

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain grafis adalah bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada audiens (Landa, 2014). David A. Lauer dan Stephen Pentak (2012) menjelaskan bahwa desain merupakan suatu sistem yang terorganisir dan dirancang untuk menyampaikan pesan melalui media visual. Desain berhubungan erat dengan berbagai cabang seni, seperti seni lukis, gambar, patung, fotografi, serta media visual lainnya yang mengandalkan prinsip-prinsip dasar dalam visualisasi (h.4).

Desain berperan dalam menyelesaikan berbagai permasalahan komunikasi visual, baik dalam konteks organisasi nirlaba maupun perusahaan komersial yang ingin memasarkan produk terbaru mereka (Landa, 2014, h.1–2). Desain dirancang secara sistematis dan visual, maka ia akan mampu menyampaikan informasi secara efektif kepada berbagai jenis klien, dari organisasi sosial hingga entitas bisnis komersial. Solusi desain grafis dapat berfungsi untuk meyakinkan, menginformasikan, mengidentifikasi, memotivasi, meningkatkan, serta mengorganisir pesan suatu *brand*.

2.1.1 Elemen Desain

Menurut Robin Landa (2014), desain terdiri dari berbagai elemen visual yang bertujuan untuk memudahkan penyampaian pesan atau informasi. Elemen-elemen ini mencakup garis, bentuk, hubungan antara figur dan latar, warna, serta tekstur (h.19–21). Elemen dan prinsip desain yang diterapkan secara tepat, maka penyampaian informasi visual akan menjadi lebih efektif dan mudah dipahami oleh audiens. Menurut Landa (2010, h.19), elemen desain terbagi menjadi empat aspek utama yang digunakan untuk mengkomunikasikan konsep desain, yaitu:

2.1.2 Warna

Warna adalah salah satu elemen utama dalam desain yang berfungsi sebagai daya tarik visual. Dalam *UI/UX website*, warna membantu menarik perhatian pengguna. Sistem lingkaran warna yang ditemukan oleh Isaac Newton (1704) digunakan untuk menghubungkan berbagai kategori warna. Lingkaran warna dibagi menjadi tiga model utama: *complementary*, *analogue*, dan *triadic*.

Warna juga terdiri dari tiga komponen utama: *hue*, *value*, dan *saturation*. *Hue* merupakan nama warna, seperti merah, hijau, biru, dan oranye. *Value* adalah banyaknya suatu tingkatan yang menentukan terang atau gelapnya suatu warna. *Saturation* adalah Intensitas atau kekuatan warna, yang menentukan apakah warna terlihat cerah atau kusam.

Landa (2019) menekankan bahwa pemahaman teori warna sangat penting bagi desainer agar mampu menciptakan palet warna yang khas serta memanfaatkan warna sebagai alat komunikasi visual dalam karya desain. Warna memiliki roda pigmen yang sering digunakan oleh para desainer yaitu sebagai berikut:

1. Skema Warna

Diagram warna disusun berdasarkan perpaduan harmonis dari rona warna yang jenuh (*saturated*) dalam warna dasar. Skema warna ini membantu desainer memilih kombinasi warna yang serasi, kontras, atau ekspresif, tergantung pada tujuan visual yang ingin dicapai, sehingga dapat menciptakan suasana atau nuansa tertentu yang sesuai dengan konsep desain yang diinginkan.



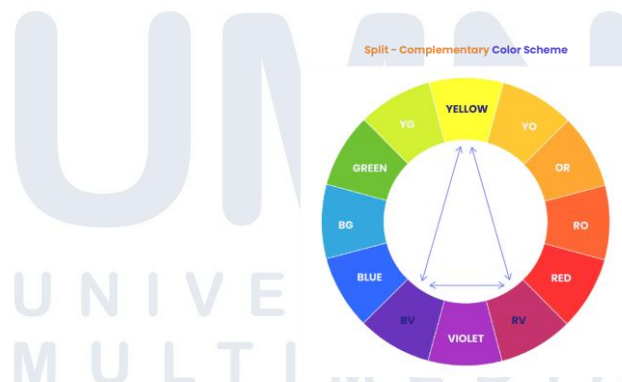
Gambar 2.1 Color Wheel

Sumber: <https://www.doss.co.id/news/definisi-jenis-dan-contoh-skema-warna-pada-imu-design>

Terdapat beberapa jenis skema warna, di antaranya skema monokromatik yang menggunakan satu rona warna dengan variasi tingkat kecerahan dan saturasi, skema analogous yang menggunakan warna-warna yang berdekatan dalam roda warna untuk kesan lembut dan harmonis, skema komplemen yang memadukan warna-warna yang berlawanan untuk menciptakan kontras yang dinamis, serta skema triadik dan tetradik yang memanfaatkan tiga atau empat warna berbeda dengan jarak tertentu dalam roda warna untuk menciptakan harmoni visual yang seimbang.

a. Warna *Split Complimentary*

Skema warna *split complementary* merupakan salah satu pendekatan dalam teori warna yang memadukan tiga warna, di mana satu warna utama dipasangkan dengan dua warna lain yang terletak di sebelah kiri dan kanan dari warna komplementernya di roda warna. Meskipun tidak menggunakan pasangan warna komplementer secara langsung, skema ini tetap menghasilkan kontras yang cukup kuat.



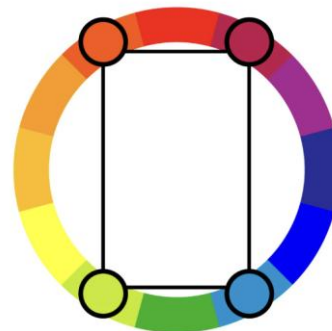
Gambar 2.2 *Color Pallete Split Complimentary*
Sumber: <https://thewhitelabelagency.com/split-complementary-colors/>

Jika dibandingkan dengan skema komplementer langsung, *split complementary* cenderung lebih mudah dikendalikan karena tidak terlalu mencolok atau bertabrakan secara visual. Kombinasi ini memungkinkan terciptanya

tampilan yang tetap dinamis dan menarik, namun tetap terasa seimbang dan harmonis, sehingga cocok digunakan dalam desain *user interface* yang membutuhkan keseimbangan antara daya tarik visual dan kenyamanan bagi mata pengguna.

b. Warna *Tetradic*

Skema warna *tetradic*, atau sering juga disebut skema ganda komplementer, adalah kombinasi warna yang melibatkan empat warna yang memiliki jarak sama dalam roda warna, membentuk susunan seperti persegi atau persegi panjang. Skema ini terdiri dari dua pasang warna komplementer, sehingga menghasilkan tingkat kontras yang tinggi sekaligus menciptakan harmoni visual yang kompleks.



Gambar 2.3 Color Pallete Tetradic
Sumber: <https://www.colorexplained.com/tetradic-colors/>

Karena menghadirkan lebih banyak variasi warna, skema *tetradic* mampu memberikan tampilan yang kaya, ekspresif, dan berani. Namun, tantangan dari skema ini adalah menjaga keseimbangan antarwarna agar tidak saling bersaing atau membuat tampilan terasa terlalu ramai. Oleh karena itu, penggunaan warna dominan dan aksen harus direncanakan dengan hati-hati agar keseluruhan desain tetap terasa kohesif dan nyaman dipandang, terutama dalam

konteks desain *user interface* yang mengutamakan keterbacaan dan kenyamanan pengguna.

2.2 Website

Berdasarkan penelitian Rahmi et al. (2023, h.822), *website* adalah kumpulan halaman yang menyajikan informasi dan dapat diakses melalui jaringan internet. Kemudahan aksesnya memungkinkan *website* dapat dibuka melalui berbagai perangkat, asalkan perangkat tersebut terhubung dengan internet. Sidik (2019, h.22) mengemukakan bahwa elemen-elemen visual memegang peranan penting dalam meningkatkan kualitas pengalaman pengguna saat mengakses suatu situs *web*. Visual yang menarik dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap profesionalitas dan kredibilitas sebuah situs.

Simarmata (2010) menjelaskan bahwa *website* merupakan sebuah sistem informasi yang memungkinkan terjadinya interaksi antara pengguna dengan berbagai konten atau informasi yang disediakan di dalamnya. Gregorius (2000) menyatakan bahwa *website* adalah sekumpulan halaman yang saling terhubung, dimulai dari *homepage* sebagai halaman utama, dengan halaman-halaman lain (*child page*) di bawahnya yang terhubung melalui *hyperlink*. Semakin tinggi tingkat interaktivitas antara pengguna dan konten dalam *website*, maka semakin besar pula efektivitas *website* sebagai media informasi. Dapat disimpulkan bahwa *website* adalah kumpulan halaman informasi yang telah didesain sedemikian rupa untuk dapat diakses oleh masyarakat umum kapan saja dan di mana saja melalui jaringan internet.

2.2.1 Jenis Website

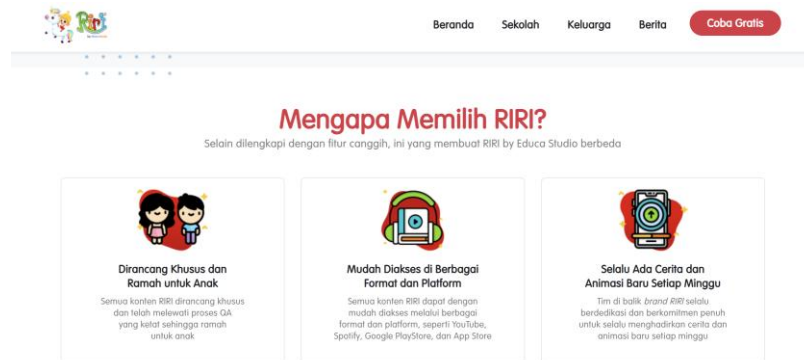
Dalam klasifikasi pengelompokan *website*, dikenal adanya dua pendekatan utama berdasarkan karakteristiknya, yaitu berdasarkan tampilan (*display/interface*) dan sifat atau cara kerja (fungsi/teknologi). Jenis *website* seperti *desktop*, *mobile*, dan *responsive website* termasuk ke dalam kategori berdasarkan tampilan. *Website desktop* dioptimalkan untuk layar besar seperti komputer atau *laptop*, sedangkan *mobile website* didesain khusus agar mudah diakses melalui perangkat bergerak seperti *smartphone* dan *tablet*. Alasan utama dibuatnya *platform* terpisah untuk *mobile* dan *laptop* adalah karena

perbedaan ukuran layar antara kedua perangkat tersebut, sehingga konten dan tampilan *website* disesuaikan agar sesuai dengan ukuran layar masing-masing perangkat (Diwan, 2024, h.28). Meskipun demikian, *mobile* dan *desktop website* tetap memiliki fungsi dan tujuan yang sama, dimana mereka memberikan suatu halaman yang mencakup berbagai informasi serta konten yang ditujukan kepada pengguna (Al-Ababneh, 2024, h.3). Selain itu, terdapat juga konsep *responsive website*, yakni *website* yang mampu menyesuaikan tampilannya secara otomatis tergantung pada ukuran layar pengguna.

Ippho Santoso dalam Rahmadi (2013), *website* dapat dikategorikan menjadi dua kelompok utama, yaitu kelompok kanan dan kelompok kiri atau lebih dikenal sebagai *website* dinamis dan *website* statis. *Website* statis tidak memperbarui kontennya secara otomatis berdasarkan interaksi pengguna, konten hanya berubah jika *webmaster* melakukan pembaruan secara manual. Sedangkan *website* dinamis mampu menyesuaikan konten dan tampilannya secara otomatis sesuai dengan interaksi pengguna, input yang diberikan, atau perubahan kondisi di lingkungan komputer seperti identitas pengguna, waktu, dan *update* pada basis data (Sfetcu, 2014, h.67).

2.2.2 Website Edutainment

Menurut Baraka (2023), *website* memiliki peran penting sebagai media penyampai informasi sekaligus sarana hiburan. Situs berita, *blog*, perusahaan, maupun organisasi berfungsi sebagai media informasi, sementara situs yang memuat *game*, *video*, dan musik lebih menekankan unsur hiburan. Di sisi lain, konsep *edutainment* merupakan gabungan dari *education* dan *entertainment*, hal ini merujuk pada bentuk hiburan yang mengandung unsur pendidikan (Setiawan, 2010).



Gambar 2.4 Website Edutainment
Sumber: <http://www.riri.id/about-us>

Pendekatan *edutainment* diyakini dapat menciptakan suasana belajar yang menyenangkan, membuat peserta didik merasa nyaman, aman, dan terbebas dari tekanan psikologis seperti kecemasan atau ketakutan (Santoso, 2018). Suyadi (2010) menekankan bahwa *edutainment* menjembatani proses belajar dan mengajar dengan cara menciptakan pengalaman belajar yang positif. Prinsip-prinsipnya antara lain:

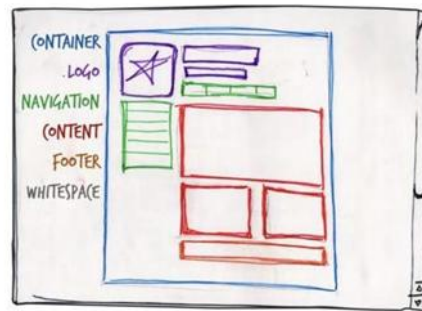
1. Suasana belajar yang menyenangkan mempercepat pemahaman
2. Sinergi antara nalar dan emosi dapat mendorong peningkatan prestasi
3. Penggunaan metode yang sesuai dengan gaya belajar individu akan mengoptimalkan hasil belajar

Website yang dirancang dengan pendekatan *edutainment* memiliki potensi besar untuk menjadi media pembelajaran alternatif yang efektif, terutama bagi anak-anak. Jika *website* menggabungkan fungsi informatif dan hiburan secara seimbang, maka ia tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu meningkatkan motivasi dan hasil belajar secara signifikan.

2.2.3 Anatomi Website

Menurut Beaird (2020), proses desain *website* mencakup aspek seni, sains, dan pemecahan masalah. Dalam proses ini, perancangan komposisi dan tata letak halaman *web* dilakukan untuk memastikan bahwa fungsinya tetap terfokus pada tujuan utama, yaitu menyampaikan informasi secara efektif dan

efisien. Estetika elemen desain turut berperan dalam mendukung pencapaian tujuan tersebut.



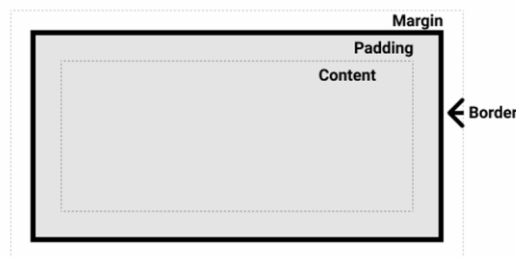
Gambar 2.5 Anatomy of website

Sumber: *The Principle of Beautiful Web Design* (Beaird, 2020)

Website terdiri dari berbagai elemen yang bekerja bersama untuk menciptakan pengalaman pengguna yang efektif. Beaird et al. (2020, h.11) mengungkapkan bahwa meskipun terdapat banyak metode untuk mengatur konten, hanya beberapa susunan yang benar-benar bermakna. Sebuah *website* memerlukan elemen-elemen yang disesuaikan dengan ukuran serta tema situs tersebut. Menurut Beaird et al. (2020, h.12) sebagian besar *website* umumnya terdiri dari elemen-elemen berikut:

2.2.3.1 Containing Block

Setiap *website* membutuhkan bagian akhir atau penutup, yang sering disebut sebagai *footer*, sebagai elemen penting dalam menyusun keseluruhan konten dan tata letaknya secara terstruktur. *Footer* berfungsi tidak hanya sebagai penanda berakhirnya halaman, tetapi juga sebagai wadah untuk menampung elemen-elemen pelengkap seperti tautan navigasi tambahan, informasi kontak, hak cipta, atau media sosial.



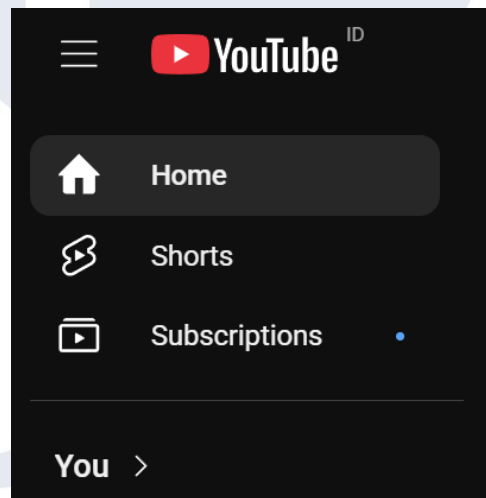
Gambar 2.6 Containing Block

Sumber: <https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/CSS/C...>

Tanpa keberadaan elemen ini, desain *website* akan kehilangan struktur visual yang jelas, sehingga memungkinkan elemen-elemen lain keluar dari batas yang seharusnya dan mengganggu keseimbangan tata letak. Oleh karena itu, *footer* berperan penting dalam menjaga keteraturan visual dan memberikan penutup yang rapi serta profesional pada tampilan keseluruhan *website*.

2.2.3.2 Logo

Logo biasanya ditempatkan di bagian atas halaman *website*, umumnya di sudut kiri atas, dan berfungsi sebagai identitas visual utama yang merepresentasikan *brand* atau entitas pemilik situs. Keberadaan logo memberikan penanda yang konsisten kepada pengguna bahwa halaman yang sedang mereka akses merupakan bagian dari situs tertentu, sehingga memperkuat pengenalan merek dan membangun kredibilitas.



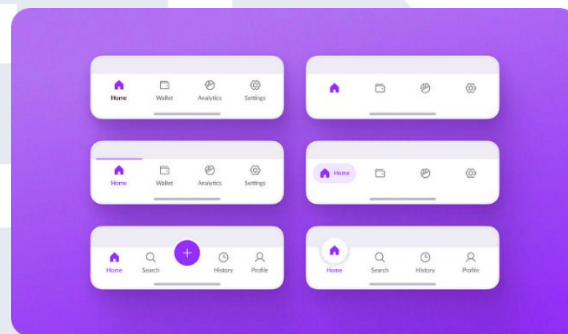
Gambar 2.7 Peletakan Logo YouTube pada *Website*

Sumber: <https://www.youtube.com/>

Selain sebagai elemen estetika, logo juga sering kali dilengkapi dengan fungsi navigasi, misalnya dengan mengarah kembali ke halaman utama saat diklik, yang memudahkan pengguna dalam berpindah antar halaman. Dengan demikian, logo berperan ganda dalam desain *website* yaitu sebagai simbol identitas visual dan sebagai bagian dari sistem navigasi yang memperjelas struktur serta keterpautan antar halaman di dalam situs tersebut.

2.2.3.3 Navigasi

Sistem navigasi merupakan elemen fundamental dalam sebuah *website* yang berperan penting untuk membantu pengguna menjelajahi berbagai konten dan fitur dengan mudah, cepat, serta efisien. Navigasi yang dirancang dengan baik memungkinkan pengguna memahami struktur informasi secara keseluruhan tanpa merasa kebingungan atau tersesat dalam menjelajah halaman.

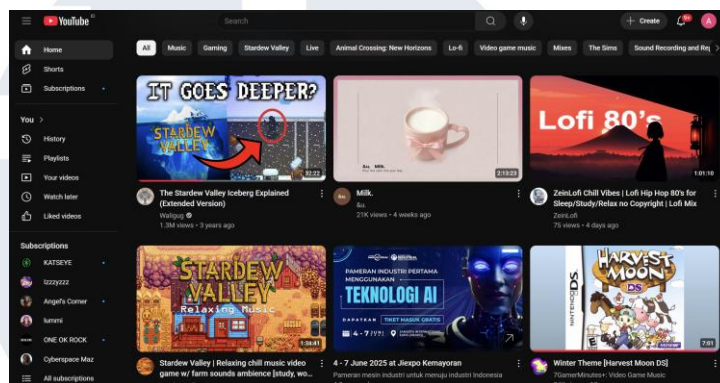


Gambar 2.8 *Website Navigation*
Sumber: <https://medium.com/@uxpeak.com/...>

Bentuk navigasi dapat bervariasi, mulai dari *menu* vertikal yang terletak di sisi halaman, hingga menu horizontal yang biasanya tersebar di bagian atas halaman. Selain itu, sistem navigasi juga dapat mencakup elemen-elemen tambahan seperti *breadcrumb*, *dropdown menu*, ikon, atau tombol pencarian yang semuanya berfungsi untuk meningkatkan kemudahan akses dan pengalaman pengguna. Desain navigasi yang konsisten dan intuitif akan sangat berpengaruh terhadap efektivitas dan kenyamanan dalam mengakses informasi di dalam *website*.

2.2.3.4 Konten

Konten *website* dapat berupa teks, gambar, maupun video yang disusun secara relevan dan menarik sesuai dengan minat serta kebutuhan pengguna. Untuk memaksimalkan pengalaman pengguna dalam mengakses informasi, desain *website* perlu dirancang sedemikian rupa sehingga memusatkan perhatian pada konten utama sebagai titik fokus yang paling menonjol.

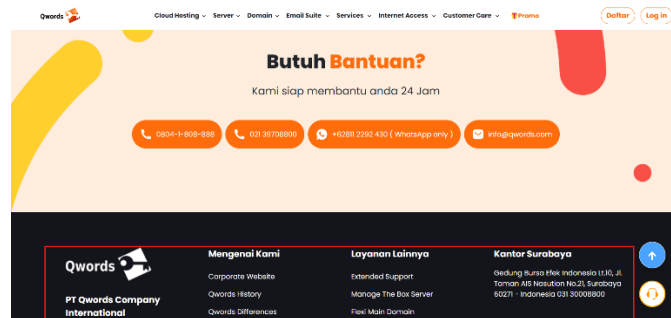


Gambar 2.9 Konten Website
Sumber: <https://www.youtube.com/>

Hal ini dapat dicapai melalui penataan *layout* yang intuitif, penggunaan elemen visual yang mendukung, serta pengurangan gangguan visual yang tidak perlu, sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan dan memahami informasi yang mereka cari tanpa kebingungan atau hambatan navigasi.

2.2.3.5 Footer

Footer merupakan elemen yang terletak di bagian paling bawah halaman *website* dan biasanya memuat berbagai informasi penting seperti *detail* kontak, pernyataan hak cipta, kebijakan privasi, serta ketentuan hukum lainnya. Selain berfungsi sebagai pelengkap informasi, *footer* juga berperan sebagai penanda visual bahwa pengguna telah mencapai bagian akhir dari suatu halaman.



Gambar 2.10 Footer

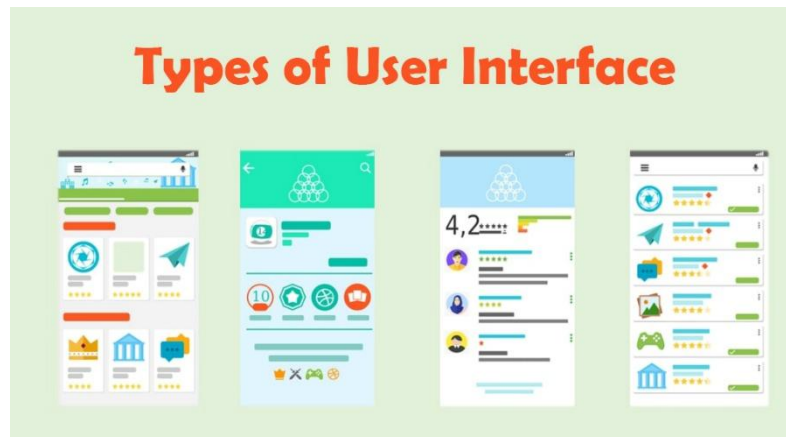
Sumber: <https://www.qwords.com/blog/header-dan-footer-pada-website/>

Dalam konteks desain antarmuka, keberadaan footer membantu menciptakan batas yang jelas antara konten utama dengan akhir halaman, sehingga memberikan struktur yang rapi dan memudahkan pengguna dalam menavigasi maupun memahami keseluruhan isi *website*.

2.2.4 User Interface

Menurut Malewicz (2020, h.14), *user interface* adalah tampilan visual interaktif digital dari sebuah *website* yang memungkinkan pengguna berinteraksi langsung. *User interface* (UI) merujuk pada tata letak layar dan desain visual dari program perangkat lunak yang memberikan akses dan kontrol informasi kepada pengguna (Mulligan, 2021, h.13). Umumnya, ini berbentuk *graphical user interface* (GUI) yang berfungsi sebagai jembatan antara manusia dan perangkat seperti komputer, ponsel, situs web, atau televisi.

Perancangan *UI* mencakup dua elemen utama: bagaimana pengguna berinteraksi dengan sistem, dan bagaimana tampilan visualnya disajikan. Desain antarmuka yang ideal harus mampu menyeimbangkan antara fungsi teknis dan elemen estetika, seperti model mental pengguna, agar sistem tidak hanya fungsional tetapi juga mudah digunakan dan dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan pengguna yang terus berkembang.



Gambar 2.11 User Interface

Sumber: <https://itrelease.com/2022/01/What-are-types-of-user-interface/>

Gingerich (2021, h.87) menyebutkan bahwa perancangan antarmuka diperlukan dalam berbagai proyek yang melibatkan sistem komputer, kendaraan, dan pesawat komersial. Meskipun terdapat kesamaan dalam elemen interaksi manusia pada proyek-proyek tersebut, masing-masing tetap memerlukan keahlian dan pengetahuan khusus.

Antarmuka pengguna yang dirancang dengan baik memungkinkan pengguna menyelesaikan tugas tanpa gangguan yang tidak perlu. Penggunaan tipografi serta elemen desain grafis dapat meningkatkan pengalaman pengguna dengan memengaruhi cara mereka menyelesaikan tugas tertentu sekaligus menambah daya tarik visual. Estetika desain yang tepat dapat mendukung atau justru menghambat efektivitas pengguna dalam memanfaatkan fitur antarmuka yang tersedia.

2.2.4.1 Prinsip Gestalt User Interface

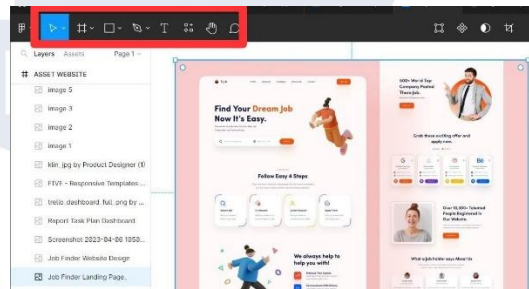
Pettersson (2017, hlm. 428) menjelaskan bahwa Gestalt, yang berarti "keseluruhan bentuk" dalam bahasa Jerman, merupakan teori yang membantu desainer mengarahkan perhatian, mengelompokkan elemen, dan menyusun urutan penyajian konten agar lebih mudah dipahami.

Penerapan prinsip *Gestalt* dalam desain visual dapat meningkatkan pemahaman dan fokus pengguna terhadap konten yang disajikan. Menurut Gingerich (2021, h.217), terdapat empat prinsip utama

dalam teori *Gestalt* yang digunakan dalam desain antarmuka pengguna (UI), yaitu:

1. Proximity

Ketika objek-objek dalam suatu tampilan diletakkan secara berdekatan, pengguna secara alami akan menganggap bahwa objek-objek tersebut saling berhubungan atau memiliki fungsi yang berkaitan. Prinsip ini, yang dikenal sebagai prinsip kedekatan (*proximity*) dalam desain antarmuka, menjadi pedoman penting bagi desainer dalam mengelompokkan elemen-elemen visual maupun kontrol secara logis dan intuitif. Dengan memanfaatkan prinsip ini, desainer dapat menciptakan struktur yang lebih mudah dipahami, memperjelas hubungan antar elemen, serta meningkatkan efisiensi interaksi pengguna.



Gambar 2.12 Proximity

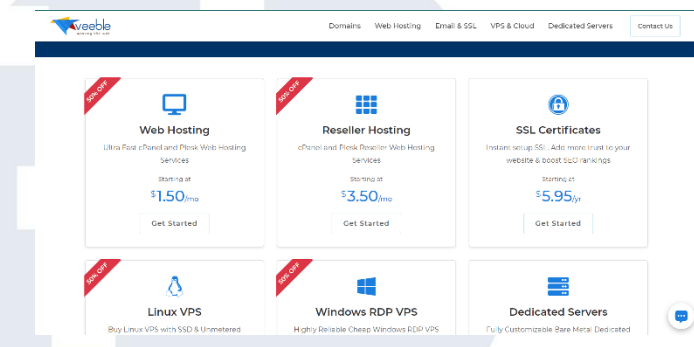
Sumber: <https://buildwithangga.com/tips/mengenal-apa-itu-hukum-proximity-dalam-desain-ui>

Sebaliknya, objek yang diletakkan berjauhan atau memiliki jarak visual yang signifikan akan dipersepsikan sebagai elemen yang tidak terkait atau memiliki fungsi yang berbeda. Oleh karena itu, pengaturan jarak antar elemen menjadi aspek krusial dalam menciptakan antarmuka yang terorganisir dan mudah dinavigasi. (h.218)

2. Similarity

Objek-objek yang memiliki kesamaan dalam bentuk, ukuran, warna, atau gaya visual lainnya umumnya akan dipersepsikan oleh pengguna sebagai bagian dari satu kelompok atau kategori yang

sama. Prinsip kesamaan ini dimanfaatkan dalam desain antarmuka untuk menunjukkan hubungan atau fungsi yang sepadan antar elemen. Untuk menampilkan beberapa *item* sebagai pilihan yang setara seperti tombol navigasi, opsi jawaban, atau *menu* pilihan. Penggunaan gaya visual yang konsisten sangatlah penting agar pengguna dapat mengenali pola dan memahami fungsinya dengan cepat.



Gambar 2.13 Similarity

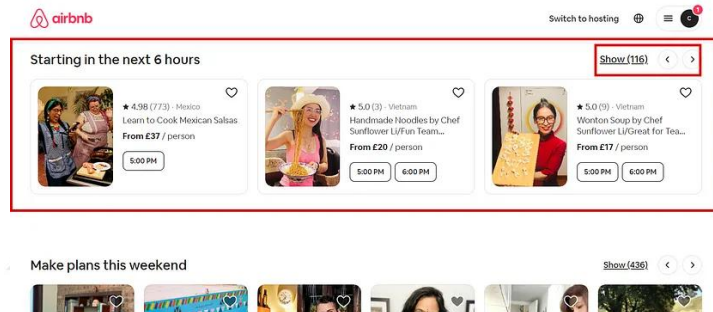
Sumber: <https://clay.global/blog/gestalt-design-principles>

Selain itu, jika elemen-elemen serupa tersebut perlu dibaca secara berurutan, maka penyusunan dalam baris atau kolom yang rapi, sejajar, dan terstruktur akan membantu meningkatkan keterbacaan dan efisiensi interaksi. Contoh penerapan prinsip ini dapat ditemukan pada elemen seperti daftar *menu*, tabel informasi, atau formulir isian, di mana keselarasan visual dan konsistensi desain memegang peranan penting dalam memperjelas struktur dan memudahkan penggunaan. (h.218)

3. Continuity

Prinsip *continuity* atau kesinambungan menyatakan bahwa elemen-elemen desain yang tersusun secara berkelanjutan atau mengikuti garis, kurva, atau arah tertentu akan membentuk persepsi visual yang menyiratkan adanya gerakan atau alur yang mengarah (Landa, 2013). Dalam konteks desain visual, prinsip ini dimanfaatkan untuk menciptakan jalur panduan yang secara alami

membimbing mata pengguna mengikuti urutan atau arah tertentu dalam tampilan.



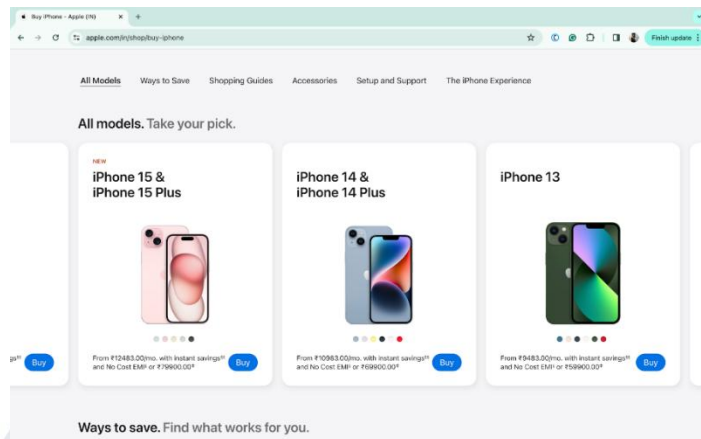
Gambar 2.14 Continuity

Sumber: <https://miro.medium.com/v2/resize:fit:828/format...>

Dengan menerapkan *continuity* secara efektif, desainer dapat mengarahkan perhatian pengguna secara lebih terstruktur terhadap hierarki informasi, memperkuat narasi visual, serta menciptakan pengalaman interaksi yang lebih intuitif dan menyenangkan. Contoh penerapannya dapat ditemukan dalam *layout* yang mengalir dari satu elemen ke elemen berikutnya, seperti dalam desain infografis, alur formulir, atau navigasi bertahap yang mengarahkan pengguna secara logis dari satu langkah ke langkah berikutnya.

4. Closure

Otak manusia memiliki kecenderungan alami untuk melengkapi bentuk-bentuk yang tidak sempurna atau tidak utuh, seperti garis-garis terputus pada sebuah persegi panjang, dan tetap memaknainya sebagai satu kesatuan bentuk yang utuh. Proses persepsi ini dikenal sebagai prinsip *closure* (penutupan), yang memungkinkan pengguna memahami keseluruhan meskipun hanya sebagian elemen yang secara visual ditampilkan.



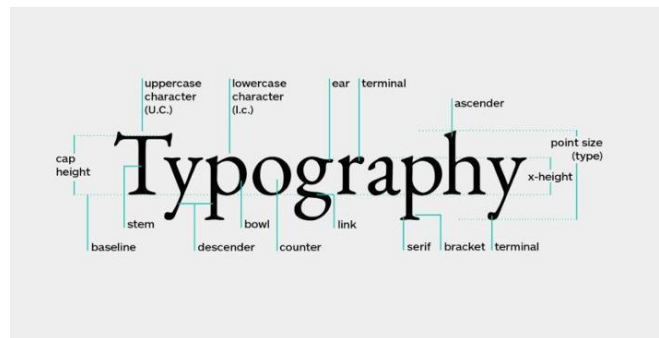
Gambar 2.15 Closure

Sumber: <https://cdn.prod.website-files.com/63d9fc8cbe1160c2ab59759d/...>

Prinsip ini sering kali bekerja secara bersamaan dengan prinsip *continuity* (kesinambungan), yang mendorong mata untuk mengikuti alur atau garis yang tampak mengarah atau berkelanjutan. Ketika elemen-elemen dalam desain disejajarkan dengan presisi baik secara nyata melalui garis dan bentuk, maupun secara implisit melalui ruang kosong (*white space*). Pengguna akan secara intuitif mengikuti arah atau pola tersebut untuk memahami hubungan antar elemen. Kombinasi antara *closure* dan *continuity* ini menciptakan keselarasan visual yang kuat dan membantu memperjelas struktur informasi, meningkatkan keterbacaan, serta memperkuat pengalaman pengguna dalam menjelajahi antarmuka visual. (h.220)

2.2.4.2 Tipografi

Tipografi adalah elemen utama dalam desain *website* yang berfungsi sebagai media penyampaian informasi. Oliver Reichenstein (2006) menyatakan bahwa 95% dari desain *web* bergantung pada teks atau tipografi. Menurut Adi Kusrianto (2010), tipografi adalah ilmu pengaturan huruf dalam publikasi visual, baik cetak maupun digital. Tipografi bertujuan memastikan teks mudah dibaca (*readable*) dan mudah dikenali (*legible*).



Gambar 2.16 Elemen Tipografi

Sumber: <https://idseducation.com/wp-content/uploads/2021/10/9.-Mengenal-Tipografi-840x430.jpeg> (2021)

Dua jenis *font* utama yang umum digunakan dalam desain adalah: *serif* yaitu memiliki detail kecil pada ujung huruf, sering digunakan dalam teks cetak. Sedangkan *sans-serif* tidak memiliki detail tambahan, memberikan tampilan lebih modern dan bersih, sering digunakan dalam desain digital.

2.2.4.3 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan elemen visual yang lazim digunakan dalam berbagai media, seperti buku dan aplikasi, untuk menyampaikan informasi, memperjelas konsep, dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Dalam konteks pendidikan, ilustrasi berperan penting dalam mendukung proses belajar dengan memperkuat pemahaman, daya ingat, serta menciptakan pengalaman visual yang menarik (Houghton & WilLows, 1987). McCloud (1993), melalui *Understanding Comics: The Invisible Art*, menjelaskan bahwa ilustrasi dalam bentuk komik dan narasi visual memiliki kekuatan khusus dalam menyampaikan ide dan emosi secara langsung. Ilustrasi tidak hanya menjadi pelengkap teks, tetapi juga bisa berdiri sendiri sebagai alat naratif yang menyampaikan makna secara utuh (Hunt & Ray, 1996).

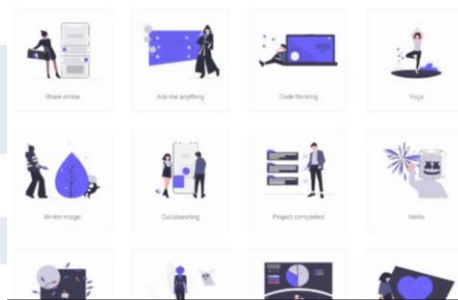
Pada media digital, ilustrasi memegang peranan yang semakin signifikan, terutama dalam meningkatkan daya tarik dan keterbacaan untuk pembaca muda. Ilustrasi interaktif dalam *e-book*, misalnya, memungkinkan pengguna mendapatkan pengalaman yang

responsif terhadap interaksi mereka (Cavanaugh, 2006). Selain itu, ilustrasi dalam materi ajar seperti buku teks seringkali digunakan untuk memvisualisasikan informasi kompleks melalui diagram, infografis, atau peta konsep, sehingga lebih mudah dipahami (Houghton & WilLows, 1987).

Menurut *The Digital Reader* (Cavanaugh, 2006) dan *The Continuum Encyclopedia of Children's Literature* (Cullinan & Person, 2005), ilustrasi dalam media digital dapat dibagi menjadi beberapa jenis:

1. Ilustrasi Statis

Ilustrasi statis merujuk pada gambar yang tidak bergerak, biasanya digunakan dalam buku digital, aplikasi, atau situs web untuk memperkuat isi teks dan memberikan konteks visual.



Gambar 2.17 Ilustrasi Statis

Sumber: <https://www.jetorbit.com/blog/17-sumber-gambar-ilustrasi-gratis-untuk-website/>

Jenis ilustrasi ini umum ditemukan dalam *e-book* karena dapat mempercantik tampilan sekaligus membantu keterbacaan. Karena bersifat tetap dan tidak memerlukan interaksi, ilustrasi statis memberikan informasi yang langsung dan terstruktur.

2. Ilustrasi Interaktif

Ilustrasi interaktif adalah elemen visual yang dirancang agar pengguna dapat berinteraksi langsung dengannya, baik melalui klik, sentuhan, gerakan, maupun input lainnya. Elemen ini dapat berupa animasi yang merespons tindakan pengguna, tombol yang dapat ditekan, atau objek yang dapat digerakkan dan diubah. Ilustrasi interaktif banyak digunakan dalam aplikasi edukatif, permainan (*game*), maupun *website* pembelajaran karena kemampuannya

dalam menarik perhatian, mendorong partisipasi aktif, dan meningkatkan retensi informasi.



Gambar 2.18 Ilustrasi Interaktif

Sumber: <https://animasistudio.com/mengenal-video-interaktif-yang-efektif-untuk-pembelajaran/>

Ilustrasi interaktif adalah elemen visual yang dirancang agar pengguna dapat berinteraksi langsung dengannya, baik melalui klik, sentuhan, gerakan, maupun *input* lainnya. Elemen ini dapat berupa animasi yang merespons tindakan pengguna, tombol yang dapat ditekan, atau objek yang dapat digerakkan dan diubah. Ilustrasi interaktif banyak digunakan dalam aplikasi edukatif, *game*, maupun *website* pembelajaran karena kemampuannya dalam menarik perhatian, mendorong partisipasi aktif, dan meningkatkan retensi informasi.

3. Ilustrasi Naratif

Ilustrasi naratif digunakan untuk menyampaikan cerita atau pesan melalui rangkaian visual yang saling terhubung dan membentuk urutan peristiwa, seperti yang umum ditemukan dalam komik, novel grafis, *storyboard*, maupun media interaktif lainnya. Ilustrasi jenis ini menitikberatkan pada kontinuitas visual antar panel atau adegan, sehingga memungkinkan pembaca mengikuti perkembangan alur cerita secara bertahap dan runtut.



Gambar 2.19 Ilustrasi Naratif

Sumber: <https://itch.io/blog/773422/visual-novels-an-analysis>

McCloud (1993) menekankan bahwa ilustrasi naratif memiliki kekuatan istimewa dalam mengkomunikasikan alur, atmosfer, dan emosi melalui ekspresi visual, gestur, komposisi, serta transisi antar gambar. Dengan mengandalkan elemen visual seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh, latar, dan simbol, ilustrasi naratif mampu membangun kedekatan emosional antara pengguna dan cerita yang disampaikan. Oleh karena itu, pendekatan ini sangat efektif dalam menyampaikan pesan kompleks atau bermuatan nilai secara lebih mendalam dan menyentuh, terutama pada media yang ditujukan untuk edukasi, kampanye sosial, atau pengalaman imersif berbasis cerita.

2.2.4.4 Desain Karakter

Menurut *Fundamentals of Character Design* karya Bishop (2020), desain karakter merupakan elemen esensial yang mendasari kekuatan naratif dalam berbagai media (h.8). Setiap karakter memiliki fungsi untuk menghidupkan dan mendorong jalannya cerita. Tanpa kehadiran desain karakter yang tepat, sebuah cerita bisa terasa hambar dan kehilangan daya tarik. Untuk menghasilkan desain karakter yang kuat dan bermakna, terdapat beberapa prinsip penting yang perlu diperhatikan:

1. Penelitian Karakter Berdasarkan Cerita

Setiap karakter harus dirancang secara unik agar dapat dikenali dengan mudah. Identitas visual mereka harus mencerminkan kepribadian serta peran yang dimainkan dalam

cerita. Oleh karena itu, proses desain perlu diawali dengan riset mendalam dan referensi yang kredibel. Merancang tanpa landasan riset cenderung menghasilkan karakter yang generik dan kurang bermakna (h.36).

2. Penggunaan Bahasa Bentuk dalam Desain

Seorang desainer perlu memahami makna dari bentuk-bentuk dasar seperti lingkaran, persegi, dan segitiga. Masing-masing bentuk membawa nuansa emosional dan psikologis yang dapat memperkuat kepribadian karakter. Bahasa bentuk ini membantu desainer menentukan arah visual karakter agar lebih khas dan ekspresif (h.54).

3. Pentingnya Postur dan Gerakan

Desain karakter tidak hanya bergantung pada bentuk visual semata, tetapi juga bagaimana karakter “bergerak”. Konsep *Line of Action* membantu desainer dalam menciptakan postur dan gestur yang dinamis. Garis imajiner ini menunjukkan arah gerak tubuh karakter dan memandu posisi anggota tubuh seperti kaki dan tangan untuk menonjolkan ekspresi dan narasi secara visual (h.108).

4. Ekspresi Wajah yang Tepat

Meski sebagian seniman dapat menggambar secara intuitif, penggunaan garis konstruksi sangat membantu dalam memastikan proporsi wajah yang akurat. Panduan ini penting untuk menempatkan elemen-elemen seperti mata, hidung, mulut, dan rambut agar konsisten serta ekspresif sesuai dengan karakter yang diinginkan (h.154).

2.2.4.5 Ikon

Iconography adalah sistem komunikasi visual yang memanfaatkan ikon sederhana untuk membentuk identitas produk dan memandu pengguna dalam lingkungan digital. Ikon yang digunakan secara konsisten membantu pengguna memahami informasi secara cepat dan intuitif, sehingga mereka dapat menyelesaikan tugas lebih efisien

(Interaction Design Foundation, 2024). Marcus (2003) menyatakan bahwa ikon idealnya merupakan simbol yang sudah umum dikenal atau menyerupai objek nyata, agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti secara universal. Dengan demikian, ikon tersebut harus mampu menjembatani berbagai latar belakang budaya dan bahasa, sehingga komunikasi menjadi lebih efektif.



Gambar 2.20 Ikon

Sumber: <https://www.exabytes.co.id/blog/apa-itu-Layout-website/>

Ikon sendiri merupakan elemen visual yang merepresentasikan fungsi tanpa memerlukan teks pendamping. Umumnya, ikon dirancang dalam bentuk simbol atau ilustrasi minimalis. Menurut Tidwell et al. (2020), ikon yang efektif adalah yang memiliki gaya visual yang konsisten dan harmonis dengan keseluruhan tema desain antarmuka. Dengan ikon, informasi dapat diakses lebih cepat dan efisien (Yan, 2011).

Dalam konteks *website*, ikon biasanya terbagi menjadi dua kategori utama: ikon logo dan ikon navigasi internal. Ikon logo berfungsi sebagai identitas visual yang khas dan mudah dikenali, sementara ikon navigasi mendukung interaksi pengguna dengan menunjukkan fungsi spesifik, seperti ikon berbentuk roda gigi yang secara umum dipahami sebagai pengaturan.

2.2.4.6 Layout

Menurut Beaird (2020), desain *website* melibatkan seni, sains, dan *problem-solving*. Proses ini mencakup pengaturan komposisi dan *layout* agar *website* dapat berfungsi secara optimal dalam menyampaikan informasi secara efektif dan efisien, dengan dukungan estetika dari elemen desain. Gavin Ambrose & Paul Harris (2005) menggambarkan *layout*

sebagai penataan elemen-elemen desain yang saling terkait dalam satu bidang sehingga tercipta komposisi visual terpadu. Pada dasarnya, tata letak atau *layout* merupakan cara mengelola bentuk dan ruang secara terpadu.



Gambar 2.21 Layout

Sumber: <https://www.exabytes.co.id/blog/apa-itu-Layout-website/>

Dalam buku *Layout, Dasar & Penerapannya*, Suriyanto Rustan (2011) mendefinisikan *layout* sebagai penempatan elemen desain pada suatu media untuk mendukung konsep atau pesan yang ingin disampaikan. Ia menekankan bahwa *formula* tata letak yang baik berpijak pada lima prinsip utama:

1. **Sequence (urutan)**

Mengarahkan alur pandangan pembaca melalui hierarki visual yang jelas. Pada konteks penulisan Latin, arah baca umumnya kiri-kanan dan atas-bawah, sehingga desain diatur mengikuti kecenderungan ini, dibantu elemen penekanan yang memandu mata.

2. **Emphasis (penekanan)**

Menonjolkan elemen tertentu lewat ukuran lebih besar, warna kontras, posisi strategis, atau gaya yang berbeda, agar segera menarik perhatian.

3. **Balance (keseimbangan)**

Mengatur “berat” visual antara ruang isi dan ruang kosong; dapat bersifat simetris (terkesan formal dan stabil) atau asimetris (dinamis dan penuh gerak).

4. Unity (kesatuan)

Menyatukan seluruh elemen fisik dengan pesan non-fisik sehingga karya terasa utuh, baik secara estetis maupun komunikatif.

5. Consistency (konsistensi)

Menjaga keseragaman tampilan sebagai kendali estetika, sangat penting terutama untuk terbitan berkala agar semua materi tetap selaras satu sama lain.

BPMPP UMA (2023) menegaskan bahwa memahami tata letak sangat penting dalam proses desain, karena *layout* mendukung pengaturan visual antara teks dan gambar sehingga desain lebih komunikatif dan pesan dapat tersampaikan secara efektif. Dalam konteks perancangan *website*, *layout* berperan penting dalam menjaga keseimbangan antar elemen visual.

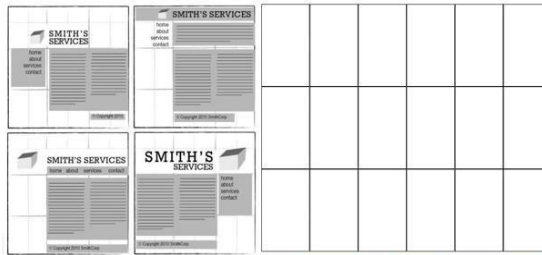
2.2.4.7 Grid

Dalam buku *Graphic Design Solutions*, Landa (2010, h.158) menjelaskan bahwa *Grid* adalah sistem panduan yang terdiri atas garis-garis vertikal dan *horizontal* yang membagi konten menjadi beberapa kolom dan area margin. *Grid* berfungsi untuk menyusun tipografi dan elemen visual secara rapi dan teratur dalam desain.

Menurut Beaird (2020), sistem komposisi *grid* menciptakan proporsi desain *layout* yang estetis dan nyaman dipandang, sekaligus memberikan arahan logis bagi pengguna dalam menavigasi serta menemukan konten di laman *website*.

1. Rule of Third

Rule of Third merupakan penyederhanaan dari *golden ratio* yang digunakan untuk membentuk *gridwork* sebagai dasar perancangan *wireframe* laman *website* (Beaird, 2020).



Gambar 2.22 *Rule of Third*

Sumber: *The Principle of Beautiful Web Design* (Beaird, 2020)

Penyederhanaan dari *golden ratio* dalam perancangan *wireframe* laman *website* dapat meningkatkan efektivitas tata letak dengan memudahkan penempatan elemen visual pada titik-titik fokus utama, sehingga menghasilkan desain yang lebih estetik dan menarik perhatian pengguna secara optimal.

2. CSS Framework

CSS Framework berfungsi sebagai sistem yang mengatur struktur *grid* dalam sebuah *website*. Umumnya, *CSS Framework* modern menggunakan sistem *12-column grid*, memungkinkan rancangan *Layout* yang konsisten namun tetap fleksibel dan dinamis (Beaird, 2020).



Gambar 2.23 *CSS Framework*

Sumber: *The Principle of Beautiful Web Design* (Beaird, 2012)

Penggunaan sistem *12-column grid* dalam *CSS Framework* modern meningkatkan konsistensi dan fleksibilitas tata letak *website*, sehingga mempermudah pengembang dalam membuat desain yang responsif dan adaptif di berbagai ukuran layar tanpa mengorbankan estetika dan fungsi.

2.2.5 User Experience

Malewicz (2020, h.14) mendefinisikan *user experience* sebagai pengalaman pengguna saat mengakses sebuah *website*, termasuk kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan. Keberhasilan dalam desain *user experience* bergantung pada pemahaman mendalam terhadap setiap tahap perjalanan pengguna, termasuk berbagai elemen yang membentuk keseluruhan pengalaman mereka. Pemahaman ini sangat penting untuk menafsirkan pengalaman pengguna secara akurat dan turut berkontribusi dalam proses riset (Jones, 2022, h.10).



Gambar 2.24 Konsep *UX Honeycomb* dari Peter Morville
Sumber: <https://miro.medium.com/v2/resize:fit:1400...>

Dalam buku “*2022 Guide to UX/UI Design In 45 Minutes For Beginners*” (Gingerich, 2022), dijelaskan bahwa *User Experience (UX)* membantu desainer dalam merancang media yang berfokus pada pengalaman pengguna. Terdapat dua tanggung jawab utama bagi seorang *UX designer*:

1. Memahami Target Audiens

Seorang *UX designer* harus memahami kebutuhan pengguna sasaran dan memastikan bahwa produk yang dirancang benar-benar menjawab kebutuhan tersebut.

2. Menjaga Disiplin dan Konsistensi dalam Proses Desain

Desainer *UX* juga dituntut untuk konsisten dalam setiap tahapan pengembangan media. Mulai dari riset, pengumpulan ide, perancangan prototipe, hingga proses pengujian.

Berdasarkan kedua tanggung jawab utama tersebut, terdapat beberapa tugas yang umumnya dilakukan oleh *UX designer*:

1. Menganalisis Target Audiens

UX designer melakukan riset mendalam untuk memahami perilaku dan kebutuhan pengguna. Kemampuan berempati menjadi aspek penting agar desainer dapat menangkap keinginan target audiens secara lebih personal dan akurat.

2. Merancang Strategi Desain

Setelah riset dilakukan, desainer perlu menyusun strategi desain yang menjelaskan tujuan produk dan jalur navigasi pengguna. Ini biasanya diwujudkan dalam bentuk *information architecture* yang menggambarkan alur berpindah antar halaman atau fitur dalam media.

3. Mengevaluasi Desain Antarmuka Berdasarkan Hasil Riset

UX designer mengevaluasi berbagai aspek interaksi pengguna seperti pola penggunaan, preferensi individu, serta *UI shortcuts* yang relevan, berdasarkan data dari *UX research*.

4. Membuat Wireframe dan Prototipe

Wireframe dan prototipe digunakan sebagai alat bantu untuk mengkomunikasikan ide desain kepada tim *UI*, sehingga seluruh tim memiliki gambaran yang jelas tentang struktur produk.

5. Terlibat dalam Implementasi Produk

Selama proses implementasi, *UX designer* bekerja sama secara aktif dengan *UI designer* untuk memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan rancangan dan tetap berfokus pada kenyamanan pengguna.

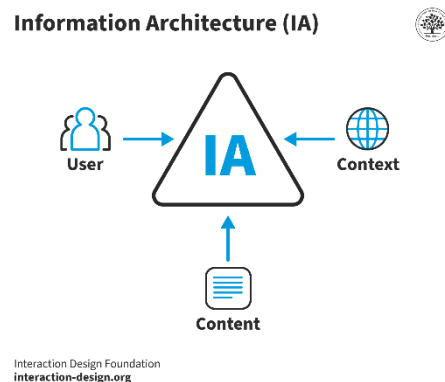
2.2.6 User Flow

Komninos (2020) menyatakan bahwa *user flow* adalah diagram sederhana yang menggambarkan tahapan yang dilalui pengguna saat menggunakan suatu produk atau layanan, dan berguna untuk mengevaluasi efisiensi proses tersebut. *User flow* disusun berdasarkan *scenario user persona* untuk menggambarkan proses navigasi dalam desain produk. Visualisasi *user*

flow yang jelas dapat meningkatkan efisiensi interaksi pengguna dan mengurangi kebingungan selama penggunaan produk atau layanan.

2.2.7 Information Architecture

Information Architecture adalah metode pengelompokan elemen dalam suatu produk agar lebih mudah dipahami (Ding et al., 2017). Selain itu, metode ini membantu pengguna mengakses konten yang mereka butuhkan dengan lebih efisien. Menurut Hannah (2023), *Information architecture (IA)* adalah proses mengatur dan menyusun konten di dalam sebuah situs secara sistematis dan mudah dipahami untuk memandu pengguna saat menjelajahnya. *IA* juga berperan penting dalam menjaga konsistensi desain dengan menerapkan standar penamaan yang seragam pada elemen-elemen seperti menu, tautan, dan tombol di seluruh halaman.



Gambar 2.25 *Information Architecture*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/information-architecture>

Landa (2010, hlm. 373) menyatakan bahwa *information architecture (IA)* adalah pengaturan konten dalam struktur hierarkis yang digunakan dalam media digital seperti *website*. Struktur hierarki dalam *information architecture* berkontribusi signifikan terhadap kemudahan navigasi pengguna di dalam *website*. Menurut Tidwell et al. (2020), *information architecture* yang efektif bersifat seperti layanan pelanggan yang baik: mampu memahami kebutuhan pengguna, menyusun informasi dari sudut pandang pengguna, menyajikan konten secara ringkas dan jelas, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta memberikan arahan dan umpan balik yang informatif selama proses

interaksi. Semakin baik *information architecture* memenuhi prinsip-prinsip kemudahan dan kejelasan bagi pengguna, semakin tinggi tingkat kepuasan dan efektivitas interaksi pengguna dengan *website*.

2.3 Body Image

Cash dan Pruzinsky (2002) menyatakan bahwa *body image* merupakan persepsi dan sikap seseorang terhadap tubuhnya, terutama penampilan fisiknya. *Body image* bersifat multidimensional karena mencakup keyakinan, perasaan, dan persepsi individu terhadap tubuhnya. Tidak hanya berkaitan dengan penampilan fisik, daya tarik, atau kecantikan, tetapi juga melibatkan gambaran mental, pemikiran, perasaan, kesadaran, serta perilaku individu terhadap tubuhnya, baik secara positif maupun negatif.

Pembentukan *body image* dipengaruhi oleh persepsi, imajinasi, emosi, dan sensasi fisik seseorang terhadap tubuhnya. Ketidaksesuaian antara persepsi individu dan tubuh ideal dapat menyebabkan penilaian negatif terhadap tubuhnya. Semakin besar kesenjangan ini, semakin rendah citra tubuh seseorang. Sebaliknya, individu dengan *body image* yang positif akan menilai tubuhnya dengan baik dan mampu memanfaatkannya secara optimal.

2.3.1 Body Image Positif

Menurut Tylka (2015) terdapat beberapa faktor yang mendukung individu dalam memiliki *body image* positif. Pertama, penerimaan tanpa syarat dari orang-orang terdekat, seperti orang tua, sahabat, atau pasangan. Kedua, *media literacy* atau kemampuan berpikir kritis terhadap informasi yang diperoleh dari media. Ketiga, lingkungan dan budaya yang memiliki definisi kecantikan yang beragam. Keempat, keyakinan bahwa setiap manusia diciptakan Tuhan dengan keunikan masing-masing.

2.3.2 Body Image Negatif

Grogan (2017) dalam bukunya menyoroti konsep *body dissatisfaction*, yaitu pikiran dan perasaan negatif seseorang terhadap tubuhnya. Hal ini berkaitan dengan bentuk tubuh, ukuran, dan berat badan, serta sering kali muncul akibat perbedaan antara persepsi tubuh seseorang dengan standar tubuh ideal. Indikator dari *body dissatisfaction* meliputi

perilaku diet, latihan fisik berlebihan, dan prosedur kosmetik. Beberapa istilah lain yang digunakan untuk menggambarkan *body image* negatif adalah *body image disturbance/disorder* atau *body image dissatisfaction*.

Body image negatif berhubungan dengan berbagai masalah, seperti gangguan pola makan, kecemasan sosial, rendahnya kesadaran diri, depresi, masalah seksual, dan rendahnya harga diri. Salah satu faktor yang memengaruhi *body image* adalah perbandingan sosial. Media, dalam berbagai bentuknya, sering kali menampilkan standar kecantikan ideal yang sulit dicapai, membuat perempuan lebih rentan mengalami gangguan *body image*.

2.3.3 Standar Kecantikan

Menurut Naomi Wolf (2002) dalam bukunya *The Beauty Myth*, standar kecantikan sering kali didasarkan pada imajinasi tentang kesempurnaan perempuan yang universal. Wolf berpendapat bahwa mitos kecantikan ini membutuhkan standar baku yang sering kali tidak realistis dan sulit dicapai, sehingga menciptakan tekanan bagi perempuan untuk memenuhi ekspektasi tersebut. Dengan keragaman, keunikan serta pesona wanita Indonesia yang tersebar dari sabang sampai Merauke tidaklah tepat stigma dan perspektif tersebut menjadi alat ukur kecantikan untuk perempuan di Indonesia.

Bentuk stigma dan ancaman perspektif tidak hanya mempengaruhi persepsi masyarakat tentang pentingnya kecantikan, tetapi juga berpengaruh kepada rasa percaya diri dari wanita Indonesia (Sutriyanto, 2020).

2.3.3.1 Penyebab Standar Kecantikan

Standar kecantikan terbentuk melalui berbagai faktor sosial, budaya, dan media yang memengaruhi persepsi individu terhadap penampilan ideal. Keluarga memiliki peran penting dalam membentuk persepsi individu terhadap kecantikan, terutama melalui komentar atau ekspektasi terkait penampilan. Menurut Thompson et al. (1999), orang tua sering kali menjadi sumber utama internalisasi standar kecantikan dengan memberikan pujian atau kritik terhadap tubuh anak, yang dapat membentuk citra tubuh positif atau negatif. Selain keluarga, lingkungan sosial seperti teman sebaya juga berkontribusi dalam membentuk standar kecantikan.

Festinger (1954) dalam *Social Comparison Theory* menjelaskan bahwa manusia secara alami membandingkan dirinya dengan orang lain, termasuk dalam hal penampilan, sehingga eksposur terhadap figur-figur ideal di media dapat memperkuat standar kecantikan tertentu. Lebih lanjut, media sosial dan media massa memiliki dampak yang signifikan dalam menciptakan dan memperkuat standar kecantikan yang ideal. Menurut Perloff (2014), eksposur terhadap gambar tubuh ideal di media sosial meningkatkan kecenderungan individu untuk menilai dan membandingkan dirinya dengan standar yang tidak realistis, yang dapat menyebabkan ketidakpuasan tubuh dan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan citra kecantikan yang dipromosikan. Dengan demikian, faktor-faktor ini secara kolektif membentuk standar kecantikan yang ada, sering kali sulit diubah, dan dapat berdampak pada kesejahteraan individu.

2.3.3.2 Dampak Standar Kecantikan

Standar kecantikan yang dikonstruksi oleh media dan budaya memiliki dampak signifikan terhadap individu, terutama dalam hal kesejahteraan psikologis dan citra diri. Fredrickson & Roberts (1997) dalam *Objectification Theory* menjelaskan bahwa eksposur terus-menerus terhadap standar kecantikan yang sempit dapat menyebabkan objektifikasi diri, di mana individu mulai melihat tubuhnya sebagai objek yang harus memenuhi ekspektasi sosial, yang pada akhirnya meningkatkan stres dan depresi.

Menurut Mu'awwanah (2017), hal ini dapat menyebabkan kecemasan, rendah diri, dan sikap pemalu. Pada akhirnya, standar kecantikan yang sempit memicu perasaan *insecure*, membuat individu berusaha menyesuaikan diri dengan ekspektasi sosial. Anak-anak yang merasa tidak sesuai dengan standar ini cenderung menyembunyikan kekurangannya (Sabarrudin et al., 2022). Para ahli memperingatkan bahwa kondisi ini dapat menyebabkan kecemasan berlebihan dan kepribadian neurotik.

Perasaan *insecure* membuat individu berusaha menyesuaikan diri dengan ekspektasi sosial. Selain itu, Cash & Pruzinsky (2002) menekankan bahwa standar kecantikan yang kaku dapat memengaruhi kesehatan mental dan perilaku individu, seperti kecenderungan melakukan diet ekstrem, operasi plastik, serta latihan fisik berlebihan demi memenuhi citra tubuh ideal. Dengan demikian, standar kecantikan yang tidak realistis dapat berdampak negatif pada kesejahteraan individu, baik secara psikologis maupun fisik. Tekanan standar kecantikan ini berdampak pada psikologis anak dan remaja.

2.4 Penelitian yang Relevan

Agar penelitian ini memiliki pondasi dasar serta menunjukkan unsur kebaruan, diperlukan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik ini. Pada subbab ini, akan dibahas beberapa studi terdahulu yang memiliki kontribusi signifikan dalam memahami konsep perancangan *website body image* positif bagi anak perempuan. Analisis terhadap penelitian-penelitian tersebut akan dilakukan berdasarkan relevansinya dengan tujuan penelitian ini, metode yang digunakan, serta hasil yang diperoleh.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Meningkatkan Harga Diri Remaja dengan Mengenal Dan Menyikapi <i>Insecurity</i>	Bety Agustina Rahayu, Agustiniingsih, Norra Hendarni Wijaya	Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk Meningkatkan Harga Diri Remaja dengan Mengenal Dan Menyikapi <i>Insecurity</i> .	a. Hasil menunjukkan penelitian menunjukkan bahwa <i>insecure</i> merupakan salah satu masalah psikososial yang banyak dialami remaja saat ini. b. Penanganannya dapat dilakukan

				dengan meningkatkan kepercayaan diri, yaitu dengan fokus pada pengembangan penerimaan diri sendiri.
2.	Pentingnya <i>Body Image</i> Positif pada Masa Anak-Anak Awal	Lia Amalia	Penelitian ini mengisi kekosongan literatur Bahasa Indonesia yang masih kurang mengenai perkembangan <i>Body Image</i> pada masa anak-anak awal.	a. Berfokus pada tiga aspek utama definisi <i>body image</i> , konsep <i>body image</i> positif dan negatif, serta perkembangannya pada anak usia dini dalam literatur Bahasa Indonesia. b. Penelitian ini memberikan rekomendasi program yang mendukung <i>Body Image</i> positif pada anak-anak.
3.	Perancangan Buku Interaktif Mengenalkan <i>Insecurity</i>	Bety Agustina Rahayu, Agustining Sih, Norra	Penelitian ini merancang buku interaktif bertema insecurities anak yang bertujuan	a. Buku ini dirancang tidak hanya untuk meningkatkan literasi, tetapi juga

	untuk Anak Usia Dini di PAUD Al-Lauzah	Hendarni Wijaya	untuk membantu guru dalam menyampaikan pembelajaran secara menyenangkan dan tidak membosankan.	sebagai media komunikasi yang efektif antara guru dan murid, serta untuk melatih kemampuan motorik dan kognitif anak. b. Penelitian ini melalui wawancara dengan ahli psikologi guna menguji validitas data, serta bagaimana cara menangani permasalahan anak terutama anak dengan permasalahan insecurities.
--	--	-----------------	--	--

Kesimpulan dari ketiga penelitian di atas menunjukkan bahwa permasalahan *insecurity* dan *body image* sudah mulai muncul sejak usia dini dan berlanjut hingga masa remaja, memengaruhi harga diri serta perkembangan psikososial anak dan remaja. Penelitian pertama menyoroti pentingnya meningkatkan kepercayaan diri remaja sebagai kunci untuk mengatasi *insecurity*, sementara penelitian kedua menekankan urgensi edukasi mengenai *body image* positif sejak usia dini. Penelitian ketiga memberikan pendekatan praktis melalui media buku interaktif untuk mengenalkan konsep *insecurity* secara menyenangkan dan edukatif kepada anak-anak.

Dari gabungan ketiga temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kebaruan dalam perancangan *website* ini dapat diwujudkan melalui *platform* digital yang: mengedukasi anak-anak tentang *body image* secara positif sejak usia dini. *Website* ini akan disesuaikan dengan perkembangan kognitif dan motorik anak, mengakomodasi keterlibatan orang tua sebagai mediator komunikasi, serta mengintegrasikan pendekatan psikologis dalam merespons *insecurity* anak dengan mengutamakan penerimaan diri.

Dengan demikian, *website* ini tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga menjadi media pembelajaran dan pendampingan yang menyenangkan, aman, dan mendukung tumbuh kembang psikologis anak perempuan secara positif.

