagai container sekelompok komponen lain. *Sidebar* juga biasanya digunakan untuk membantu navigasi ke berbagai halaman.



Gambar 2.31 Contoh *Sidebar*
Sumber: UXPin (2024)

5) *Dropdowns*

Dropdowns berfungsi sebagai jenis *button* yang dapat memberi *user* opsi beragam untuk suatu komponen.

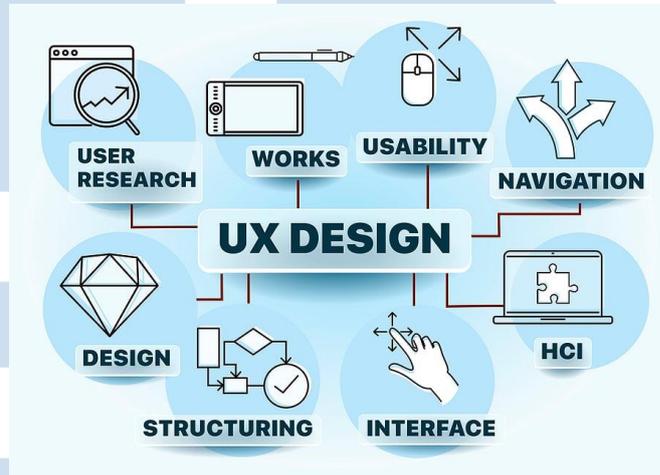


Gambar 2.32 Contoh *Dropdowns*
Sumber: UXPin (2024)

2.2.4.4 *User Experience*

UX atau *User Experience* adalah ilmu yang mempelajari cara merancang pengalaman pengguna yang ideal untuk suatu produk, biasanya aplikasi atau *website* (Soegaard, 2018). Perancangan UX dilakukan pada awal proses perancangan, mencakup pertimbangan perilaku pengguna. Contoh, bagaimana proses yang harus dilakukan

pengguna untuk mencapai tujuan dari produk yang digunakan. Perancangan UX yang baik dapat mengidentifikasi masalah apa saja yang kemungkinan dihadapi pengguna dan menyediakan solusinya.



Gambar 2.33 Konsep *User Experience*
Sumber: Keene Systems (2022)

UX merupakan faktor yang amat penting untuk menentukan derajat kesuksesan suatu produk digital. Konsep UX amat sering disalah pahami menjadi membuat perancangan yang mudah digunakan. Walaupun benar, konsep UX modern yang baik juga harus memikirkan faktor lain agar membuat produk yang memberikan pengalaman baik bagi pengguna. Menurut Soegaard (2018), terdapat 7 faktor penting yang dapat mempengaruhi *User Experience* yaitu *Useful, Usable, Findable, Credible, Desireable, Accessible, Valuable*.

1) *Useful*

Useful adalah konsep kegunaan untuk memenuhi keinginan pengguna. Contohnya remaja yang stres dapat bermain video game untuk bersantai atau seorang seniman dapat menggunakan lukisan dalam sebuah pameran untuk mempelajari tekniknya.

2) *Usable*

Usable adalah konsep tentang bisa atau tidaknya sebuah produk membantu pengguna dalam mencapai keinginannya saat menggunakan sebuah produk. Contohnya, dahulu iPod merupakan produk yang dapat memainkan musik dengan mudah tetapi sekarang sudah ketinggalan zaman karena *smartphone* juga sudah bisa.

3) *Findable*

Findable adalah konsep mengenai seberapa mudahnya produk atau konten dari produk dapat dinavigasi. Misal, jika seseorang yang membaca koran kesulitan mencari kolom berita olahraga, maka ia akan mencari koran lain yang menampilkan kolom berita secara teratur.

4) *Credible*

Credible adalah konsep mengenai tingkat kepercayaan pengguna terhadap informasi atau layanan yang diberikan suatu produk. Jika suatu produk tidak memiliki kredibilitas konten yang jelas, maka pengguna akan tidak percaya dengan layanan produk dan mencari opsi lain.

5) *Desireable*

Desireable adalah konsep yang membahas seberapa menariknya presentasi dari suatu produk. Faktor-faktor seperti branding, identitas, dan estetika perancangan bisa menjadi penentu perilaku pengguna terhadap produk.

6) *Accessible*

Accessible adalah konsep yang mencakup tingkat aksesibilitas dari suatu produk. Dengan memikirkan pengguna dengan gangguan pendengaran, pengelihatan,

atau perkembangan, produk yang baik akan bisa digunakan oleh berbagai orang berkebutuhan khusus.

7) *Valuable*

Valuable adalah konsep tentang nilai kegunaan dari suatu produk. Jika produk dengan harga yang murah dapat menyelesaikan masalah rumit maka nilai dari produk tersebut akan terlihat bagus dimata pengguna.

2.3 Disleksia

Menurut Snowling (2020), disleksia adalah gangguan perkembangan saraf yang menyebabkan seseorang mengalami kesulitan dalam proses decoding saat mengeja dan membaca. Sejalan dengan pendapat atas, Supena (2021) mendeskripsikan disleksia sebagai gangguan yang menyebabkan seseorang memiliki kemampuan membaca, menulis, dan mengartikan kata yang kurang baik. Beberapa karakteristik yang terlihat pada anak dengan disleksia yaitu sering membaca huruf secara terbalik, tidak bisa membedakan huruf yang mirip (b dan d), sulit membedakan kata yang bunyinya mirip, sulit mengenal kata yang kurang umum, dan terhambat dalam membaca.

Disleksia sangat sulit diidentifikasi pada anak karena terkadang seorang anak memang hanya memiliki kesulitan diawal pembelajaran membaca sehingga disleksia sering tidak terdiagnosis atau hanya dianggap hambatan sementara oleh orang tua. Disleksia dapat diidentifikasi sejak umur 5-7 tahun dengan melakukan *Screening, Assessment, Consultation, Intervention*, dan *Monitoring* dengan ahli (Yoliando, 2020). Menurut wawancara yang dilakukan dengan Dyslexia Center Indonesia (Sabrina, 2020), dari 50.000.000 anak di Indonesia, sekitar 5.000.000 memiliki disleksia atau setara dengan rasio 1 : 10.

2.3.1 Penyebab Disleksia

Menurut Syahroni (2021), disleksia dapat disebabkan oleh tiga faktor, yaitu faktor pendidikan, faktor psikologis, dan faktor biologis. Faktor pendidikan dijelaskan dalam konteks metode pembelajaran untuk membaca yang umum digunakan yaitu metode *whole-word*, dimana seseorang diajarkan membaca kata-kata sebagai kesatuan daripada bentuk huruf atau bunyi. Misalnya, jika peserta didik belum dapat membedakan bentuk-bentuk huruf yang mirip tetapi pembelajaran sekolah sudah harus membaca kata, maka sebaiknya mereka mempelajari bentuk huruf-huruf terlebih dahulu.

Kemudian, faktor psikologis dimana gangguan dapat disebabkan oleh kurangnya bantuan dari guru saat pembelajaran dan dimarahi orang tua karena terlihat kurang pintar, sehingga peserta belajar merasa stres. Terakhir, terdapat faktor biologis dimana disleksia disebabkan oleh terhambatnya perkembangan dan fungsi bagian-bagian tertentu pada otak seseorang atau keturunan genetik. Hal ini bukan berarti anak dengan disleksia memiliki gangguan mental, tetapi hanya berbeda cara bekerja otaknya.

2.3.2 Gejala Disleksia

Gejala yang ditunjukkan pada anak yang berpotensi memiliki disleksia bisa berbeda tergantung pada individunya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2022) pada anak sekolah dasar dari Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Karanganyar, dan Kota Surakarta, gejala disleksia pada anak dapat dideskripsikan dengan beberapa kategori. Kategori-kategori tersebut adalah perilaku, membaca, menulis, dan susunan penulisan.

2.3.2.1 Perilaku

Anak dengan disleksia cenderung memiliki perilaku yang sulit bergaul, pendiam, mudah marah, dan tidak percaya diri. Selain dari itu, terdapat juga anak yang menunjukkan sifat agresif dan sulit diatur sehingga dilihat oleh teman-teman sekelasnya sebagai pembuat

onar. Berdasarkan contoh-contoh diatas, dapat disimpulkan bahwa anak dengan disleksia secara umum lebih menutup diri dari masyarakat dan bahkan kadang menjauhkan diri secara agresif.

2.3.2.2 Membaca dan Menulis

Gejala selanjutnya yang paling umum dilihat dalam anak disleksia adalah kesulitan membaca dan menulis. Berdasarkan wawancara dengan anak disleksia yang dilakukan oleh Rahmawati (2022), mereka sangat terhambat dalam membaca dan mengeja sehingga ketika mereka merasa tidak bisa dan tidak mau belajar membaca. Selain itu, jika mereka merasa bahwa suatu huruf terlalu sulit dieja, mereka kadang menghilangkan atau mengganti huruf tersebut menjadi huruf yang salah.

