

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan pada *website* interaktif *storytelling* mengenai dampak makanan olahan terhadap kesehatan:

- 1) Demografis
 - a. Jenis Kelamin: Pria dan Wanita
 - b. Usia: 18-25 tahun

Usia dewasa muda (18-25 tahun), pada usia ini pertumbuhan telah berhenti dan adanya peningkatan produktivitas seperti kegiatan perkuliahan atau berkerja sehingga menjadi rentan mengalami malnutrisi (Setyaningsih dkk., 2024). Mahasiswa yang memiliki pola makan tidak sehat ditandai dengan lebih banyak mengonsumsi makanan dan minuman olahan yang tinggi gula dan lemak, seperti makanan cepat saji dan kurangnya konsumsi buah dan sayur (Telleria-Aramburu & Arroyo-Izaga, 2022). Phelps and Silaban (2024) menyatakan pekerja kantor memiliki waktu makan yang terbatas sehingga mereka mengonsumsi makanan yang praktis seperti cepat saji, instan, *junk food*, dan sejenisnya. Kemenkes RI (2023) dalam SKI menyatakan pada penduduk berusia ≥ 18 tahun, prevalensi hipertensi berdasarkan hasil pengukuran tekanan darah, menurun dari 34,1% di tahun 2018 menjadi 30,8% di tahun 2023. Hasil Riskesdas 2018, yakni 1,5% di tahun 2018 dan 1,7% di tahun 2023 pada semua kelompok usia, serta 2,0% di tahun 2018 dan 2,2% di tahun 2023 pada kelompok usia ≥ 15 tahun (h.73-74). Prevalensi obesitas nasional 2023 pada penduduk umur >18 tahun meningkat dari 21,8% (2018)

menjadi 23,4% (2023). Menurut SKI (2023) perempuan pada usia 19 tahun Tingkat obesitasnya sebesar 9,8% dan laki-laki 7,2% kemudian pada usia 20-24 tahun angka tersebut naik menjadi 16,8% bagi perempuan dan laki-laki 10,1%. Tingkat obesitas tersebut terus naik dengan Tingkat persentase obesitas tertinggi pada usia 40-44 tahun bagi perempuan sebanyak 41,7% dan laki-laki di usia 45-49 tahun dengan persentase 19,3%. Maka hal ini perlu diatasi lebih awal pada usia 18-25 tahun dimana obesitas sudah mulai mengalami peningkatan.

c. Pendidikan: minimal SMA

d. SES: A-B

Helga *co-founder* dan *managing director* dari perusahaan *Burgreens* dalam artikel *kompas.com*, menyatakan produk organik mencapai dua hingga tiga kali lipat dari produk non-organik. Ia menambah produk organik hanya terjangkau bagi kalangan menengah ke atas karena permintaan masih rendah dan pasokan terbatas (Dewi, 2019). Angeliqe Dewi, *Head of Corporate Communication*, *Nutrifood* dalam artikel *suara.com* menyatakan bahwa makanan olahan yang sehat dan dikemas dalam paket atau merek tertentu memang harganya lebih mahal (Fundrika & Efendi, 2022).

2) Geografis

a. Daerah Perkotaan

Pada daerah pusat perkotaan Indonesia individu dengan pekerja kantoran yang memiliki waktu terbatas untuk memasak atau kurang minat namun masih ingin mengonsumsi makanan yang sehat. Tapi mereka lebih mementingkan adanya akses ke berbagai jenis produk dan ini dibantu dengan hipermarket dan minimarket yang tersebar di berbagai daerah. Pengolahan

makanan dan minuman adalah salah satu industri yang paling pesat di Indonesia (Sari, 2022).

b. Kota DKI Jakarta.

Menurut Kemenkes (2023) dalam SKI tiga provinsi dengan urutan obesitas tertinggi yaitu DKI Jakarta (31,8%), Papua (31,3%), dan Sulawesi Utara (30,6%). Prevalensi obesitas sentral pada penduduk umur > 15 terdapat pada DKI Jakarta dan Sulawesi Utara sama-sama 45,7%, kemudian terdapat Papua tengah sebanyak 44,3%.

3) Psikografis

- a. Dewasa muda yang tidak mengetahui makanan olahan dari jenis dan dampaknya.
- b. Dewasa muda yang tidak mengetahui cara menghindari konsumsi makanan olahan.
- c. Dewasa muda yang ingin mengubah pola makan menjadi sehat.
- d. Dewasa muda yang mencari informasi dengan cara *browsing* internet seperti menggunakan *search engine*.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Design Thinking*, proses desain ini berfokus pada penelitian, menghasilkan ide, dan *iteration*. Menurut Tim Brown (2009, h.11), *Design Thinking* terdiri dari lima tahap yaitu: *emphatize*, *define ideate*, *prototype* dan *test*. Tahap *emphatize* desainer akan melakukan penelitian untuk mengetahui informasi sebanyak mungkin tentang proyek, biasanya melakukan pengumpulan data secara tradisional seperti wawancara, FGD, analisis swot, kuesioner, dan segmentasi market. Tahap *define* menganalisis data untuk menentukan rumusan masalah dan masalah desain yang jelas. Tahap *Ideate*, desainer melakukan *brainstorming* dengan cara sketsa, *mood boards*, *mind maps*, dan *ideas session*. Tahap *prototype* merupakan hasil dari fase sebelumnya yang dikelompokkan menciptakan desain media yang menjadi solusi masalah, terdiri dari *Lo fi*, dan *high fidelity*. Tahap *test*, fase ini fokus pada menguji

hasil kepada pengguna, agar hasil yang telah diciptakan mendapatkan umpan balik yang nanti diterapkan kepada produk atau melakukan iterasi perbaikan.

Metode penelitian yang dilakukan adalah *mixed methods*, yang menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Johnson dkk (2007) mendefinisikan arti *mixed methods* dari gabungan prespektif berbeda, yakni jenis penelitian dimana peneliti menggabungkan elemen-elemen pendekatan kualitatif dan kuantitatif misalnya, menggunakan kualitatif untuk mengetahui sudut pandang dan teknik kuantitatif untuk pengumpulan data dan analisis. Tujuan metode ini untuk meluaskan dan mendalami pemahaman dan pembuktian data (h.123). Creswell dkk (2017) penelitian kualitatif mengumpulkan data dengan pertanyaan *open-ended*, seperti wawancara, *focus group*. Sebaliknya data kuantitatif dikumpulkan dengan pertanyaan *closed-ended* yang mengukur perilaku individu, seperti kuesioner yang menggunakan skala (h.231).

3.2.1 Emphatize

Pada tahap *Emphatize*, penulis akan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, kuesioner, dan FGD untuk mendalami pemahaman dan pembuktian data mengenai kewaspadaan audiens terhadap makanan olahan. Wawancara mendalam dilakukan dengan dua narasumber yakni, ahli gizi dan UI/UX desainer. Wawancara dengan ahli gizi untuk memvalidasikan data mengenai dampak makanan olahan terhadap kesehatan dari sumber kredibel, sedangkan UI/UX desainer, untuk memperdalam pemahaman mengenai perancangan *website* interaktif *storytelling*. Kuesioner dilakukan untuk mengukur persepsi audiens dalam jumlah besar. FGD dilakukan untuk pendalaman lebih detail mengenai pola konsumsi *processed food* audiens.

3.2.2 Define

Dalam tahap *define*, penulis akan menganalisis data yang kemudian dibuat dengan cara *user journey map*, *emphaty map* dan *persona*. Tahap ini penulis merumuskan masalah yang dihadapi oleh target audiens mengenai *processed food*. Analisis ini mencakup pola dan tema dari wawancara, kuesioner, dan FGD untuk menentukan hambatan mereka menerapkan pola

makan sehat. Dengan merumuskan masalah, penulis dapat menentukan tujuan *website* interaktif *storytelling* dan merancang informasi yang dibutuhkan untuk meningkatkan pemahaman mengenai makanan olahan.

3.2.3 Ideate

Pada tahap *ideas*, penulis akan melakukan *mood boards*, *mind maps*, dan sketsa. Tujuannya untuk mendapatkan ide sebanyak mungkin, membebaskan penulis untuk eksplorasi dan eksperimen. Pada tahap ini penulis akan membuat *mindmap* dari topik yang sedang diteliti, agar dapat menentukan ide dan konsep terkait makanan olahan serta cara kreatif. Setelah menemukan kata kunci, penulis selanjutnya akan membuat *moodboard* yang berisi *look and feel* perancangan yang akan dibuat seperti, warna, gambar, dan tipografi. Penulis juga mengumpulkan referensi yang dijadikan arahan dalam perancangan visual. Selain itu penulis membuat *information architecture (IA)* untuk menentukan konten pada *website* yang dilanjutkan dengan *flowchart* untuk mengetahui alur navigasi *website* dan kontennya. Kemudian penulis akan memulai membuat sketsa kasar untuk visual yang akan digunakan.

3.2.4 Prototype

Pada tahap *Prototype*, penulis akan memulai fase *Lo fi* dengan pembuatan sketsa awal dan *wireframe* untuk prototipe *website*. Fase ini mencakup desain UI, interaktivitas, dan narasi yang akan digunakan dalam perancangan. Kemudian pada fase *high fidelity*, penulis akan menambahkan desain visual pada prototipe, seperti elemen *brand*, warna, animasi, dan tipografi.

3.2.5 Test

Pada tahap *test*, penulis melakukan *alpha* dan *beta testing/market validation*, pada *alpha testing* penulis akan melakukan percobaan kepada beberapa orang secara internal untuk memastikan semua elemen berfungsi dengan baik dan narasi dari media dapat dipahami. Kemudian pada *beta testing/market validation* melakukan percobaan kepada pengguna sesuai dengan target audiens, percobaan ini meliputi *usability* dari prototipe, seperti

interaktivitas, navigasi, *layout* dan lainnya, untuk mengetahui kekurangan dari produk yang dirancang dan melakukan evaluasi ulang terhadap proyek yang dikerjakan. Penulis menggunakan data yang diperoleh dari pengujian untuk iterasi sebelum *finalisasi* media.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik perancangan dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, FGD dan kuesioner untuk memahami secara mendalam wawasan dan kebutuhan individu yang mengonsumsi makanan olahan. Wawancara akan dilakukan secara online melalui *platform zoom*, untuk kuesioner akan disebarluaskan dalam bentuk *google form*. Tujuan utama teknik pengumpulan data ini untuk mendapatkan *insight* yang mendalam mengenai pengetahuan dan kewaspadaan dewasa muda dalam mengonsumsi makanan olahan, sehingga *website storytelling* interaktif yang dirancang dapat lebih kredibel dan efektif.

3.3.1 Wawancara

Penulis melakukan wawancara sebagai salah satu teknik pengumpulan data primer kepada ahli gizi untuk validasi data dan kepada desainer UI/UX untuk mengetahui cara perancangan *website* yang efektif. Teknik ini memfasilitasi penulis untuk memperoleh informasi yang komprehensif dan mendalam dari perspektif individu yang profesional dalam bidangnya. Sehingga penulis dapat memahami secara mendalam informasi dan dampak mengenai makanan olahan dan cara perancangan media *website* dengan efektif. Melalui wawancara, penulis dapat mengumpulkan data yang kredibel dengan detail, yang akan diimplementasikan sebagai dasar perancangan *website* interaktif *storytelling*.

1. Wawancara dengan Ahli gizi

Wawancara dilakukan dengan Khoirul Anwar, S.Gz, M.Si. merupakan dosen dengan jabatan sebagai ketua program studi gizi, dalam fakultas Teknologi Pangan dan Kesehatan. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan berdasarkan ilmiah tentang

dampak kesehatan dari konsumsi makanan olahan. Dengan wawancara ini ahli gizi, dapat memberikan perspektif yang objektif mengenai kandungan nutrisi, risiko kesehatan, dan cara konsumsi makanan olahan yang lebih bijak. Selain itu, wawancara ini juga membantu dalam mengklarifikasi data yang telah dikumpulkan. Pertanyaan yang diajukan kepada narasumber adalah sebagai berikut:

- a. Definisi *processed food*? Kategori *processed food* menggunakan apa? (menurut siapa, apakah digunakan di Indonesia) (untuk klasifikasi seperti ... dipakai?)
- b. Apa semua *processed food* berbahaya?
- c. Apakah *processed food* bisa dihindari total? (kalau tidak bs dihindari caara konsumsi aman bgmn)
- d. Apa yang menjadi faktor utama orang mengonsumsi *processed food*?
- e. Apakah ada bahan/zat pada *processed food* yang harus diwaspadai oleh konsumen?
- f. Bagaimana makanan olahan mempengaruhi asupan gizi dibandingkan dengan makanan utuh (*wholefoods*)?
- g. Apa saja risiko kesehatan yang terkait dengan mengonsumsi *processed food*?
- h. Apakah ada kesalahpahaman tentang *processed food* yang anda temui di kalangan masyarakat umum?
- i. Kapan pola makan sehat tidak muncul? Di usia berapa? (dibandingkan dengan umur 18-25 usia mandiri)
- j. Apakah ada makanan alternatif yang sehat untuk *processed food*?
- k. Apakah *processed food* dapat diterapkan dalam pola makan seimbang? Kalau bisa bagaimana?
- l. Saran apa yang akan Anda berikan kepada seseorang yang ingin mengurangi konsumsi makanan olahan?

- m. Di indonesia apakah ada media info mengenai *processed food* untuk masyarakat umum? (buku kebanyakan bahasa inggris tidak ada sumber indonesia)
- n. Apakah masyarakat perlu edukasi tentang *processed food*?

2. Wawancara dengan desainer UI/UX

Wawancara dilakukan dengan Julyo S.Si., beliau merupakan produk desainer di perusahaan *poplite*. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan pengetahuan lebih mendalam dalam merancang *website* interaktif *storytelling*. Wawancara dengan desainer UI/UX dapat memberi penulis arahan untuk merancang tata letak, visual, dan penyampaian yang efektif bagi target audiens. Pertanyaan yang diajukan kepada narasumber adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana merancang UI/UX *website* sesuai dengan target audiens yang dituju (khususnya umur 18 - 25 tahun)?
- b. \Bagaimana cara struktur/hierarki penyampaian konten agar *storytelling*nya engaging dan mudah dipahami?
- c. Bagaimana menyeimbangkan antara penceritaan dan kegunaan/usability dalam desain situs *web*?
- d. Bagaimana cara membuat navigasi situs *web* menjadi intuitif (tidak perlu mikir langkah-langkah) dan mudah digunakan?
- e. Apakah ada elemen desain/interaktif yang dapat enhance/memperkuat pengalaman *storytelling*?
- f. Apakah ada saran agar pengguna tetap terlibat sepanjang pengalaman cerita, atau kalau konten yang lebih panjang?
- g. Saat merancang UI/UX *website* hal apa yang perlu dihindari (keterbacaan rendah, warna saturated, *button* kecil)?
- h. *Storytelling* lebih cocok menggunakan *platform* apa *desktop* atau *mobile*? mengapa?

3.3.2 Kuesioner

Penulis menggunakan teknik kuesioner yang ditujukan kepada target audiens usia 18-25 tahun yang berdomisili di Jakarta sebanyak 50 orang. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dalam jumlah besar secara ringkas dan cepat. Kuesioner dapat membantu penulis dalam pengukuran tingkat pengetahuan dan wawasan audiens tentang makanan olahan, serta mengetahui informasi yang kurang dan kebutuhan mereka yang akan berfungsi pada perancangan. Pertanyaan kuesioner yang disebarakan adalah berikut:

- a. Apakah anda mengetahui *processed food*/makanan olahan sebelumnya? (ya/tidak)
- b. Jika sebelumnya sudah mengetahui, dari mana anda mendengar topik *processed food*? (Teman, Keluarga, dokter, *website*, media social, belum mengetahui sama sekali)
- c. Apakah menurut anda semua *processed food* merupakan makanan yang bahaya/tidak sehat? (ya/tidak)
- d. Apakah Anda dapat sepenuhnya menghindari konsumsi *processed food*? (ya/tidak)
- e. Apakah makanan olahan merupakan bagian penting dari asupan keseharian Anda? (ya/tidak)
- f. Setelah konsumsi makanan olahan seperti makanan ringan, apakah kalian ingin konsumsi lagi secara langsung? (ya/tidak)
- g. Apakah anda melihat label komposisi sebelum membeli makanan praktis? (ya/tidak/kadang saja)
- h. Seberapa sering anda mengonsumsi *processed food*? (skala likert 1-5)
- i. Menurut anda seberapa aman *processed food* untuk dikonsumsi? (skala likert 1-5)
- j. Menurut anda seberapa fatal dampak konsumsi *processed food* jangka panjang? (skala likert 1-5)

- k. Mengapa anda memilih *processed food* untuk dikonsumsi?
(praktis, waktu terbatas, harga terjangkau, rasa, tidak dapat memasak, tidak konsumsi *processed food*)
- l. Media apa yang sering anda gunakan untuk mencari informasi?
(search engine, *website*, media sosial, aplikasi, buku)

3.3.3 Focus Group Discussion

Pada teknik ini penulis melakukan diskusi yang terfokus dalam bentuk kelompok (*focus group discussion*), yang digunakan untuk memperdalam pengetahuan penulis mengenai pola konsumsi audiens terkait makanan olahan. Teknik ini menjadi manfaat bagi penulis dalam memahami pengetahuan, sikap, dan perilaku dari sekelompok individu yang mengonsumsi makanan olahan. Melalui *focus group discussion*, penulis dapat mengeksplorasi topik lebih dalam dan mendapatkan wawasan yang bervariasi untuk membantu dalam merancang *website* interaktif *storytelling* sebagai media informasi yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan target audiens. Pertanyaan FGD yang ditanyakan kepada kelompok adalah berikut:

- a. Menurut anda istilah *processed food* atau makanan olahan itu apa?
- b. Seberapa sering Anda mengonsumsi makanan olahan dalam seminggu? Apa jenis makanan olahan yang paling sering Anda konsumsi?
- c. Menurut kalian apa ciri-ciri makanan yang termasuk makanan olahan?
- d. Saya akan meminta anda semua untuk mengelompokkan makanan berdasarkan kategori pangan olahan.
- e. Apa alasan utama Anda memilih makanan olahan? (kemudahan, rasa, harga, atau alasan lain)
- f. Apakah ada perubahan konsumsi makanan olahan Anda saat beranjak dewasa atau saat mulai kuliah/kerja? Jika iya, apa yang menjadi penyebabnya?

- g. Apa yang jadi hambatan menjaga pola makan yang seimbang saat ini?
- h. Apakah makanan olahan dapat kalian hindari sepenuhnya?
- i. Menurut anda semua, apakah perlu media informasi tentang *processed food*? (perlu informasi apa saja? Cara mindful eating, alternatif sehat, dll)

3.4 Studi Referensi

Penulis melakukan studi referensi dengan menganalisis karya berupa *website* dengan elemen *storytelling* interaktif. Tujuan menganalisis *website storytelling* interaktif yang sudah pernah dipublikasi, untuk mencari tahu kelebihan dan kekurangan karya. Selain itu mengidentifikasi contoh-contoh *website* yang telah berhasil menerapkan *storytelling* interaktif. Penulis menganalisis berdasarkan teori yang sudah dijabarkan pada tinjauan pustaka dan analisis SWOT.

1. Papers - The Design Journey

Website “Papers - The Design Journey” merupakan *website* interaktif *storytelling* yang melibatkan pengguna ke dalam cerita dengan memecahkan masalah pada cerita untuk lanjut ke bagian berikutnya. *Website* ini dipublikasikan oleh *Rabbit Studio*, yang merupakan perusahaan dalam bidang kreatif di Hong Kong sejak tahun 2015.



Gambar 3.1 *Website Papers*
 Sumber: [https://www.awwwards.com/...](https://www.awwwards.com/)

Penulis memilih *website* ini karena berada di ranah *storytelling* interaktif. *Website* ini tidak menyediakan informasi apapun melainkan

seperti sebuah gamifikasi, pengguna dibawa ke dalam cerita dan diberikan tantangan untuk menyelesaikan alur cerita. Tantangan yang diberikan membuat pengguna memikir, seperti objek apa yang perlu digunakan untuk menyelesaikan masalah. Berikut adalah hasil analisis mengenai referensi yang dipilih, yakni:

1. Elemen UI

- a. **Warna:** menggunakan warnanya yang tidak mencolok *saturation* tidak terlalu tinggi, Warna tersebut tidak sakit saat pengguna lihat dalam jangka waktu lama dan masih terkesan menyenangkan dan tidak *monotone* atau kaku. Selain itu *value* menyesuaikan lingkungan, untuk menciptakan suasana yang cocok.
- b. **Typeface:** menggunakan *font* jenis serif pada kotak status, penggunaan *font* serif pada media ini untuk memberi kesan buku cerita yang lama atau *vintage*. Selain itu serif dapat meningkatkan keterbacaan bagi pengguna karena kaki pada serif dapat menjadi pemandu tiap baris kata.
- c. **Ilustrasi:** menggunakan ilustrasi 2 dimensi *flat* dengan gradasi, ilustrasi *flat* terkesan sederhana agar penglihat tidak kebingungan dalam mengidentifikasi karakter atau objek yang rumit, gradasi memberi kesan volume dan dimensi pada ilustrasi. Namun kesederhanaan ini dapat juga membingungkan pengguna akibat terlalu abstrak. Ilustrasi menggunakan animasi jenis *motion graphic*.
- d. **Icon:** pada ujung bawah kiri terdapat ikon *universal* yaitu volume/suara dan *share*, namun ikon yang berfungsi hanya ikon suara. Penempatan ikon berada di ujung bawah kanan agar tidak mengganggu fokus pengguna dalam mengikuti cerita.
- e. **Button:** tidak ada penggunaan *button*, karena *website* hanya menyediakan konten cerita interaktif.

- f. *Whitespace*: penggunaan *whitespace* pada *website* berada pada sekitar blok konten, ini memberi *emphasis* pada cerita interaktif.

2. Prinsip UX

- a. *Fitt's Law*: *website* ini menggunakan ukuran konten cukup besar dan ditempatkan pada tengah layar, menurut prinsip Fitt's target sementuh pada tempat yang paling akurat yaitu di tengah layar
- b. *Miller's Law*: hukum ini menyatakan manusia hanya dapat mengingat 7 hal kurang. Pada *website* ini pengguna tidak perlu mengingat banyak hal dalam cara penggunaannya. karena tugas yang perlu diselesaikan bersifat repetitif.
- c. *Aesthetic Usability Effect*: desain pada *website* relatif enak dilihat dan memberi kesan adanya kualitas, karena menggunakan gambaran yang jelas dan interaktif.

3. Elemen Storytelling

- a. *Interactive Storytelling*: cerita ditambahkan tantangan yang harus diselesaikan oleh pengguna. Alur cerita tidak dapat berlanjut jika pengguna tidak menyelesaikan masalah dan memilih keputusan yang berdampak pada alur cerita.
- b. Karakter: terdapat penggunaan karakter yang diikuti oleh pengguna sepanjang cerita berjalan, anak kecil dengan jubah warna biru abu-abu. Kemudian karakter samping yang melengkapi cerita yakni seekor kelinci yang menjadi antagonis dalam cerita.
- c. Properti: terdapat objek yang digunakan oleh pengguna untuk menyelesaikan *puzzle*.
- d. *Scenes*: lingkungan pada cerita dimulai di hutan dengan elemen *fantasy* dan setiap pengguna lanjut ke *stage* berikutnya, lingkungan berubah. Lingkungan yang ada di dalam cerita ini adalah hutan, *futuristic*, *circus*, padang pasir, dan *planetarium*.

- e. *Events*: cerita diawali dengan protagonis sedang istirahat dengan memegang pensil ajaib, kemudian dicuri oleh seekor kelinci. Protagonis kemudian mengejar kelinci tersebut dari *stage* ke *stage* untuk mengambil pensil miliknya. Pada *stage* yang terakhir protagonis akhirnya sampai menyuduti kelinci, kelinci akhirnya menyerah dan mengembalikan barang protagonis.

Tabel 3.1 Analisis SWOT pada *web Papers*

Strength	Cerita memiliki interaksi yang melibatkan pengguna untuk memikirkan secara kreatif untuk memecahkan masalah.
Weakness	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak banyak petunjuk untuk demonstrasi penggunaan objek sehingga bisa membingungkan bagi pengguna. - Tidak ada informasi mengenai <i>website</i>, seperti latar belakang atau pembuatnya. - Tugas yang harus dilakukan pengguna bersifat repetitif, sehingga bisa membuat pengguna bosan dengan cepat.
Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatnya minat terhadap penceritaan interaktif.
Threat	<ul style="list-style-type: none"> - Kemajuan teknologi dapat membuat situs <i>web</i> menjadi media yang ketinggalan zaman dan perlu perbaruan. - Meningkatnya jumlah <i>platform</i> dan permainan cerita interaktif dapat menciptakan persaingan.

2. *A light in the Woods*

Website a light in the woods diciptakan pada tahun 2023, yang dikembangkan oleh *Rouge studio* dan bermitra dengan *RadicalFace*. Cerita ini mengambil dongeng dengan gaya modern, menggunakan elemen *point-and-click* dan cerita yang berlangsung dengan *slow-paced*. *Website* ini untuk menciptakan pengalaman digital mengenai konsep album dari *RadicalFace*. Dari konsep album musik ini *Rouge Studio* membangun dunia tentang legenda *Hidden Holllow*.



Gambar 3.2 *Website a light in the woods*
Sumber: [https://alightinthewoods.net/...](https://alightinthewoods.net/)

Pengguna dapat menjelajahi dunia dan menikmati musik dan mencari lebih tahu tentang karakter di cerita bernama Vagus dan kisahnya. Berikut adalah hasil analisis referensi yang dipilih, yakni:

1. Elemen UI
 - a. *Tipografi*: menggunakan *typeface* jenis serif, untuk menyesuaikan suasana cerita dongeng. Serif juga meningkatkan keterbacaan dengan kakinya sebagai pemandu tiap huruf.
 - b. *Icon*: menggunakan jenis glyph yaitu ikon solid dengan 1 warna, ini agar pengguna mudah dalam mengidentifikasi ikon. Selain itu terdapat ikon *universal* pengaturan dan *globe*, ini membuat pengguna mudah mengetahui opsi pengaturan dan opsi

peta. Kemudian terdapat ikon *unique* pada ikon eksplorasi dan ikon buku, ikon eksplorasi menggunakan visual gunung dan bendera, ikon buku divisualkan dengan kotak yang menyerupai buku secara abstrak.

- c. *Buttons*: terdapat tombol hamburger untuk memudahkan pengguna navigasi *website*, selain itu *website* menjadi lebih minimalis dan terdapat banyak tempat untuk menambahkan opsi lain. Tombol *books* untuk melihat dan ganti *chapter* buku cerita, tombol *explore* untuk menjelajahi dunia cerita. Tombol pengaturan unruk memungkinkan pengguna mengatur fullscreen atau volume. Tombol *floating* diatas konten untuk peta dunia, ini memungkinkan pengguna mengetahui mereka sedang dimana. Saat di *hover*, *outline* tombol berubah warna untuk mengetahui bahwa tombol tersebut aktif dan dapat diinteraksi oleh pengguna. Saat suatu tombol ditekan, terdapat status aktif seperti warna *outline* yang hitam menjadi putih sepanjang pengguna berada di opsi tombol tersebut.
- d. Animasi: terdapat animasi *slide in* disaat pengguna menekan tombol hamburger, ini memberi kesan *seamless*. Pada opsi di konten eksplorasi cerita jika pengguna *hover cursor* di atas opsi, terdapat animasi muncul label yang memberitahu pengguna nama tempat pada cerita.
- e. Ilustrasi: ilustrasi memberi tema dan suasana yang menyesuaikan cerita. Ilustrasi bergaya *digital painting* dengan *shading* yang kompleks untuk membuat pengguna lebih *immersed* dan detail dalam mengeksplorasi.

2. Elemen UX

- a. Warna: menggunakan warna yang tidak mencolok dengan tone hangat, warna ini memberikan kesan dongeng cerita yang lama.

- b. *Perception*: pada antarmuka terdapat persamaan pada tombol di konten dan tombol di *menu*. Tombol pada cerita konten wujudnya sama sehingga pengguna dapat mengetahui tombol tersebut hanya untuk konten cerita. Sedang tombol pada *menu* memiliki bentuk yang sama namun ikon yang berbeda untuk menunjukkan pengguna bahwa fungsi tombol tersebut tidak berhubungan dengan cerita.
 - c. *Common region*: tombol *menu* dikelompokkan dalam tab di samping kiri, agar pengguna dapat indentifikasi bahwa tombol-tombol tersebut opsi *menu*.
3. Prinsip UX
- a. *Fitt's law*: target sentuh cerita ditempatkan pada area antarmuka yang mudah dijangkau oleh pengguna, sedangkan untuk target sentuh *menu* ditempatkan pada samping kiri agar tidak mengganggu konten cerita.
4. Elemen Interaktif *storytelling*
- a. Karakter: terdapat karakter bernama Vagus yang menjadi karakter utama cerita, disaat pengguna eksplorasi dunia cerita karakter tersebut mengikuti.
 - b. Properti: cerita tidak menggunakan properti
 - c. *Scenes*: lingkungan pada cerita sangat bervariasi namun berada di satu dunia, tempat tersebut adalah *fork in the road, the river, view of the great tree, the road, village outskirts, road to hidden hollow, Vagus's home, dan hidden hollow*.
 - d. *Event*: mengikuti eksplorasi pengguna dari tempat ke tempat dan menceritakan legenda dan memberi informasi mengenai subjek atau objek pada cerita.

Tabel 3.2 Analisis SWOT *web a Light in The Woods*

Strength	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki elemen <i>point-and-click</i> dan musik, menciptakan pengalaman yang <i>immersed</i>. - Desain antarmuka yang <i>user-friendly</i> sehingga mudah digunakan dan tidak membingungkan
Weakness	<ul style="list-style-type: none"> - Meskipun ada elemen <i>point-and-click</i>, interaktivitas yang ditawarkan masih terbatas, pilihan yang diberi tidak ada pengaruh pada alur cerita. - Tidak memiliki objektif dalam penceritaan, sehingga pengguna bisa merasa tersesat atau bingung dan membuat cerita kurang menarik. - Konten cerita yang dipublikasi belum selesai dan masih dalam pembuatan, sehingga pengguna bisa kesulitan dalam mengingat alur cerita sebelumnya
Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> - Belum banyak yang mengimplementasikan <i>point-and-click</i> dalam interaktif <i>storytelling</i> berbasis <i>website</i>.
Threat.	<ul style="list-style-type: none"> - Perubahan preferensi pengguna terhadap jenis konten tertentu dapat memengaruhi popularitas <i>website</i>.