

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Interaktif

Griffey (2020, h. 3) mendeskripsikan media interaktif digital sebagai media digital berbasis komputasi yang mampu memberikan pengalaman interaksi antara pengguna dengan perangkat keras. Secara sederhana, media interaktif digital berjalan di dalam perangkat keras yang akan memberikan respons timbal balik apabila diberikan aksi oleh pengguna media tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa suatu media dapat disebut interaktif kalau dapat memberikan aksi timbal balik kepada *audience* yang menggunakannya.

2.1.1 Jenis Media Interaktif

Berkembangnya teknologi memungkinkan informasi dikemas dalam bentuk media interaktif digital. Digitalisasi media interaktif memperluas peluang interaksi yang dapat dimunculkan. Griffey (2020) menyebutkan beberapa media digital yang memiliki sifat interaktif, yaitu aplikasi *mobile*, *video game*, *website*, pos interaktif mandiri, dan instalasi interaktif.

2.1.2 Website

Menurut Merriam-Webster, *website* merupakan suatu halaman pada World Wide Web yang terhubung ke halaman internet lain dengan tautan-tautan. Mulanya, *website* hanya berupa penampil halaman statis yang mengandung teks yang saling terhubung. Perkembangan *website* berikutnya terjadi pada akhir dekade 1990, ketika kemajuan teknologi memungkinkan *website* digunakan untuk kebutuhan *e-commerce*. Kini, *website* dapat dibangun secara lebih responsif dan ruang bangunnya dapat disesuaikan dengan setiap perangkat yang mengaksesnya (Griffey, 2020, h. 7).

2.1.2.1 Jenis Website

Website yang tersedia saat ini memiliki karakteristik yang bisa dikategorikan ke dalam kategori-kategori tertentu. Anamisa &

Mufarroha (2020, h. 2) menggolongkan *website* ke dalam tiga jenis, berdasarkan tampilan dan interaktivitasnya. Ketiga jenis tersebut yaitu *website* statis, *website* dinamis, dan *website* interaktif.

A. Website statis

Website statis yaitu jenis *website* yang memiliki isi tetap dan tidak dirancang untuk memiliki konten berubah-ubah. Konten dalam *website* statis biasanya hanya dapat diubah dengan menyunting langsung kode pada *website* (Anamisa & Mufarroha, 2020, h. 3). Contoh *website* statis yaitu laman portfolio daring serta *landing page* (Kurniawan et al., 2023, h. 11).

B. Website dinamis

Website dinamis merupakan *website* yang didesain untuk memiliki isi yang terus berubah. Karakteristik tersebut memungkinkan *website* dinamis untuk menampilkan konten terbaru setiap saat (Anamisa & Mufarroha, 2020, h. 3). Contoh *website* dinamis yaitu *website e-commerce* dan *website* berita Kurniawan et al. (2023)

C. Website interaktif

Menurut Kurniawan et al. (2023, h. 12), *website* interaktif adalah *website* yang memiliki kemampuan untuk memberikan interaksi antar pengguna secara aktif, berikut dengan konten yang tersedia pada *website* tersebut. Adapun contoh *website* interaktif yaitu gim daring berbasis web serta *website* media sosial.

2.1.2.2 Fungsi Website

Dalam perkembangannya, *website* dapat menyelesaikan kebutuhan-kebutuhan para penggunanya. Menurut Sklar (2015) dalam Sidik (2019), diketahui terdapat beberapa fungsi *website* berdasarkan kebutuhan yang dapat diselesaikan. Beberapa fungsi tersebut antara lain fungsi komunikasi, informasi, transaksi, dan hiburan.

A. Komunikasi

Website dapat dimanfaatkan untuk media komunikasi. Pengguna dapat memanfaatkan *website* untuk dapat terhubung dengan pengguna *website* yang lain, biasanya dengan menggunakan fitur forum dan pesan singkat pada *website*. Fungsi ini dapat dilihat secara jelas pada *website* email dan media sosial seperti Facebook dan Twitter/X (h. 17).

B. Informasi

Website dapat digunakan untuk menyampaikan informasi terbaru yang valid dan akurat. Fungsi ini memungkinkan *website* digunakan sebagai *platform* penyampai berita yang lebih efisien dibanding menggunakan media terdahulu seperti koran. Selain pada *website* berita, fungsi ini dapat dimanfaatkan oleh *website* sebuah jurnal atau profil perusahaan (h. 17).

C. Transaksi

Fungsi transaksi memungkinkan *website* menjadi *platform* yang melayani pertukaran nilai dan barang secara daring. Beberapa kegiatan yang mampu memanfaatkan fungsi *website* ini yaitu hal-hal perbankan seperti transfer, pengecekan saldo, investasi, dan pembayaran barang. Fungsi transaksi marak ditemui pada *website e-commerce* dan dompet digital (h. 18).

D. Hiburan

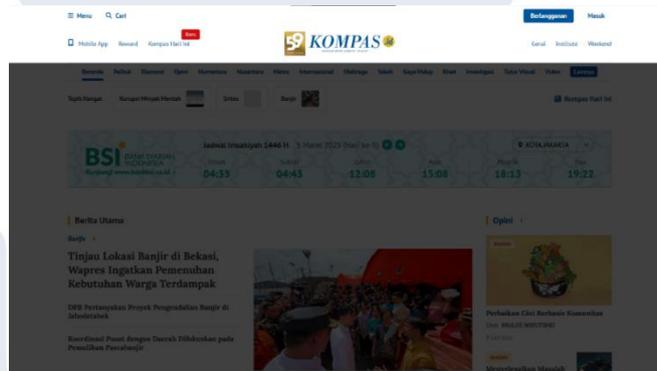
Penggunaan *website* untuk keperluan hiburan dapat dilakukan secara lebih efektif karena *website* mampu menampilkan visual grafis. Hiburan yang didapatkan oleh pengguna *website* sebagian besar berasal dari penampilan visual grafis yang telah dikemas secara kreatif melalui beberapa media, misalnya video, gambar, dan rupa animasi pada *website*. Implementasi fungsi hiburan pada *website* dapat terlihat misalnya pada permainan daring berbasis *website*, sosial media, dan sebagainya (h. 18).

2.1.2.3 Anatomi Website

Bentuk *website* yang baik terdiri atas beberapa komponen visual yang dapat tampak serta mudah dimengerti fungsinya oleh pengguna. Komponen-komponen tersebut dapat dibedah menjadi anatomi *website*. Hal-hal yang dapat digolongkan menjadi anatomi *website* menurut Miller (2014) yaitu sebagai berikut:

A. Header

Header merupakan bagian pada *website* yang terletak pada wilayah atas halaman. Desain *header* pada *website* cenderung tidak akan berubah ketika berganti halaman di dalam satu situs *website*. Sifat tersebut membuat *header* secara tidak langsung mewakili identitas *website* secara keseluruhan kepada pengguna. Oleh karena itu, logo *website* dapat ditempatkan pada bagian *header*.



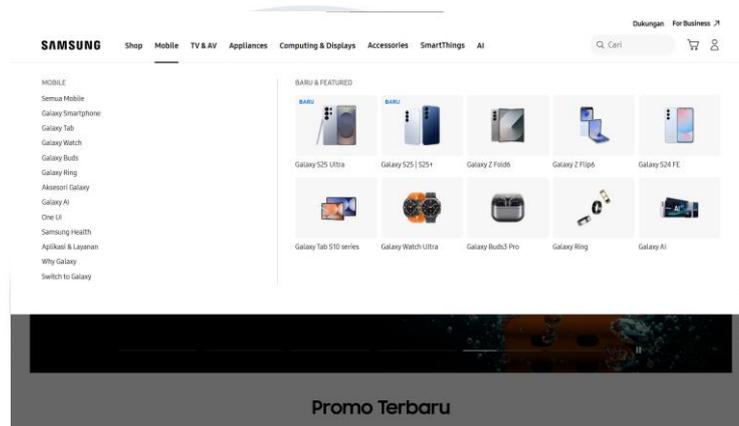
Gambar 2. 1 Contoh penggunaan *header* pada *website*
Sumber: www.kompas.id

Beberapa unsur *marketing* pada *website* juga bisa ditempatkan pada bagian *header*. Salah satu di antaranya adalah bagian *call to action* (CTA). Pada *website*, CTA yang bisa diimplementasi pada *header* yaitu seperti fungsi pencarian, registrasi akun *website*, serta fitur pembelian.

B. Navigation

Dalam mendesain tampilan *website*, bagian navigasi diperlukan untuk menampilkan daftar laman pada *website* yang bisa dikunjungi oleh pengguna. Oleh karena itu, navigasi biasanya diletakkan

pada bagian atas tampilan *website* atau menyatu dengan *header website*. Navigasi juga perlu didesain agar terlihat berbeda dari bagian utama tampilan *website* sehingga mudah dijangkau oleh pengunjung *website*. Menu pada navigasi idealnya memiliki petunjuk visual bahwa bagian navigasi dapat di-*click* oleh pengunjung *website* (h. 163).

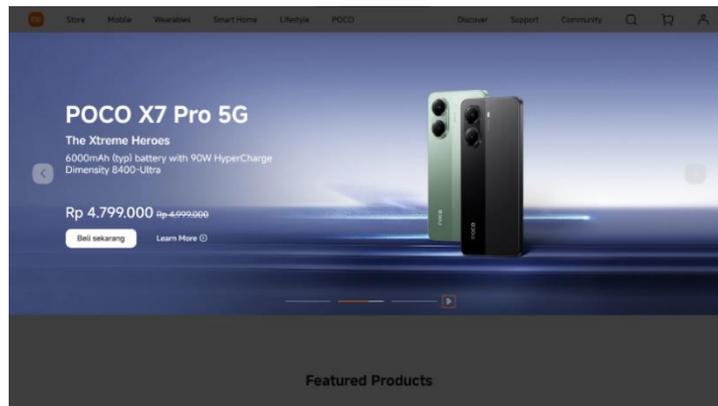


Gambar 2. 2 Contoh penggunaan *navigation* pada *website*
Sumber: <https://www.samsung.com/id/>

Konten pada navigasi dapat digolongkan menjadi navigasi primer dan navigasi sekunder. Navigasi primer berisikan pilihan menu yang berpotensi paling diinginkan untuk diakses oleh pengunjung. Sementara itu, navigasi sekunder berisi menu yang mengarahkan pengunjung pada laman terkait dengan informasi sekunder dari topik *website*, misalnya profil pemilik *website* dan informasi kontak (h. 164).

C. Feature Area

Feature area merupakan bagian pada laman *website* yang memuat grafis dengan porsi cukup besar. *Feature area* didesain sebagai titik fokus pada tampilan *website*. Berdasarkan karakteristiknya, konten yang cocok dimuat pada *feature area* merupakan hal yang ingin dilihat pengunjung sebelum menjelajahi *website*.



Gambar 2. 3 Contoh penggunaan *feature area* pada *website*

Sumber: <https://www.mi.co.id/>

Untuk memaksimalkan fungsi *feature area* sebagai bagian yang pertama kali dilihat oleh pengunjung *website*, konten yang tersedia di dalamnya perlu didesain dengan mencolok. Konten pada *feature area* dapat dibuat dengan menggunakan warna terang, permainan tipografi, atau dengan media animasi dan konten bergerak. Gerakan konten pada bagian *feature area* dapat sederhana dengan teknik *slideshow* yang bergeser ke samping (h. 165).

D. Body/Content

Isi pada *website* biasanya menjadi tujuan terakhir pencarian pengguna ketika mengunjungi sebuah *website*. Oleh sebab itu, perancangan tampilan isi tidak perlu berorientasi pada mencari atensi pengunjung *website*. Bagian *body website* memerlukan adanya keterbacaan dan kejelasan pada isi konten. Untuk mempermudah pengunjung menemui informasi yang diinginkan pada laman konten, masing-masing gagasan pada isi teks dapat dipisah dengan *white space* dan ditambah *sub-heading* pada tiap bagian awal teks.

ANIMALS

The internet's favorite bald eagles, Jackie and Shadow, just had hatchlings

After losing their chicks for the past two years, these famous bird parents finally got some good news at long last.



Shadow the bald eagle stands guard over three eggs in his nest atop a 145-foot tree in Big Bear Lake Forest in California. Shadow and his mate Jackie have become internet sensations thanks to a nest cam that documents their daily lives. PHOTOGRAPH BY FORBRY - FRIENDS OF BIG BEAR VALLEY

By Liz Langley
March 5, 2025



Jackie and Shadow, a beloved [bald eagle](#) pair in Big Bear Lake Forest, a hundred miles northeast of Los Angeles, [welcomed two new chicks](#) into the world, one at around 4 a.m. on March 4 and the other at 11:36 p.m. on March 3. The world is still waiting to see if another eaglet emerges from the couple's third egg.

"So, all of us are just crying tears of joy for eagle babies in the middle of the night?" [commented one Facebook user](#) on a video of the hatchlings posted by the nonprofit [Friends of Big Bear Valley](#).

Gambar 2. 4 Contoh penggunaan *body* pada *website*

Sumber: <https://www.nationalgeographic.com/animals/article/...>

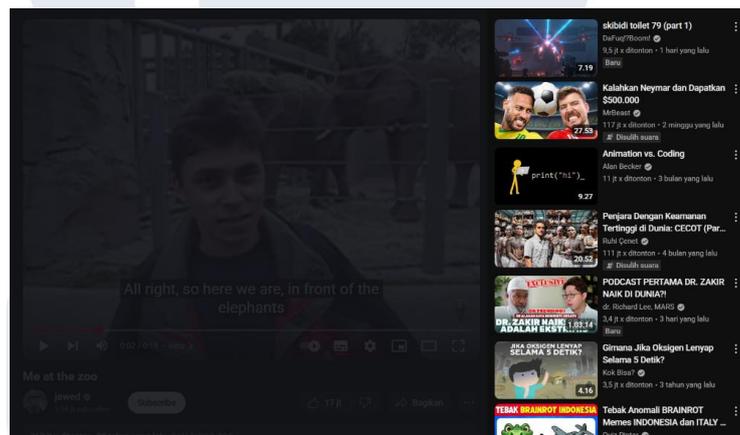
Meskipun demikian, *layout* pada bagian *body website* perlu diperhatikan. Hal ini disebabkan kemungkinan *website* tampil pada perangkat keras yang beragam, misalnya komputer dan ponsel pintar. Kedua jenis perangkat keras tersebut memiliki ukuran dan resolusi layar yang berbeda, sehingga perlu adanya penyesuaian tampilan pada *website* ketika tampil pada kedua ukuran layar tersebut.

Selain itu, terbatasnya ruang tampil *website* menyebabkan risiko konten tidak dapat tampil seluruhnya pada saat yang bersamaan. Untuk melihat isi konten secara menyeluruh, pengguna *website* perlu untuk melakukan aksi lain, misalnya dengan menggulirkan layar ke bawah. Oleh karena itu, bagian laman konten *website* yang tampil pertama kali perlu mampu mewakili isi konten yang belum terlihat. Bagian ini juga sekaligus harus membuat pengunjung laman mengerti bahwa konten belum sepenuhnya tampil sehingga mereka perlu melakukan aksi untuk membaca keseluruhan konten (h. 171).

Panjang teks pada bagian *body website* juga perlu mendapatkan perhatian. Susunan teks yang melebihi 52 – 65 karakter secara horizontal berpotensi membuat pengunjung laman kelelahan membaca. Untuk mengatasi teks yang terlalu panjang dalam suatu baris, lebar tampilan laman *website* dapat dibuat dalam ukuran yang sudah ditentukan (h. 175).

E. *Sidebar*

Sidebar berfungsi untuk menampilkan saran konten yang dapat dibaca oleh pengunjung *website* setelah selesai membaca isi pada bagian utama laman. Saran-saran konten pada *sidebar* biasanya disajikan menggunakan tautan atau submenu. Selain itu, *sidebar* juga dapat dimanfaatkan untuk meletakkan informasi pendukung terkait dengan konten utama pada bagian *body website*.



Gambar 2. 5 Contoh penggunaan *sidebar* pada *website*

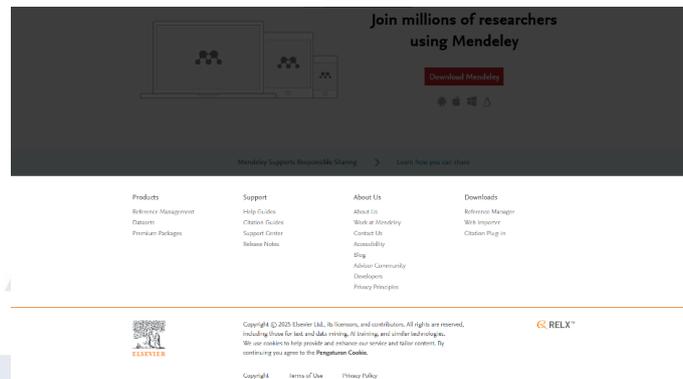
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>

Desain *sidebar* disarankan mengikuti karakteristik gaya yang sudah diterapkan pada bagian *header website*. Selain itu, perancangan area *sidebar* dapat menggunakan desain modular. Desain modular dipakai untuk memudahkan pemasangan iklan pada *website* apabila tersisa bagian kosong pada *sidebar* (h. 177).

F. *Footer*

Bagian *footer* terletak pada bagian paling bawah pada laman *website*. Dalam *footer* biasanya ditempatkan informasi mengenai

copyright website. Pada *footer* juga terdapat beberapa tautan yang di antaranya menghubungkan beberapa laman penting pada *website* (h. 180).

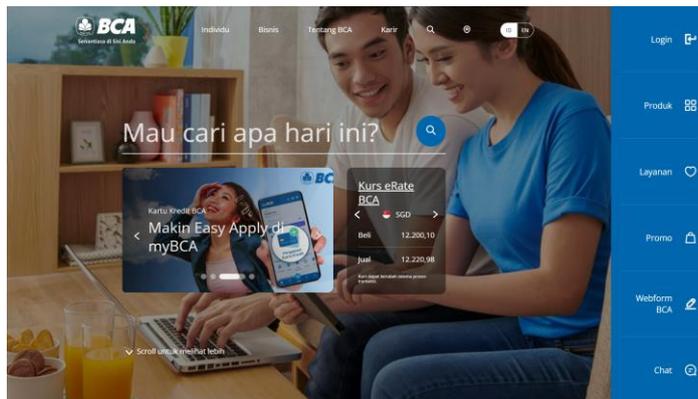


Gambar 2. 6 Contoh penggunaan *footer* pada *website* Mendeley
Sumber: <https://www.mendeley.com/>

Variasi penggunaan *footer* pada *website* juga beragam. Beberapa *website* menambahkan konten mengenai informasi *website* pada bagian *footer* (h. 181). *Website* lain justru meletakkan menu navigasi *website* secara penuh pada *footer*. Desain grafis pada *footer* juga mampu disesuaikan dengan kebutuhan penggunaan (h. 182)

G. Background

Latar belakang (*background*) dari sebuah *website* didesain dan dimanfaatkan untuk meningkatkan keragaman bentuk visual dalam laman. Visual pada latar belakang juga dapat dirancang supaya memberikan efek *immersive* pada *website*. Tujuan usaha-usaha tersebut yaitu untuk mendukung pengalaman pengguna dalam mengunjungi suatu laman pada *website*.