2.3.2.3 Susunan Penulisan

Gejala terakhir adalah susunan penulisan dan tanda baca, dimana penulisan mereka cenderung tidak terlihat rapih, ukuran huruf yang berantakan, dan jarak antar huruf atau kata yang tidak teratur. Anak disleksia juga sering menulis kata yang tidak utuh seperti kata 'berperan' menjadi 'berpran' atau kata 'menjaga' menjadi 'mejaga'. Selain itu, mereka kesulitan dalam mengartikan suatu kalimat, anak disleksia sering tidak menggunakan tanda baca seperti '?' ketika menulis kalimat tanya saat mengakhiri kalimat.

2.3.3 Jenis Disleksia

Anak dengan disleksia kadang juga memiliki gangguan lainnya yang saling berhubungan, contohnya diskalkulia dimana seseorang kesulitan dalam matematika dan kesulitan menyelesaikan masalah secara lisan (Snowling, 2020). Hal ini menyebabkan disleksia menjadi lebih sulit diidentifikasi sehingga kadang disleksia dianggap tidak valid. Menurut penelitian yang

dilakukan oleh Haifa (2020) dalam jurnal ‘Pengenalan Anak Pengidap Disleksia’, terdapat dua macam disleksia yaitu tipe auditoris dan tipe visual.

2.3.3.1 Auditoris

Jenis gangguan auditori yang dimaksud adalah kesulitan dalam membedakan suara fonem dari suatu kata, contohnya kesulitan dalam membedakan kata kata dan watak. Gangguan ini juga menyebabkan seseorang kesulitan dalam menyusun dan mengucapkan suku kata, seperti pada kata ‘ibu’ tidak dapat diproses bunyinya menjadi ‘i-bu’. Anak disleksia dengan gangguan auditoris biasanya lebih memilih pembelajaran yang bertumpu pada aspek visual agar pembelajaran lebih mudah diproses oleh mereka.

2.3.3.2 Visual

Anak disleksia dengan gangguan visual akan lebih mengandalkan indra pendengaran mereka saat belajar. Gangguan visual pada anak disleksia dapat dipisahkan menjadi beberapa kategori yaitu *HALO*, *BLURRY*, dan *SHAKY* dimana huruf-huruf pada teks terlihat berbayang dan bergoyang. Kemudian ada juga *RIVERS*, *SWIRL*, dan *SEESAW* yang membuat ruang kosong diantara huruf jadi hilang atau menyebabkan teks jadi berantakan.

2.3.4 Diagnosis Disleksia

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Dyslexia Center Indonesia (Yoliando 2020), diagnosis disleksia dapat dilakukan sejak umur lima tahun dengan melewati lima tahap yaitu *Screening*, *Assessment*, *Consultation*, *Intervention*, dan *Monitoring*. *Screening* merupakan proses yang dilakukan oleh dokter untuk mengidentifikasi penyakit sebelum munculnya gejala. Kemudian, proses *Assesment* dimana kondisi pasien akan dievaluasi lagi dengan melakukan reka ulang masalah medis yang pernah

dialami dan melakukan beberapa tes untuk mencari tahu kalau pasien dapat melakukan kegiatan sehari-hari dan sehat secara mental.

Kemudian, fase *Consultation* dimana pasien akan mencari bantuan dari ahli dengan mencari solusi yang tepat untuk kondisi spesifik mereka. Lalu, dalam fase *Intervention* pasien akan melakukan prosedur yang telah ditentukan setelah konsultasi dengan ahli sebagai bentuk intervensi. Terakhir, terdapat fase *Monitoring* dimana pasien akan melakukan tes secara rutin selagi berada dalam pengawasan ahli dengan tujuan melihat perubahan yang terjadi agar mereka tahu jika dibutuhkan perubahan metode intervensi.

2.3.5 Pendidikan Disleksia

Disleksia sebagai gangguan perkembangan saraf dapat membuat seseorang kesulitan belajar walaupun tingkat inteligensi mereka normal. Kesulitan mereka dalam memproses informasi dalam identifikasi huruf dan pengartian kata membuat mereka terhambat dalam pendidikan umum. Menurut Syahroni (2021), terdapat metode pembelajaran untuk membantu pendidikan mereka yaitu metode Multisensori, Fonik, dan Linguistik.

2.3.5.1 Metode Multisensori

Metode pembelajaran multisensori adalah metode yang memanfaatkan indra pengelihatan, pendengaran, kinetik, dan perabaan pada anak (Syahroni, 2021). Metode yang menggunakan berbagai indra untuk menambahkan tingkat interaktivitas pembelajaran berfungsi sebagai cara agar membuat peserta didik lebih fokus. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Supena (2021), metode multisensori cocok digunakan untuk pembelajaran anak disleksia dikarenakan perkembangan indra anak disleksia yang normal dapat digunakan agar membuat mereka berpartisipasi dalam pembelajaran selagi mendapat motivasi dari guru.

2.3.5.2 Metode Fonik

Metode fonik adalah metode pembelajaran yang menggunakan kemampuan pendengaran peserta didik sebagai tumpuan pembelajaran. Misal, pada pembacaan kata ‘becak’ huruf ‘C’ dapat diasosiasikan dengan pelafalan ‘ec’. Hal tersebut dilakukan karena anak dengan disleksia cenderung lupa dengan huruf pada kata, sehingga jika mereka dapat memproses kata ‘becak’ memiliki huruf ‘E’ (Syahroni, 2021).

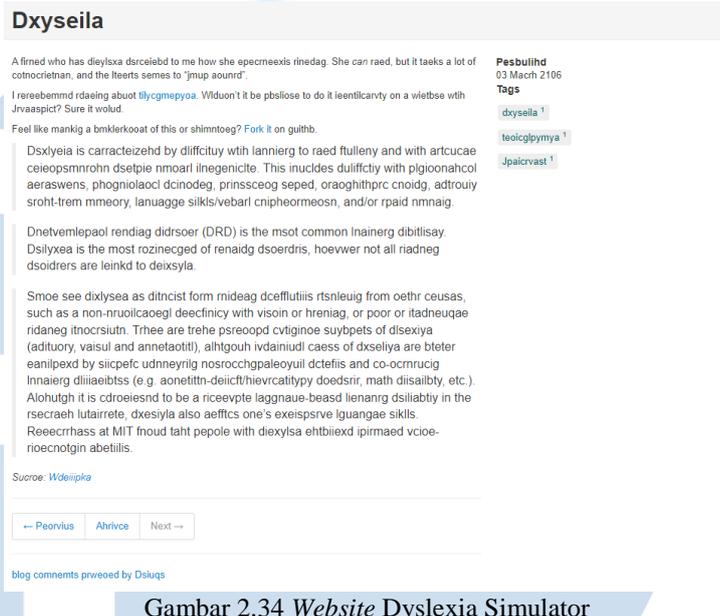
2.3.5.4 Metode Linguistik

Metode linguistik adalah metode pembelajaran yang mengajarkan peserta didik untuk menghubungkan kata-kata yang memiliki kemiripan. Metode tersebut menggunakan asosiasi kata dengan bunyi agar peserta didik lebih mudah ingat dengan kata tersebut. Dengan pelatihan mandiri, peserta didik diharapkan dapat menyimpulkan pola antara kata dan bunyi spesifik (Syahroni, 2021).

2.3.6 Membaca Pada Anak Disleksia

Anak disleksia memiliki kesulitan dalam membaca yang disebabkan oleh gangguan perkembangan saraf mereka. Beberapa penelitian mengatakan bahwa kesulitan mereka dalam membaca bukan diakibatkan kecacatan pada indra pengelihatannya mereka, melainkan defisit kemampuan mengingat sehingga kesulitan saat melakukan *decoding* (Andersen, 2021). Kata-kata yang dilihat oleh anak disleksia terlihat terbalik atau bergerak, khususnya pada teks yang tidak memiliki jarak antar kata atau huruf yang memadai.

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 2.34 Website Dyslexia Simulator
Sumber: Widell (2016)

Kesulitan mereka dalam membaca dapat dilihat dengan kecepatan mereka membaca dan kadang juga mengubah huruf dalam kata seperti kalimat ‘bunga mawar itu merah’ menjadi ‘bunga mawar itu murah’. Menurut Supena (2021), karakteristik yang terlihat pada anak disleksia saat mengeja berupa sering keliru dalam membaca huruf dengan bentuk yang mirip seperti ‘b-p’, ‘u-n’, dan ‘m-n’. Haifa (2020) mengatkan bahwa terdapat beberapa kebiasaan anak disleksia dalam membaca yaitu melakukan penambahan, penghilangan, pembalikan kiri-kanan, dan penambahan atas-bawah.

1) Penambahan

Anak cenderung menambahkan huruf saat membaca suku kata. Misal, kata ‘buku’ menjadi ‘bukuku’ dan ‘gula’ menjadi ‘gulka’.

2) Penghilangan

Anak cenderung menghilangkan kata saat membaca. Misal, kata ‘kelapa’ menjadi ‘lapa’ dan kata ‘korpor’ menjadi ‘kopor’

3) Pembalikan Kiri-Kanan

Anak cenderung membalikkan bentuk huruf dari arah kiri ke kanan saat membaca kata. Misal, kata 'buku' menjadi 'duku' dan kata 'palu' menjadi 'lupa'.

4) Penambahan Atas-Bawah

Anak cenderung membalikkan bentuk huruf dari atas menjadi bawah saat membaca kata. Misal, kata 'nana' menjadi 'uuaa' dan kata 'mama' menjadi 'wawa'.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA