

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Aplikasi *Mobile*

Aplikasi adalah perangkat lunak dibuat atau dikembangkan untuk melaksanakan sebuah perintah tertentu sesuai dengan kebutuhan (Agustian, Faulina, & Pujianto, 2022). Salah satunya adalah aplikasi *mobile* yang dapat diartikan sebagai perangkat yang digunakan untuk melakukan perintah dari pengguna atau aplikasi lainnya dan dapat berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain (Lukman & Aryanto, 2019).

Aplikasi *mobile* bekerja dengan menggunakan ponsel dan menyediakan kebutuhan dengan layanan yang serupa pada PC (Dawis, et al., 2023). Dapat disimpulkan bahwa aplikasi *mobile* merupakan perangkat yang diciptakan untuk menyediakan kebutuhan dan layanan berupa informasi, hiburan, komunikasi, dan transaksi untuk pengguna yang dapat digunakan dimana saja dan kapan saja melalui sebuah ponsel. Terdapat 3 kategori dari aplikasi *mobile*, yaitu aplikasi *native* atau asli, aplikasi web, dan aplikasi *hybrid* (Dawis, et al., 2023).

Aplikasi *native* atau asli merupakan aplikasi *mobile* yang dibuat khusus untuk Android atau iOS dengan menggunakan bahasa pemrograman yang khusus. Contohnya adalah Spotify, WhatsApp, SoundCloud, dan Google Maps. Aplikasi berbasis Web adalah aplikasi yang berjalan sesuai dengan aplikasi *native* dengan kode pemrograman CSS, HTML5, atau JavaScript yang diakses melalui situs web pada perangkat seluler. Contohnya adalah Lazada, Tokopedia, dan Shopee. Aplikasi *hybrid* adalah aplikasi gabungan antara aplikasi *native* dengan aplikasi web yang dirancang menggunakan HTML, CSS dan Javascript. Contohnya adalah Facebook, Instagram, dan Twitter (Dawis, et al., 2023).

##### 2.1.1 Manfaat Aplikasi *Mobile*

Aplikasi *mobile* dirancang untuk memberikan manfaat kepada penggunanya. Manfaat dari aplikasi *mobile* sangatlah beragam berdasarkan

dengan bidangnya seperti memberikan informasi, memudahkan transaksi, dan berkomunikasi. Berikut adalah manfaat dari aplikasi *mobile* yang dapat diperoleh oleh penggunanya (Sitorus et al., 2023, hlm. 2578).

### **1. Sarana Penyebaran Informasi**

Aplikasi *mobile* dapat memudahkan penggunanya dalam menyebarkan informasi ke seluruh dunia. Penyebaran informasi dilakukan dalam beberapa bentuk website dan aplikasi. Contohnya adalah laman berita, pembelajaran, dan majalah (Putra et al., 2023, hlm. 9).

### **2. Membangun Brand Perusahaan**

Aplikasi *mobile* dapat membantu sebuah perusahaan untuk mengenalkan dan mempromosikan perusahaan secara digital. Selain itu, aplikasi *mobile* juga dapat membantu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dari sebuah perusahaan secara digital. Contohnya adalah aplikasi berbelanja, dan perbankan (Putra et al., 2023, hlm. 10).

### **3. Mempermudah Pekerjaan Manusia**

Manfaat lainnya dari aplikasi *mobile* adalah dapat mempermudah pekerjaan manusia dalam banyak hal dan bidang. Salah satu contohnya adalah dalam bidang kesehatan, aplikasi *mobile* dapat membantu dalam memberikan informasi sekaligus layanan kesehatan dan kebutuhan pembelian obat-obatan diwaktu yang sama. Selain itu, aplikasi *mobile* dapat menyimpan data terkait kebutuhan pasien yang menggunakan aplikasi tersebut agar dapat diakses kembali (Putra et al., 2023, hlm. 10).

### **4. Membangun Komunikasi Jarak Jauh**

Aplikasi *mobile* dapat dijadikan sebagai media untuk berinteraksi dengan sesama penggunanya dari jarak jauh dengan menggunakan jenis perangkat apa saja. Contoh aplikasi yang digunakan untuk berkomunikasi jarak jauh oleh banyak pengguna dan digunakan

sehari-hari adalah Facebook, Twitter, Instagram, dan Tiktok. Interaksi yang dilakukan dapat berupa tulisan, gambar, suara dan video (Putra et al., 2023, hlm. 10).

## 5. Meningkatkan Proses Bisnis

Aplikasi *mobile* dapat membantu dalam peningkatan proses bisnis untuk sebuah bisnis yang dimiliki oleh pengguna. Contoh aplikasi tersebut adalah WhatsApp, Line, dan Telegram. Aplikasi ini membantu dalam hal berkomunikasi dan berbagi informasi secara aktif untuk para pekerja dalam bisnis (Putra et al., 2023, hlm. 10).

Manfaat aplikasi *mobile* dalam penyebaran informasi dan memudahkan pekerjaan manusia dapat diimplementasikan pada beberapa bidang. Salah satu contohnya adalah dalam bidang kesehatan, yaitu kesehatan mental. Layanan atau fitur yang diberikan akan memudahkan penggunaannya sesuai dengan kebutuhannya. Contohnya adalah *self-tracking*. *Self-tracking* membantu dalam mengatur dan menyimpan hasil emosi agar dapat menjaga dan mengatur emosi dengan pendekatan visual yang beragam seperti dengan menggunakan warna dan *emoji*. Selain itu, layanan lainnya adalah *social networking* yang dimana pengguna dapat saling bertukar informasi dan menerima bantuan yang diinginkan (Caldeira et al., 2018, hlm. 496).

### 2.1.2 User Interface

*User interface* (UI) adalah tampilan dari sebuah perangkat untuk memberikan pengalaman dan interaksi pengguna terhadap produk dan jasa yang disediakan (Wiwesa, 2021, hlm. 20). *User Interface* (UI) memiliki peran penting dalam memberikan sebuah visual terkait tata letak *tools* dan fitur yang ada dalam sebuah aplikasi *mobile* (Sitorus et al., 2023, hlm. 2578). Dalam membuat *user interface* untuk sebuah aplikasi *mobile* diperlukannya beberapa aspek yang perlu diterapkan agar desain yang dibuat dapat menampilkan aplikasi menjadi lebih menarik dan baik. Berikut adalah beberapa aspek dari *user interface*.

### 2.1.2.1 Tipografi

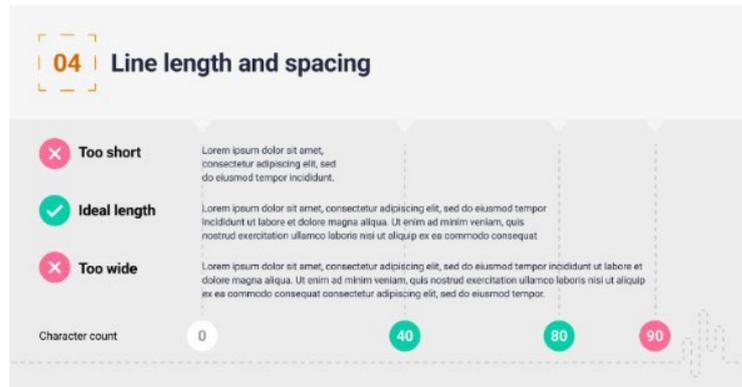
Tipografi sangat luas dan beragam serta sangat berpengaruh pada akhir dari desain dalam aplikasi *mobile* sehingga pemilihan jenis tipografi yang tepat diperlukan sejak awal. Dalam memulai memilih tipografi untuk digunakan dalam aplikasi *mobile* yang akan dibuat, perlu adanya batasan dalam memilih berapa jenis tipografi yang digunakan, yaitu tidak boleh dari 3 jenis tipografi. Satu jenis tipografi digunakan untuk hampir keseluruhan aplikasi dan sebagai judul dan jenis kedua digunakan untuk teks yang panjang dalam badan artikel guna meningkatkan keterbacaan informasi yang disampaikan dalam aplikasi *mobile*. Terdapat dua tipe tipografi, yaitu *Serif* dan *San Serif*. Berikut adalah perbedaan dari *Serif* dan *San Serif* (Mraz, 2022, hlm. 39).



Gambar 2.1 Perbedaan *San Serif* dan *Serif*

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

Dalam pembuatan aplikasi *mobile* diperlukan penentuan skala tipografi dan hierarki visual teks dengan menerapkan beberapa aspek seperti kategori skala, jenis huruf, berat huruf, *case*, ukuran huruf, spasi huruf dan tinggi garis pada huruf. Spasi baris merupakan jarak antara baris teks secara vertikal dengan tinggi antara 140% sampai 170% agar dapat memudahkan dalam membaca informasi yang diberikan. Namun, spasi baris ini ditentukan berdasarkan setiap jenis huruf yang digunakan. Semakin kecil jenis huruf yang digunakan, semakin besar spasi baris yang digunakan. Selain itu, maksimal kepanjangan baris dalam spasi baris adalah 80 karakter dalam 1 baris (Mraz, 2022, hlm. 40).



Gambar 2.2 Spasi dan Kepanjangan Baris

Sumber: <https://makeitclear.com/ux-ui-tips-a-guide-to-ux-typography/>

Spasi huruf merupakan jarak antara karakter teks secara horizontal dan biasanya digunakan jika jenis huruf yang digunakan merupakan huruf kapital agar dapat memudahkan keterbacaan informasi. Selain itu, berat huruf atau kontras juga perlu diatur agar desain dan informasi yang disampaikan terbaca dengan baik dengan menghindari penggunaan huruf *bold* dan *thin* (Mraz, 2022, hlm. 44).

Thin Medium  
Light Bold  
Regular XBold

Gambar 2.3 Macam-Macam Kontras Huruf

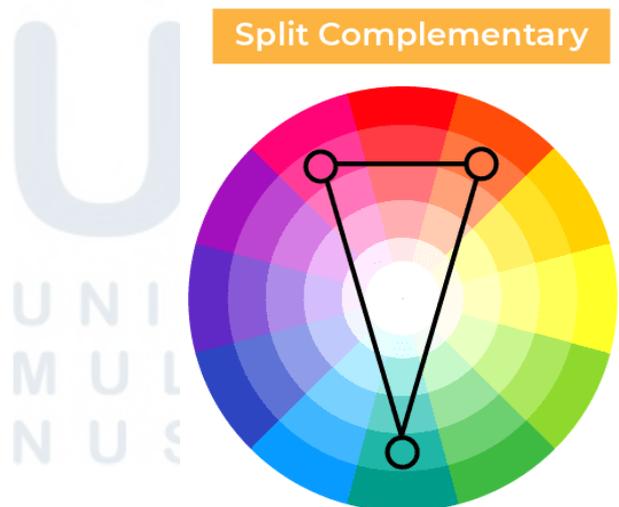
Sumber: <https://fabiohaagtype.com/en/suzano-sans/>

Dalam menempatkan informasi dalam aplikasi *mobile* diprioritaskan perataan kiri, namun untuk perataan tengah biasanya cocok digunakan untuk beberapa situs website namun tidak cocok digunakan untuk tulisan yang panjang karena akan membuat mata lebih lelah untuk membacanya dan perataan kanan hanya digunakan pada tabel dengan angka dan tanggal (Mraz, 2022, hlm. 46).

### 2.1.2.2 Warna

Rasio warna merupakan salah satu aspek yang penting dalam membuat desain aplikasi *mobile* agar terlihat baik dan menarik. Untuk menentukan warna diperlukan kode HEX yang merupakan 6-digit kode dengan simbol pagar yang dapat disalin dan diterapkan dalam desain yang akan dibuat. Setiap warna dapat dikaitkan dan dapat memberikan sebuah emosi pada tampilan aplikasi *mobile* (Mraz, 2022, hlm. 47). Warna terdiri dari beberapa kombinasi seperti monokromatis, analogus, komplementer, split komplementer, triadic, dan tetradic. Salah satu warna yang sering digunakan dalam desain adalah warna split komplementer dikarenakan warna tersebut memberikan keseimbangan dan kontras pada desain (Sherin, 2015, hlm. 20).

Warna split komplementer adalah warna komplementer yang menggunakan 1 warna primer dengan 2 warna sekunder sehingga tampilan warna pada desain terlihat lebih menarik. Warna split komplementer memberikan kesan kontras pada desain sehingga terlihat lembut (Sherin, 2015, hlm. 20).



Gambar 2.4 Warna Split Komplementer

Sumber: <https://pitchdeckfire.com/resources/color-wheel-combos-for-your-logo/>

Contoh warna split komplementer adalah hijau sebagai primer dan warna oranye dan merah sebagai warna sekunder (Sherin, 2015, hlm. 20). Sehingga warna berada dalam bentuk segitiga dalam *color wheels*. Selain itu, warna split komplementer memberikan warna yang beragam sehingga mudah untuk digunakan (Sherin, 2015, hlm. 21).



Gambar 2.5 Emosi Dalam Warna

Sumber: UX/UI Design Process & Principles

Setelah memilih warna palet yang diinginkan, adanya beberapa prinsip yang harus diterapkan dengan menggunakan pola 60-30-10. Warna dominan 60%, warna sekunder 30% dan warna aksen 10%. Namun penerapan ini bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan desain aplikasi *mobile* yang akan dibuat (Mraz, 2022, hlm. 49).



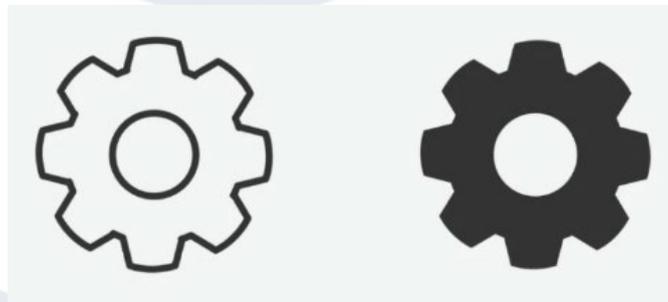
Gambar 2.6 Prinsip 60-30-10

Sumber: <https://shopney.co/blog/tips-to-design-great-ui-for-your-mobile-app/>

Selanjutnya adalah gradasi yang biasanya menggunakan warna yang berdekatan dengan warna utama yang ditentukan. Penentuan warna gradasi tidak perlu menggunakan warna yang banyak dan sebaiknya hanya sekitar 2 sampai 3 warna saja. Gradasi memberikan kesan modern dan sedang menjadi tren saat ini dalam aplikasi *mobile*. Penggunaan warna gelap dalam tampilan aplikasi *mobile* tidak sesuai dengan warna gradasi yang terang dan warna yang pekat dikarenakan tampilan desain yang dibuat akan terlihat mencolok dan mengganggu mata (Mraz, 2022, hlm. 50).

### 2.1.2.3 Icons

Ikon adalah simbol kecil yang memberikan informasi terkait navigasi dari sistem aplikasi *mobile*. Contohnya adalah ikon roda gigi yang menjelaskan bahwa ikon tersebut merupakan informasi navigasi yang akan mengarahkan pada pengaturan dalam aplikasi *mobile* (Mraz, 2022, hlm.54).



Gambar 2.7 Ikon Pengaturan

Sumber: <https://rubblemagazine.com/settings-icon/>

Ikon adalah simbol kecil yang memberikan informasi terkait navigasi dari sistem aplikasi *mobile*. Contohnya adalah ikon roda gigi yang menjelaskan bahwa ikon tersebut merupakan informasi navigasi yang akan mengarahkan pada pengaturan dalam aplikasi *mobile*. Ikon memiliki banyak jenis, yaitu *linier*, *filled*, *two tone*, *bulk*, dan *broken*. Namun, menggunakan ikon jenis *linier* merupakan pilihan yang paling aman dikarenakan jenis ikon ini menggambarkan kesan bersih dan halus

serta memudahkan pengguna untuk mengenali tujuan dari ikon tersebut dan perlu adanya konsistensi dalam penggunaan jenis ikon dalam aplikasi *mobile* (Mraz, 2022, hlm. 55).



Gambar 2.8 Jenis Ikon

Sumber: *UX/UI Design Process & Principles*

Ikon memberikan manfaat dan meningkatkan pengalaman serta penggunaan dengan tujuan mengenali informasi dalam elemen di dalam aplikasi *mobile*. Selain itu, ikon mudah dipahami oleh penggunanya tanpa penjelasan yang detail dan memberikan kesan menarik secara visual. Dalam penyimpanan ikon disarankan menggunakan format SVG (*Scalable Vector Graphics*) dikarenakan format ini dapat mencegah efek kabur dalam penyimpanan ikon yang disebabkan oleh resolusi yang kecil. Saat menggunakan ikon dengan label teks, ketebalan dalam teks dan lebar garis pada label teks harus sama. Contohnya adalah ikon dengan ukuran 24x24 menggunakan lebar goresan sebesar 1,5 atau 2 (Mraz, 2022, hlm. 57).

#### 2.1.2.4 Spacing

Spasi membuat tampilan pada aplikasi *mobile* terlihat halus dan bersih. Keuntungan dari penggunaan spasi yang besar adalah memberikan pengalaman yang konsisten dan dapat mengkomunikasikan seberapa pentingnya elemen desain dalam tampilan aplikasi. Terdapat 2 jenis spasi, yaitu spasi 8pt atau bilangan genap dan penerapan jenis spasi ini biasanya disebut sebagai *grid* (Mraz, 2022, hlm. 58).



Gambar 2.9 Contoh Spasi

Sumber: UX/UI Design Process & Principles

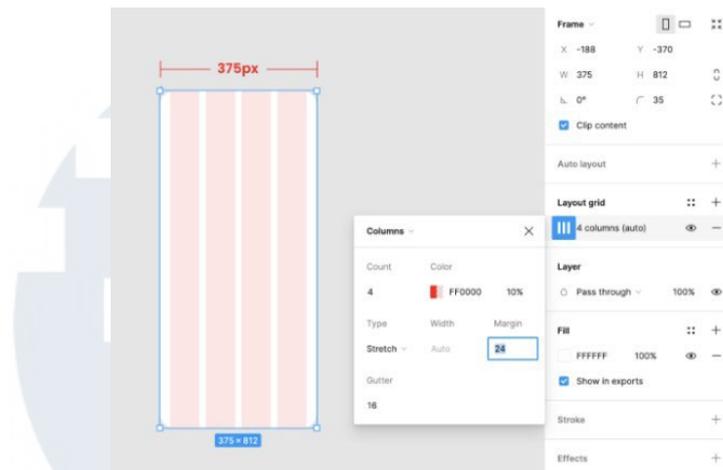
Spasi yang digunakan bervariasi dari antar jarak pada suatu tulisan dan objek namun variasi yang digunakan hanya berada dalam kelipatan 8 sehingga tampilan terlihat rapi dan mudah untuk dibaca (Mraz, 2022, hlm. 58).

#### 2.1.2.5 Grid

*Grid* adalah sebuah garis yang membantu dalam pengaturan elemen *User Interface* agar visual yang ditampilkan seimbang dan rapi dari halaman ke halaman lainnya. Dalam menggunakan *grid*, kelipatan yang digunakan adalah kelipatan 8 dan kelipatan 4 untuk menyampaikan informasi antara dua elemen yang berdekatan seperti ikon dengan label teks. Penggunaan kelipatan 8 dikarenakan kelipatan ini sesuai dengan sebagian besar resolusi perangkat yang ada (Mraz, 2022, hlm. 59).

*Grid* memiliki beberapa jenis, yaitu yang pertama adalah *baseline grid* yang merupakan garis horizontal untuk menentukan penempatan teks di setiap kolom agar sejajar. *Column Grid* merupakan garis yang banyak digunakan oleh desainer dengan membagi satu halaman menjadi beberapa bidang vertikal. *Modular grid* merupakan garis yang digunakan untuk menyusun elemen desain secara rapi dan sistematis agar mudah dan nyaman untuk mata para pengguna. *Manuscript grid* merupakan garis khusus untuk desain teks agar penempatan paragraph dan elemen lainnya terlihat rapi. *Pixel grid* merupakan garis dalam bentuk *pixel* yang berguna untuk penempatan

elemen desain dalam aplikasi *mobile* agar terlihat konsisten dan rapi secara digital. Terakhir adalah *hierarchical grid* yang merupakan garis yang membantu dalam hierarki elemen desain berdasarkan kepentingan elemen tersebut sehingga tampilan informasi pada aplikasi *mobile* mudah dibaca dan dipahami (Prasetyo, 2024, hlm. 3).



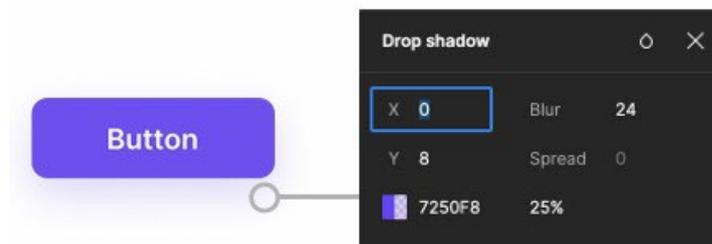
Gambar 2.10 Contoh Grid

Sumber: <https://www.dwinawan.com/layout-grid-app>

Agar interaksi yang diberikan lebih fleksibel dan tampilan yang diberikan lebih rapi dan terstruktur digunakannya *multiple column grid* terhadap aplikasi yang memiliki konten dan fitur yang beragam (Mraz, 2022, hlm. 60).

#### 2.1.2.6 Shadows

*Shadows* dalam aplikasi *mobile* digunakan untuk mengkomunikasikan seberapa pentingnya elemen tersebut, kedalaman, dan interaksi sehingga membuat visual menjadi lebih menarik. Untuk membuat *shadows* perlu menentukan nilai X dan Y dan disesuaikan dengan ukuran objek yang akan diberikan bayangan. Untuk memberikan bayangan yang bagus, nilai X biasanya ditetapkan pada nilai 0 untuk membuat bayangan yang seimbang, sedangkan nilai Y tergantung dengan ukuran objeknya yang kemudian menetapkan efek kabur yang disesuaikan dengan nilai Y (Mraz, 2022, hlm. 63).



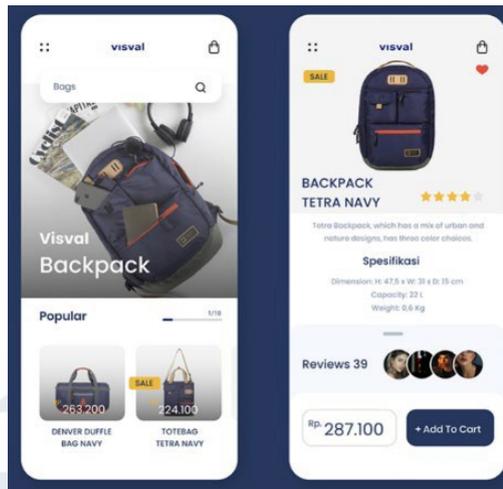
Gambar 2.11 Contoh *Shadows*

Sumber: *UX/UI Design Process & Principles*

Untuk memperoleh warna *shadows* yang baik, terdapat dua cara yang dapat dilakukan, yaitu mengatur nilai warna berdasarkan nilai primer atau aksen atau memilih warna abu-abu dan menghindari menggunakan warna hitam murni dikarenakan warna tersebut tidak terlihat alami yang kemudian mengatur opasitas dari bayangan dengan nilai yang rendah agar tampilan bayangan tidak terlalu tebal dan mencolok. Menggunakan *shadows* pada komponen atau elemen tertentu dapat memberikan informasi kepada pengguna bahwa komponen ini dapat berinteraksi dan hal ini dapat diketahui ketika komponen tersebut disentuh dengan kursor atau saat ditekan (Mraz, 2022, hlm. 65).

#### 2.1.2.7 *Illustration & Photos*

Ilustrasi adalah visual dalam sebuah konsep desain yang digunakan untuk memperjelas informasi dan elemen desain lainnya serta membuat aplikasi *mobile* tidak membosankan. Ilustrasi biasanya digunakan dalam infografik, materi iklan, kategori konten, notifikasi dan masih banyak lagi. Foto memiliki tujuan yang sama dengan ilustrasi, namun kegunaan foto lebih mengarah kepada aplikasi *mobile* yang menginformasikan atau memasarkan suatu produk (Mraz, 2022, hlm. 66).



Gambar 2.12 Penggunaan Foto

Sumber: <https://freebiesui.com/figma-freebies/figma-ui-kits/product-details-app-ui-kit/>

Pemilihan antara ilustrasi dan foto akan sangat mempengaruhi dalam menggambarkan sebuah produk atau perusahaan dalam sebuah aplikasi *mobile* dan perlu adanya konsistensi dalam pemilihannya. Ilustrasi memiliki beberapa macam seperti 3D, monokrom, isometrik dan masih banyak lagi. Penggunaan ilustrasi tidak digunakan secara berlebihan dalam satu halaman aplikasi *mobile* karena pengguna akan merasa bingung dalam menyerap informasi yang disampaikan (Mraz, 2022, hlm. 68).

Selain itu, penggunaan foto memberikan kesan yang lebih profesional dan proses penentuannya harus memiliki resolusi yang tinggi dengan ukuran yang tidak terlalu besar. Namun, dalam memilih foto tidak boleh dilakukan secara sembarangan, seperti contohnya memilih foto yang langsung menjelaskan informasi yang disampaikan tanpa berlebihan, memilih foto dengan visual atau *mood* yang serupa, dan tidak menempatkan tulisan di atas gambar. Jika ingin menempatkan tulisan di atas gambar, perlu menempatkan kontras warna yang lebih gelap agar tulisan yang disampaikan lebih mudah dibaca atau disesuaikan dengan preferensi yang diinginkan. Pemilihan ilustrasi dan foto sangat mempengaruhi pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile* sehingga perlu dilakukan dengan benar (Mraz, 2022, hlm. 71).

### 2.1.2.8 Logo

Logo sudah banyak digunakan untuk mempromosikan suatu produk kepada Masyarakat serta memberikan identitas pada produk tersebut. Logo menjadi identitas bagi suatu organisasi, perusahaan, dan individu dengan menyampaikan beberapa aspek seperti kulturasi produk, karakter, nilai dan aspirasi. Logo memiliki banyak jenisnya. Berikut adalah jenis-jenis dari logo (Maidens & Hui, 2016, hlm. 8).

TYPES OF LOGO DESIGN		
Word Mark	G ebay Coca-Cola	
Letter Mark	NETFLIX CNN hp	
Pictorial Mark	Twitter Shell Apple	
Abstract Mark	pepsi Nike adidas	
Mascot Logo	Wendys KFC	
Combination Mark	amazon puma	
Emblem Logo	Starbucks WB NFL	
	gingersauce	

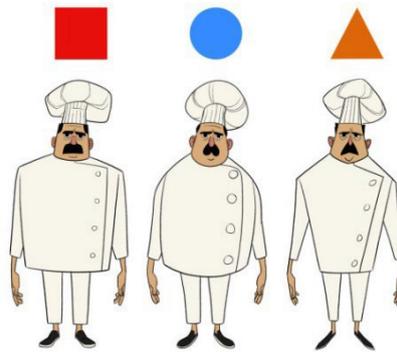
Gambar 2.13 Macam-macam Logo

Sumber: <https://gingersauce.co/7-types-of-logos/>

Logo *wordmark* merupakan logo yang hanya berupa elemen visual, *lettermark* merupakan logo yang menggunakan inisial nama dari produk, *pictorialmark* merupakan logo yang menggunakan simbol atau *icon* yang merepresentasikan produk, *abstractmark* merupakan logo yang memiliki bentuk abstrak, *combination logo* merupakan logo kombinasi antara gambar dan tulisan dan *emblem logo* merupakan logo dalam bentuk lambang (Maidens & Hui, 2016, hlm. 9).

### 2.1.2.9 Character Design

Desain karakter digunakan untuk mengkomunikasikan suatu hal dan menyampaikan informasi tertentu dalam bentuk suatu karakter visual baik dalam bentuk hewan, manusia, maupun bentuk lainnya. Sebuah karakter dapat dibuat dengan berbagai bentuk dan memiliki maknanya tersendiri secara psikologi. Berikut adalah macam-macam bentuk dalam desain karakter (Loish & Bancroft, 2019, hlm. 2)



Gambar 2.14 Bentuk dalam Desain Karakter

Sumber: <https://www.21-draw.com/why-is-shape-language-so-important/>

Setiap bentuk yang diimplementasikan pada sebuah karakter memberikan kesan dan karakteristik karakter desain. Berdasarkan pandangan sosial, bentuk kotak menggambarkan karakter yang maskulin secara fisik, bentuk lingkaran menggambarkan karakter yang baik hati, tenang, dan lembut sedangkan bentuk segitiga menggambarkan karakter yang tegas, tajam dan kekuatan (Loish & Bancroft, 2019, hlm. 3).

Secara psikologi, bentuk lingkaran memberikan kesan kebebasan dan merepresentasikan kesatuan yang utuh dan sesuatu kehidupan alami yang berulang. Bentuk kotak memberikan kesan angkuh, kekuatan, dukungan dan dapat diandalkan sehingga membentuk suatu hal yang stabil, terstruktur, dan konsisten sehingga bentuk ini dapat diartikan sebagai keamanan. Sedangkan bentuk segitiga memberikan kesan sesuatu yang berbahaya, jahat dan tidak dapat diprediksi. Selain itu, segitiga juga memberikan kesan aksi, tekanan, dan konflik (Daulova, 2023, hlm. 2).



Gambar 2.15 Bentuk dalam Desain Karakter

Sumber: <https://pixarpost.com/2014/11/inside-out-character-profiles-anger-joy.html>

Dalam desain karakter, penentuan warna juga dapat memberikan sebuah emosi pada karakter. Warna merah memberikan emosi karakter berupa kekuatan, nafsu, kemarahan, dan bahaya. Warna biru memberikan emosi berupa depresi, pasif, kesedihan, dan ikhlas. Warna kuning memberikan emosi berupa kecerahan, bahagia, terang, hangat, dan kebaikan. Warna ungu memberikan emosi berupa misterius, drama, ketakutan, dan tekanan. Warna hijau memberikan emosi berupa tumbuh, segar, istirahat, dan santai. Sedangkan warna abu-abu memberikan emosi berupa ketenangan dan lembut (Zahra & Mansoor, 2024, hlm. 341).

#### 2.1.2.10 Buttons

Tombol merupakan komponen yang digunakan pengguna untuk berinteraksi di dalam aplikasi *mobile*. Dalam membuat tombol perlu diketahui oleh pengguna secara cepat tanpa adanya petunjuk yang mengarahkan pada tombol tersebut dan dalam ukuran dan bentuk yang umum. Selain itu, tombol juga harus dapat ditemukan dengan cepat dengan menempatkan tombol tersebut ditempat dimana diharapkan pengguna untuk menemukannya. Tombol juga harus tampak jelas dengan memberikan status tombol dengan sebuah kata atau simbol serta memberikan ruang yang cukup di sekitar tombol tersebut. Berikut adalah struktur dari sebuah tombol (Mraz, 2022, hlm. 74).



Gambar 2.16 Struktur Tombol

Sumber: *UX/UI Design Process & Principles*

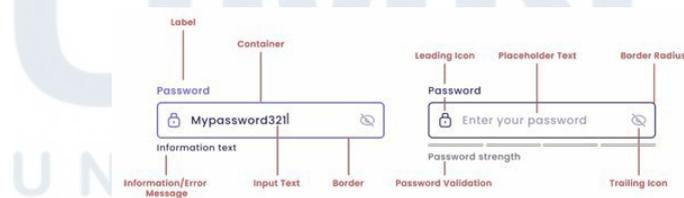
Namun, struktur ini fleksibel atau dapat diubah sesuai dengan kebutuhan aplikasi *mobile* yang diinginkan. Penggunaan tombol dan desainnya disesuaikan dengan beberapa faktor tertentu sesuai dengan interaksinya. Tombol yang memberikan interaksi yang penting biasanya

diberikan warna yang lebih mencolok dan biasanya disebut sebagai *Call to Action* (CTA) untuk memberikan perhatian kepada pengguna. Tombol harus memberikan umpan balik sesuai dengan status dari tombol tersebut (Mraz, 2022, hlm. 76).

Dalam tombol, dapat menggunakan teks di dalamnya untuk memberikan kejelasan fungsinya, namun teks tidak boleh panjang dan hanya menggunakan satu kata saja. Selain itu, warna yang digunakan harus memiliki kontras yang mencolok agar dapat ditemukan oleh pengguna dan bentuk, ukuran, penempatan label teks dan ikon harus dengan ketentuan standar. Dalam aplikasi *mobile*, tombol tidak dibuat terlalu besar dan kecil dikarenakan tombol ini harus bisa ditekan tanpa masalah dengan ukuran area sentuh kurang dari 40x40 (Mraz, 2022, hlm. 80).

#### 2.1.2.10 *Forms & Inputs*

Dalam aplikasi *mobile* terdapat kolom teks yang bertujuan untuk memasukkan informasi dalam bentuk teks dan biasanya terdapat teks atau status singkat untuk menunjukkan interaksi dan informasi kepada pengguna. Setiap informasi atau status yang ada di dalam kolom teks memberikan informasi yang berbeda-beda. Berikut adalah contoh dari struktur kolom teks (Mraz, 2022, hlm. 81).

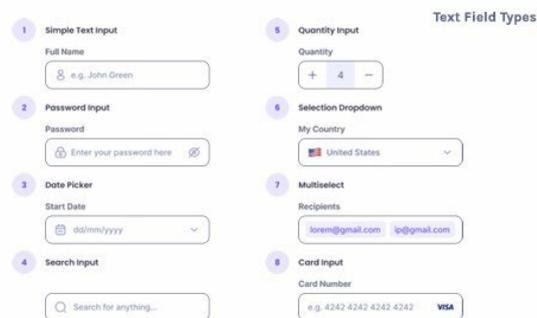


Gambar 2.17 Struktur Kolom Teks

Sumber: *UX/UI Design Process & Principles*

Kolom teks memiliki jenisnya masing-masing berdasarkan informasi yang akan diperoleh oleh pengguna sehingga penerimaan informasi lebih lancar dan mudah diakses. Kolom teks dalam aplikasi *mobile* biasanya digunakan untuk mengisi *email*, nama pengguna, kata sandi dan masih banyak lagi. Pembuatan kolom teks harus mudah

dipahami dan dipastikan pengguna dapat mengisi dengan format yang benar serta dapat memberikan umpan balik kepada penggunanya. Berikut adalah jenis-jenis kolom teks (Mraz, 2022, hlm. 83).



Gambar 2.18 Jenis Kolom Teks

Sumber: *UX/UI Design Process & Principles*

Ukuran dari kolom teks disesuaikan dengan panjang teks yang perlu diisi oleh pengguna namun tetap menerapkan spasi 8pt pada tampilan layer. Untuk menampilkan kesalahan akan format yang diisi oleh pengguna, dapat secara langsung memberikan peringatan di bawah kolom teks agar pengguna langsung mengetahui bagian salah yang pengguna isi dengan memberikan warna yang mencolok seperti warna merah dan informasi terkait format yang benar yang harus diisi. Selain itu, untuk memudahkan dan membuat mata nyaman untuk pengguna, kolom teks dibedakan sesuai dengan informasi yang ingin diisi (Mraz, 2022, hlm. 84).

#### 2.1.2.11 *Navigation*

Navigasi dan adalah bagaimana pengguna menggunakan aplikasi *mobile* dalam menjelajahi informasi dari halaman ke halaman lainnya. Navigasi yang baik adalah mengurangi jumlah pengguna dalam menekan untuk menemukan apa yang pengguna cari dalam aplikasi. Item dalam navigasi harus memiliki tujuan yang sama saat berpindah halaman dan penempatan navigasi harus sama agar pengguna dapat menemukan apa yang mereka cari secara cepat dengan satu kali menekan. Navigasi tidak dapat diduplikasi dan ditempatkan di satu tempat pada halaman

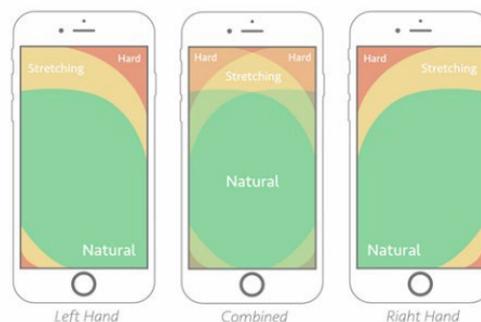
tanpa adanya pengulangan di sub-halaman lainnya. Selain itu, navigasi juga memberikan informasi terkait keberadaan pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile* (Mraz, 2022, hlm. 89).



Gambar 2.19 Bentuk Navigasi

Sumber: <https://www.sparkeighteen.com/blog/mobile-app-ux-design/>

Dalam aplikasi, terdapat navigasi bernama *navigation bar* yang biasanya ditemukan di bagian bawah tampilan halaman sehingga memudahkan pengguna untuk menggunakannya. Namun jika *navigation bar* diletakkan di bagian atas tampilan halaman, navigasi ini menjadi sulit untuk dijangkau oleh pengguna. Pengguna lebih mudah menjangkau bagian tengah dan bawah dari tampilan aplikasi. Berikut adalah contoh jangkauan pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile* (Mraz, 2022, hlm. 91).



Gambar 2.20 Jangkauan Pengguna

Sumber: *UX/UI Design Process & Principles*

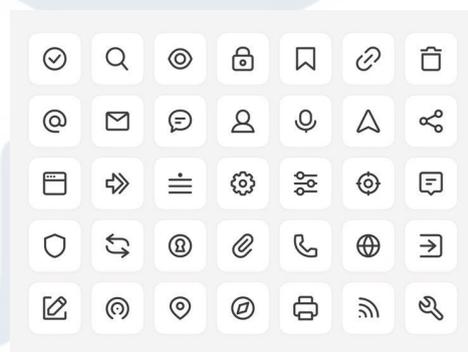
Navigasi yang ditempatkan di bagian bawah tidak boleh memiliki lebih dari 5 tujuan, namun jika ingin memiliki lebih dari 5

tujuan, dapat menempatkannya pada bagian lainnya. Jika sudah menempatkan navigasi di bawah, menu hamburger tidak dapat digunakan dikarenakan akan membingungkan pengguna yang menggunakan. Selain itu, ikon pada navigasi bagian bawah boleh menggunakan teks untuk memperjelas tujuannya, namun tidak boleh menggunakan warna yang tidak konsisten (Mraz, 2022, hlm. 92).

Terdapat navigasi lainnya yang bernama *tab* yang mengatur navigasi ke dalam sebuah kelompok. *Tab* memiliki keuntungan, yaitu dapat memuat banyak tujuan dan biasanya disusun secara horizontal dan ditempatkan di bagian atas dan tengah layer (Mraz, 2022, hlm. 95).

#### 2.1.2.12 *Control*

Kontrol adalah elemen yang dapat berinteraksi oleh pengguna agar navigasi dapat berjalan dengan baik dalam sebuah aplikasi *mobile* sehingga menciptakan interaksi. Kontrol terdiri dari *window*, *icon*, *menu*, dan *graphic* (Mraz, 2022, hlm. 97).



Gambar 2.21 Contoh Kontrol

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/788763322226954942/>

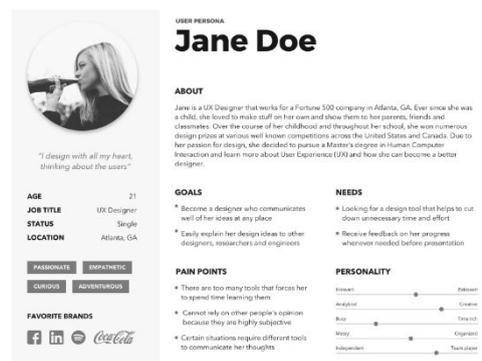
Kontrol dalam bentuk *icon* memberikan informasi terkait suatu fitur yang ada di dalam aplikasi. Kontrol dalam bentuk *window* memberikan informasi terkait tampilan halaman pada aplikasi. Kontrol dalam bentuk *menu* memberikan informasi mengenai interaksi apa saja yang bisa dilakukan oleh pengguna aplikasi *mobile*. Kontrol dalam bentuk *graphic* dijadikan pendukung untuk tulisan yang ada di dalam aplikasi (Mraz, 2022, hlm. 98).

### 2.1.3 User Experience

*User experience* (UX) adalah pengalaman yang dirasakan oleh pengguna dalam suatu produk atau teknologi. Pengalaman yang baik ini berupa bagaimana pengguna berinteraksi dengan produk atau teknologi tertentu secara psikologis (Jamilah & Padmasari, 2022, hlm. 74). *User experience* berupa suatu yang melibatkan penggunaannya dan dapat dirasakan, seperti mendengar lagu, menonton film, mencium aroma, dan menyentuh benda. Selain itu, *user experience* juga melibatkan penggunaannya secara digital yang biasa disebut sebagai *digital interface* seperti website dan aplikasi (Wiwesa, 2021, hlm. 19).

#### 2.1.3.1 User Persona

*User Persona* adalah tahapan dalam mendefinisikan pengguna target yang dijelaskan secara umum dalam bentuk fiksi mewakili suatu kelompok target yang dituju. Dalam *user persona*, informasi yang disampaikan mengenai pengguna target adalah profil, demografi, karakteristik, peminatan, keahlian, ekspektasi, tujuan, frustrasi, dan motivasi. Selain itu, informasi tambahan yang bisa dimasukkan berupa deskripsi mengenai preferensi produk, apa yang diinginkan, dan dibutuhkan (Mraz, 2022, hlm. 102).



Gambar 2.22 Contoh *User Persona*

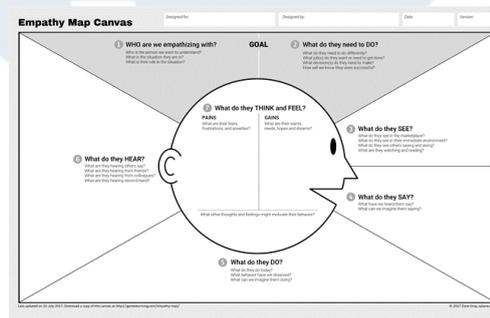
Sumber: <https://www.justinmind.com/blog/user-persona-templates/>

Sebelum membuat *user persona*, diperlukannya penelitian yang harus dilakukan agar dapat memperoleh rentang pengguna tertentu dari aplikasi *mobile* yang akan dibuat. Penelitian yang dimaksud adalah

berupa wawancara dengan pengguna, *card sorting*, diskusi kelompok, dan pengujian kegunaan. Hasil dari penelitian ini harus diperoleh sebanyak mungkin agar data yang diperoleh dapat membantu perancangan aplikasi *mobile* (Mraz, 2022, hlm. 103).

### 2.1.3.2 *Empathy Map*

*Empathy map* adalah metode yang dilakukan dengan memfokuskan identifikasi target pengguna dan mengajaknya dalam mengungkapkan apa yang mereka lihat, katakana, lakukan, dengar, dan pikirkan. Hal ini akan membantu dalam membangun empati dengan target pengguna aplikasi *mobile* yang nantinya. Selain itu, *empathy map* akan membantu dalam pemahaman umum, kebutuhan yang tidak disadari, mendorong perilaku dari target pengguna serta menyadari kelemahan dari penelitian yang dilakukan dan membangun ide dan inovasi yang lebih baik (Mraz, 2022, hlm. 103).



Gambar 2.23 Contoh *Empathy Map*

Sumber: <https://sis.binus.ac.id/2021/03/12/empathy-map-tahap-pertama-memulai-design-thinking/>

Untuk membuat *empathy map* diperlukannya untuk menentukan target pengguna dan apa yang ingin diperoleh dari target pengguna tersebut seperti apa yang disampaikan, dipikirkan, dilakukan, dirasakan oleh target pengguna (Mraz, 2022, hlm. 104).

### 2.1.3.3 *User Stories*

*User stories* adalah penjelasan secara informal terkait bagaimana target pengguna dalam menggunakan fitur dengan tujuan mengetahui apa yang dilakukannya dalam menggunakan fitur dalam aplikasi *mobile*

dan memberikan nilai pada target pengguna (Mraz, 2022, hlm. 104).

### User Story

Title:	Priority:	Estimate:
<b>User Story:</b>		
As a [description of user], I want [functionality] so that [benefit].		
<b>Acceptance Criteria:</b>		
Given [how things begin]		
When [action taken]		
Then [outcome of taking action]		

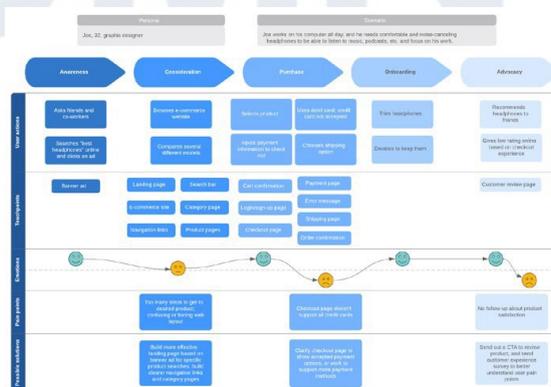
Gambar 2.24 Contoh *User Stories*

Sumber: <https://www.productplan.com/glossary/user-story/>

*User stories* tidak panjang dan simpel sehingga dapat membantu dalam proses pembuatan *user journey*. Melalui *user stories*, dapat memperoleh fitur yang dapat memberikan keuntungan kepada pengguna dikarenakan *user stories* hanya memfokuskan pada 1 spesifikasi kebutuhan pengguna sehingga menghasilkan prioritas fitur dalam sebuah aplikasi (Mraz, 2022, hlm. 104).

#### 2.1.3.4 User Journey

*User journey* adalah gambaran pengguna terkait pengalamannya dalam berinteraksi mulai dari awal hingga akhir proses dengan menampilkan bagaimana kesulitan, kebutuhan dan perasaan dari pengguna (Mraz, 2022, hlm. 105).



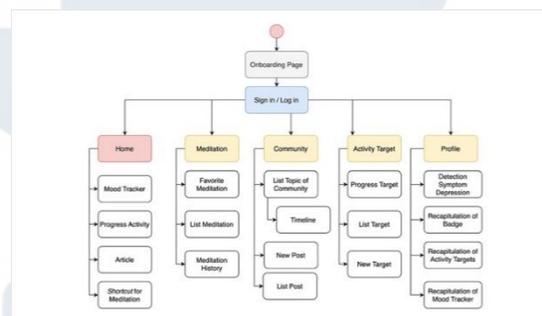
Gambar 2.25 Contoh *User Journey*

Sumber: <https://www.lucidchart.com/blog/how-to-build-customer-journey-maps>

*User journey* dibuat untuk memberikan visual terkait keseluruhan proses interaksi pengguna sehingga memudahkan untuk menemukan kebutuhan dan ekspektasi pengguna serta kesulitan yang dialami selama proses berinteraksi (Mraz, 2022, hlm. 105).

### 2.1.3.5 Information Architecture

*Information architecture* adalah langkah dalam mengkategorikan informasi dan konten yang sudah dikumpulkan sebelumnya guna membantu dalam menemukan informasi dan menyelesaikan tugas dengan cepat. Terdapat 3 aspek dalam menentukan *information architecture*, yaitu *user*, *context*, dan *content*. Hal yang perlu diperhatikan dalam membuat *information architecture* adalah membuat *sitemap* yang merupakan struktur hierarki dari sebuah aplikasi *mobile* yang dibuat dalam sebuah kertas (Mraz, 2022, hlm. 106).



Gambar 2.26 Contoh *Information Architecture*

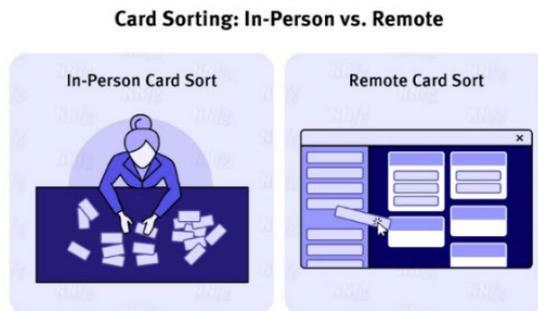
Sumber: <https://www.justinmind.com/wireframe/information-architecture-ux-guide>

Dalam membuat *information architecture*, terdapat 4 langkah dasar, yaitu yang pertama adalah menentukan konten aplikasi sesuai dengan kebutuhan target pengguna, kemudian dilanjutkan dengan *card sorting* yang berguna dalam mengkategorikan konten pada tahap pertama. Selanjutnya, menentukan navigasi dan membuat peta terkait koneksi dari fitur.

### 2.1.3.6 Card Sorting

*Card sorting* adalah metode dalam mengevaluasi *information architecture*, alur kerja, struktur menu, dan navigasi dari aplikasi *mobile* dengan cara menulis pada sebuah kartu ke dalam kategori tertentu. *Card*

*sorting* akan bermanfaat untuk mendesain website atau aplikasi baru serta mengembangkannya dikemudian hari, menemukan apa yang diharapkan pengguna, dan menemukan bagaimana pengetahuan pengguna terkait ide (Mraz, 2022, hlm. 108).



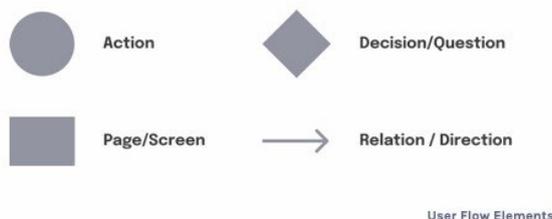
Gambar 2.27 Contoh *Card Sorting*

Sumber: <https://www.justinmind.com/wireframe/information-architecture-ux-guide>

Jika *card sorting* sudah dilakukan, terakhir adalah menguji hasil dengan target pengguna. *Information architecture* dapat diuji dengan menggunakan *tree testing* guna menentukan apakah informasi penting dapat ditemukan (Mraz, 2022, hlm. 108).

### 2.1.3.7 User Flows

*User flows* adalah alur pengguna yang digambarkan dalam bentuk diagram untuk menentukan bagaimana tindakan target pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile*. Dalam diagram, elemen-elemen yang digunakan menjelaskan bagaimana alur dari *user flows*. Berikut adalah penjelasan dari setiap elemen (Mraz, 2022, hlm. 110).



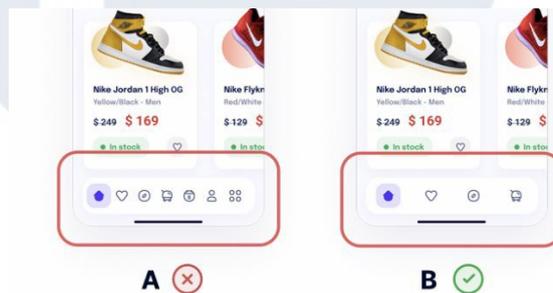
Gambar 2.28 Elemen dalam *User Flows*

Sumber: *UX/UI Design Process & Principles*

*User flows* digunakan untuk menganalisa apa yang diinginkan, keraguan dan hambatan yang dialami oleh pengguna serta informasi tambahan yang dibutuhkan dalam menyelesaikan tugas (Mraz, 2022, hlm. 110).

### 2.1.3.8 Usability

*Usability* digunakan untuk memecahkan sebuah masalah dan berguna untuk penggunaannya. Terdapat 5 aspek dari *usability*, yaitu *learnability* yang merupakan kemudahan yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile* sehingga cepat memahami penggunaan aplikasi *mobile*. *Efficiency* adalah seberapa cepat pengguna dapat menyelesaikan masalah dalam aplikasi *mobile* tanpa adanya kesulitan (Mraz, 2022, hlm. 17).



Gambar 2.29 *Usability* dalam Navigasi

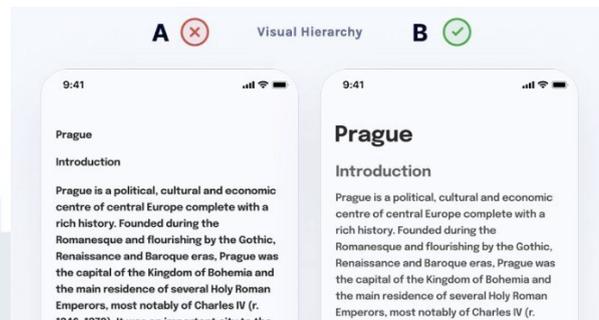
Sumber: *UX/UI Design Process & Principles*

*Memorability* adalah seberapa cepat pengguna mengingat *icons*, *buttons*, dan struktur dari aplikasi *mobile* dengan sedikitnya *error* yang ada sehingga pengguna dapat dengan mudah beradaptasi dengan aplikasi *mobile* tersebut. Terakhir adalah *user satisfaction* dengan pengertian sebagai kepuasan dari pengguna setelah menggunakan aplikasi *mobile* tersebut yang didasari dengan keberhasilan dalam mencari kebutuhan dan memecahkan masalah (Mraz, 2022, hlm. 110).

### 2.1.3.9 Hierarchy

*Hierarchy* membantu dalam pembuatan aplikasi *mobile* agar pengguna dapat memahami dan mempelajari konten dalam aplikasi lebih

cepat. Terdapat 2 jenis *hierarchy* dalam *user experience*, yaitu *visual hierarchy* dan *information hierarchy*. *Visual hierarchy* adalah hierarki dalam bentuk visual dengan menentukan tipografi, warna, dan tata letak dengan baik dan teratur (Mraz, 2022, hlm. 20).



Gambar 2.30 *Visual Hierarchy*

Sumber: *UX/UI Design Process & Principles*

*Visual hierarchy* membantu dalam mengatur *buttons* apa saja yang penting agar pengguna mudah memahami kegunaannya dan menarik perhatian untuk menekannya dengan memberikan warna yang berbeda dari lainnya (Mraz, 2022, hlm. 20). *Information hierarchy* adalah hierarki dalam bentuk informasi yang terstruktur (Mraz, 2022, hlm. 20).

## 2.2 Parenting Stress

*Parenting stress* adalah stres yang dialami orang tua saat menjalin perannya dalam mengasuh anak. Hal ini dapat berdampak buruk baik secara fisik maupun mental orang tua khususnya seorang ibu. Seorang ibu yang mengalami *parenting stress* mengalami perubahan sikap seperti melakukan kekerasan kepada anaknya secara fisik maupun mental. Hal ini dapat terjadi dikarenakan beberapa faktor seperti perilaku anak yang dirasa seorang ibu negatif dan membuatnya tidak nyaman yang banyak dirasakan oleh seorang ibu yang baru menikah karena adanya perubahan dan penyesuaian lingkungan hidupnya (Hasiana & Aisyah, 2024, hlm. 124). Selain melakukan kekerasan pada anak, seorang ibu juga akan merasa kurang memberikan perhatian kepada anak seperti enggan memegang dan memberikan kasih sayang kepada anaknya (Fadillah & Pranungsari, 2023, hlm. 339).

### 2.2.1 Faktor *Parenting Stress*

*Parenting stress* terjadi pada seorang ibu disebabkan oleh beberapa faktor. Terdapat 6 faktor yang mempengaruhi terjadinya *parenting stress* yang dialami seorang ibu seperti adanya perilaku negatif dan agresivitas pada anak, kurangnya dukungan dari pasangan, masalah finansial, efek samping obat-obatan, masalah dalam keluarga, keyakinan dan pendidikan yang diterima dalam keluarga, ekspektasi keluarga dan lingkungan yang memberikan risiko stigma negatif Masyarakat (Daulay, 2021, hlm. 8). Faktor *parenting stress* yang dialami seorang ibu pada umumnya akan menjadikan anak sebagai korban dalam meluapkan emosinya sehingga berdampak pada tumbuh kembang dan perilaku anak (Handayani, 2021, hlm. 4).

### 2.2.2 *Self-Control*

Penyesuaian diri pada seorang ibu yang sudah menikah diperlukan waktu yang bertahap dan tidak selalu berjalan dengan baik. Untuk mengasuh anak yang baik diperlukannya cara yang benar, namun setiap anak memiliki kebutuhan yang berbeda-beda sehingga hal tersebut dapat memunculkannya stres dari seorang ibu dikarenakan ekspektasinya untuk menjadikan anaknya tumbuh menjadi pribadi yang baik di masa depan dan takutnya akan kegagalan (Fitriani & Nuriyah, 2023, hlm. 33).

Pengasuhan yang positif dapat menjadi salah satu cara untuk mengurangi tingkat *parenting stress* untuk seorang ibu. Untuk menciptakan pengasuhan yang positif diperlukannya kemampuan untuk mengontrol emosi pada seorang ibu. Hal ini juga berperan penting pada seorang ibu yang menyesuaikan dirinya dalam lingkungan yang baru. *Self-control* terdiri dari kemampuan untuk mengontrol perilaku, menyadari bahaya untuk dirinya (kognitif), dan mengontrol keputusan sebelum bertindak (Fitriani & Nuriyah, 2023, hlm. 35).

Untuk menerapkan *self control*, perlu dilakukannya latihan *mindfulness training* agar dapat mengurangi tingkat stres, kecemasan, dan gangguan. Latihan ini dapat memberikan rasa damai dan tenang serta membantu untuk mengelola emosi. Latihan *mindfulness training* dapat dilakukan berdasarkan beberapa

tahap dengan teknik *deep breathing*. Tahap pertama, yaitu *present experience* yang merupakan perhatian dan penghargaan terhadap diri seorang individu. Tahap kedua, yaitu *body scanning* yang merupakan kesadaran akan tubuh. Tahap ketiga, yaitu *acceptance* yang merupakan melakukan observasi pada pikiran yang dirasakan dan menerima hal tersebut. Dengan melakukan tahapan diatas, seorang individu akan mulai menerima dan berdamai dengan perasaan dan emosi negatif yang dirasakan (Muhammad Reza et al., 2023, hlm. 404).

Solusi lainnya untuk meredakan stres pengasuhan yang dapat dilakukan oleh ibu adalah dengan melakukan beberapa aktivitas. Aktivitas yang dapat dilakukan beragam seperti makan makanan bergizi, olahraga, relaksasi, dan berlibur. Makan makanan bergizi minimal 3 kali sehari dengan menu yang sehat dan seimbang dapat mencegah timbulnya stres diakibatkan adanya beberapa asupan makanan yang dapat memicunya. Olahraga dapat membantu merangsang secara psikis stres yang dirasakan sehingga dapat terhindar dari stres. Olahraga yang dapat dilakukan adalah berjalan kaki, bersepeda, berenang, dan masih banyak lagi dengan durasi 15 sampai 20 menit. Relaksasi dapat membantu ibu dalam melancarkan peregangan dan saraf dalam tubuh. Relaksasi secara fisik yang dapat dilakukan adalah dengan berolahraga dan secara psikologi adalah melakukan latihan pernafasan. Berlibur memberikan dampak pada tubuh agar lebih segar, berenergi, dan menyenangkan. Hal ini dikarenakan tubuh sedang melakukan istirahat dari kelelahan secara fisik dan mental (Sukadiyanto, 2010, hlm. 63)

Melalui kegiatan yang dilakukan sehari-hari dalam menggunakan *smartphone* juga dapat membantu mengurangi tingkat stres yang dirasakan oleh ibu, yaitu dengan melihat *humor*. *Humor* adalah suatu hal yang didengar dan dilihat yang dapat membuat seseorang terhibur dan tertawa. *Humor* terdiri dari beberapa bentuk, salah satunya adalah *humor* grafis yang terdiri dari foto, kartun, poster, karakter lucu, dan masih banyak lagi. *Humor* ini dapat membantu menghibur dan menstimulasi diri sehingga mengurangi tingkat stres yang dialami oleh seorang ibu. *Humor* dapat diakses dan tersebar luas pada dunia internet (Muhibbin, 2018, hlm. 14). *Humor* dapat merubah pikiran negatif

menjadi positif dengan hiburan yang diberikan sehingga seorang individu melupakan perasaan tidak nyaman yang dirasakan sebelumnya (Widyowati & Pungkas Priambodo, 2016, hlm. 51).

Humor visual berupa karakter lucu banyak digemari oleh para ibu muda dikarenakan memiliki karakteristik tertentu dan mudah untuk dikenali dan diingat dikarenakan bentuknya yang sederhana. (Argani & Maslan Sihombing, 2022, hlm. 81). Selain itu, dalam melihat karakter tertentu, akan menciptakan kepercayaan bahwa seorang merasa bahwa dirinya terkait dengan karakter yang disajikan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, banyak ibu yang membandingkan dirinya dengan gambar atau ilustrasi yang dilihatnya di media sosial (Argani & Maslan Sihombing, 2022, hlm.79).

### 2.3 Penelitian yang Relevan

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan topik yang serupa terkait kesehatan mental, namun hasil penelitian yang diperoleh berbeda. Berikut adalah beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Edukasi Media <i>Booklet</i> Dalam Meningkatkan Pengetahuan Kesehatan Mental Pada Ibu Hamil di Wilayah Puskesmas Samata	Ivena Valentine Ferischa	Memberikan edukasi mengenai kesehatan mental untuk ibu hamil.	Merancang <i>booklet</i> yang memberikan edukasi mengenai kesehatan mental ibu hamil.

2	Perancangan Buku Interaktif Sebagai Media Manajemen Stres Pada Fase <i>Quarter-Life Crisis</i>	Panji Firman Rahadi, Oki Adityawan, Annita Komariati Prihandayani, William Handoko	Menyediakan media yang dapat membantu dalam meluapkan emosi negatif yang disebabkan oleh media sosial.	Merancang buku interaktif sebagai media pelampiasan emosi bagi para konseli <i>Quarter-Life Crisis</i> .
3	Perancangan Media Kampanye Sosial <i>Mental Health</i> Berbasis Video <i>Motion Comic</i> Sebagai Upaya Menjaga Kejiwaan Para Remaja Pasca Pandemi Covid-19	Martin Stevanus Muli	Kampanye sosial yang mengajak remaja pasca Covid-19 untuk menjaga kesehatan mentalnya.	Merancang <i>motion comic</i> untuk kampanye sosial dalam menjaga kesehatan mental remaja pasca Covid-19.
4	<i>Yourtime: The development and pilot of a perinatal mental wellbeing digital tool using a co-design approach</i>	Lois McKellar RM, PhD, Mary Steen, PhD, Samantha Charlick RM, PhD, Jane Andrew, PhD, Benjamin	Menyediakan media untuk membantu monitor kesehatan mental ibu pada fase perinatal.	Merancang perangkat digital dan tes untuk mengingatkan akan potensi perubahan kesehatan

		Altieri MDes, Ian Gwilt, PhD		mental pada fase perinatal.
--	--	------------------------------------	--	-----------------------------------

Berdasarkan penelitian relevan diatas, dapat disimpulkan bahwa untuk menjaga kesehatan mental masyarakat di Indonesia, dapat dilakukan dalam beberapa cara agar informasi dan edukasi yang diberikan dapat tercapai, yaitu dengan kampanye sosial, buku interaktif, perangkat digital, dan *booklet*. Maka dari itu, penulis akan merancang sebuah aplikasi yang memberikan informasi berupa edukasi dan layanan bantuan mengenai kesehatan mental kepada ibu muda di Indonesia dalam mengasuh anaknya agar kesehatan mental mereka terjaga dengan baik sehingga pengasuhan dapat terlaksana dengan benar agar perkembangan anak menjadi baik.