Gambar 2. 7 Contoh penggunaan *background* pada *website* BCA
 Sumber: <https://www.bca.co.id/id>

Untuk dapat memaksimalkan fungsinya, desain visual latar belakang pada laman *website* dapat menggunakan berbagai unsur visual seperti warna, tekstur, dan lain sebagainya, yang selaras dengan topik *website* sehingga relevan dan padu. Unsur-unsur visual pada latar belakang akan memengaruhi *tone* pada laman *website*. Visual latar belakang juga dapat dibuat seolah-olah menembus batas dari laman *website* itu sendiri, memberikan kesan luas pada laman *website* (h. 183).

2.1.2.4 Prinsip Desain *Website*

Selain menentukan unsur visual, prinsip desain juga diperlukan dalam proses desain *website*. Prinsip desain berfungsi menjadi panduan dalam merancang tampilan visual *website*. Menurut Sklar (2015) dalam Sidik (2019), prinsip-prinsip desain dalam perancangan *website* terdiri atas keseimbangan, kontras, konsistensi, dan ruang kosong.

A. Keseimbangan

Keseimbangan pada desain *website* berarti suatu susunan unsur-unsur visual yang menunjukkan keserasian antar satu unsur dengan unsur yang lain. Keseimbangan dilakukan dengan memperhatikan susunan visual pada *website* sehingga tampak bobot visual yang sama pada keseluruhan wilayah tampilan. Keseimbangan

dapat dibagi kembali menjadi 3 jenis, yaitu keseimbangan simetris, keseimbangan asimetris, dan keseimbangan radial (h. 41).

B. Kontras

Prinsip kontras pada *website* yaitu adanya sebuah perbedaan visual pada suatu objek yang kentara ketika tampil bersama dengan objek visual lain. Prinsip kontras dapat diterapkan ketika ingin menonjolkan suatu informasi bersamaan dengan informasi lain sehingga menarik perhatian pengunjung *website* (h. 42). Prinsip kontras juga dapat digunakan dalam menyusun hierarki visual pada tampilan *website*.

C. Konsistensi

Pada *website*, diperlukan adanya konsistensi terkait dengan visual yang muncul. Konsistensi visual *website* diperlukan untuk meyakinkan pengguna *website* pada keseragaman tema antar halaman *website*. Hal ini diyakini dapat memengaruhi kenyamanan pengguna dalam berinteraksi dalam *website* (h. 42).

D. Ruang Kosong

Ruang kosong yaitu bagian pada tampilan *website* yang memberikan jarak antar objek visual. Tujuan ruang kosong yaitu menciptakan batasan yang dapat memisahkan antar objek agar mudah dikelompokkan. Ruang kosong juga dapat digunakan untuk memandu pengguna dalam membaca isi *website* (h. 43).

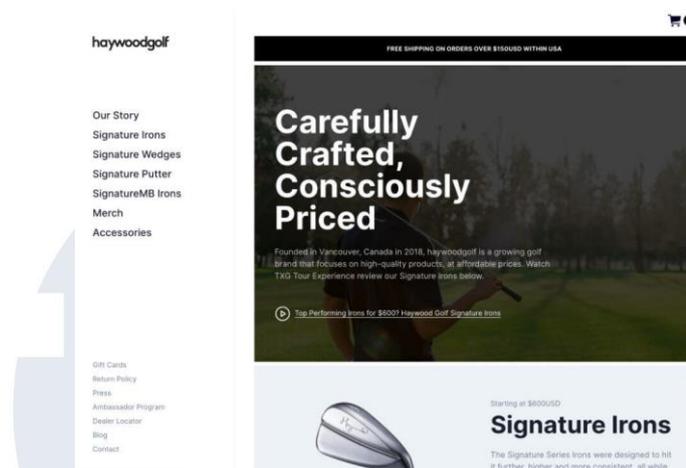
2.1.2.5 Layout Website

Layout dibutuhkan dalam menyusun konten yang akan ditampilkan pada suatu *website*. Menurut Beard & Walker (2020), terdapat beberapa jenis *layout* pada *website* yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan. Adapun *layout* tersebut antara lain sebagai berikut.

A. Left-column Navigation

Left-column navigation merupakan jenis *layout* yang memuat navigasi *website* pada sisi kiri pada tampilan layar. Jenis *layout* ini

merupakan yang populer digunakan pada awal era internet. Kini, jenis *layout* ini umum digunakan pada *website* dengan banyak tautan di dalamnya, misalnya seperti Wikipedia (h. 54).

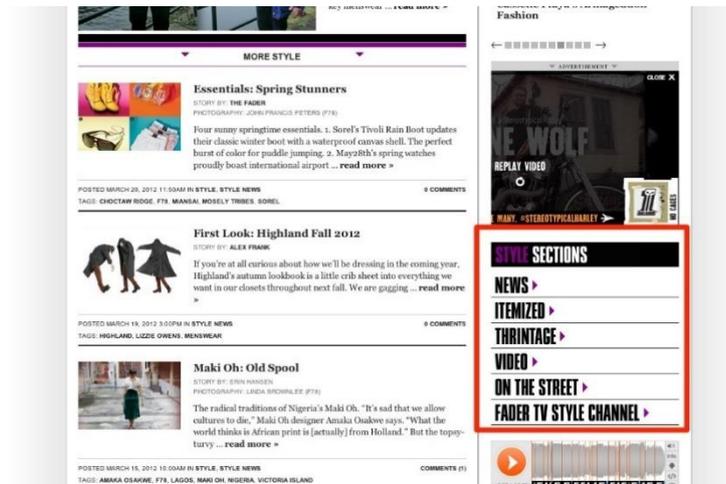


Gambar 2. 8 Contoh *layout website left-column navigation*
Sumber: Beard & Walker (2020, h. 56)

Secara karakteristik, jenis *layout website* ini memiliki kesan kuno, karena dapat diasosiasikan dengan tampilan *website* pada awal penggunaan internet oleh masyarakat awam. Oleh karena itu, jenis *layout* ini cukup jarang digunakan dan berpotensi terlihat unik apabila diterapkan pada masa kini (h. 55). Secara umum, *layout website* ini dapat menampilkan konten *website* secara terbuka kepada pengguna, namun dengan tampilan yang perlu disesuaikan kembali agar tidak terkesan ketinggalan zaman.

B. *Right-column Navigation*

Right-column navigation merupakan jenis *layout website* yang berlawanan dengan jenis *layout website left-column navigation*. Pada jenis ini, navigasi *website* diletakkan pada bagian kanan tampilan layar. Jenis *layout* ini dapat menjadi pilihan yang baik ketika konten *website* yang ingin ditampilkan terlalu banyak untuk disematkan pada bagian *header website* seperti *website* berita dan jejaring sosial (h. 56).



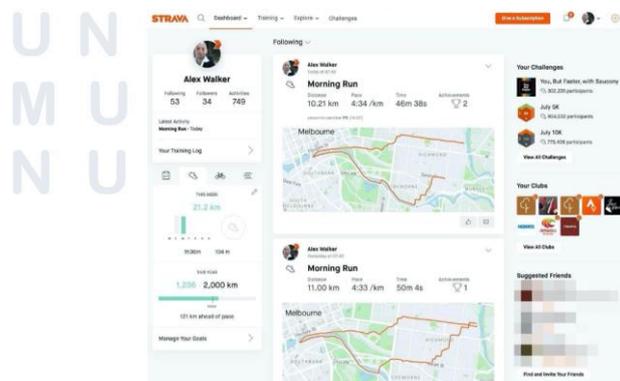
Gambar 2. 9 Contoh *layout website right-column navigation*

Sumber: <https://i.sstatic.net/vtKy3.jpg>

Layout ini dapat digunakan apabila navigasi pada *website* perlu ditampilkan. Meskipun demikian, jenis ini perlu diperhatikan karena pengguna terbiasa melihat konten dari arah kiri (h. 57). Jenis *layout website* ini dapat dijadikan alternatif jenis *layout left-column navigation* namun dengan kesan yang lebih modern.

C. Three-column Navigation

Three-column navigation merupakan jenis *layout website* yang membagi tampilan layar menjadi tiga bagian kolom. Jenis ini biasanya digunakan pada *website* media sosial seperti Facebook (h. 58). Hal ini dapat terjadi karena *website* perlu menampilkan berbagai konten dalam satu tampilan.



Gambar 2. 10 Contoh *layout website three-column navigation*

Sumber: Beard & Walker (2020, h. 59)

Meskipun demikian, tampilan pada jenis *layout three-column navigation* tidak harus kaku pada tiap kolomnya. Jenis *layout* ini dapat dimodifikasi agar dapat menampilkan informasi yang lebih mudah dipahami oleh pengguna (h. 58). Perancangan dengan menggunakan jenis *layout* ini perlu memperhatikan kebutuhan pengguna dalam menggunakan *website*, sehingga dapat menampilkan elemen informasi yang berguna dan efektif.

D. *Navigationless Magazine Style*

Navigationless magazine style merupakan jenis layout website yang tidak memiliki kolom khusus untuk navigasi bagi pengguna website. Layout jenis ini dimaksudkan agar pengguna tidak beralih antar halaman website secara cepat. Dengan demikian, pengguna website dapat melihat setiap konten yang terdapat pada tiap halaman website secara perlahan (h. 59).



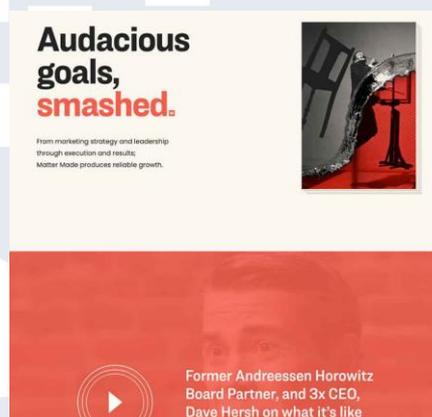
Gambar 2. 11 Contoh *layout website navigationless magazine style*
Sumber: Beard & Walker (2020, h. 60)

Dengan tidak menampilkan navigasi *website* secara jelas, pengunjung seolah-olah dipaksa untuk melihat setiap konten pada tiap halaman *website* untuk menelusuri keseluruhan isi konten pada *website*. Oleh karena itu, jenis *layout* ini biasanya banyak digunakan untuk *website* dengan konten yang harus dipahami oleh pembaca secara

perlahan. Hal ini tergantung pada pendekatan terkait fungsi *website* itu sendiri terhadap alur pengguna yang diharapkan.

E. *Bare-bones Minimalism*

Bare-bones minimalism juga tidak memiliki kolom yang didedikasikan untuk fungsi navigasi pada *website* seperti jenis *layout navigationless magazine website*. Meskipun demikian, jenis *layout website bare-bones minimalism* memiliki kesan yang lebih sederhana, dengan peletakan konten *website* yang tidak bertele-tele. Maksudnya, tampilan layar benar-benar diisi oleh satu konten saja, tanpa distraksi dari pilihan konten lainnya (h. 60).

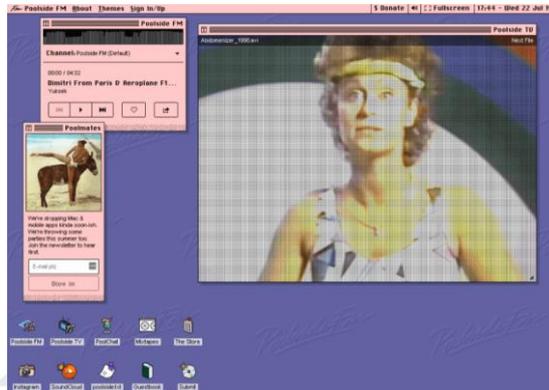


Gambar 2. 12 Contoh *layout website bare-bones minimalism*
Sumber: Beard & Walker (2020, h. 61)

Secara visual, jenis *layout website* ini mirip seperti tampilan presentasi. Pengguna perlu untuk menggulirkan layar untuk melihat konten selanjutnya (h. 60). Jenis *layout website* ini cocok dengan desain minimalis yang menekankan pada bentuk serta warna secara individual.

F. *Break the Moulds Layouts*

Break the moulds layout merupakan jenis *layout website* yang tidak memiliki panduan *layout* sama sekali. Artinya, konten pada *website* diletakkan secara sembarang. Jenis *layout* ini menjelaskan *layout website* yang tidak termasuk jenis-jenis *layout website* sebelumnya (h. 61-62).



Gambar 2. 13 Contoh *layout website break the moulds*
 Sumber: Beard & Walker (2020, h. 63)

Jenis *layout* ini cocok untuk digunakan pada *website* yang ingin menampilkan konten tematik, tanpa harus terikat dengan jenis *layout website* konvensional. Dengan demikian, peletakan elemen konten pada *website* dapat disusun secara lebih kreatif dan unik (h. 63). Tampilan *website* dapat disusun dengan mengikuti konsep tanpa harus terpaku pada batasan-batasan kolom tertentu.

2.1.2.6 *Mobile Website*

Pada perancangan *website*, diperlukan adanya pertimbangan perancangan karya yang mengikuti karakteristik perangkat yang akan digunakan. Dalam konteks *mobile website*, perangkat yang digunakan untuk menampilkan konten merupakan ponsel pintar yang memiliki ukuran dan orientasi layar yang berbeda dengan layar komputer desktop pada umumnya. Untuk optimalisasi penggunaan dan perancangan pada desain *mobile website*, diperlukan pemahaman mengenai karakteristik tampilan layar pada ponsel pintar. Menurut Paduraru (2024), terdapat beberapa prinsip yang dapat diterapkan dalam merancang desain *mobile website*, di antaranya sebagai berikut.

A. *Streamlining Navigation*

Desain *mobile website* harus memperhatikan kemudahan pengguna dalam melakukan navigasi antar konten. Pengguna harus dapat menemukan konten yang mereka cari secara intuitif (h. 259). Oleh karena

itu, desain terkait dengan *mobile website* harus dapat dengan mudah ditemukan dengan mengikuti logika pengguna.

B. *Designing for Thumb-Friendly Touch*

Desain tombol pada karya interaktif di perangkat *mobile* perlu cukup besar untuk dapat ditekan oleh pengguna. Hal ini dilakukan supaya pengguna tidak merasa frustrasi dalam menggunakan tombol apabila ukurannya terlalu kecil (h. 259). Ukuran tombol yang cukup besar juga dapat menghindari pengguna salah menekan tombol (h. 260). Dengan demikian, ukuran tombol perlu mengikuti kebutuhan kemudahan penggunaan desain.

C. *Clarity Amid Complexity*

Informasi yang ditampilkan melalui layar perangkat *mobile* tidak boleh terlalu banyak. Konten perlu disusun agar dapat dimengerti dengan mudah oleh pengguna, dengan memperhatikan tampilan yang ringan dan tidak kacau (h. 260). Konten dapat disusun ke bawah apabila terlalu banyak untuk ditampilkan dalam satu layar, sehingga pengguna dapat menggulirkan layar untuk menemukan informasi lebih lanjut.

D. *Readability*

Ukuran *font* yang diterapkan pada karya interaktif *mobile* harus disesuaikan dengan layar perangkat. Adapun layar perangkat yang kecil dapat disesuaikan dengan menggunakan ukuran *font* yang lebih besar sehingga pengguna dapat membaca konten dengan lebih mudah (h. 261). Besar kecilnya ukuran *font* harus menyesuaikan limitasi ukuran layar sehingga dapat menampilkan konten secara optimal.

E. *Touch and Tap*

Perancangan karya interaktif pada perangkat *mobile* harus berorientasi pada penggunaan layar sentuh. Semua bentuk interaksi yang tampil pada desain harus selaras dengan interaksi sentuh (h. 261). Selain untuk memudahkan pengguna, penggunaan interaksi sentuh dapat

memaksimalkan fungsi perangkat sehingga dapat menjadi lebih intuitif bagi pengguna.

F. *Simplified Forms for Effortless Mobile Input*

Perancangan desain perlu meminimalisasi kebutuhan mengetik bagi pengguna. Tujuannya supaya proses pengisian data oleh pengguna tidak merepotkan (h. 261). Pengguna harus dapat mengisi data tanpa distraksi dan frustrasi.

G. *Optimizing for Thumb-Friendly Zones*

Penempatan unsur desain pada karya interaktif di perangkat *mobile* perlu memperhatikan kemudahan pengguna dalam melakukan interaksi sentuh melalui *thumb-friendly zones*. Panduan zona ini membantu perancangan penempatan elemen desain interaktif agar dapat mudah dijangkau oleh pengguna (2024). Elemen desain yang paling sering disentuh oleh pengguna dapat diletakkan pada bagian yang mudah dijangkau oleh jari pengguna ketika sedang menggenggam perangkat, terutama jari jempol.

2.1.3 *User Experience (UX)*

Menurut Deacon (2020), *user experience* merupakan pengalaman yang dimiliki oleh konsumen dalam menggunakan barang atau jasa sebuah produk. Perhatian pada *user experience* dalam perancangan sebuah media dimaksudkan untuk memberikan pengalaman yang relevan dan bermakna kepada konsumen. Tujuan adanya *user experience* yaitu agar interaksi antara *audience* dan media (yang digunakan) dapat lebih berkualitas, ditunjukkan dengan kebergunaan, kemudahan dalam penggunaan, serta tingkat keinginan untuk menggunakan (h. 3).

Dalam menyusun suatu media interaktif, *user experience* perlu diperhatikan agar media tersebut dapat digunakan dengan mudah. Dalam merancang *user experience* tersebut, diperlukan adanya panduan sehingga

menghasilkan karya yang baik. Menurut Conta (2024) terdapat beberapa elemen yang perlu diperhatikan dalam menyusun *user experience* media.

2.1.3.1 Usability

Usability menjelaskan mengenai kemudahan pengguna dalam memakai suatu produk. *Usability* juga dapat mengukur kesulitan pengguna untuk meraih suatu tujuan dalam menggunakan produk (h. 34). Untuk mengukur tingkat kemudahan tersebut, peneliti dapat melakukan observasi target desain dalam menggunakan produk (h. 35). Dengan demikian, peneliti dapat menghasilkan karya yang mudah digunakan, ditunjukkan dengan mudahnya pengguna menyelesaikan tujuannya dalam menggunakan produk.

2.1.3.2 Usefulness

Usefulness berarti bahwa suatu produk memiliki kegunaan dalam menyelesaikan masalah target desain. Dengan adanya produk yang berguna, membuat orang secara langsung menggunakan produk tersebut dalam menyelesaikan masalahnya (h. 36). Oleh karena itu, *user experience* suatu produk perlu dirancang supaya efektif dalam menyelesaikan suatu masalah.

2.1.3.3 Desirability

Desirability yaitu keinginan seseorang dalam menggunakan suatu produk. *Desirability* pada suatu produk biasanya menyangkut hal-hal yang subjektif pada target desain (h. 36). Untuk menghadirkan *desirability* pada produk, diperlukan adanya pengetahuan secara khusus mengenai selera target desain sehingga produk yang dihasilkan dapat menarik untuk digunakan.

2.1.3.4 Brand Perception

Brand Perception merupakan citra yang muncul pada suatu produk berkat *user experience* yang telah dibuat. Pengguna akan mengenal baik dan buruknya citra suatu produk dari *user experience*

yang disediakan oleh produk tersebut (h. 37). Untuk membangun citra produk yang baik, *user experience* yang disediakan ketika target desain menggunakan produk tersebut harus menyenangkan dan memuaskan, tergantung bagaimana cara target pengguna menggunakan dan berinteraksi dengan produk tersebut.

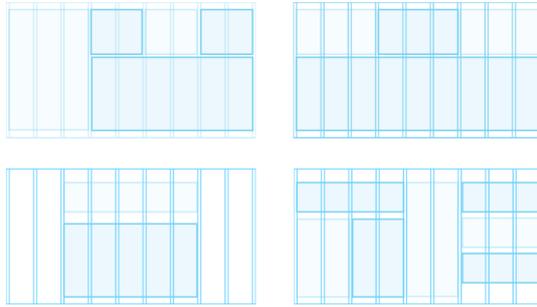
2.1.4 User Interface (UI)

User interface, atau antarmuka pengguna, merupakan tampilan yang dimunculkan pada pengguna ketika menggunakan suatu produk digital, misalnya seperti aplikasi dan *website*. Tugas *user interface* yaitu menghubungkan pengguna dengan fungsi suatu produk digital, sehingga pengguna dapat dengan mudah menggunakan produk digital tersebut (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 16). Oleh karena itu, perancangan *user interface* perlu memperhatikan kemungkinan interaksi yang diperlukan dan diinginkan oleh pengguna melalui desain yang efektif dan relevan.

Dalam mengusahakan pembuatan suatu *user interface* yang efektif, diperlukan pemahaman terkait dengan elemen-elemen yang terkandung di dalamnya. *User interface* terdiri atas serangkaian desain yang saling bekerja dan mengisi antara satu dengan yang lainnya. Menurut Malewicz & Malewicz (2021), *user interface* paduan teks, bentuk, grafis, dan gambar yang terdiri atas *grid*, *layout*, *typography*, *color*, *animation*, dan *microinteraction* (h. 16). Dalam *user interface*, dapat dijelaskan juga unsur-unsur lain seperti *gradient*, *icon*, *imagery*, dan *illustration*.

2.1.4.1 Grid dan Layout

Grid merupakan garis-garis horizontal dan vertikal yang membentuk struktur dalam membuat *layout* dan hierarki desain dalam *user interface*. Adanya hierarki desain membuat pengguna memahami suatu sistem antarmuka dan dapat berujung pada efektivitas penggunaan produk. Supaya perancangan *user interface* efisien dan hasilnya tampil konsisten, penentuan *grid* dan *layout* perlu dilakukan pertama kali (h. 56).

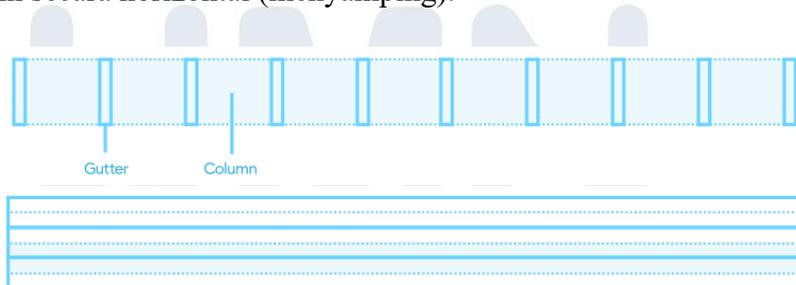


Gambar 2. 14 Contoh penggunaan *grid*
 Sumber: Malewicz & Malewicz (2021, h. 58)

Jenis-jenis *grid* dapat dibedakan berdasarkan teknisnya. Adapun pembagian *grid* dapat didasarkan pada orientasi garis pada *grid*, tetap tidaknya ukuran *grid*, dan *base value* (nilai dasar) pada *grid*. Berdasarkan Malewicz & Malewicz (2021), kriteria *grid* tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

A. Orientasi *Grid*

Grid dapat dibedakan berdasarkan orientasinya, yaitu secara vertikal dan horizontal. *Grid* yang berorientasi vertikal terdiri atas garis-garis horizontal. Fungsi dari jenis *grid* ini yaitu untuk menentukan *layout* desain secara horizontal (menyamping).

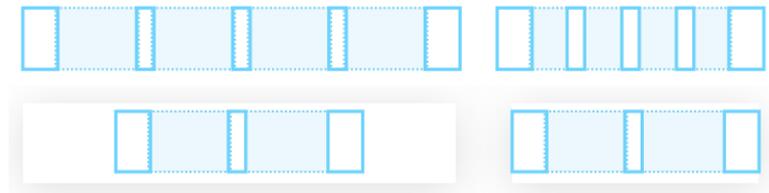


Gambar 2. 15 *Horizontal grid* dan *vertical grid*
 Sumber: Malewicz & Malewicz (2021, h. 59)

Jenis lainnya yaitu *grid* yang berorientasi vertikal. *Grid* jenis ini terdiri atas garis-garis horizontal (menyamping). Susunan garis menyamping berfungsi sebagai pembantu dalam melakukan *layout* yang susunannya dari atas ke bawah (h. 59). Hal ini akan berguna dalam perancangan *user interface* berbasis layar yang berorientasi *portrait*.

B. Fleksibilitas Grid

Ukuran *grid* dapat didesain secara tetap atau bisa berubah. Pada kondisi tertentu, *grid* dituntut bisa berubah ukuran untuk menyesuaikan layar yang menampilkan konten. Besar kecilnya kolom yang dibentuk oleh *grid* ditentukan dengan ukuran layar. Kolom bisa melebar apabila ukuran layar yang menampilkan konten besar, sementara konten dapat mengecil ditampilkan pada layar yang lebih kecil. Jenis *grid* ini disebut sebagai *fluid grid*.

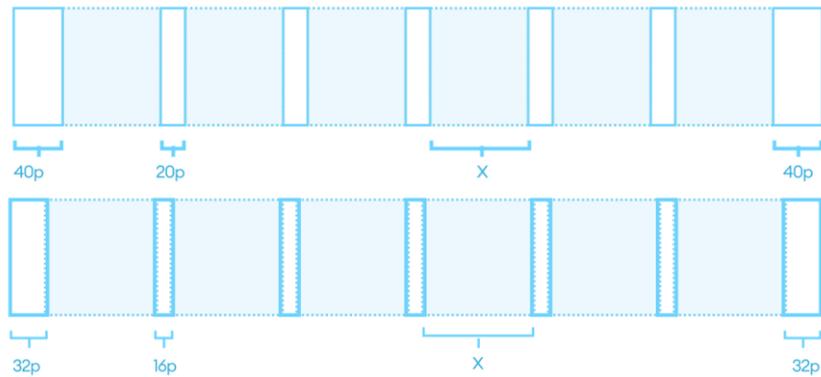


Gambar 2. 16 *Fluid grid* dan *fixed grid*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2021, h. 60)

Jenis *grid* lain yaitu *fixed grid*. Jenis *grid* ini membatasi ukuran *grid* sehingga lebar kolom konten tidak akan berubah ketika layar diperbesar atau diperkecil. Dibandingkan dengan *fluid grid*, *fixed grid* memiliki kelebihan supaya *readability* pada konten tetap terbaca (h. 60).

C. Base Value Grid

Base value berfungsi untuk menentukan angka terkecil pada unit *grid*. Secara umum, terdapat 2 jenis *grid* berdasarkan *base value*-nya, yaitu 10 point *grid* dan 8 point *grid*. Kedua jenis *base value* pada *grid* tersebut memiliki keunggulannya tersendiri.



Gambar 2. 17 Contoh penggunaan *base value* 10 dan 8 point pada *grid*
 Sumber: Malewicz & Malewicz (2021, h. 62-64)

Grid yang menggunakan *base value* 10 point memudahkan pengguna dalam melakukan proses *layout* karena perhitungan yang sederhana. Oleh karena itu, *grid* dengan *base value* 10 point cocok digunakan untuk desainer pemula (h. 61). Sementara itu, *grid* dengan *base value* 8 point memiliki keunggulan penggunaan yang lebih fleksibel. Kelipatan 8 point pada jenis ini cocok dengan kebanyakan ukuran layar pada perangkat keras (h. 63).

Selain jenis-jenis *grid*, perancangan *layout* juga menggunakan beberapa teknik lain yang dapat digunakan. Pada beberapa skenario, dalam satu set *user interface* dapat memakai beberapa tipe *grid*. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan kompleks yang tidak bisa dilakukan ketika *user interface* hanya menggunakan satu ukuran *grid* (Malewicz & Malewicz, 2021, 66).

2.1.4.2 *Typography*

Typography merupakan unsur desain yang mengatur mengenai tampilan teks dalam desain. Dalam *user interface*, *typography* tetap dibutuhkan untuk membantu desain teks yang perlu ada. *Typography* pada desain diperhatikan agar sesuai dengan gaya, pesan, dan kebutuhan yang diperlukan dalam suatu *user interface* (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 140).



Gambar 2. 18 Struktur *font*
 Sumber: Malewicz & Malewicz (2021, h. 142)

Berdasarkan pendapat Malewicz & Malewicz (2021), ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan jenis *typeface* dan *font* dalam proses perancangan *user interface*. Beberapa hal tersebut antara lain keterbacaan *typeface*, adanya variasi bobot pada *typeface*, kesederhanaan bentuk pada *typeface*, serta ketersediaan karakter spesial pada *typeface*. (h. 141). Untuk memahami karakteristik pada *typeface*, diperlukan pengetahuan mengenai struktur *font*. Berikut ini penjelasan terkait dengan struktur yang dapat dibahas dalam sebuah *font* menurut Malewicz & Malewicz (2021).

A. Baseline

Baseline merupakan dataran yang menjadi dasar *font*. *Baseline* digunakan untuk meratakan teks sehingga dapat sejajar antara huruf satu dengan huruf lainnya. Dalam konteks *user interface*, *baseline* dapat dijadikan panduan dalam menyusun dan menyelaraskan teks dengan elemen grafis lainnya (h. 142).

B. Cap Height

Cap height merupakan tinggi pada huruf kapital.

C. X-Height

X-height merupakan tinggi pada bagian huruf *lowercase*.

D. Ascender

Ascender adalah selisih ketinggian antara *cap height* dengan *x-height*.

E. Descender

Descender merupakan elemen pada *font* yang berada di bawah *baseline* dan *x-height*.

F. Kerning

Kerning merupakan bagian kosong yang terletak di antara huruf pada teks. Ukuran *kerning* menentukan jarak antara satu huruf dengan huruf yang lainnya. Untuk mendapatkan ukuran *kerning* yang tingkat keterbacaannya paling optimal, disarankan untuk menggunakan ukuran *kerning* bawaan *typeface* atau mengikuti pengaturan *user interface* secara umum (h. 143).

G. Leading

Leading merupakan jarak vertikal antar teks. Dalam konteks *user interface*, biasanya nilai *leading* pada tampilan layar perangkat *mobile* lebih kecil dibandingkan dengan nilai *leading* pada tampilan desktop. Hal ini disarankan untuk meningkatkan keterbacaan pada teks di perangkat *mobile* (h. 144).

2.1.4.3 Color

Warna pada *user interface* memiliki fungsi penting untuk memberikan kesan kepada pengguna. Warna berperan penting untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan melalui suatu *user interface*. Malewicz & Malewicz (2021, h. 95) juga berpendapat bahwa warna memiliki pengaruh yang besar terkait kesukaan calon pembeli terhadap suatu produk.

Oleh karena itu, pemilihan warna dalam desain perlu disesuaikan dengan *target audience*. Untuk memastikan warna yang akan digunakan sesuai dengan maksud dan tujuan desain, pemilihan warna dapat dikaji dengan psikologi warna. Melalui psikologi warna, beberapa warna berikut dapat diuraikan sifat dan kecenderungannya.

A. Putih

Warna putih mengesankan suatu hal yang bersih dan simpel. Warna putih juga diasosiasikan dengan sifat steril dan *clarity* karena merupakan warna paling terang. Putih juga sering digunakan sebagai *background* karena minimalis (Malewicz & Malewicz, 2021, 108).

B. Hitam dan Abu-abu

Warna hitam dan abu-abu dapat menyampaikan pesan berupa sesuatu yang formal atau serius. Hitam dan abu-abu juga menampilkan sifat minimalis, sehingga dapat berpadu dengan pesan serius dan menghasilkan kesan profesional dan elegan. Dalam proses desain, penggunaan warna hitam pekat perlu diperhatikan karena dalam keseharian manusia tidak pernah ada. Warna abu-abu gelap dapat digunakan untuk menggantikan warna hitam pekat (Malewicz & Malewicz, 2021, 107).

C. Ungu

Warna ungu secara umum jarang ditemui secara alami di dunia nyata, maupun di dalam konten digital. Beberapa asosiasi sifat terkait dengan warna ungu yaitu kemewahan, kekayaan, kualitas tinggi, serta kebijaksanaan. Oleh karena itu, warna ungu cocok untuk digunakan pada desain yang terkait dengan barang mewah dan perbankan. Meskipun demikian, penggunaan warna ungu sebagai warna tunggal pada desain perlu diperhatikan, karena warna ungu kurang cocok kalau digunakan secara berlebihan (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 106).

D. Merah Muda

Warna merah muda biasa dihubungkan dengan hal-hal feminin. Feminin yang dimaksud dapat mewakili sifat kelembutan, romantis, kepolosan, keibuan, atau masa muda. Oleh karena itu, warna merah muda dapat digunakan pada desain yang berkaitan dengan produk kecantikan, fesyen, atau hal-hal mengenai ibu dan anak (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 105).

E. Oranye

Warna oranye memiliki sifat optimis dan penuh energi. Warna oranye bisa mewakili pesan berupa aktivitas, kreativitas, dan masa muda. Meskipun demikian, warna oranye dapat memberikan kesan murah. Oleh karena itu, warna oranye dapat digunakan untuk memberikan kesan terjangkau. Oranye juga dapat menjadi pilihan warna pada komponen desain terkait dengan *call-to-action* (CTA). Hal ini karena warna oranye relatif tidak mewakili unsur bahaya, serta lebih tidak agresif dibanding warna lainnya (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 104).

F. Kuning

Warna kuning terasosiasi dengan emas, matahari, dan kehangatan, sehingga mampu menciptakan stimulasi rasa positif seperti ceria. Namun warna kuning biasanya juga digunakan dalam peringatan. Warna kuning juga memiliki kecenderungan mencolok sehingga dapat membuat mata cepat lelah (Malewicz & Malewicz, 2021, 103).

G. Merah

Warna merah dapat diasosiasikan dengan pesan seperti energi, cinta, dan kekuatan. Warna merah juga mampu merangsang adrenalin pada manusia, sehingga cocok digunakan untuk digunakan dalam peringatan tanda bahaya. Oleh karena itu, meskipun mencolok, warna merah sebaiknya jangan digunakan dalam komponen *call-to-action* (CTA). Hal ini dikarenakan pesan yang ingin disampaikan dapat berpotensi saling timpang (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 102).

H. Hijau

Warna hijau dapat diasosiasikan dengan pesan seperti alami, kesehatan, dan santai. Selain itu, pesan yang mampu diwakili oleh warna hijau yaitu mengenai kedamaian, pertumbuhan, serta keamanan. Warna hijau dapat digunakan dalam produk perbankan, kesehatan, dan hal-hal yang alami (Malewicz & Malewicz, 2021, 101).

I. Biru

Warna biru dapat membawa pesan seperti ketenangan dan santai. Di sisi yang lain, warna biru juga diasosiasikan dengan kepercayaan, profesionalisme, pengalaman, serta sifat bijak. Warna biru juga disukai secara umum oleh pria dan wanita. Hal ini membuat warna biru banyak digunakan pada berbagai desain, sehingga membuat desain berwarna biru kurang mencolok dan rawan disamakan dengan desain berwarna biru yang lain (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 100).

Dalam perancangan desain, penggunaan satu warna dapat dikombinasikan dengan warna lain melalui palet warna. Palet warna memberikan kesempatan untuk menciptakan desain yang tidak membosankan. Berdasarkan hubungan antar warna, palet warna dapat digolongkan menjadi beberapa jenis kelompok seperti berikut.

A. Palet Warna Monokromatik

Palet warna monokromatik merupakan palet warna yang hanya menggunakan variasi tingkat cerah-gelap dari satu warna saja. Kombinasi warna dihasilkan dengan mengubah *value* pada warna yang sudah dipilih. Contoh palet warna monokromatik misalnya seperti palet warna yang terdiri atas warna biru, mulai dari tingkat kepekatan warna yang paling terang hingga yang paling gelap.

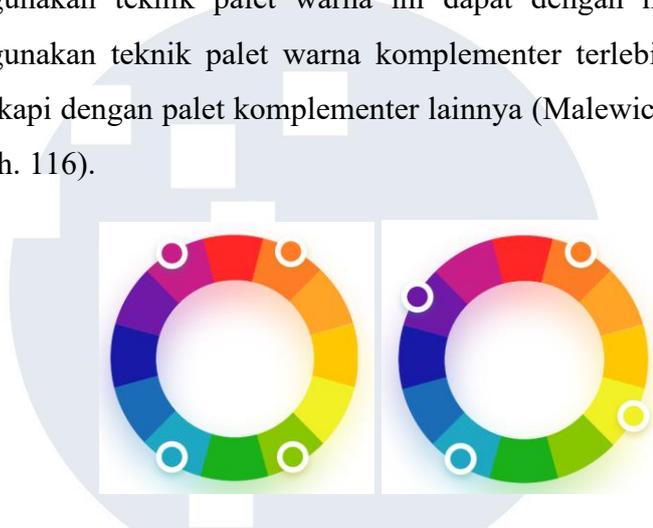


Gambar 2. 19 Contoh warna monokromatik
Sumber: Malewicz & Malewicz (2021, h. 111)

Palet warna jenis ini lebih aman digunakan, karena kesinambungan warna yang muncul minim risiko tidak cocok. Meskipun demikian, palet warna jenis ini dapat memberikan kesan membosankan pada desain. Hal ini terjadi karena tidak ada perpaduan warna lain dalam palet warna (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 111).

B. Palet Warna *Rectangular* dan *Square*

Palet warna *rectangular* merupakan skema pengambilan beberapa warna dengan pola persegi panjang pada *color wheel*. Dari empat warna yang dapat digunakan, disarankan untuk memilih satu warna utama dan sisanya sebagai warna aksen. Pemilihan warna dengan menggunakan teknik palet warna ini dapat dengan memilih warna menggunakan teknik palet warna komplementer terlebih dahulu, lalu dilengkapi dengan palet komplementer lainnya (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 116).

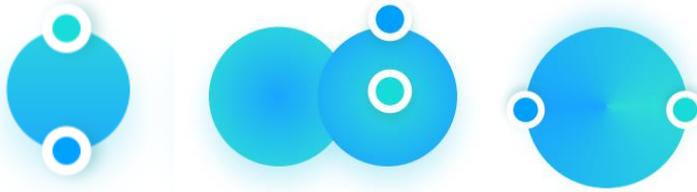


Gambar 2. 20 Palet warna *rectangular* dan *square*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2021, h. 116-117)

Palet warna *square* merupakan variasi dari palet warna *rectangular*. Pola pengambilan warna pada teknik palet warna ini yang terbentuk pada *color wheel* yaitu persegi. Salah satu warna yang didapatkan melalui palet warna ini dapat dijadikan sebagai warna utama, sedangkan sisanya dapat dijadikan sebagai warna sampingan (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 117). Warna yang dapat dihasilkan pada palet warna ini dapat lebih bervariasi dibandingkan teknik palet warna lainnya.

2.1.4.4 *Gradient*

Gradient, dalam konteks desain, merupakan skema perubahan warna pada suatu objek dari satu sisi ke sisi lain secara teratur. Menurut Malewicz & Malewicz (2021), *gradient* digunakan dalam desain *user interface* untuk menghadirkan kesan natural. Munculnya kesan natural tersebut diakibatkan karena objek di dunia nyata memiliki bayangan yang merupakan salah satu bentuk *gradient* (h. 127).



Gambar 2. 21 *Gradient* linear, radial, dan sudut
Sumber: Malewicz & Malewicz (2021, h. 131 – 133)

Gradient berdasarkan Malewicz & Malewicz (2021) memiliki beberapa jenis, yaitu:

1. *gradient* linear, yaitu *gradient* yang membentuk transisi warna secara lurus (h. 131);
2. *gradient* radial, yaitu *gradient* yang membentuk transisi warna dengan distribusi melingkar (h. 132); dan
3. *gradient* sudut, yaitu *gradient* yang membentuk transisi warna berdasarkan sudut lingkaran (h.133).

2.1.4.5 Animation

Animasi merupakan bentuk perubahan visual pada unsur grafis. Dalam konteks *user interface*, animasi dimaksudkan sebagai perubahan visual pada unsur-unsur dan objek yang merupakan bagian dalam *user interface*. Adapun perubahan yang diharapkan pada dengan animasi yaitu seperti ukuran, posisi, bentuk, atau rotasi (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 300).

Fungsi animasi dalam *user interface* yaitu untuk keperluan navigasi, sebagai dekorasi penunjang *delight* pengguna, atau memaksimalkan penyampaian informasi berupa konteks dan status pada suatu perintah yang tengah dijalankan oleh sistem (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 300). Beberapa contoh penggunaan animasi pada *user interface* misalnya untuk menunjukkan progres suatu perintah melalui *progress* bar dan animasi saat pengguna melakukan navigasi.

Beberapa prinsip animasi pada *user interface* menurut Malewicz & Malewicz (2021) adalah sebagai berikut.

A. Transitions

Transisi merupakan proses perubahan yang terjadi pada suatu objek desain dalam kurun waktu tertentu. Umumnya, transisi yang terjadi terdiri atas tiga cara, yaitu perubahan posisi, ukuran, atau rotasi. Pada aplikasi desain *user interface*, proses perancangan transisi cukup memperhatikan posisi awal dan akhir pada objek transisi. Kemudian perubahan tersebut ditentukan durasinya sehingga menjadi sebuah animasi (h. 301).

B. Easing

Easing merupakan teknik memodifikasi durasi transisi pada suatu objek. Fitur *easing* memungkinkan suatu transisi berlangsung secara tidak linear, memberikan kesempatan pada transisi agar terlihat lebih natural. Beberapa jenis *easing* yang dapat dipilih dalam proses perancangan transisi yaitu *ease-in* dan *ease-out*. *Ease-in* berarti proses transisi berlangsung lebih lambat di awal dan lebih cepat di akhir, sementara *ease-out* berarti proses transisi berlangsung lebih cepat di awal dan lebih lambat di akhir. Penggunaan *ease-in* dan *ease-out* dapat digabung dalam satu transisi (h. 302).

C. Bounce

Gerakan memantul dalam sebuah transisi animasi membuat efek “*rubber-bending*” pada suatu *user interface*. Gerakan ini dapat meningkatkan tingkat *user-friendly* pada suatu *user interface*. Dalam menerapkan gerakan ini, suatu objek akan diposisikan melebihi nilai akhir yang seharusnya sesaat sebelum transisi pada objek tersebut benar-benar berhenti (h. 304).

2.1.4.6 *Microinteraction*

Microinteraction merupakan salah satu bagian dari *user interface*, serta merupakan produk konkret yang memanfaatkan fungsi animasi dalam pelaksanaannya. *Microinteraction* digunakan untuk memberikan informasi kepada pengguna terkait dengan status pada suatu fungsi di dalam *user interface*. Pada pelaksanaannya, *microinteraction* juga memberikan tampilan timbal balik atas perubahan yang dilakukan oleh pengguna dalam suatu *user interface*.

Microinteraction yang umum ada di suatu *user interface* biasanya terkait dengan nilai suatu fungsi, antara 0 atau 1. Contoh sederhana terkait dengan hal ini yaitu *microinteraction* yang mengatur tentang nyala matinya suatu fitur pada *user interface* (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 307). *Microinteraction* dapat dimanfaatkan dalam membuat tampilan fitur yang efektif dan mudah dimengerti oleh para target pengguna.

Microinteraction perlu dirancang dengan mengikuti aturan-aturan yang dimaksudkan untuk membatasi fungsi. Pembatasan fungsi *microinteraction* berguna untuk menghindari risiko pengguna merasa frustrasi ketika berinteraksi dengan *user interface*. Menurut Saffer (2013, h. 53 – 54), beberapa aturan tersebut mengatur mengenai:

1. respons *microinteraction* seperti apa ketika diberikan interaksi oleh pengguna;
2. fungsi *user interface* apa yang ditampilkan kepada pengguna sebagai *microinteraction*;
3. alur penggunaan pada *microinteraction* seperti apa;
4. data apa yang menjadi acuan dari suatu status pada *microinteraction*;
5. aturan dan parameter pada algoritma *microinteraction* seperti apa;

6. perilaku timbal balik *microinteraction* seperti apa dan kapan yang akan dimunculkan kepada pengguna ketika data tersedia;
7. mode *microinteraction* apa yang akan berinteraksi dengan pengguna;
8. bagaimana dan berapa banyak *microinteraction* harus bertindak ketika mewakili fungsi yang berulang; serta
9. apa yang akan terjadi ketika suatu *microinteraction* telah menyelesaikan fungsinya.

2.1.4.7 Icon

Ikon merupakan salah satu elemen pada desain *user interface* berupa piktogram yang menyimbolkan fungsi atau status tertentu. Biasanya, bentuk piktogram ikon didasarkan pada rupa barang-barang yang umum ditemui sehari-hari (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 168). Hal ini dibuat untuk memudahkan *audience* dalam mengartikan makna yang diwakili oleh ikon.



Gambar 2. 22 Contoh *icon* dan fungsinya
 Sumber: Malewicz & Malewicz (2021, h. 170)

Pada *user interface*, fungsi ikon yaitu untuk menyederhanakan maksud suatu fungsi tertentu. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, ikon perlu untuk dapat menyampaikan makna fungsi tersebut dengan baik kepada pengguna. Meskipun demikian, makna ikon bisa saja disalah artikan walaupun telah menyerupai rupa benda yang paling umum sekalipun. Oleh karena itu, implementasi ikon dapat disertai dengan deskripsi berupa label bila perlu (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 168).

2.1.4.8 Buttons

Tombol merupakan elemen user interface yang memiliki sifat interaktif dengan menghasilkan status sesuai fungsinya. Tombol akan mengubah suatu status pada suatu sistem, sehingga perlu memiliki penanda terkait status apa yang akan dihasilkan dengan mengoperasikan tombol tersebut. Hal itu membuat tombol pada *user interface* perlu dilengkapi oleh deskripsi yang melekat pada tombol tersebut agar pengguna mengerti tujuan untuk mengoperasikan suatu tombol. Untuk dapat memenuhi fungsi tersebut, tombol perlu didesain sedemikian rupa supaya tampil lebih menonjol dibandingkan elemen desain yang lain (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 179). Dengan tampil menonjol, keberadaan tombol dapat dengan mudah ditemukan oleh pengguna.

2.1.4.9 Imagery

Imagery merupakan salah satu elemen pada desain *user interface* berupa suatu rupa objek maupun subjek yang ditampilkan melalui citra gambar atau ilustrasi. *Imagery* digunakan sebagai sebuah ikon representasi dari sebuah subjek pembahasan (Coates & Ellison, 2014, h. 222). *Imagery* dapat dimanfaatkan untuk membantu penyampaian pesan sehingga optimal dan tidak bertumpu pada teks.

Imagery pada *user interface* dapat berasal dari berbagai sumber. Umumnya, *imagery* dapat terdiri atas ilustrasi dan fotografi, yang dapat dibuat dan dipilih sesuai konteks dan maksud yang diinginkan. Menurut Coates & Ellison (2014), pemilihan *imagery* untuk penggunaan pada *website* dapat ditentukan melalui tiga aspek berikut:

1. apakah gambar tersebut relevan (h. 223);
2. apakah gambar tersebut menarik (h. 224); dan
3. apakah gambar tersebut memiliki daya tarik (h. 225).

2.1.4.10 Illustration

Ilustrasi dapat digunakan sebagai salah satu *imagery* pada *user interface* untuk menyampaikan suatu emosi dan berpotensi membuat desain keseluruhan terkesan ramah (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 324). Gaya ilustrasi yang dipilih perlu menyesuaikan dengan gaya visual *user interface* secara keseluruhan, dan penerapannya harus konsisten. Bentuk penyesuaian tersebut dapat meliputi warna, penggunaan garis tepi, dan kelengkungan bentuk (Malewicz & Malewicz, 2021, h. 326).



Gambar 2. 23 Contoh ilustrasi *flat design*
Sumber: Dewanto & Mulyadi (2021)

Pada praktiknya, ilustrasi memiliki berbagai jenis yang dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan. Salah satu jenis ilustrasi yang memungkinkan untuk diciptakan yaitu *flat design*, yang dapat diciptakan dengan metode grafis vektor. Gaya ilustrasi *flat design* dapat dipilih untuk dapat menyampaikan pesan secara cepat berkat penggunaan visual yang minimalis dan warna yang kontras dan cerah (Anindita & Riyanti dalam Dewanto & Mulyadi, 2021). Sementara itu, teknik vektor dapat mendukung penciptaan ilustrasi dengan gaya *flat design*, karena menggunakan perhitungan matematis untuk menghasilkan garis, lengkung, dan arah dalam suatu ilustrasi. Dengan demikian, gambar yang dihasilkan dapat selalu tajam dengan ukuran dokumen yang relatif kecil (Griffey, 2020, h. 95).

2.2 Bimbingan Menonton

Dalam menonton, anak dapat memperoleh berbagai informasi yang ditampilkan melalui suatu tayangan. Konten tayangan pada tayangan tersebut dapat mengandung hal-hal yang belum dipahami oleh anak. Pada skenario ini, peran orang tua diharapkan mampu membimbing anak dalam memperoleh informasi dalam suatu tayangan.

2.2.1 Tujuan Bimbingan Menonton

Bimbingan orang tua ketika menonton dilakukan untuk menghindari pengaruh buruk tayangan pada anak. Anak-anak relatif meniru sesuatu yang dilihatnya dan menganggapnya sebagai hal yang normal (Oktaviani & Dewi, 2025). Padahal, tidak semua tayangan yang ditonton oleh anak selalu bermuatan positif. Oleh karena itu, orang tua diperlukan untuk memilah konten bersama dengan anak selama menonton.

Di sisi lain, aktivitas menonton dapat memberikan manfaat apabila dilakukan secara benar. Menurut Pratiwi et al. (2023), manfaat menonton pada anak yaitu sebagai media pembelajaran bahasa, media untuk pembangunan karakter, dan sebagai media pengenalan multikultural. Selain itu, memberikan bimbingan kepada anak selama menonton dapat memberikan signifikansi perkembangan pengetahuan sesuai dengan konteks tayangan. Bimbingan orang tua selama menonton juga mampu meningkatkan sosialisasi dengan anak. Dengan paduan tayangan yang baik dan mendidik, anak dapat mengembangkan regulasi mandiri berupa mempelajari dan meniru karakter baik tokoh utama pada tayangan (Garey 2024).

2.2.2 Cara Melakukan Bimbingan Menonton

Untuk mempersiapkan anak dalam menonton, orang tua dapat melakukan beberapa hal supaya anak dapat terhindar dari dampak buruk menonton. Dreiske (2020) menyusun tahapan langkah yang dapat dilakukan oleh orang tua dalam melakukan pembimbingan anak dalam menonton. Tahapan-tahapan tersebut yaitu sebagai berikut.

2.2.2.1 Perencanaan Menonton

Orang tua disarankan untuk menyiapkan aktivitas menonton bersama dengan anak selama 15 menit dan dilakukan dua kali seminggu.

2.2.2.2 Persiapan Menonton

Sebelum menonton, anak perlu disiapkan supaya memiliki antusiasme sebelum menonton. Orang tua dapat meyakinkan anak bahwa aktivitas menonton bersama merupakan hal yang menyenangkan.

2.2.2.3 Menonton

Selama menonton, orang tua dapat mengajak anak berdiskusi terkait dengan tayangan. Beberapa pertanyaan misalnya seperti alur cerita yang akan muncul, atau perasaan anak selama menonton.

2.2.2.4 Setelah Menonton

Setelah menyaksikan keseluruhan tayangan, orang tua dan anak perlu berinteraksi lebih lanjut terkait tayangan yang sudah disaksikan. Pada momen ini orang tua dapat menjelaskan lebih lanjut terkait hal pada tayangan yang mungkin dilewatkan oleh anak.

2.3 Penelitian yang Relevan

Dalam melakukan perancangan tugas akhir, diperlukan adanya peninjauan kembali terhadap karya penelitian serupa. Peninjauan dilakukan untuk mengetahui data yang telah diperoleh sebelumnya terkait dengan topik yang berkaitan. Untuk mendapatkan data terkait dengan membimbing anak menonton oleh orang tua, penulis melakukan analisis pada beberapa penelitian berikut.

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Edukasi Mengenai Tayangan Anak dan Pentingnya Pendampingan Anak dalam Menonton melalui Seminar dan Konten	Netty Herawaty, Suci Lukitowati, Lina Sunyata, Dea Varanida, Laras Putri Olifiani	Laporan penyelenggaraan seminar mengenai edukasi mendampingi anak dalam menonton,	Melakukan seminar dengan konteks konten media sosial paling relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
	Audio Visual Berbasis Media Sosial		serta fakta bahwa mayoritas orang tua hanya mendampingi anak menonton secara pasif.	
2	The Impact of Co-Viewing on Attachment Between Parents and Children	Winda Gunarti, Raden Sri Martini Meilanie, Happy Karlina Marjo	Anak memiliki perkembangan karakter menjadi lebih terbuka setelah didampingi aktivitas menontonnya	Melakukan penelitian efek pendampingan menonton pada <i>platform</i> Youtube
3	Pendampingan Orang Tua Terhadap Perkembangan Anak dalam Menonton Tayangan Televisi Guna Menumbuhkembangkan Minat Baca	Bakhtiyar	Menonton tayangan televisi pada anak dapat memiliki dampak positif dan juga dampak negatif sehingga anak perlu didampingi ketika menonton	Meneliti hubungan pendampingan menonton pada anak dengan ketertarikan anak dalam membaca

Berdasarkan penelitian yang sudah dianalisis, diketahui beberapa informasi yang dapat diterapkan. Adapun informasi yang didapatkan antara lain bahwa target desain masih menganggap sepele aktivitas membimbing anak menonton dengan tidak memperhatikan dan memahami tayangan yang ditonton oleh anak. Padahal, pendampingan dalam menonton dapat memberikan efek positif pada perkembangan karakter anak. Selain itu, penyampaian informasi mengenai cara pendampingan anak menonton dapat di salurkan melalui kanal-kanal baru yang sudah banyak digunakan oleh target desain, yaitu media sosial. Data-data tersebut

menekankan bahwa informasi cara membimbing anak menonton masih penting dan dapat disampaikan melalui media-media baru yang lebih relevan dengan zaman.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA