

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Website

Media interaktif adalah sebuah media komputer yang mayoritas menggunakan layar dan menghadirkan interaksi antar pengguna/*user* dan media (Griffey, 2020). Salah satu jenis media interaktif adalah *website* yang merupakan kombinasi dari halaman-halaman yang saling berhubungan dan dibawah satu domain, *Website* dapat diakses dari gawai berbasis komputer apapun selama terkoneksi ke internet (h.7). *Website* adalah media informasi dengan konten yang terstruktur di mana *user* dapat bernavigasi untuk menemukan informasi yang mereka cari (Miller, 2022, h.44). *Website* adalah alat dengan utilitas yang unik tergantung fungsinya masing-masing dan bisa diatur oleh *user* (h.45)

2.1.1 Tujuan Website

Website memiliki tujuan sebagai jembatan antara *user* dan informasi atau konten (Beaird & Walker, 2020). *Website* berperan sebagai media penyampaian informasi dengan desain yang tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga memastikan konten dapat diakses dan dicerna dengan mudah. Elemen visual dan tata letak berkontribusi dalam meningkatkan interaksi pengguna, menunjukkan bahwa *website* harus menggabungkan daya tarik visual dengan kemudahan navigasi.



Gambar 2.1 Contoh Website
Sumber: <https://www.wix.com/>

Website memiliki berbagai fungsi yang menggabungkan desain, pengalaman *user* yang optimal, penyampaian konten yang efektif, serta keseimbangan antara estetika dan fungsionalitas. Desain sebuah *website* tidak hanya harus menarik secara visual, tetapi juga memiliki tujuan yang jelas agar dapat digunakan secara maksimal. Salah satu aspek penting adalah pengalaman *user* atau UX, di mana struktur yang terarah membantu *user* menelusuri konten dengan alur yang teratur. Pendekatan ini memastikan pengalaman yang lebih nyaman dan mempertahankan keterlibatan *user*. Pada akhirnya, fungsi utama *website* berfokus pada penyampaian informasi yang terstruktur, meningkatkan pengalaman pengguna, serta menciptakan keseimbangan antara desain dan kegunaan sebuah media (h.6-55).

2.1.2 Jenis-jenis *Website*

Website secara umum dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan tujuannya, seperti komersial, hiburan, informasi, navigasi, artistik, dan personal. Setiap jenis memiliki tujuan, *user*, dan fitur yang berbeda, sehingga desain harus disesuaikan dengan jenisnya. Oleh karena itu, desain setiap *website* juga harus sesuai dengan tujuan agar dapat menyampaikan pesan secara efektif (Powel, 2002, h.161). Berikut merupakan penjelasan jenis-jenis klasifikasi *website* berdasarkan tujuan.

a) **Komersial**

Website komersial dirancang terutama untuk mendukung aktivitas bisnis. Umumnya, *user* utama dari *website* ini adalah calon pelanggan dan pelanggan yang sudah ada, sementara *user* sekundernya mencakup investor, calon karyawan, serta pihak ketiga seperti media berita atau saingan. *Website* komersial memiliki tujuan penyebaran informasi produk dan layanan, panduan dalam menggunakan produk, serta informasi bagi investor tentang peluang investasi. Selain itu, fungsi yang ada adalah sebagai media komunikasi masyarakat untuk menyebarkan informasi kepada

komunitas, salah satu tujuan lainnya adalah sebagai platform rekrutmen karyawan (h.161-162).

b) Informasi

Website informasi memiliki tujuan utama untuk menyebarkan informasi, bukan transaksi. *Website* informasi biasanya memiliki hubungan dengan pemerintahan, pendidikan, berita, dan berbagai organisasi. Beberapa *website* informasi mungkin memiliki faktor komersial, namun fokus utamanya tetap untuk memberikan informasi. *User* dari *website* informasi sangat beragam, tergantung pada jenis informasi yang disajikan. Namun, secara umum, pengunjungnya adalah orang-orang yang memiliki ketertarikan atau kebutuhan terhadap informasi (h.163-164).



Gambar 2.2 Contoh *Website* Informasi
Sumber: <https://sharkeducationclub.com/>

Tujuan dari *website* informasi juga sangat beragam. Misalnya, *website* universitas untuk suatu mata kuliah dapat digunakan untuk memberikan edukasi mengenai topik tertentu, seperti sejarah Amerika. Sementara itu, *website* yang dikelola oleh kelompok keagamaan, sosial, atau politik kadang bertujuan untuk mengajak bergabung atau berdonasi. *Website* berita biasanya bertujuan memberikan informasi terkini dengan harapan menarik perhatian *user*, yang kemudian dapat dijual kepada pengiklan. Di sisi lain, *website* pemerintah bisa berfungsi untuk memberikan informasi hukum, dengan harapan untuk meningkatkan partisipasi dalam layanan sipil atau militer, atau bahkan mempengaruhi pilihan politik

warga negara. Perbedaan utama antara *website* komersial dan informasi terletak pada orientasi ekonomi, *website* komersial berfokus pada peningkatan keuntungan, sementara *website* informasi sering kali dibuat untuk memenuhi tujuan yang tidak selalu berkaitan dengan aspek finansial.

c) Hiburan

Tujuan utama dari *website* hiburan adalah memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi *user*. *Website* ini dirancang untuk menyajikan hiburan sebagai produk utama, baik melalui konten interaktif, permainan, video, atau cerita yang menarik. Berbeda dengan *website* komersial lain yang mungkin menggunakan elemen hiburan untuk membantu menarik perhatian, *website* hiburan menjadikan pengalaman itu sendiri sebagai fungsi utama (h.164).

d) Navigasi

Tujuan utama dari *website* navigasi adalah membantu *user* menemukan informasi dan destinasi internet. *Website* ini sering disebut sebagai portal karena berfungsi sebagai pusat utama yang mengarahkan *user* ke berbagai tujuan lain. Selain itu, *website* navigasi juga mencakup mesin pencari dan memberi arahan ke situs, yang sering menjadi tulang punggung dari banyak portal (164-165).

e) Komunitas

Website komunitas bertujuan sebagai tempat berkumpul dan berinteraksi bagi anggota atau kelompok tertentu. Selain mencari konten yang menarik, *user* datang ke *website* ini untuk berkomunikasi dengan individu lain yang memiliki minat serupa. *Website* komunitas biasanya interaktif, dinamis, dan sering diatur sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Kontennya sangat bervariasi, mulai dari komunitas dengan cakupan luas contohnya kelompok berbasis gender hingga komunitas yang lebih spesifik, seperti mahasiswa Asia-Amerika di California Selatan. *Website*

komunitas sering kali memiliki kesamaan dengan *website* informasi atau komersial, namun perbedaannya interaksi antar *user* (h.165).

f) Artistik

Website artistik merupakan wadah bagi individu atau seniman untuk mengekspresikan diri. Tujuan utama dari *website* artistik adalah untuk menginspirasi, mencerahkan, atau menghibur pengunjungnya. *Website* artistik ini bisa menjadi bentuk ekspresi pribadi tanpa mempertimbangkan reaksi pengunjungnya (h.165).

g) Personal

Website personal merupakan bentuk ekspresi dari pembuatnya. *Website* personal dapat dibuat untuk memberi informasi kepada teman, keluarga, atau sekadar sebagai sarana belajar keterampilan. Beberapa *website* personal berfungsi sebagai portofolio. Salah satu bentuk dari *website* personal adalah blog, yang berfungsi sebagai jurnal (h.165-166).

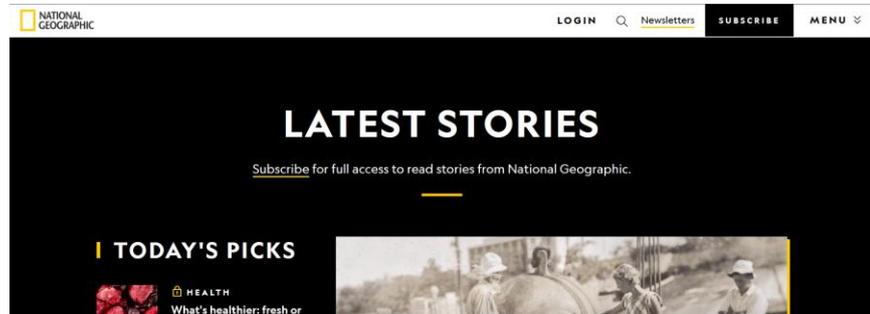
2.1.3 Anatomi *Website*

Seperti media lainnya, *website* dirancang berdasarkan kebiasaan *user* sehingga memunculkan faktor-faktor pembentuk atau anatomi media tersebut. Anatomi *website* mencakup *header*, navigasi, area fitur, konten, *sidebar*, *footer*, dan *background* (Miller, 2022, h.156-166). Anatomi dari *website* muncul dari sifat pengguna seperti membaca dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah. Selain itu anatomi juga diadopsi dari media yang ada sebelumnya yaitu media cetak. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai anatomi *website*.

a) Header

Header adalah salah bagian anatomi *website* yang selalu konsisten pada semua situs. *Header* memiliki fungsi sebagai identitas dari *website* karena juga menampilkan logo. *Header* memperkuat identitas juga karena selalu terlihat dan biasanya tidak

berubah tempat ataupun visual pada halaman apa pun. Selain itu, *header* juga biasanya menyertakan elemen penting seperti tombol pencarian tanpa mengalihkan perhatian dari konten utama *website*.



Gambar 2.3 Contoh Penggunaan *Header*
Sumber: <https://www.nationalgeographic.com/>

Selain fungsi identitas dan navigasi, *header* juga memiliki fungsi teknis. *Header* memiliki fungsi mempermudah pencarian pada *browser*. *Header* mencakup meta data seperti nama *website* dan kata kunci agar lebih mudah ditemukan di internet (h.170-176).

b) Navigasi

Navigasi adalah sebuah menu dari halaman-halaman yang ada pada *website* yang sering kali berada di *header*. Navigasi adalah alat bantu bagi *user* untuk mencapai halaman pada *website* dengan informasi yang mereka cari. Navigasi harus terlihat dengan jelas oleh *user* dan dapat diklik atau diketuk pada gawai *mobile*. Tombol navigasi harus jelas dengan diberi tanda ataupun menggunakan teks.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.4 Contoh Penggunaan Navigasi
Sumber: <https://zoepepper.com/>

Navigasi dapat dibagi menjadi dua untuk membantu dalam menentukan hierarki yaitu navigasi utama dan navigasi sekunder. Navigasi utama mengarahkan *user* ke halaman-halaman utama yang paling sering digunakan *user* dan harus diberi tanda yang singkat dan informatif. Navigasi sekunder adalah informasi tambahan seperti profil, kontak, dan blog. Navigasi dapat disusun secara horizontal seperti di *header* ataupun vertikal di samping tampilan dan sebagian diletakkan di *footer* sebagai pelengkap (h.177-179).

c) Area Fitur

Area fitur adalah area yang paling merepresentasikan keseluruhan desain *website*. Hierarki penting dalam membentuk area fitur karena merupakan hal pertama yang dilihat *user* saat masuk *website*. Area fitur biasanya sebagian besar dari halaman awal atau *home page*. Area fitur sering menampilkan aset visual dan tipografi yang mencolok dan menggunakan animasi untuk menarik perhatian.



Gambar 2.5 Contoh Area Fitur
 Sumber: <https://grabandgo.pt/>

Area fitur yang paling sering digunakan adalah *slide show* di mana *user* dapat melihat konten-konten yang dihadirkan oleh *website*. Area fitur juga memiliki fungsi representasi atau identitas *website* dengan mewakili isi dan fungsi *website*. Area fitur menjadi poin *focal* untuk menarik perhatian dan memperjelas hierarki pada *website* (h.180-185).

d) Konten

Area konten pada *website* adalah tempat *user* menghabiskan waktunya paling lama karena merupakan letaknya informasi dan inti dari *website* tersebut. Ukuran konten *website* akan menyesuaikan ukuran layar gawai walaupun dapat di *scroll* secara tak terbatas. Oleh karena itu, ada sebutan '*Above the Fold*' yaitu konten yang terlihat sebelum *user* melakukan *scroll* atau interaksi lainnya setelah membuka halaman tersebut. Konten yang *above the fold* harus menarik perhatian serta memberi ide terhadap konten yang akan di konsumsi selanjutnya.

A virus called Sin Nombre is the most common hantavirus in the Southwestern US. BSIP/Universal Images Group Editorial/Getty Images

(CNN) — Officials said Friday that Betsy Arakawa, the wife of Academy Award-winning actor Gene Hackman, died of hantavirus pulmonary syndrome last month in the couple's home in New Mexico.

Hantavirus can infect humans through contact with rodents - most commonly through the deer mouse in the United States - especially when exposed to their urine, droppings and saliva, according to the US Centers for Disease Control and Prevention. It does not spread from person to person.

In the US and other parts of the Western Hemisphere, a hantavirus infection can cause hantavirus pulmonary syndrome, a rare disease that can severely affect the lungs.



Between 1993 and 2022, 834 cases of hantavirus pulmonary syndrome were reported in the US, primarily in Western states, CDC data shows.

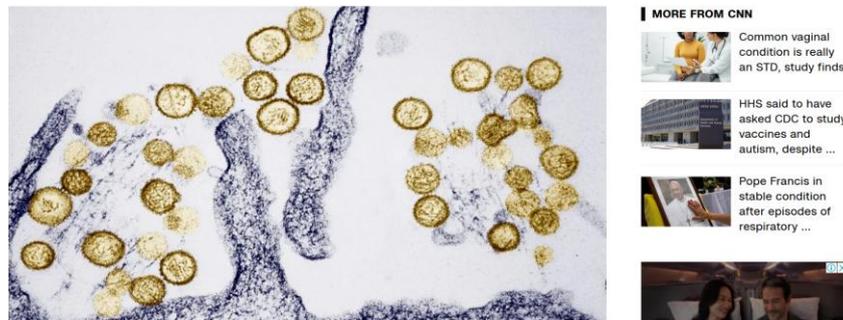
New Mexico has had more reported cases of hantavirus

Gambar 2.6 Contoh Konten *Website*
Sumber: <https://edition.cnn.com/>

Konten perlu dipecah dan diberi jarak menggunakan *white space* untuk memudahkan *user* dalam membaca. Konten juga perlu dilengkapi dengan pemberian judul yang jelas dengan menambahkan *heading* dan *sub-heading*. *Hyperlink* juga kadang dimasukkan pada kata-kata yang mungkin memerlukan definisi atau topik terkait untuk memahami. Konten pada *website* memiliki lebar tetap dan lebar variabel, lebar tetap adalah ruang tetap untuk menyusun konten, sedangkan lebar variabel adalah lebar yang mengikuti ukuran dan bentuk *browser*. Untuk tipografi pada konten, 52-65 karakter per baris menjadi tolak ukur yang paling optimal untuk mengurangi kelelahan pembaca (h.186-192).

e) ***Sidebar***

Sidebar adalah bagian pada *website* yang berisi informasi sekunder. *Sidebar* menjadi pendukung dari konten utama *website* yang biasanya mengarahkan ke konten-konten yang relevan terhadap konten yang sedang ditampilkan. *Sidebar* juga sering digunakan sebagai area periklanan atau promosi.



Gambar 2.7 Contoh *Sidebar*
 Sumber: <https://edition.cnn.com/>

Desain pada *sidebar* harus tetap selaras dengan identitas keseluruhan *website*. Selain itu, konten pada *sidebar* tidak boleh lebih mencolok dari konten karena memiliki fungsi sebagai pendukung dan bukan utama. *Sidebar* dapat digunakan juga sebagai alat navigasi dan penyaring konten (h.194-197).

f) **Footer**

Footer adalah kolom konten yang biasanya berisi informasi navigasi, hak cipta, tautan ke media lain, identitas, dan kontak. *Footer* memberi kemudahan pada pengguna untuk mencari informasi, media lain, dan informasi terkait *website* itu sendiri. Selain itu, *footer* juga membantu *website* untuk mudah dicari karena tautan-tautan yang ada di sana.



Gambar 2.8 Contoh *Footer*
 Sumber: <https://www.gojek.com/en-id>

Selain untuk kepentingan navigasi, identitas, dan pencarian, *footer* memiliki fungsi seperti pendaftaran. *Footer* juga sering digunakan untuk kolom pendaftaran misalnya untuk berlangganan *news letter*. Jadi, *footer* adalah bagian penting sebuah *website* yang memiliki fungsi navigasi, identitas, pendaftaran, informasi sekunder, dan juga membantu pencarian (h.198-200).

g) Background

Background atau latar belakang dari konten yang ada pada *website*. Pada *website-website* terdahulu, sering kali latar belakang menggunakan aset yang sama untuk semua halaman, namun seiring berkembangnya teknologi latar belakang menjadi lebih variatif. Latar belakang menjadi alat untuk menciptakan ruang dan dapat menjadi tambahan aset visual dari konten.



Gambar 2.9 Contoh *Background*
Sumber: <https://edubem.pt/>

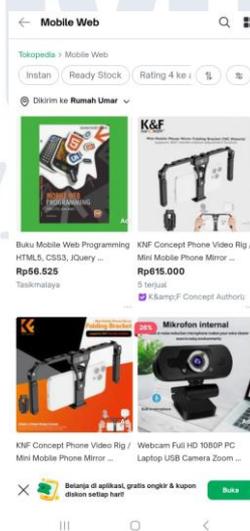
Background menjadi sebuah komponen yang menghubungkan konten-konten yang ada. Warna dan aset pada latar belakang berpengaruh terhadap visual konten seperti latar belakang gelap akan memicu teks dengan warna terang dan sebaliknya. Pada akhirnya, hal tersebut tergantung pada preferensi dan tujuan (h.200-209).

2.1.4 Mobile Site

Mobile site adalah versi dari sebuah *website* yang secara khusus dirancang untuk gawai *mobile* seperti *smartphone* dan tablet. Desainnya dioptimalkan agar memberikan pengalaman pengguna yang nyaman pada layar kecil, dengan navigasi yang lebih sederhana dan akses konten yang mudah

tanpa perlu sering menggulir atau memperbesar tampilan. Walaupun istilah ‘*mobile site*’ tidak selalu disebut secara langsung dalam pembahasan desain responsif, konsep desain responsif itu sendiri menekankan pentingnya penyesuaian tampilan *website* terhadap berbagai ukuran dan dimensi layar dan kebutuhan *user* (Beaird & Walker, 2020).

Mobile site merupakan media informasi interaktif yang efektif karena dirancang khusus untuk kebutuhan *user mobile*, sehingga navigasinya lebih mudah dan konten dapat diakses tanpa harus banyak memperbesar tampilan, yang menghasilkan pengalaman *browsing* yang lebih menyenangkan. Selain itu, *mobile site* biasanya memiliki waktu muat yang lebih cepat karena telah dioptimalkan untuk *bandwidth mobile* yang umumnya lebih terbatas dibandingkan koneksi desktop sehingga ukuran aset juga sebaiknya lebih kecil dan ringan. Kecepatan ini penting untuk mempertahankan pengguna, karena banyak *user* yang akan meninggalkan halaman yang lambat dimuat. Dengan menekankan pada konten dan fitur yang esensial, *mobile site* juga memastikan *user* dapat dengan cepat mengakses informasi yang dibutuhkan. Selain itu, *search engine* seperti Google memberikan peringkat lebih tinggi untuk situs yang ramah *mobile*, sehingga *mobile site* dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pengunjung.



Gambar 2.9 Contoh *Mobile Site*
Sumber: <https://www.tokopedia.com/>

Pada desain *mobile site* terdapat dua prinsip tambahan dalam merancang tampilan visual atau UI. Prinsip pertama adalah kesederhanaan dan *layout* yang mengalir di mana dalam satu tampilan atau satu *frame* tidak terdapat terlalu banyak konten, fitur, dan informasi sehingga konten dan elemen disusun memanjang agar ada ruang yang cukup antar interaksi (h. 68). Setelah itu terdapat prinsip fungsionalitas di mana interaksi dan tombol aksi lebih digunakan seperti tombol untuk menuju *site* lain, filter, dan fitur berbasis lokasi. *Mobile site* memiliki fungsi yang lebih spesifik dan dikhususkan ke *pengguna*, jadi selain informasi ada fitur dengan tujuan spesifik (h. 66).

2.1.5 Elemen Desain *Website*

Elemen-elemen desain seperti warna, tekstur, tipografi dan penggunaan gambar menjadi hal penting dalam membentuk gaya visual dan suasana dari *website* (Miller, 2022). Gaya visual selalu dipengaruhi oleh tren dan juga kemajuan teknologi. Elemen desain yang dimanipulasi sesuai dengan struktur *website* akan penting dalam membentuk keseluruhan *website*. Penjabaran elemen desain *website* adalah sebagai berikut.

a) Warna

Warna adalah elemen desain dengan kemampuan paling kuat untuk menggiring dan mengarahkan *user* (Miller, 2022, h.212-216). Warna juga dapat membantu dalam membuat emosi dan membangun suasana pada *website*. Warna memiliki arti yang berbeda-beda dalam berbagai budaya dan dapat menjadi elemen penting untuk menyampaikan pesan dalam sebuah desain. Warna memiliki karakteristik utama yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*.

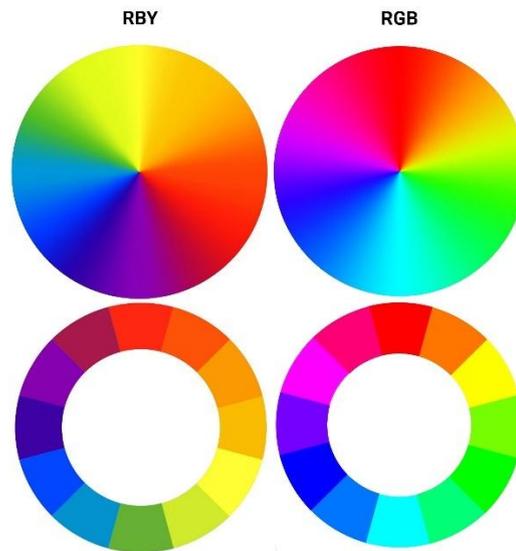


Gambar 2.10 *Hue, Saturation, and Value*
 Sumber: <https://www.virtualartacademy.com/wp-c...>

Hue adalah warna itu sendiri seperti merah, biru, hijau, atau kuning. *Value* adalah tingkat kecerahan atau kegelapan dari suatu warna. Sedangkan, *saturation* adalah tingkat intensitas dari warna atau kejenuhan warna.

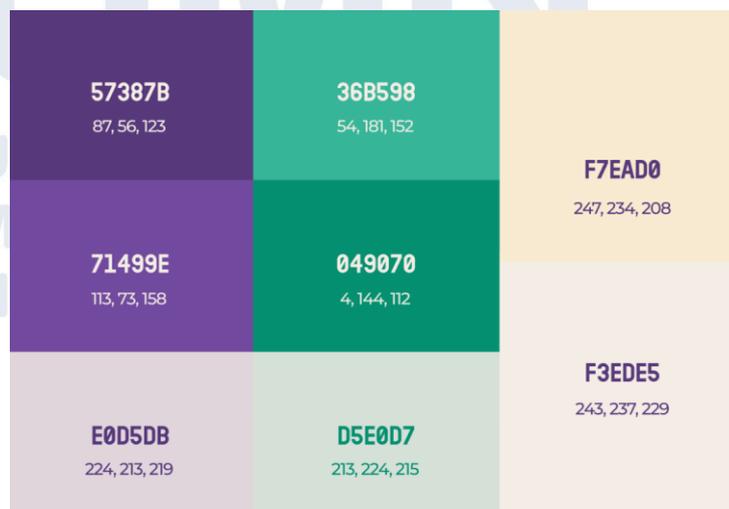
Untuk mendesain web, warna yang digunakan adalah warna berbasis cahaya yaitu RGB (*Red, Green, Blue*) yang memiliki jangkauan warna yang lebih luas dibandingkan warna pada media cetak yaitu CMYK. Warna harus dibatasi dalam desain untuk menghasilkan identitas visual dan suasana yang lebih kuat melalui warna. Warna yang dibatasi juga membantu dalam membuat desain yang konsisten pada *website*.

Teori warna pada umumnya dijelaskan menggunakan *color wheel* atau roda warna. Roda warna tradisional terdiri dari 12 bagian yang mencakup tiga kategori yaitu warna primer, sekunder, dan tersier. Warna primer biasanya mencakup merah, kuning, dan biru, warna yang tidak bisa dihasilkan melalui pencampuran warna lain. Warna sekunder adalah campuran dari warna primer, dan tersier merupakan campuran dari warna primer dan sekunder yang berdekatan pada roda warna (Beaird & Walker, 2020, h.89-91).



Gambar 2.11 Roda Warna RYB dan RGB
 Sumber: <https://graphicdesign.stackexchange.com/>

Pada desain, warna yang ada akan digabungkan untuk membentuk sebuah harmoni warna. Terdapat enam skema warna yang biasa digunakan dalam membuat harmoni warna yang efektif yaitu monokromatik, analog, komplementer, komplementer terpisah, *triadic*, dan *tetradic* (h.94). Warna *analogous* adalah warna-warna yang berdekatan pada roda warna. Untuk memilih warna yang tidak lebih lebar dari 1/3 dari roda warna dan tidak memilih warna-warna yang terlalu mirip (h.99).



Gambar 2.12 Palet Warna

Penulis menggunakan skema warna *split complementary* dengan kombinasi temperatur dingin dan hangat seperti gambar di atas. Warna dengan temperatur dingin adalah warna dari hijau ke biru dan hingga violet. Warna temperatur dingin memberi kesan tenang dan mengurangi tekanan dan stres (h.86). Warna netral yang digunakan memiliki sedikit *tint* kuning yang merupakan warna hangat. Warna ungu sering diasosiasikan dengan nilai atau *value*. (h.81-82). Warna hijau diasosiasikan dengan pertumbuhan dan perkembangan. Sedangkan warna kuning diasosiasikan dengan kebahagiaan dan keceriaan (h. 80).

b) Tekstur

Tekstur adalah tampilan yang memberi kesan pada sebuah objek atau permukaan. Tekstur pada *website* dapat memberi kesan benda nyata dan memicu ingatan pengguna dan membangun suasana tertentu. Tekstur dapat membantu dalam membuat media digital lebih *immersive* (Beaird & Walker, 2020, h.125).



Gambar 2.13 Tekstur di *Website*

Sumber: <https://webflow.com/>

Tekstur dapat digunakan pada latar belakang, aset visual, bahkan tipografi. Tekstur membantu membentuk gaya visual dan memberi ciri khas pada sebuah media. Tekstur terbentuk dari elemen desain grafis yaitu titik, garis, bentuk, volume, dan pola. Penjelasan elemen desain grafis adalah sebagai berikut.

c) *Iconography*

Ikona adalah bagian dari elemen desain *website* yaitu *imagery* (Miller, 2022, h.219). Ikona adalah elemen visual yang digunakan untuk mewakili objek, tindakan, atau konsep dalam bentuk gambar yang disederhanakan. Dalam desain digital, ikona berperan sebagai pengganti teks untuk memperjelas informasi dan meningkatkan efisiensi komunikasi dan fitur media. Sifat-sifat ikona meliputi kesederhanaan, abstraksi, dan kejelasan dalam menyampaikan makna agar mudah dikenali oleh *user*. Ikona dapat dibuat dalam berbagai gaya, dapat *grey scale* monokrom maupun berwarna, tergantung pada kebutuhan dan estetika serta fungsi dalam media digital (Levinson & Schattler, 2013).



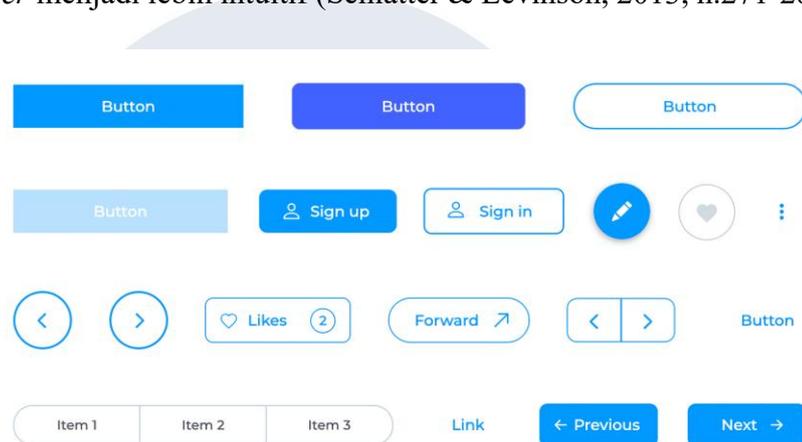
Gambar 2.14 Contoh Penggunaan Ikona *Website*
Sumber: <https://www.hostinger.com/>

Penggunaan ikona dalam media digital berfungsi untuk merepresentasikan elemen navigasi, kategori informasi, atau tindakan yang dapat dilakukan *user*. Konsistensi dan kemudahan identifikasi, terutama pada ikona aplikasi yang harus unik dan mudah dikenali. Ikona dalam media digital perlu dirancang dengan jelas agar *user* memahami maknanya secara langsung. Konsistensi dalam bentuk, warna, dan teknik ilustrasi pada aset ikona meningkatkan efektivitas interaksi *user*. Dengan penerapan prinsip desain yang tepat, ikona berkontribusi terhadap keterbacaan, navigasi, dan juga efisiensi penggunaan media digital.

d) **Kontrol**

Dalam desain aplikasi, kontrol adalah elemen interaktif yang memungkinkan pengguna menjalankan berbagai fungsi dalam sistem. Kontrol menjadi komponen penting dalam UI dan visual

karena menentukan bagaimana pengguna bernavigasi dan berinteraksi dengan aplikasi. Kontrol dirancang untuk memudahkan proses seperti mengisi data, menavigasi antar halaman, atau mengatur preferensi pengguna. Jika dirancang dengan baik, kontrol dapat meningkatkan efisiensi penggunaan dan membuat pengalaman *user* menjadi lebih intuitif (Schlatter & Levinson, 2013, h.271-284).



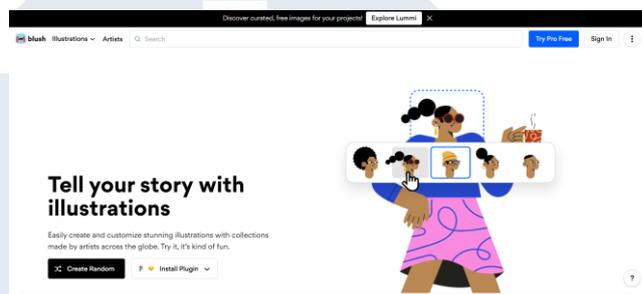
Gambar 2.15 Contoh Kontrol pada Media Digital

Sumber: <https://www.justinmind.com/blog/button-design-websites-mobile-apps/>

Beberapa jenis kontrol yang umum digunakan dalam aplikasi antara lain tombol, *slider*, kolom *input*, *drop-down menu*, dan *toggle switch*. Tombol digunakan untuk mengeksekusi perintah, seperti menyimpan atau mengirim data. *Slider* memungkinkan pengguna memilih nilai dalam rentang tertentu, seperti volume atau tingkat kecerahan. Kolom *input* digunakan untuk memasukkan teks, seperti nama, mencari atau kata sandi. *Drop-down menu* menyajikan daftar pilihan dalam format yang ringkas, sehingga tidak memakan banyak ruang. Sementara itu, *toggle switch* berguna untuk mengatur fitur yang memiliki dua kondisi, seperti mengaktifkan atau menonaktifkan mode tertentu. Pemilihan jenis kontrol yang tepat perlu disesuaikan dengan konteks dan kebutuhan aplikasi agar interaksi pengguna berjalan lancar dan efisien. Pada perancangan ini, paling sering digunakan tombol dan kolom *input*.

e) Ilustrasi

Ilustrasi adalah bagian dari elemen desain *website* yaitu *imagery* (Miller, 2022, h.219). Ilustrasi adalah sebuah bentuk bahasa visual yang memiliki fungsi untuk menyampaikan pesan dalam konteks yang spesifik. Ilustrasi memiliki karakteristik hampir setiap ilustrasi dibuat untuk direproduksi dan didistribusikan.



Gambar 2.16 Ilustrasi *Website*
Sumber: <https://blush.design/>

Ilustrasi juga memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat, baik dalam bentuk buku anak-anak yang membentuk imajinasi dan intelektual, ilustrasi pada media berita yang menyoroti isu penting, maupun dalam identitas merek dan pemasaran produk. Selain itu, ilustrasi memberikan kebebasan kreatif yang luas, memungkinkan seniman untuk menggambarkan dunia melalui perspektif lain, menciptakan suasana, atau bahkan mengejutkan *user* untuk menarik perhatian terhadap suatu pesan atau argumen (Male, 2017, h.13-14). Ilustrasi memiliki berbagai fungsi, termasuk sebagai media bercerita, *branding*, periklanan, dan pendidikan. Terdapat beberapa jenis ilustrasi, masing-masing memiliki tujuan dan karakteristik yang berbeda (Onaiwu, 2022, h.1-7).

1. Ilustrasi Karakter

Menggambarkan kepribadian dan ciri khas sebuah karakter baik manusia, hewan, atau objek. Ilustrasi ini dapat bersifat realistis, bergaya, satir, atau abstrak, dengan ciri khas tetap terlihat jelas.

2. Ilustrasi Spot

Menampilkan objek yang berdiri sendiri tanpa latar belakang. Jenis ilustrasi ini sering digunakan dalam desain web dan *branding*.

3. Ilustrasi Ikon

Dirancang untuk digunakan dalam skala kecil dengan detail yang disederhanakan dan warna minimal agar tetap jelas dalam berbagai ukuran. Ikon sering digunakan sebagai simbol.

4. Ilustrasi Pola

Biasanya dapat diulang dan fleksibel, sehingga cocok untuk berbagai latar belakang seperti dalam *website*, aplikasi, dan kartu nama.

5. Ilustrasi Teknis

Mengutamakan keakuratan dan kejelasan karena digunakan dalam materi instruksional, diagram teknik, dan ilustrasi ilmiah. Tujuannya adalah menyederhanakan konsep agar lebih mudah dipahami.

6. Infografis

Menggabungkan gambar dengan teks untuk menyajikan informasi secara jelas. Infografis sering digunakan dalam pendidikan dan visualisasi data untuk menyederhanakan informasi yang banyak.

Setiap jenis ilustrasi memiliki perannya masing-masing dalam komunikasi visual, membantu penyampaian informasi, penguatan identitas, dan menjalin koneksi dengan siapa pun yang melihatnya. Ilustrasi akan berguna pada media untuk memperjelas informasi teks dan memberi emosi.

Ilustrasi dapat dibuat menggunakan beberapa gaya yang membentuk suasana dari gambar. Gaya dibedakan dari cara membuat ilustrasi secara teknis dan tujuan dibuatnya ilustrasi tersebut. Gaya ilustrasi yang sering digunakan pada media adalah *literal illustration, hyperrealism, conceptual illustration, abstract illustration, surrealism, caricature, impresssionistic illustration, decorative illustration, sequential imagery, dan editorial illustration*. Pada perancangan ini, gaya ilustrasi yang digunakan adalah *conceptual illustration* (Male, 2007).

Conceptual illustration adalah gaya ilustrasi yang fokus pada penyampaian konsep dan emosi melalui simbol dan metafora visual, bukan menggambarkan objek secara langsung. Gaya ini sering digunakan untuk menyampaikan pesan yang kompleks secara kreatif. Gaya ilustrasi ini menemani konteks pada media untuk memperkuat penyampaian pesan dan menambah nilai estetika. Gaya ilustrasi ini juga biasanya digunakan untuk memperkuat identitas visual sebuah media. Intinya, ilustrasi konseptual adalah bentuk seni yang ekspresif dan imajinatif yang berfokus pada penyampaian ide dan emosi melalui simbol. Asosiasi antara objek dan makna merupakan inti dari simbolisme, di mana suatu benda digunakan untuk mewakili ide, perasaan, atau konsep yang lebih luas. Objek dipilih karena memiliki hubungan secara budaya, emosional, maupun fungsional dengan maknanya (Chandler, 2007, h.50).

Berikut adalah penjabaran prinsip-prinsip utama efektivitas sebuah ilustrasi dalam menyampaikan pesan dan menarik perhatian. Setiap prinsip memiliki peran penting dalam membentuk komunikasi visual yang kuat dan menyampaikan pesan yang ada. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ini, ilustrasi dapat lebih optimal dalam menyampaikan ide serta menciptakan pengalaman visual yang diinginkan.

1. Kejelasan (*clarity*)

Kunci utama dalam komunikasi visual. Ilustrasi harus mampu menyampaikan pesan dan subjek sehingga mudah dipahami. Ilustrasi yang jelas membantu memperkuat pesan dan mengurangi salah paham, sehingga ilustrasi efektif sebagai elemen penyampaian informasi.

2. Konsistensi

Konsistensi dalam ilustrasi menciptakan kesatuan dan keharmonisan. Penggunaan elemen seperti warna, bentuk, dan bahasa visual yang seragam membantu memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Konsistensi membuat ilustrasi terasa lebih terstruktur dan profesional, agar pesan lebih mudah dipahami.

3. Relevansi

Ilustrasi yang efektif harus relevan dengan konteks dan tema yang diangkat. Gambar yang tidak selaras dengan konten atau pesan utama dapat mengurangi efektivitas komunikasi. Ilustrasi yang relevan akan memperkuat pemahaman terhadap isi pesan dan membantu menyampaikan pesan.

4. Hierarki Visual

Hierarki membantu mengarahkan pandangan pada elemen-elemen yang paling penting dalam media. Hierarki dibangun melalui pengaturan ukuran, kontras warna, dan posisi objek dalam komposisi.

5. Simbolisme

Simbolisme dan metafora dalam ilustrasi memungkinkan adanya interpretasi dan makna

mendalam. Simbolisme membuat ilustrasi menjadi lebih kaya secara visual dan konseptual.

6. Keterampilan Teknis

Penguasaan teknik dalam menggambar, penggunaan media dan sumber daya yang tepat, serta perhatian terhadap detail meningkatkan kualitas ilustrasi secara keseluruhan. Ilustrasi yang dikerjakan dengan keterampilan tinggi lebih meyakinkan dan memiliki dampak visual pada media yang lebih kuat.

Tujuh prinsip analisis ilustrasi tersebut memberikan landasan yang kuat untuk menilai kualitas dan efektivitas sebuah karya visual. Dengan memperhatikan kejelasan, konsistensi, relevansi, keterlibatan, hierarki visual, simbolisme, dan keterampilan teknis, ilustrasi tidak hanya menjadi elemen estetika, tetapi juga alat komunikasi yang mampu menyampaikan pesan secara mendalam dan bermakna. Penerapan prinsip-prinsip ini akan membantu menciptakan ilustrasi yang mampu menyampaikan pesan dan emosi sesuai dengan tujuan media.

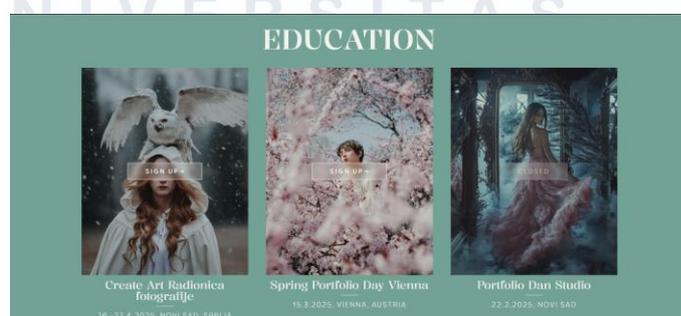
f) Retorika Visual

Retorika mencakup berbagai teknik yang bertujuan untuk memperkuat kejelasan, daya tarik, dan kekuatan emosional dalam komunikasi visual. Beberapa teknik retorika yang umum digunakan antara lain asosiasi, yaitu menghubungkan suatu ide atau objek dengan hal lain untuk membangkitkan perasaan atau persepsi tertentu. Teknik hiperbola menggunakan pernyataan yang sangat dilebih-lebihkan, seperti untuk menekankan suatu kondisi atau menambahkan unsur humor. Metafora membandingkan dua hal yang berbeda secara langsung untuk memberikan makna mendalam.

Ironi digunakan untuk menyampaikan sesuatu yang bertentangan dengan kenyataan atau harapan biasanya untuk menekankan suatu hal atau memberikan efek humor. Personifikasi memberikan sifat-sifat manusia kepada benda mati atau konsep abstrak. Berbagai teknik retorika ini memainkan peran penting dalam memperkuat pesan, menarik perhatian, dan meningkatkan efektivitas komunikasi (Chandler, 2007, h.123-134). Pada perancangan ini, teknik retorika yang digunakan adalah asosiasi untuk menghadirkan simbolisme pada *conceptual illustration* dan hiperbola untuk bentuk dan gaya visual objek dan subjek ilustrasi.

g) Fotografi

Fotografi adalah proses menggunakan kamera untuk menangkap gambar, baik dalam bentuk diam maupun bergerak. Fotografi adalah bentuk seni dan keterampilan profesional yang banyak dipraktikkan, dengan berbagai tujuan, mulai dari ekspresi pribadi hingga penggunaan komersial. Fotografi memiliki genre seperti *still life*, potret, olahraga, *fashion*, jurnalisme foto, lanskap, fotografi urban, fotografi bergerak, liputan acara, fotografi makanan. Setiap genre memerlukan pendekatan unik, keahlian teknis, dan visi kreatif untuk menghasilkan gambar yang menarik dan dapat menyampaikan pesan secara sendiri maupun dalam media dan membangkitkan emosi (Landa, 2019, h.117).



Gambar 2.17 Fotografi di *Website*
Sumber: <https://jovanarikalo.com/>

Sudut pandang dalam fotografi adalah posisi kamera dalam menangkap subjek. Pemilihan sudut pandang yang tepat memengaruhi latar belakang, pencahayaan, dan kedalaman dari gambar. Teknik pengambilan gambar dari atas menciptakan perspektif yang luas, pengambilan dari bawah memberikan kesan dramatis. Latar belakang yang sederhana membantu menonjolkan subjek utama. Pemilihan sudut yang tidak biasa menghasilkan komposisi yang lebih menarik.

Rule of Thirds adalah teknik komposisi yang membagi sebuah foto menjadi sembilan bagian dengan empat titik perpotongan. Menempatkan elemen utama pada titik-titik ini menciptakan keseimbangan visual yang lebih dinamis dibandingkan dengan menempatkan subjek di tengah. *Golden Ratio* adalah pendekatan komposisi berbasis proporsi matematis yang menghasilkan tata letak harmonis dan natural. Penerapannya membantu menyusun elemen gambar agar tampak lebih alami dan estetis. Kedua teknik ini digunakan dalam fotografi untuk mengarahkan perhatian penonton ke titik fokus utama serta meningkatkan kejelasan gambar (Webb, 2020).

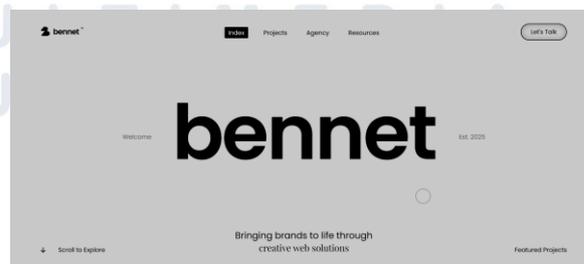
Rule of Thirds adalah teknik komposisi yang membagi sebuah foto menjadi sembilan bagian dengan empat titik perpotongan. Menempatkan elemen utama pada titik-titik ini menciptakan keseimbangan visual yang lebih dinamis dibandingkan dengan menempatkan subjek di tengah. *Golden Ratio* adalah pendekatan komposisi berbasis proporsi matematis yang menghasilkan tata letak harmonis dan natural. Hal ini membantu menyusun elemen gambar agar tampak lebih alami dan estetis. Kedua teknik ini digunakan dalam fotografi untuk mengarahkan perhatian penonton serta meningkatkan kejelasan pada sebuah foto atau gambar (Webb, 2020).

h) *Microanimation*

Animasi dapat digunakan sebagai alat bantu pada desain sebuah *website*. Animasi dalam media digital berfungsi untuk menyusun informasi, menyajikan urutan visual, atau sekedar memberikan kejutan yang menyenangkan bagi *user*. Animasi dapat menjadi elemen utama dalam desain, seperti video atau *slide* pada bagian utama halaman, tetapi juga bisa digunakan secara halus, seperti gerakan kecil saat pengguna mengarahkan kursor ke tombol, *scroll*, atau menyetuk tombol. Namun, jika animasi digunakan secara berlebihan, terutama pada halaman yang memiliki banyak konten dan informasi yang harus diserap *user*, animasi justru dapat mengganggu kenyamanan pengguna. Sebaiknya pengguna diberikan opsi untuk menghentikan animasi atau hanya membatasi animasi. Jika dilakukan dengan tepat dan sesuai, animasi dapat membantu dalam membuat media lebih interaktif bagi *user* (h.223-239)

i) *Tipografi*

Tipografi adalah elemen desain yang memiliki peran besar dalam komunikasi visual. Hal ini karena teks berfungsi sebagai penyampai pesan, dan kualitas tipografi dapat memperkuat atau pun mengurangi kejelasan pesan tersebut. Pada desain web, kontrol terhadap detail penempatan dan penggunaan tipografi sering kali terbatas atau bahkan tidak sepenuhnya memungkinkan. Oleh karena itu, prinsip tipografi sangat penting (h.247-252).



Gambar 2.18 Contoh Tipografi dalam *Website*
Sumber: <http://bennet.clapat.com/>

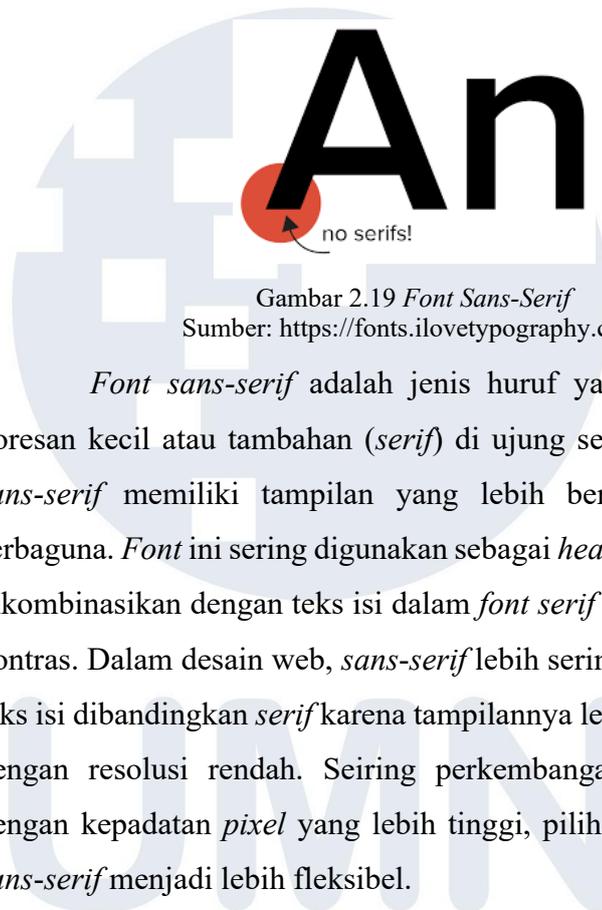
Secara tradisional, *font* merujuk pada satu set karakter dengan ukuran, gaya, dan ketebalan tertentu dalam sebuah *typeface*. *Typeface* sendiri merupakan ciri-ciri atau desain yang diterapkan pada serangkaian huruf, angka, serta tanda baca. Dalam konteks digital *font* juga mengacu pada *file* digital yang digunakan komputer untuk menampilkan huruf.

Tipografi juga bisa menjadi elemen yang mencuri perhatian dan bersifat ekspresif selain sebagai alat komunikasi konten. Dua aspek utama dalam tipografi adalah *readability* (keterbacaan) dan *legibility* (kejelasan). *Readability* berkaitan dengan seberapa menarik suatu teks bagi pembaca, seperti pada poster, sampul buku, atau logo, apakah pembaca ingin membaca teks tersebut. Berbagai elemen seperti ukuran huruf, komposisi, warna, dan abstraksi dapat meningkatkan keterbacaan dari sebuah teks.

Legibility mengacu pada seberapa mudah teks dapat dibaca, terutama dalam teks panjang atau teks isi. Faktor seperti bentuk karakter, ukuran huruf, jarak antar huruf dan baris, serta hubungan warna latar belakang dengan teks berkontribusi pada keterbacaan teks. Jadi pada intinya, *readability* penting untuk menarik perhatian pada halaman utama, sementara *legibility* sangat penting untuk memastikan kenyamanan membaca.

Pilihan terbaik untuk menampilkan teks dalam desain web sangat bergantung pada kebutuhan klien dan kemampuan target *user*. Meskipun desainer memiliki keterbatasan dalam mengontrol detail tipografi pada web, ada berbagai metode yang memungkinkan pengguna menyesuaikan tampilan teks sesuai preferensi. Beberapa *website* menyediakan fitur untuk mengubah ukuran teks, bahkan ada yang memungkinkan pengguna memilih jenis *font*.

Font memiliki jenis-jenis yang berbeda-beda dan dapat diklasifikasikan. Ada enam kategori klasifikasi bentuk *font* menurut Jason Beard yaitu *serif*, *san-serif*, *hand written/script*, *monospace*, *novelty*, dan *dingbats* (Beard & Walker, 2020, h.186). Penulis menggunakan tipe *font sans-serif* karena penjelasan sebagai berikut.



Gambar 2.19 *Font Sans-Serif*
Sumber: <https://fonts.ilovetypography.com/>

Font sans-serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki goresan kecil atau tambahan (*serif*) di ujung setiap karakter. *Font sans-serif* memiliki tampilan yang lebih bersih, modern, dan serbaguna. *Font* ini sering digunakan sebagai *headline*, terutama jika dikombinasikan dengan teks isi dalam *font serif* untuk menciptakan kontras. Dalam desain web, *sans-serif* lebih sering digunakan untuk teks isi dibandingkan *serif* karena tampilannya lebih jelas pada layar dengan resolusi rendah. Seiring perkembangan teknologi layar dengan kepadatan *pixel* yang lebih tinggi, pilihan antara *serif* dan *sans-serif* menjadi lebih fleksibel.

Beberapa *font sans-serif* yang paling umum digunakan di *website* adalah Arial dan Verdana, karena keduanya tersedia secara default di sistem operasi utama. Namun, dalam dunia desain, Arial sering dianggap kurang menarik dibandingkan Helvetica. Secara keseluruhan, *font sans-serif* dikenal karena kejelasan, keterbacaan, dan keserbagunaannya dalam berbagai aplikasi desain.

2.1.6 *User Interface* (UI)

User Interface (UI) adalah tampilan visual pada komputer atau perangkat lunak yang berperan dalam memfasilitasi interaksi yang mudah dipahami oleh pengguna. Desain UI dibuat untuk memastikan pengalaman pengguna yang intuitif, memungkinkan mereka memahami informasi dengan cepat melalui fitur yang disediakan. Tujuan utama dari UI yang efektif adalah meminimalkan kebingungan pengguna, sehingga informasi dapat tersampaikan dengan jelas dan efisien (Wardhanie & Rahmawati, 2022).

a) **Prinsip *User Interface***

Prinsip *User Interface* (UI) menjadi panduan untuk membuat *interface* yang efektif dan mudah digunakan oleh *user*. Dengan menerapkan prinsip UI yang sesuai, desainer dapat memastikan bahwa tampilan dan fungsionalitas UI sesuai dan tepat dengan kebutuhan *user*. Selain aspek visual, elemen interaktif dapat mendukung pengalaman *user* yang lancar dan memuaskan. Prinsip UI diklasifikasikan menjadi tiga aspek utama yang terdiri dari konsistensi, hierarki, dan kepribadian (Beaird & Walker, 2020h.3-88).

1. **Konsistensi**

Konsistensi dalam desain media digital sangat penting untuk memudahkan *user* dalam memahami dan berinteraksi dengan platform. Konsistensi ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu internal, yang memastikan elemen desain dan perilaku tetap seragam dalam satu platform, serta eksternal, yang menyesuaikan desain dengan platform lain yang sering digunakan *user* tanpa sadar meniru. Desain yang baik harus menyeimbangkan tujuan bisnis, kebutuhan *user*, alasan desain, dan kemampuan teknis, dengan tetap berfokus pada prinsip kegunaan. Untuk mencapai hal ini, pemahaman terhadap *user*, termasuk ekspektasi dan cara mereka berinteraksi dengan media digital, menjadi kunci utama. Konsistensi diterapkan dalam

berbagai aspek desain seperti *layout*, tipografi, warna, ikon, serta kontrol dan interaksi agar media digital lebih mudah digunakan (h.5-15).

a. *Layout*

Elemen yang memiliki fungsi sama harus ditempatkan secara konsisten di setiap halaman.

b. *Tipografi*

Elemen serupa harus memiliki perlakuan tipografi yang sama untuk menjaga hierarki informasi.

c. *Warna*

Gunakan palet warna yang terstruktur untuk membantu *user* memahami hierarki informasi dan elemen yang penting.

d. *Gambar*

Gunakan gaya visual yang seragam untuk memastikan kejelasan dan identitas media digital.

e. *Kontrol dan Interaksi*

Elemen yang memiliki fungsi serupa harus menggunakan desain yang sama untuk meningkatkan kebiasaan *user*.

f. *Interaksi dan animasi*

Memberi *feedback* yang sama untuk fungsi yang sama harus konsisten untuk membantu *user* dalam kemudahan mengidentifikasi konten dan fungsi elemen-elemen.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip konsistensi ini, media digital dapat menjadi mudah digunakan, meningkatkan pengalaman *user* secara keseluruhan. Konsistensi membantu

user dalam mengenal elemen-elemen pada media dan navigasi melalui konten yang ada. Konsistensi juga menekankan identitas dari media tersebut.

2. Hierarki

Hierarki dalam desain digital adalah sistem visual yang membantu pengguna memahami elemen mana yang lebih penting dibandingkan yang lain. Jika semua elemen terlihat sama, tidak ada hierarki, dan pengguna akan kesulitan menentukan mana yang paling utama. Oleh karena itu, dengan membuat perbedaan dalam ukuran, warna, posisi, dan perlakuan visual, kita bisa menunjukkan elemen mana yang lebih dominan dibandingkan yang lain (h.31-34).



Gambar 2.20 Hierarki di Tipografi
Sumber: <https://www.zekagraphic.com/>

Elemen visual memiliki tingkatan berdasarkan kepentingannya. Elemen yang paling penting harus lebih menonjol, misalnya dengan ukuran yang lebih besar atau warna yang lebih kontras. Oleh karena itu, *layout*, tipografi, warna, dan ikon sangat penting untuk membimbing pengguna dengan lebih efektif. Dengan menerapkan prinsip-prinsip seperti ukuran, warna, dan posisi yang konsisten, hierarki visual dapat membantu pengguna memahami informasi dengan lebih cepat dan mudah, sehingga menciptakan pengalaman yang efisien.

Untuk menciptakan hierarki yang efektif dalam desain digital, kontras menjadi faktor utama yang harus

diperhatikan. Perbedaan dalam ukuran, warna, dan posisi dapat digunakan untuk menunjukkan tingkat kepentingan suatu elemen. Elemen yang lebih besar, lebih tebal, atau memiliki warna yang lebih mencolok akan lebih mudah menarik perhatian. Selain itu, posisi elemen juga harus strategis agar mendukung fokus utama, seperti menempatkan elemen penting di bagian atas atau tengah layar (h.46-48).

a. Menentukan Elemen Utama

Setiap desain harus memiliki elemen utama yang jelas agar pengguna langsung mengetahui fokus utama dari tampilan. Elemen utama ini bisa berupa judul, tombol aksi/*call-to-action*, atau informasi penting lainnya. Untuk membuatnya menonjol, elemen utama dapat diberikan perbedaan visual seperti ukuran yang lebih besar atau warna yang lebih mencolok.

b. Status

Penting untuk membedakan status elemen yang aktif dan nonaktif agar pengguna tidak mengalami kebingungan dalam berinteraksi. Status aktif dapat diberikan warna yang lebih terang, efek bayangan, atau tampilan yang lebih mencolok. Sementara itu, elemen nonaktif dapat dibuat lebih redup atau transparan untuk menunjukkan elemen yang tidak dapat digunakan.

c. Pengelompokan elemen

Elemen-elemen yang memiliki hubungan fungsi sebaiknya dikelompokkan agar lebih mudah dipahami. Elemen seperti menu navigasi, daftar item, atau tombol aksi dapat disusun dalam grup yang

berbeda. Dengan mengatur jarak dan tata letak yang tepat, pengguna dapat dengan cepat memahami bahwa elemen-elemen tertentu memiliki fungsi yang berbeda.

d. Konsistensi dan kesederhanaan

Variasi dalam aset visual harus digunakan dengan bijak agar hierarki tetap jelas tanpa mengganggu keterbacaan. Kesederhanaan dalam desain membantu menciptakan tampilan yang bersih dan mudah dipahami. Selain itu, konsistensi dalam penggunaan warna, tipografi, dan tata letak juga berperan penting dalam membangun pengalaman yang nyaman untuk *user*.

e. Navigasi

Pengguna harus selalu tahu di mana mereka berada dalam struktur media digital. Indikator navigasi seperti perubahan warna pada menu yang aktif, atau indikator halaman sangat membantu dalam mengorientasikan pengguna. Navigasi yang mudah diakses akan meningkatkan pengalaman *user* dalam menjelajahi sistem.

3. Personality (Kepribadian)

Kepribadian dalam sebuah media digital mencerminkan kesan yang terbentuk dari tampilan dan interaksinya. Aspek visual dan perilaku media digital berperan dalam cara *user* menilai dan memahami pengalaman mereka. Faktor seperti tata letak, warna, tipografi, gambar, serta kemudahan penggunaan memiliki pengaruh besar terhadap kesan awal *user* dan bagaimana mereka berinteraksi dengan

media digital dalam jangka panjang. Kepribadian memberi karakter dan identitas pada media (h.49)

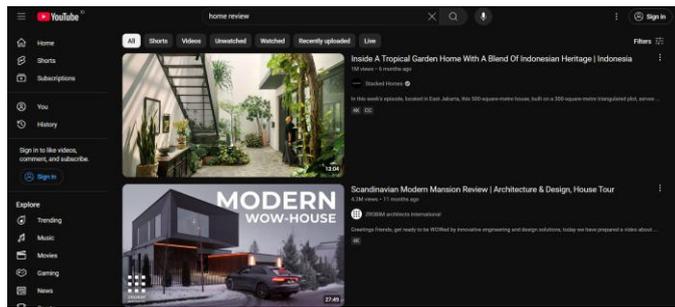


Gambar 2.21 Kepribadian *Website* Thinking Room
Sumber: <https://thinkingroominc.com/>

Identitas media digital mencakup berbagai elemen visual yang membentuk kesan dan keseluruhan pengalaman pengguna. Beberapa elemen utama yang termasuk dalam identitas media digital adalah logo, tipografi, warna, ikon, dan aset visual lainnya yang membentuk karakteristik aplikasi atau organisasi yang membuatnya. Identitas ini bisa merefleksikan kepribadian aplikasi itu sendiri, atau bisa juga mencerminkan identitas organisasi (h.76)

b) Elemen UI

User Interface adalah visual atau tampilan dari sebuah media digital seperti *website* dan aplikasi. Menurut buku Visual Usability, UI terdiri dari beberapa elemen yaitu *layout*, tipografi, warna, *imagery* dan kontrol. Tipografi, warna, dan *imagery* telah dijelaskan pada bagian elemen desain *website*. Oleh karena itu, berikut merupakan penjelasan dari elemen *layout* dan kontrol.



Gambar 2.22 Contoh *Layout* di *Website*

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

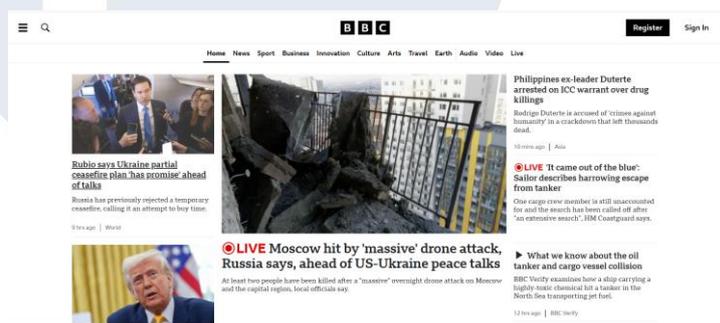
Layout adalah organisasi atau pengaturan posisi elemen-elemen visual dan juga konten yang ada pada sebuah media digital. Desain *layout* yang efektif tidak hanya memperbaiki keterbacaan dan navigasi, tetapi juga mempermudah pengguna dalam memahami alur penggunaan aplikasi dengan cara yang lebih intuitif. Sebaliknya, tata letak yang buruk dapat menyebabkan kebingungan, memperlambat akses ke informasi, dan menurunkan kepuasan pengguna secara keseluruhan. Dalam buku *Visual Usability* oleh Deborah A. Levinson dan Tania Schlatter (2013), *layout* dibagi menjadi beberapa kategori yang mencakup berbagai prinsip desain yang membantu menciptakan pengalaman pengguna yang lebih lancar dan efisien.

1. Ukuran Layar

Ukuran layar perlu dipertimbangkan saat merancang *layout*. Layar berfungsi sebagai bingkai untuk menampilkan konten dan elemen digital, namun hubungan antar elemen dalam bingkai, serta elemen-elemen satu sama lain, perlu dipertimbangkan untuk setiap ukuran layar secara individu. Desain antarmuka aplikasi hampir selalu melibatkan modul-modul, bukan halaman yang terpisah. Prinsip dasar *layout* berlaku di semua ukuran layar dan penting dipahami untuk membuat media digital (h.103-104).

2. Posisi

Posisi pada *layout* adalah penempatan elemen-elemen di dalam ruang layar untuk menciptakan hubungan visual yang mudah dipahami oleh pengguna. Dengan menentukan posisi elemen seperti teks, gambar, dan kontrol, desain digital dapat mempengaruhi bagaimana pengguna mengidentifikasi dan memahami informasi. Penempatan yang cermat dan strategis membantu mengorganisasi konten sehingga interaksi pengguna menjadi lebih intuitif dan efisien. Posisi elemen-elemen ini tidak hanya mempengaruhi navigasi tetapi juga memberikan petunjuk visual mengenai prioritas atau hubungan antara elemen-elemen tersebut (h.104-106).

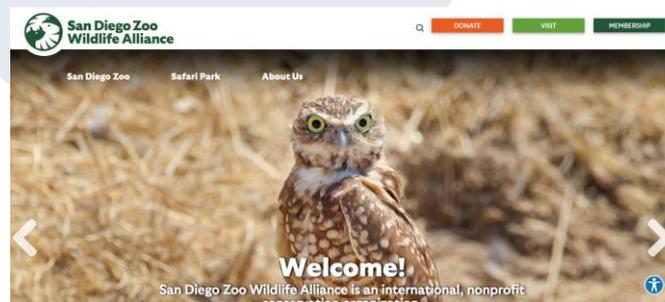


Gambar 2.23 Contoh Posisi di *Website*
Sumber: <https://www.bbc.com/>

Pentingnya posisi dalam *layout* adalah untuk mengatur hierarki visual yang jelas. Elemen yang lebih penting atau lebih mendesak biasanya ditempatkan di posisi yang lebih mencolok, seperti bagian atas atau pusat layar, sehingga mudah ditemukan dan diakses. Sebaliknya, elemen-elemen yang kurang penting dapat ditempatkan di area yang lebih terpinggirkan atau lebih rendah, mengurangi fokus pengguna terhadapnya. Dengan memperhatikan posisi elemen dalam *layout*, desainer dapat menciptakan pengalaman pengguna yang lebih efektif, memastikan bahwa alur penggunaan dan tujuan tampilan digital tercapai dengan baik.

3. *White Space*

White space pada *layout* adalah area kosong di antara elemen dan konten. *White space* adalah area kosong, baik itu ruang antara kolom, sekitar elemen, atau di sekitar batas layar itu sendiri. *White space* tidak harus berwarna putih, yang dimaksud adalah bahwa area tersebut kosong untuk memberikan ruang istirahat visual sebelum melanjutkan ke elemen berikutnya. *White space* membantu desain digital menjadi lebih nyaman dan menyenangkan untuk digunakan. Tanpa ruang kosong yang memadai, layar bisa terasa penuh dan membingungkan, seperti yang terjadi pada contoh desain yang terlalu padat dengan informasi dan elemen yang saling berdesakan (h.106-108).



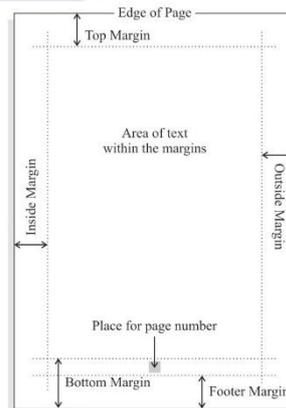
Gambar 2.24 Contoh Ruang Kosong di *Website*
Sumber: <https://sandiegozoowildlifealliance.org/>

Semakin banyak ruang kosong, semakin banyak perhatian yang akan tertarik pada elemen yang ditempatkan. Ruang kosong ini memberi tempat bagi mata untuk beristirahat dan menarik perhatian pada elemen visual. Penggunaan *white space* harus disesuaikan dengan jenis media. *White space* membentuk grup elemen yang jelas dan menetapkan hierarki visual, sehingga layar tetap mudah didekati dan dipahami.

4. *Margin*

Margin adalah jenis *white space* yang terletak di antara tepi layar dan konten di dalamnya. Margin adalah elemen

pemisah konten dan elemen visual pada media. Menentukan seberapa banyak ruang yang harus digunakan untuk margin adalah bagian dari proses *layout*, yang dilakukan setelah penempatan elemen-elemen secara umum ditentukan. Margin pada setiap area harus konsisten.



Gambar 2.25 Margin

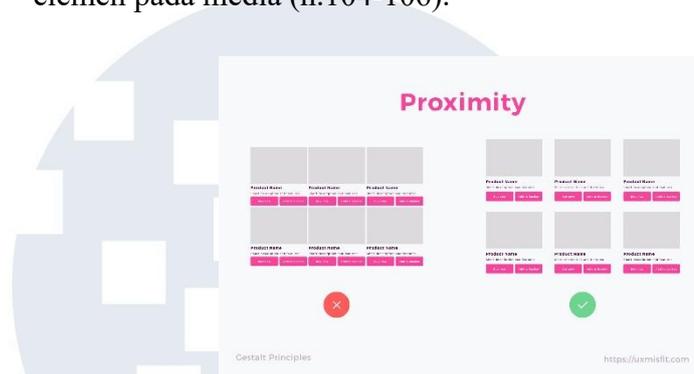
Sumber: <https://printabook.co.nz/page/page-margins-spine-thickness>

Dalam menentukan margin, beberapa faktor yang perlu diperhatikan meliputi bagaimana lebar dan proporsi margin dapat mendukung tampilan konten secara maksimal, bagaimana ruang kosong yang tercipta dari margin dapat meningkatkan keterbacaan, serta bagaimana proporsi margin dapat menciptakan harmoni, keseimbangan, dan stabilitas, yang biasanya tercapai dengan memberikan lebih banyak margin di bagian bawah. Selain itu, pemilihan penggunaan margin simetris atau asimetris penting untuk menentukan mana yang lebih efektif dan memberikan dampak visual yang lebih kuat.

5. *Proximity*, Skala, dan *allignment*

Dalam desain *layout*, prinsip *proximity*, *scale*, dan *alignment* memiliki peran penting dalam membentuk hubungan visual antara elemen-elemen dalam tampilan. *Proximity* atau kedekatan antar elemen menentukan apakah elemen-elemen tersebut dianggap saling berhubungan atau tidak. Sebuah

produk dan tombol untuk membeli diletakkan dekat dengan gambar dan informasi produk yang relevan agar *user* dapat dengan mudah mengidentifikasi hubungan antar elemen tersebut. Jika jarak antar elemen terlalu besar atau tidak jelas, bisa menyebabkan kebingungan mengenai hubungan antar elemen pada media (h.104-106).



Gambar 2.26 Contoh *Proximity*
Sumber: <https://uxmisfit.com/>

Skala berkaitan dengan ukuran relatif elemen-elemen dalam *layout*. Perbedaan ukuran yang jelas dapat menunjukkan hierarki dan tingkat pentingnya elemen tersebut, namun harus diperhatikan agar perbedaan ukuran tidak terlalu mencolok sehingga mengalihkan perhatian. Sementara itu, *alignment* membantu memberikan kesan keteraturan pada *layout*. Dengan menyelaraskan elemen-elemen berdasarkan garis dasar, pusat, atau tepi, *layout* menjadi lebih terstruktur dan mudah dipahami. *Alignment* yang konsisten juga meningkatkan kerapihan dan memudahkan *user* dalam menavigasi informasi yang ada.

6. *Grid*

Grid adalah kumpulan garis vertikal dan horizontal yang tidak terlihat, ditempatkan pada jarak yang konsisten, untuk menyediakan struktur dalam desain. Garis-garis *grid* membantu menata penempatan, penyelarasan, dan ukuran elemen-elemen di layar. Penggunaan *grid* sangat bermanfaat

untuk mempermudah proses desain karena *grid* menetapkan aturan untuk lebar margin, lebar kolom, jarak antar elemen, ukuran gambar, dan bagaimana elemen-elemen diselaraskan untuk memandu mata pengguna dan memberi ruang bagi mata untuk beristirahat (h.112).



Gambar 2.27 *Column Grid*
Sumber: <https://www.uxdesigninstitute.com/>

Grid yang biasa digunakan untuk desain *website* adalah *column grid*. Jumlah *column*. Yang biasa digunakan adalah empat untuk *mobile*. Angka ini digunakan karena empat dapat dibagi dengan delapan, dua, dan satu, sehingga memungkinkan desain *layout* yang dinamis namun masih terstruktur dan rapi (Beaird & Walker, 2020, h.24).

7. *Template*

Template adalah kumpulan aturan margin dan penempatan yang diterapkan pada jenis konten dan fitur tertentu. *Template* bisa bersifat modular, menggabungkan elemen-elemen yang hanya muncul dalam kondisi tertentu, dan sering kali didasarkan pada *grid* yang sama. Dari sudut pandang pemrograman dan konsistensi, *template* sangat membantu karena memastikan konsistensi. Namun, *template* tidak memungkinkan desain yang disesuaikan dengan kebutuhan konten tertentu atau situasi khusus (h.110-111) .



Gambar 2.28 Contoh *Template* Aplikasi Makanan
 Sumber: <https://unblast.com/templates/>

Template ditentukan oleh kesamaan dan perbedaan elemen konten yang muncul dalam satu tampilan. Contohnya untuk *website e-commerce*, *template* akan selalu fokus pada penyusunan produk-produk untuk kebutuhan jual beli. *Template* yang bisa fleksibel terhadap konten dan media akan lebih baik dan dapat digunakan terus menerus.

Setelah *Layout*, terdapat elemen kontrol dan *affordance*. Kontrol dalam aplikasi adalah elemen interaktif seperti tombol, slider, dan ikon yang memungkinkan *user* berinteraksi dengan data melalui layar. Sementara itu, *affordances* mengacu pada karakteristik visual dan fungsional yang memberi petunjuk tentang cara menggunakan kontrol tersebut. Desain *affordances* yang baik memastikan bahwa tombol tampak dapat diklik, *slider* terlihat bisa digeser, dan ikon tampak bisa ditekan, sehingga memudahkan *user* dalam memahami fungsinya. Faktor seperti bentuk, warna, simbol, posisi, dan animasi berperan dalam menciptakan *affordances* yang intuitif. Dengan kombinasi kontrol yang tepat dan *affordances* yang jelas, aplikasi dapat memberikan pengalaman yang lebih mudah dipahami dan digunakan oleh *user*, bahkan dalam situasi yang baru atau kompleks (h.267-268).

Dalam media digital, kontrol dan *affordances* berperan untuk membimbing interaksi *user*. Kontrol navigasi, seperti tab, *scrollbar*, dan menu *dropdown*, membantu *user* berpindah antar bagian dalam media digital. Sementara itu, kontrol manipulasi data, seperti bidang formulir dan tombol pengiriman, memungkinkan *user* untuk memilih, memasukkan, dan mengelola data. Kontrol tampilan informasi, seperti *overlay*, memungkinkan informasi tambahan ditampilkan sesuai kebutuhan tanpa mengacaukan tampilan utama. Beberapa kontrol juga dapat memiliki *affordances* yang berfungsi dalam berbagai konteks, meningkatkan fleksibilitas desain. Konsistensi dalam penggunaan kontrol sangat penting, karena dengan menggunakan kontrol yang sama untuk tindakan serupa, *user* dapat lebih mudah memahami dan menavigasi media digital secara intuitif. Selain itu, pendekatan abstrak dalam desain kontrol dapat menyederhanakan pengalaman *user* dengan mengurangi jumlah kontrol yang ditampilkan untuk satu tugas, sehingga menciptakan tampilan yang lebih efisien. Dengan memahami berbagai jenis kontrol dan *affordances* serta menerapkan desain yang konsisten, desainer dapat meningkatkan kegunaan media digital dan memberikan pengalaman *user* yang optimal.

2.1.7 User Experience (UX)

User Experience atau UX adalah pengalaman dan perasaan yang dirasakan *user* saat berinteraksi dengan suatu produk atau layanan. Biasanya, produk tersebut berupa situs web atau media digital lainnya. Setiap interaksi manusia dengan suatu objek memiliki pengalaman pengguna yang menyertainya. Namun, dalam konteks yang lebih spesifik, UX berfokus pada hubungan antara *user* dan produk berbasis komputer, seperti situs web, media digital, atau sistem digital lainnya (Soegaard, 2018, h.5).

a) Aspek *User Experience*

User Experience (UX) adalah faktor penting yang menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah media digital. Selain *usability* UX juga memiliki aspek lain dibalik kemudahan menggunakan sebuah media. Meskipun UX berawal dari konsep *usability*, cakupannya kini jauh lebih luas. Memahami dan mengoptimalkan seluruh aspek UX penting dalam menciptakan produk yang efektif.



Gambar 2.29 UX *honeycomb*

Sumber: <https://medium.com/ux-afdan/ux-honeycomb-memahami-7...>

Menurut ahli UX Peter Morville, terdapat tujuh aspek utama yang membentuk pengalaman *user*, yang harus diperhatikan agar produk dapat mencapai tujuan media secara maksimal. Tujuh aspek tersebut adalah UX *honeycomb*, sebuah teori yang diterapkan untuk mencapai pengalaman *user* yang optimal dari penggunaan, rasa, dan juga kognitif. Dengan penerapan tujuh aspek ini, sebuah media digital dapat dirancang secara efektif.

1. *Useful*

Sebuah media harus berguna atau memiliki kegunaan untuk dinyatakan berhasil atau sukses. Jika suatu media tidak memberikan manfaat yang jelas bagi penggunanya, maka kemungkinan besar media tersebut akan kalah bersaing dengan media lain yang memiliki tujuan dan fungsi yang lebih jelas. Namun, kegunaan bersifat subjektif, suatu media dapat

dianggap bermanfaat tidak hanya karena nilai praktisnya, tetapi juga bisa karena aspek yang bersifat non-praktis seperti hiburan atau pun estetika (h.22).

2. *Usable*

Usability berfokus pada bagaimana suatu media dapat membantu *user* mencapai tujuannya dengan cara yang efektif dan efisien. Sebuah media harus dapat digunakan dengan nyaman oleh *user*. Oleh sebab itu, desain yang memperhitungkan keterbatasan dan kebiasaan *user* akan meningkatkan kemudahan penggunaan serta memberikan pengalaman yang lebih optimal (h.22).

3. *Findable*

Findable adalah konsep yang menekankan kemudahan dalam menemukan suatu media, termasuk kontennya, terutama dalam media digital dan informasi. Sebuah media harus dapat ditemukan oleh orang yang butuh informasi yang dipaparkan. Karena waktu adalah aspek berharga bagi banyak orang, *findability* menjadi elemen penting dalam menciptakan pengalaman *user*, yang optimal dalam berbagai media (h.23).

4. *Credible*

Kredibilitas merupakan faktor penting dalam pengalaman *user* karena berpengaruh langsung terhadap kepercayaan dan loyalitas terhadap suatu media. Jika sebuah media dianggap tidak dapat dipercaya, *user* akan ragu untuk menggunakannya, mencari alternatif lain, dan bahkan memperingatkan orang lain agar menghindarinya. Selain itu, persepsi negatif yang terbentuk tidak hanya berdampak pada kehilangan *user*, tetapi juga dapat merusak reputasi dalam

jangka panjang. Oleh karena itu, memastikan bahwa media yang disediakan memenuhi standar kepercayaan adalah langkah krusial dalam menciptakan pengalaman *user* yang positif dan berkelanjutan (h.23).

5. *Desirable*

Daya tarik suatu media disampaikan melalui aspek desain seperti *branding*, citra, identitas, estetika, dan elemen emosional. Semakin menarik suatu media, semakin besar kemungkinan *user* merasa bangga menggunakannya dan mendorong orang lain untuk menginginkannya. Sebagai ilustrasi, meskipun suatu produk memiliki kualitas yang baik dan inovatif, media yang mampu menciptakan kesan mewah dan prestisius cenderung lebih diminati. Oleh karena itu, *desirability* tidak hanya meningkatkan kepuasan *user*, tetapi juga memperkuat daya saing serta nilai suatu media (h.24).

6. *Accessible*

Aksesibilitas dalam *user experience* mengacu pada penyediaan pengalaman yang dapat diakses oleh semua *user*, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan dalam pendengaran, penglihatan, gerak, atau kognitif. Desain yang mudah diakses memastikan bahwa media digital dapat digunakan oleh berbagai kelompok *user* tanpa hambatan. Media juga harus mudah diakses untuk memberi pengalaman menyenangkan untuk *user* (h.25)

7. *Valuable*

Valuable dalam konteks *user experience* berarti bahwa sebuah media digital harus memberikan nilai baik bagi bisnis yang menciptakannya maupun bagi *user* yang menggunakannya. Nilai ini dapat berupa manfaat fungsional, keuntungan ekonomi, atau peningkatan pengalaman *user*.

Sebuah media yang tidak memberikan nilai cenderung kehilangan daya saing dan mengalami penurunan relevansi seiring waktu. Oleh karena itu, penting bagi desainer untuk memastikan bahwa media yang mereka buat memberikan manfaat yang sepadan dengan biaya atau usaha yang dikeluarkan oleh *user*. Produk yang menawarkan solusi bernilai tinggi dengan harga yang sepadan lebih cenderung sukses dibandingkan produk yang harganya tidak sesuai dengan manfaat yang ditawarkan.

b) *Usability*

Usability adalah sejauh mana sebuah media digital dapat digunakan oleh *user* untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara yang efektif, efisien, dan memberikan pengalaman yang memuaskan dalam konteks penggunaan yang telah ditentukan. *Usability* bukan hanya tentang kemudahan dalam menyelesaikan tugas, tetapi juga mencakup aspek kepuasan dan kenyamanan dalam penggunaan. Media digital yang memiliki *usability* yang baik memungkinkan *user* untuk berinteraksi dengan mudah, menyelesaikan tugas dengan cepat, dan merasa puas dengan pengalaman yang diberikan. Jika sebuah media digital tidak memenuhi aspek ini, *user* cenderung akan mencari alternatif lain yang lebih mudah dan menyenangkan untuk digunakan (h.28-33).

1. *Effectiveness*

Media harus efektif, berarti sebuah media harus dapat digunakan sesuai dengan fungsinya. Cara menggunakan media harus sesuai dengan kemampuan *user* untuk disebut efektif. Efektifitas mencakup segala hal, dai konten, navigasi, gaya bahasa, dan visual.

2. *Efficiency*

Media harus efisien dan praktis bagi *user*. Media harus menyesuaikan dengan kebiasaan *user* dan memastikan

langkah-langkah atau hal yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan sesingkat mungkin selama masih efektif. Efisiensi juga bisa dari penentuan wadah media sesuai dengan preferensi *user*.

3. *Engagement*

Engagement adalah tingkat keterlibatan dan kepuasan *user* saat menggunakan media digital. *Engagement* terjadi ketika *user* merasa nyaman dan menikmati pengalaman interaksi dengan media tersebut. Faktor estetika berperan dalam menciptakan keterlibatan, sehingga banyak perusahaan mengalokasikan anggaran besar untuk desain grafis. Namun, *engagement* bukan hanya soal tampilan yang menarik, tetapi juga tentang kesesuaian desain dengan kebutuhan *user*. Elemen seperti *layout* yang tertata dengan baik, tipografi yang mudah dibaca, serta navigasi berkontribusi dalam menciptakan pengalaman yang menarik dan efektif. Dengan kata lain, media digital yang *engaging* bukan sekadar tampak indah, tetapi juga memberikan pengalaman yang optimal bagi *user*.

4. *Error Tolerance*

Error tolerance adalah kemampuan suatu media digital untuk mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan serta memudahkan *user* dalam memperbaikinya jika terjadi. Mengingat kompleksitas sistem digital, sepenuhnya menghilangkan kesalahan sulit dilakukan. Oleh karena itu, *error tolerance* berfokus pada pencegahan serta mekanisme pemulihan agar *user* dapat melanjutkan aktivitasnya tanpa hambatan. Whitney *Quesenberry* mengemukakan beberapa strategi untuk meningkatkan *error tolerance*, seperti mengurangi peluang *user* melakukan kesalahan dengan memastikan tombol dan tautan terlihat jelas, menggunakan

bahasa yang mudah dipahami, serta menempatkan elemen yang saling berkaitan dalam satu kelompok.

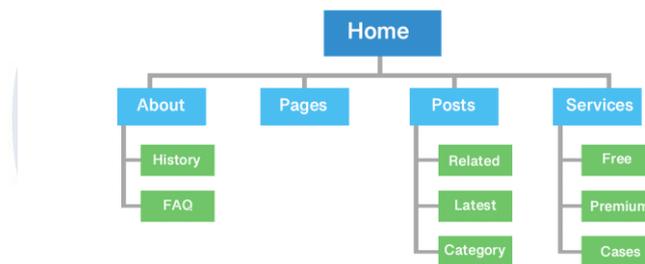
Selain itu, memberikan opsi untuk mengulang atau membatalkan tindakan, seperti fitur *undo*, memungkinkan *user* memperbaiki kesalahan tanpa kehilangan data penting. Terakhir, mengantisipasi kemungkinan *user* bertindak di luar dugaan dan menyediakan panduan atau dukungan agar mereka dapat kembali ke jalur yang benar. Dengan menerapkan prinsip ini, media digital tidak hanya menjadi lebih mudah digunakan, tetapi juga mencerminkan kepedulian terhadap kebutuhan dan kebiasaan *user*.

5. *Ease of Learning*

Ease of learning adalah sejauh mana *user* dapat dengan cepat memahami dan menguasai penggunaan suatu media digital, sehingga penggunaan berikutnya terasa alami dan intuitif. Konsep ini juga mencakup kemudahan dalam mempelajari fitur baru tanpa menyebabkan kebingungan atau frustrasi. Jika suatu media digital mengalami pembaruan, *user* harus tetap dapat menyesuaikan diri dengan mudah agar pengalaman mereka tetap positif. Salah satu cara untuk mendukung *ease of learning* adalah dengan merancang sistem yang sesuai dengan mental model *user*, yaitu cara mereka memahami dan berinteraksi dengan dunia nyata. Contohnya, tombol virtual dirancang menyerupai tombol fisik karena *user* secara alami memahami bahwa tombol perlu ditekan. Dengan demikian, kemudahan belajar *membantu* meningkatkan kenyamanan, efisiensi, dan kepuasan *user* dalam menggunakan suatu media digital.

c) *Sitemap*

Sitemap adalah panduan visual yang menggambarkan struktur halaman dalam sebuah *website* atau *mobile site*, menunjukkan bagaimana halaman yang ada saling berhubungan dan bagaimana *user* akan menavigasinya. Dengan menyediakan peta tentang isi dan hierarki situs, *sitemap* membentuk alur navigasi, menentukan halaman-halaman yang paling penting, serta memastikan aksesibilitas halaman-halaman utama sesuai kebutuhan *user* (Miller, 2022, h.46).



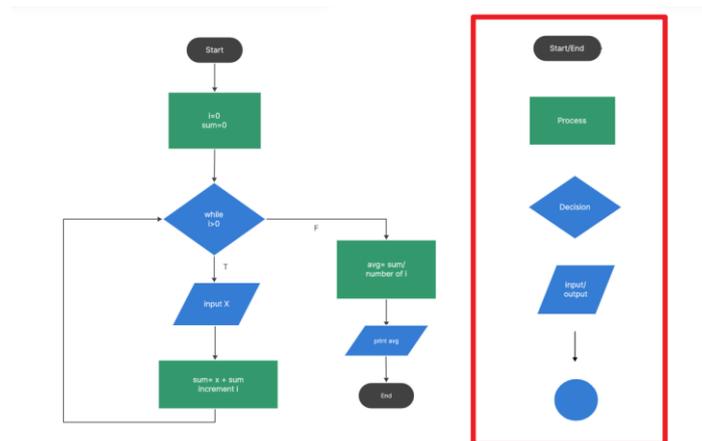
Gambar 2.30 Contoh *Sitemap*

Sumber: <https://happyaddons.com/how-to-create-a-sitemap/>

Sitemap biasanya divisualisasikan dalam bentuk skema dengan kotak dan garis yang merepresentasikan halaman dan hubungan antar halamannya. Representasi ini mempermudah penyusunan informasi, terutama dalam perancangan media digital yang kompleks. Selain menjadi dasar dalam perencanaan navigasi, *sitemap* juga berfungsi sebagai landasan awal untuk pembuatan *wireframe*.

d) *Flowchart*

Flowchart atau *user-flow diagram* adalah gambaran visual yang digunakan dalam perancangan *website* atau *mobile site* untuk menggambarkan langkah-langkah yang diambil oleh *user* saat menggunakan media digital. *Flowchart* menunjukkan urutan proses secara rinci, termasuk berbagai kemungkinan hasil. Dengan menunjukkan setiap langkah, diagram ini membantu mengidentifikasi potensi kendala dalam proses *user* (Miller, 2022, h.52-53).



Gambar 2.31 Contoh *Flowchart*

Sumber: <https://boardmix.com/knowledge/pseudocode-flowchart/>

Selain menggambarkan jalur interaksi di dalam *website* atau *mobile site*. Diagram ini membantu dalam memahami dan merancang UX secara menyeluruh, dengan tujuan akhir mengarahkan *user* mencapai tujuan. Proses membuat *flowchart* untuk berpikir dari sudut pandang *user* dan membayangkan langsung bagaimana mereka akan berinteraksi dengan sistem yang dirancang.

e) *UX Writing*

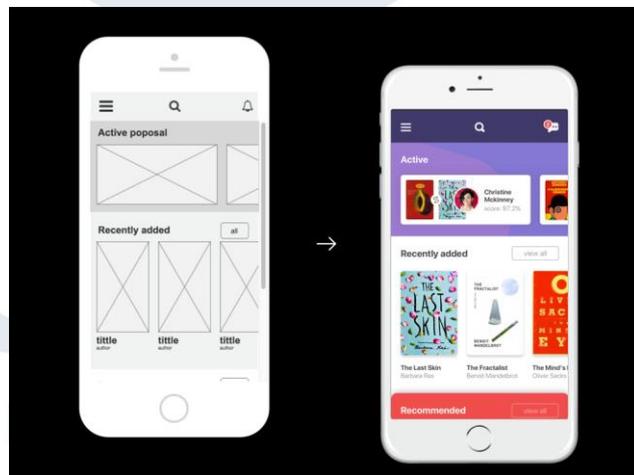
Writing atau penulisan dalam media digital memiliki peran penting dalam memengaruhi cara *user* berinteraksi dengan konten yang ada. Terdapat berbagai gaya penulisan digunakan sesuai kebutuhan, seperti penulisan persuasif untuk meyakinkan *user* melakukan tindakan tertentu seperti pada iklan, media sosial, atau game, penulisan instruksional untuk memberikan panduan yang jelas dalam penggunaan aplikasi, serta penulisan efisien untuk menyampaikan informasi secara cepat dan mudah dipahami. Setiap gaya memiliki fungsi khusus yang harus disesuaikan dengan konteks penggunaan, *user*, dan tujuan komunikasi (Griffey, 2020, h.112-116).

Selain itu, penulisan dalam media digital juga berfungsi membangun karakter dan kepribadian dari media agar terasa lebih dekat dan relevan dengan *user*. Gaya bahasa yang konsisten dan sesuai

dengan target *user* dapat menciptakan koneksi emosional yang kuat. Penulisan juga harus memperhatikan aspek teknis seperti optimasi saat dicari di internet, dengan menyusun konten menggunakan kata kunci yang relevan. Selain sebagai konten, penulisan juga menjadi strategi untuk menarik, membimbing, dan mempertahankan perhatian *user* secara efektif.

f) ***Low Fidelity* dan *High Fidelity Prototype***

Low fidelity adalah *prototype* awal dalam desain UX yang digunakan untuk mengeksplorasi ide dan menguji alur dan *layout* tanpa detail visual. Bentuknya biasanya belum menampilkan elemen desain grafis seperti warna dan gambar. *Prototype* ini bersifat fleksibel, mudah diubah, dan digunakan saat elemen desain masih belum ditentukan atau masih sering berubah. *Low fidelity* tidak interaktif dan sangat berguna untuk menemukan masalah *usability* sebelum berlanjut ke tahap yang lebih detail seperti *high fidelity* (Hartson & Pyla, 2018, h.662-663).



Gambar 2.32 Contoh *Low Fidelity* dan *High Fidelity*

Sumber: <https://medium.com/7ninjas/low-fidelity-vs-high-fidelity...>

High fidelity prototype adalah versi *prototype* yang sangat mendekati bentuk akhir sebuah media digital, baik dari segi tampilan visual maupun interaktivitas. *Prototype* ini menampilkan detail lengkap seperti warna, tipografi, ikon, dan elemen navigasi yang bisa diakses, sehingga memungkinkan pengujian UX secara realistis. *High fidelity*

memungkinkan simulasi alur kerja dan respons media terhadap tindakan *user*. Selain untuk evaluasi *usability* dengan *user*, *high fidelity prototype* juga menjadi acuan penting karena sudah mencakup desain final dan spesifikasi fitur. *High fidelity* membantu dalam memastikan kesesuaian implementasi dan kesesuaian visual di tahap akhir perancangan (Hartson & Pyla, 2018, h.667-672).

2.1.8 Prinsip *Usability* Desain Website

Usability dalam desain web sangat penting sehingga banyak agensi web merekrut ahli UX (*User Experience*) untuk memastikan pengalaman pengguna yang optimal. Ahli UX, yang memiliki perpaduan keterampilan sosiologi dan teknis, bertanggung jawab menentukan tingkat *usability* yang sesuai dengan kemampuan serta ekspektasi pengguna target, dengan mempertimbangkan teknologi yang tersedia. Beberapa faktor utama yang diperhatikan dalam *usability website* adalah sebagai berikut.

a) **Kecepatan Muat Halaman**

Untuk perangkat *mobile*, kecepatan muat sangat krusial agar halaman tidak hanya lebih cepat diakses, tetapi juga menghemat kuota data pengguna.

b) **Keterbacaan**

Faktor seperti kontras warna teks dengan latar belakang, ukuran *font*, jarak antar baris, dan pemilihan jenis huruf sangat berpengaruh dalam meningkatkan kenyamanan membaca.

c) **Aksesibilitas**

Aksesibilitas menjadi aspek utama dalam desain web. Tidak hanya mencakup penambahan ALT *text* untuk membantu pengguna dengan keterbatasan visual, tetapi juga mencakup berbagai elemen desain agar situs dapat diakses oleh semua *user*.

d) **Konten yang Mudah Dipindai**

User mengunjungi situs untuk mendapatkan informasi, sehingga konten harus disusun dalam potongan yang ringkas dan jelas dengan judul deskriptif agar mudah dipindai.

e) **URL dan Judul Halaman yang Jelas**

Judul halaman yang akurat membantu pengguna memahami isi halaman serta meningkatkan visibilitas dalam pencarian.

f) **Konsistensi Desain**

Konsistensi dalam elemen desain membantu pengguna mengenali berbagai bagian halaman dengan lebih mudah. Hal ini juga berlaku untuk pengalaman *mobile* yang harus selaras dengan versi desktop agar tetap intuitif.

g) **Usability Lintas Perangkat**

User semakin sering mengakses konten melalui perangkat *mobile* dan tablet, sehingga UX harus menjadi prioritas. Meskipun prinsip *usability* bersifat universal, pendekatan desain pada *mobile* perlu disesuaikan untuk meningkatkan kenyamanan *user*.

2.2 Disabilitas

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2016, disabilitas adalah keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan/atau sensorik yang bersifat jangka panjang dapat mengakibatkan seseorang mengalami kesulitan dan hambatan dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Hal ini dapat mengurangi kemampuan mereka untuk berpartisipasi secara penuh dan setara dengan warga negara lain yang memiliki hak yang sama. Disabilitas fisik, intelektual, mental, sensorik dan ganda. Menurut UU Nomor 8 Tahun 2016, anak dengan disabilitas memiliki hak untuk hidup, berkembang, dan mendapatkan perlindungan dari diskriminasi, eksploitasi, serta perlakuan tidak manusiawi. Mereka berhak memperoleh pendidikan inklusif, layanan kesehatan yang sesuai, serta bimbingan kejuruan untuk mendukung masa depan mereka. Selain itu, mereka harus dilindungi

dari segala bentuk kekerasan, eksploitasi, dan penelantaran, serta diberikan akses terhadap fasilitas yang mendukung partisipasi dalam masyarakat. Negara juga wajib menjamin aksesibilitas terhadap transportasi, informasi, komunikasi, serta memberikan jaminan sosial dan perlindungan hukum bagi anak dengan disabilitas.

a) Disabilitas fisik

Disabilitas fisik adalah Disabilitas fisik merupakan gangguan pada fungsi gerak yang dapat disebabkan oleh berbagai kondisi, seperti amputasi, kelumpuhan layuh atau kaku, *paraplegi*, *cerebral palsy* (CP), dampak dari stroke, akibat kusta, serta kondisi orang dengan tubuh kecil.

b) Disabilitas Intelektual

Disabilitas intelektual adalah gangguan jangka panjang pada kemampuan belajar dan/atau kemampuan kognitif yang terukur melalui IQ. Ada juga disabilitas intelektual yang genetik seperti *down syndrome* dan *fragile x syndrome* (Patel dkk., 2011).

c) Disabilitas Mental

Disabilitas mental adalah gangguan pada fungsi pikir, emosi, dan perilaku. Gangguan ini mencakup disabilitas psikososial, seperti skizofrenia, bipolar, depresi, anxietas, dan gangguan kepribadian, serta disabilitas perkembangan yang memengaruhi kemampuan interaksi sosial, seperti autisme dan hiperaktivitas.

d) Disabilitas Sensorik

Disabilitas sensorik adalah terganggunya panca indra, contohnya tuna netra dan tuli.

e) Disabilitas Ganda

Disabilitas ganda adalah orang yang mempunyai dua atau lebih disabilitas contohnya tuna netra sekaligus disabilitas mental perkembangan.

2.2.1 Disabilitas Mental

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2016, disabilitas mental dibagi menjadi dua klasifikasi yaitu disabilitas mental psikososial dan disabilitas mental perkembangan. Disabilitas mental perkembangan atau developmental adalah sekelompok kondisi kronis yang muncul selama masa perkembangan, biasanya sebelum usia 22 tahun. Kondisi ini, seperti gangguan spektrum autisme, cerebral palsy, ditandai dengan hambatan dalam kemampuan fisik, pembelajaran, bahasa, atau perilaku. Sedangkan, disabilitas mental lain dapat terjadi kapan pun dan karena banyak faktor contohnya seperti trauma dan pengalaman (Patel dkk., 2011) Disabilitas mental perkembangan biasanya dialami seumur hidup dan meliputi kemampuan komunikasi, sosial, mobilitas, dan bahasa. Oleh karena itu, penulis akan fokus pada disabilitas mental perkembangan pada penelitian ini.

a) Austisme

Gangguan spektrum autisme (ASD) merupakan kondisi yang ditandai dengan hambatan dalam interaksi sosial, keterbatasan dalam berkomunikasi, serta perilaku yang berulang dan ritualistik yang muncul sebelum anak berusia tiga tahun. Sistem klasifikasi DSM telah mengalami perubahan seiring dengan berkembangnya penelitian dan pemahaman terhadap gangguan autisme (h.97-101).

Pada DSM-IV-TR, terdapat lima jenis gangguan dalam kategori ASD, yaitu autistik disorder, *Asperger's disorder*, *childhood disintegrative disorder*, *Rett's disorder*, dan *pervasive developmental disorder-NOS (not otherwise specified)*. Namun, dalam DSM-V yang diterbitkan pada tahun 2013, beberapa perubahan dilakukan, seperti pengecualian *Rett's disorder* dari kategori ASD serta penggabungan *childhood disintegrative disorder*, *Asperger's disorder*, dan *pervasive developmental disorder-NOS* ke dalam satu diagnosis, yaitu diagnosis *autistic disorder*.

Selain itu, kriteria diagnostik untuk ASD juga mengalami perubahan. Kategori interaksi sosial dan komunikasi digabung menjadi

defisit sosial/komunikasi, sementara istilah minat terbatas diganti dengan minat tetap/perilaku repetitif. DSM-V mengharuskan individu dengan ASD memenuhi semua kriteria dalam domain sosial/komunikasi, termasuk gangguan komunikasi verbal dan non-verbal, kurangnya timbal balik dalam interaksi sosial, serta kesulitan menjalin hubungan dengan teman sebaya. Sedangkan dalam domain minat tetap/perilaku repetitif, individu harus memenuhi setidaknya dua dari tiga kriteria, yaitu perilaku stereotip atau reaksi sensorik yang tidak biasa, kepatuhan yang tinggi terhadap rutinitas, serta minat yang terbatas. Berdasarkan DSM-V, Autisme dibagi menjadi lima klasifikasi.

a) *Autistic Disorder*

Gangguan autistik adalah kondisi yang ditandai dengan kesulitan dalam interaksi sosial, seperti kurangnya respons sosial, gangguan dalam kontak mata, dan kesulitan membangun hubungan dengan teman sebaya. Selain itu, gangguan ini juga melibatkan hambatan dalam komunikasi, termasuk keterlambatan perkembangan bahasa, kesulitan dalam memulai atau mempertahankan percakapan, serta penggunaan bahasa yang berulang. Pola perilaku yang stereotip juga menjadi ciri khas, seperti minat yang terbatas, rutinitas yang kaku, dan gerakan motorik berulang. Semua gejala ini harus muncul sebelum usia 3 tahun agar dapat memenuhi kriteria diagnosis berdasarkan DSM-IV-TR (h.99).

b) *Asperger's Disorder*

Gangguan *Asperger* termasuk dalam spektrum autisme dan ditandai oleh hambatan dalam interaksi sosial serta perilaku yang berulang. Namun, individu dengan kondisi ini memiliki kecerdasan yang normal dan perkembangan bahasa yang tidak mengalami gangguan berarti. Selain itu, mereka tidak menunjukkan keterlambatan yang signifikan dalam aspek kognitif maupun kemampuan berbahasa (h.99).

c) *Childhood Distintigrative Disorder*

Childhood Disintegrative Disorder (CDD), yang juga dikenal sebagai sindrom Heller, merupakan gangguan langka di mana anak mengalami perkembangan normal hingga usia 2 tahun, tetapi kemudian mengalami kemunduran dalam keterampilan sosial, intelektual, dan bahasa antara usia 3 hingga 4 tahun (atau hingga usia 10 tahun sesuai dengan DSM-IV-TR) (h.99).

d) *Rett's Syndrome*

Gangguan *Rett* ditandai dengan perkembangan normal hingga setidaknya usia 6 bulan, kemudian diikuti oleh perlambatan pertumbuhan kepala, kehilangan keterampilan sosial, keterlambatan mental, serta gerakan tangan khas seperti meremas-remas. DSM-V mengusulkan untuk mengecualikan gangguan ini dari sistem DSM karena gejala autistik hanya muncul dalam waktu singkat selama perjalanan keseluruhan gangguan ini (h.99).

e) *Pervasive Developmental Disorder-Not Otherwise Specified*

DSM-IV-TR menetapkan kategori ini untuk individu yang mengalami gangguan dalam interaksi sosial, keterampilan komunikasi, atau perilaku stereotip, tetapi tidak memenuhi kriteria diagnostik lengkap untuk gangguan autistik, gangguan *Asperger*, gangguan disintegratif masa kanak-kanak, atau disebut juga dengan gangguan *Rett* (h.99).

Gangguan spektrum autisme (ASD) adalah kondisi yang memengaruhi perkembangan anak, terutama dalam hal interaksi sosial, komunikasi, dan pola perilaku. Faktor genetik berperan besar dalam menyebabkan autisme. Jika ada anggota keluarga yang memiliki autisme atau ciri-ciri serupa, kemungkinan besar ada hubungan genetik di dalamnya. Beberapa kondisi lain, seperti Fragile X atau Tuberous Sclerosis, juga sering dikaitkan dengan autisme. Selain faktor genetik,

pengaruh lingkungan juga dipertimbangkan, seperti paparan zat tertentu selama kehamilan atau infeksi yang dialami ibu saat mengandung.

Gejala autisme bisa terlihat sejak bayi, misalnya anak tidak sering merespons saat dipanggil, kurang tertarik bermain dengan anak-anak lain, dan lebih fokus pada benda-benda tertentu saja. Mereka juga cenderung jarang menunjukkan ekspresi emosi dan sulit memahami perasaan orang lain. Setiap anak dengan autisme memiliki kondisi yang berbeda, maka pendekatan dalam membantu perkembangan dan kemampuan mereka juga harus disesuaikan. Dengan pemahaman yang lebih baik, dukungan yang tepat dari keluarga dan orang-orang sekitar, tenaga medis, dan lingkungan sekitar dapat membantu perkembangan dan kehidupan anak autis.

b) *Attention Deficit Hyperactivity Disorder (ADHD)*

ADHD adalah gangguan kesulitan dalam mempertahankan perhatian, disertai dengan tingkat impulsivitas dan hiperaktivitas yang bervariasi. Menurut Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-IV-TR, edisi ke-4, 2000) dari American Psychiatric Association, diagnosis ADHD didasarkan pada tiga aspek utama: gangguan perhatian, hiperaktivitas, dan impulsivitas. Selain DSM-IV, terdapat sistem klasifikasi lain seperti International Classification of Diseases (ICD-10) dari WHO (1993), yang menyebut kondisi ini sebagai attention deficit hyperkinetic disorder dan lebih fleksibel dalam penerapannya. Sementara itu, dalam layanan kesehatan primer, dokter sering menggunakan kriteria dari Diagnostic and Statistical Manual for Primary Care (DSM-PC): Child and Adolescent Version yang dikembangkan oleh American Academy of Pediatrics. Meskipun berbeda dalam terminologi. (Patel dkk., 2011, h.112).

c) *Developmental Language Disorders*

Developmental language disorder atau gangguan bahasa perkembangan adalah kendala pada kemampuan berbicara dan menulis.

Jika tidak terkait dengan kondisi lain, gangguan ini disebut sebagai gangguan primer. Namun, jika muncul bersamaan dengan gangguan neurodevelopmental kondisi anak akan menyesuaikan dengan kondisi perkembangan tersebut. Pada anak usia tiga tahun ke bawah, keterlambatan dalam berbicara lebih sering dianggap sebagai risiko perkembangan (h. 176).

2.2.2 Disabilitas Intelektual

Disabilitas intelektual merupakan suatu kondisi kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berdampak pada kemampuan kognitif dan adaptif individu. Istilah "disabilitas intelektual" mengalami perubahan terminologi seiring perkembangan pemahaman dalam bidang ini. Sebelumnya dikenal sebagai "retardasi mental," istilah tersebut secara resmi diubah pada tahun 2007 untuk mencerminkan perspektif yang lebih menghormati dan akurat terkait kondisi ini. Perubahan ini dilakukan oleh American Association on Intellectual and Developmental Disabilities (AAIDD) sebagai upaya untuk mendorong pendekatan yang lebih inklusif terhadap individu dengan ID, sehingga dapat mengurangi stigma serta meningkatkan penerimaan dalam masyarakat (Hodapp & Fidler, 2016, h.3).

Disabilitas intelektual didiagnosis melalui serangkaian tes yang mencakup penilaian terhadap kemampuan kognitif serta perilaku adaptif seorang individu. Salah satu indikator utama dalam diagnosis disabilitas intelektual adalah hasil tes kecerdasan (IQ), di mana individu yang memiliki skor IQ 70 atau lebih rendah dianggap mengalami keterbatasan intelektual yang signifikan, hal ini menjadi elemen fundamental dalam penentuan diagnosis ID (h.3). Namun, selain faktor kognitif, evaluasi terhadap perilaku adaptif juga menjadi komponen krusial dalam proses diagnostik. Perilaku adaptif mencakup berbagai keterampilan dasar yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, seperti komunikasi, perawatan diri, serta interaksi sosial, yang menjadi indikator utama dalam menilai tingkat kemandirian individu dalam beradaptasi dengan lingkungan sosialnya (h.3). Diagnosis ID

juga menetapkan bahwa keterbatasan tersebut harus muncul sejak masa kanak-kanak, tepatnya sebelum usia 18 tahun, guna memastikan bahwa kondisi ini dikategorikan sebagai gangguan perkembangan dan bukan akibat dari faktor eksternal yang muncul pada tahap kehidupan selanjutnya (h.3). Klasifikasi disabilitas intelektual (ID) mencakup berbagai tingkatan berdasarkan tingkat keberatan serta kebutuhan dukungan individu. Berikut adalah jenis-jenis disabilitas intelektual (h.3).

a. Disabilitas Intelektual Ringan (*Mild*)

Kategori ini ditandai dengan skor IQ antara 55 hingga 70. Individu dengan disabilitas intelektual ringan mungkin mengalami kesulitan dalam keterampilan akademik, tetapi umumnya dapat hidup secara mandiri dengan dukungan minimal.

b. Disabilitas Intelektual Sedang (*Moderate*)

Individu dalam kategori ini memiliki skor IQ antara 40 hingga 55. Mereka umumnya membutuhkan dukungan lebih besar dalam menjalani aktivitas sehari-hari dan akan lebih terbantu dengan program pendidikan khusus.

c. Disabilitas Intelektual Berat (*Severe*)

Disabilitas intelektual berat ditandai dengan skor IQ antara 25 hingga 40. Individu dalam kategori ini memerlukan dukungan ekstensif dalam hampir semua aspek kehidupan, termasuk perawatan pribadi dan juga aspek komunikasi.

d. Disabilitas Intelektual Sangat Berat (*Profound*)

Kategori ini mencakup individu dengan skor IQ di bawah 25. Mereka memiliki keterbatasan yang sangat signifikan dalam fungsi kognitif dan perilaku adaptif.

Selain klasifikasi berbasis IQ, terdapat pendekatan yang lebih baru dalam kategori individu dengan disabilitas intelektual berdasarkan tingkat kebutuhan dukungan mereka. Dukungan intermiten diberikan hanya saat

dibutuhkan, terutama dalam masa transisi atau situasi krisis, di mana individu dapat berfungsi secara mandiri dalam kondisi normal tetapi memerlukan bantuan pada saat-saat tertentu. Dukungan terbatas bersifat reguler namun tidak terus-menerus, biasanya diterapkan dalam situasi yang memerlukan bantuan berulang tetapi tidak intensif, seperti pelatihan keterampilan kerja atau bimbingan dalam aktivitas sosial. Sementara itu, dukungan ekstensif diberikan secara berkelanjutan dalam aspek-aspek tertentu kehidupan individu, seperti perawatan pribadi atau supervisi dalam pekerjaan, guna memastikan mereka dapat menjalani kehidupan dengan lebih stabil. Dukungan menyeluruh adalah bentuk dukungan paling intensif dan terus-menerus yang mencakup hampir semua aspek kehidupan individu, termasuk kebutuhan perawatan seumur hidup, supervisi penuh, serta bantuan dalam setiap aktivitas sehari-hari.

2.3 Intervensi

Intervensi adalah serangkaian upaya meningkatkan kesejahteraan dan kemampuan individu yang memiliki disabilitas perkembangan atau intelektual. Pendekatan ini mencakup berbagai strategi yang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan unik setiap individu dan mendukung perkembangan mereka secara menyeluruh. Salah satu aspek utama dalam intervensi adalah pemenuhan kebutuhan dasar, seperti kasih sayang, komunikasi, dan bermain. Anak dengan disabilitas mental dan intelektual memiliki kebutuhan yang sama dengan anak lainnya, dan faktor-faktor ini sangat penting untuk memberikan rasa aman secara emosional serta kenyamanan, yang kemudian menjadi fondasi bagi eksplorasi dan proses belajar mereka (Patel dkk., 2011, h.401).

Selain itu, intervensi menekankan pentingnya menciptakan lingkungan yang aman dan mendukung. Dukungan meningkatkan rasa percaya diri untuk mengeksplorasi dunia di sekitar mereka dan belajar dengan lebih efektif. Dukungan ini juga berperan dalam membangun kemandirian dan membantu anak berkembang dengan optimal. Intervensi yang berhasil harus menyesuaikan dengan kebutuhan spesifik tiap individu, termasuk memahami kondisi atau sindrom tertentu yang dapat memengaruhi jenis dan tingkat dukungan yang dibutuhkan.

Keberhasilan intervensi juga sangat bergantung pada kerja sama berbagai pihak, seperti terapis, tenaga pendidikan, keluarga, dan pengasuh. Strategi intervensi harus dapat diterapkan secara konsisten di berbagai lingkungan, sehingga hasilnya lebih optimal. Selain itu, intervensi yang efektif harus mengadopsi pendekatan holistik, yang tidak hanya berfokus pada perkembangan intelektual, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan emosional, sosial, dan fisik dari anak. Dengan pendekatan yang menyeluruh ini, anak dengan disabilitas intelektual dapat lebih aktif dalam kehidupan sehari-hari dan merasakan peningkatan kualitas hidup mereka. Secara keseluruhan, intervensi adalah proses yang dinamis, berkelanjutan, dan unik tergantung kondisi yang bertujuan untuk anak dengan disabilitas perkembangan melalui strategi yang bersifat personal, kolaboratif, dan menyeluruh.

Terdapat beberapa jenis intervensi dalam penanganan disabilitas mental dan intelektual. Penanganan harus dilakukan sedini mungkin dengan tujuan mencegah kondisi yang memburuk, meminimalkan gejala, serta meningkatkan kualitas hidup sehari-hari. Dalam menetapkan intervensi yang tepat, tenaga kesehatan perlu memahami berbagai pendekatan yang tersedia agar dapat merancang strategi penanganan yang disesuaikan dengan kebutuhan individu. Oleh karena itu, intervensi dalam penanganan disabilitas intelektual mencakup berbagai metode yaitu sebagai berikut (Lee dkk., 2023).

a) Pendidikan

Dukungan pendidikan berperan penting dalam penanganan anak dengan disabilitas mental dan intelektual. Setelah diagnosis, tenaga medis perlu segera menghubungi sekolah untuk mengatur pendidikan khusus yang mencakup penyesuaian akademik dan perencanaan transisi menuju kemandirian. Pendidikan juga melatih keterampilan sosial, komunikasi, vokasional, serta kemandirian sesuai kebutuhan individu. Lingkungan belajar yang paling tidak membatasi dianjurkan, yaitu menempatkan siswa di kelas reguler selama mereka mampu mengikutinya. Pemantauan perkembangan mereka sangat penting karena pembelajaran di kelas mungkin tidak cukup. Di Indonesia, pemerintah menyediakan Sekolah

Luar Biasa (SLB) bagi siswa dengan disabilitas mental dan intelektual (Lee dkk., 2023). SLB dikategorikan berdasarkan jenis disabilitas yang dilayani, sehingga terbentuk beberapa jenis, seperti SLB-A untuk anak tunanetra, SLB-B untuk anak tunarungu, SLB-C untuk anak tunagrahita, SLB-D untuk anak tunadaksa, dan SLB-E untuk anak tunalaras. Setiap SLB menyediakan jenjang pendidikan yang lengkap, dari tingkat awal hingga lanjut. Sistem pembelajaran di SLB lebih berorientasi pada pendekatan individual, di mana metode pengajaran disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan siswa untuk memastikan perkembangan yang optimal (Rosmidar & Darwis, 2022).

Pendidikan inklusif bertujuan untuk menciptakan lingkungan belajar yang setara bagi semua anak tanpa diskriminasi. Setiap siswa, termasuk mereka yang memiliki kebutuhan khusus, harus diberikan kesempatan untuk belajar bersama dalam satu lingkungan yang sama. Johnsen dan Skojen (2001) mengidentifikasi tiga prinsip utama pendidikan inklusif, yaitu keikutsertaan dalam komunitas, pembelajaran yang fleksibel dan kooperatif, serta kolaborasi guru dalam memahami kebutuhan individu. Sekolah diharapkan mampu mengakomodasi semua anak dengan kondisi apa pun. (Utari, 2023).

Pendidikan bagi anak berkebutuhan khusus harus menerapkan prinsip pendekatan yang sehat agar dapat memberikan manfaat bagi seluruh peserta didik. Pendekatan berpusat pada anak menyesuaikan metode pembelajaran dan pendidikan dengan kebutuhan siswa. Model ini terbukti dapat menurunkan angka putus sekolah, mencegah pemborosan sumber daya, dan menciptakan lingkungan yang lebih inklusif serta menghargai keberagaman. Sejalan dengan tujuan tersebut, Lynch (1994) mengusulkan tujuh prinsip utama untuk mewujudkan pendidikan dasar universal (UPE), yang menekankan akses dan kualitas pendidikan bagi semua anak, termasuk mereka yang memiliki kebutuhan khusus.

Pendidikan bagi Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) memerlukan sekolah dan kurikulum yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan mereka. Terdapat beberapa jenis sekolah yang melayani ABK, seperti Sekolah Khusus, yang menyediakan program pendidikan yang disesuaikan dengan kebutuhan individu anak dengan disabilitas. Sayangnya, jumlah sekolah khusus masih sangat terbatas, sehingga diperlukan perhatian lebih dari masyarakat dan pemerintah. Alternatif lainnya adalah Sekolah Inklusi, di mana ABK belajar bersama dengan anak-anak lainnya dalam lingkungan sekolah reguler, sehingga dapat mendorong interaksi sosial dan pemahaman antar siswa. Selain itu, Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) juga menjadi aspek penting dalam pendidikan ABK, karena memberikan akses pendidikan sejak dini yang terjangkau, memastikan bahwa setiap anak memiliki kesempatan yang sama untuk belajar dan berkembang (Zaitun, 2017, h.110-115). Kurikulum bagi ABK disesuaikan agar dapat mengakomodasi kemampuan dan gaya belajar yang berbeda-beda. Pendekatan yang umum digunakan adalah:

1. *Individualized Education Program (IEP)*

Kurikulum yang dirancang khusus untuk menyesuaikan pembelajaran dengan kebutuhan masing-masing anak.

2. *Adaptasi Kurikulum*

Mencakup modifikasi materi pembelajaran, penggunaan metode pengajaran yang lebih fleksibel, serta pemanfaatan teknologi bantu untuk meningkatkan pemahaman siswa. Untuk mempersiapkan anak dalam kehidupan sehari-hari.

3. *Kurikulum Keterampilan Hidup (Life Skills Curriculum)*

Mengajarkan keterampilan dasar seperti perawatan diri, interaksi sosial, dan pelatihan vokasional agar mereka dapat menjalani hidup lebih mandiri di masa depan.

4. Pendekatan Pengembangan Holistik

Menekankan pada pertumbuhan kognitif, emosional, dan sosial, dengan prinsip bahwa setiap anak, termasuk ABK, memiliki hak yang sama untuk mendapatkan pendidikan yang menyeluruh. Dengan sistem pendidikan yang inklusif dan fleksibel, ABK dapat memperoleh akses yang setara terhadap pembelajaran berkualitas serta dukungan yang dibutuhkan untuk berkembang secara optimal.

b) Terapi

Intervensi perilaku melalui terapi merupakan salah satu aspek penting dalam membantu perkembangan disabilitas mental dan intelektual dan dapat dilakukan melalui berbagai metode. Terapi perilaku bertujuan untuk mendorong perilaku positif serta mengurangi perilaku yang tidak diinginkan. Metode yang efektif dalam pelatihan perilaku meliputi pemberian penguatan positif serta hukuman ringan, seperti *time-out*. Selain itu, pendekatan tambahan seperti menghindari pemicu perilaku negatif, mengabaikan tindakan yang kurang baik, dan mengalihkan perhatian dapat membantu mencegah atau mengurangi perilaku bermasalah.

Terapi kognitif juga menjadi metode intervensi perilaku yang efektif bagi individu dengan disabilitas intelektual. Terapi ini didasarkan pada prinsip bahwa perilaku, emosi, dan kognisi saling berhubungan. Dengan mengidentifikasi serta menyesuaikan pola pikir dan stres emosional yang negatif, terapi ini berupaya mengubah perilaku yang kurang baik. Meskipun terdapat berbagai pendekatan dalam intervensi perilaku, penerapan terapi perilaku, terapi kognitif, atau kombinasi merupakan metode yang paling umum digunakan dan terbukti efektif dalam membantu perkembangan individu dengan disabilitas intelektual (Lee dkk., 2023). Setiap jenis terapi ini memiliki peran dalam mendukung perkembangan anak dengan disabilitas mental dan intelektual. Pendekatan yang tepat dan berkelanjutan akan membantu mencapai potensi terbaik sesuai dengan kondisi. Berikut merupakan penjabaran jenis-jenis terapi

berdasarkan kondisi namun tidak terbatas pada kategori kondisi (Desiningrum, 2016, h.133-140).

a) Terapi untuk Anak dengan Autisme

Anak dengan autisme sering kali menghadapi tantangan dalam berbagai aspek perkembangan, termasuk komunikasi, sosial, dan motorik. Oleh karena itu, terapi yang diberikan perlu dilakukan dalam jangka waktu panjang dan disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing individu. Beberapa terapi yang umum diberikan antara lain:

a. *Applied Behavioral Analysis* (ABA)

Terapi ini berfokus pada pembentukan perilaku positif melalui pemberian penguatan positif. Pendekatannya menggunakan prinsip A-B-C (*Antecedent-Behavior-Consequence*), di mana anak diberi instruksi, diobservasi responnya, dan diberi konsekuensi jika berhasil melakukan tugas atau kalau tidak berhasil.

b. Terapi Wicara

Sebagian besar anak dengan autisme mengalami kendala untuk berkomunikasi secara verbal dan memahami bahasa. Terapi ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi verbal dan non-verbal dengan berbagai teknik, seperti latihan artikulasi, pijatan wajah, serta latihan mengunyah dan menelan untuk meningkatkan fungsi motorik oral.

c. Terapi Okupasi

Terapi ini bertujuan untuk membantu anak autis mengembangkan keterampilan motorik halus dan kasar agar mereka lebih mandiri dalam melakukan aktivitas.

d. Terapi Fisik

Bertujuan untuk meningkatkan kekuatan otot, keseimbangan tubuh, dan koordinasi motorik kasar pada anak autis yang mengalami gangguan pada masa otot atau bentuk postur tubuh.

e. Terapi Sosial

Membantu anak dalam mengembangkan keterampilan sosial, seperti melakukan percakapan, berinteraksi dengan anak lain, serta memahami komunikasi secara dasar seperti merespons ekspresi wajah orang lain atau bahasa tubuh.

f. Terapi Bermain

Bermain memiliki peran penting dalam perkembangan anak autis. Anak diajarkan bagaimana bermain secara interaktif dengan temannya, memahami aturan permainan, serta meningkatkan keterampilan komunikasi dan juga interaksi dalam lingkungan sosial.

b) Terapi untuk Anak dengan *Asperger's Syndrome*

Anak dengan *Asperger's Syndrome* memiliki kemampuan intelektual yang normal atau bahkan di atas rata-rata, tetapi sering kali mengalami kesulitan dalam interaksi sosial dan komunikasi. Terapi yang diberikan bertujuan untuk membantu mereka memahami norma sosial dan meningkatkan keterampilan komunikasi, seperti:

a. Terapi Wicara dan Komunikasi Sosial

Anak dengan *Asperger's* sering kesulitan dalam memahami bahasa pragmatis, nada suara, ekspresi wajah, atau bahasa tubuh. Terapi ini membantu mereka dalam berkomunikasi dengan lebih efektif dan memahami signal komunikasi.

b. Terapi Perilaku dan Sosialisasi

Fokus pada pengajaran keterampilan sosial, seperti cara memulai dan mengakhiri percakapan, membaca ekspresi wajah, memahami sarkasme, serta beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan sosial.

c) Terapi untuk Disabilitas Intelektual (Tunagrahita)

Anak dengan disabilitas intelektual memiliki keterbatasan dalam fungsi kognitif dan keterampilan adaptif. Berdasarkan tingkatan disabilitas intelektual, terapi yang diberikan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari.

a. Fisioterapi

Memperkuat otot dan meningkatkan kemampuan motorik.

b. Terapi Wicara

Anak dengan disabilitas intelektual sering mengalami keterlambatan bicara dan komunikasi. Terapi ini membantu meningkatkan kemampuan berbicara, memahami bahasa, serta berkomunikasi.

c. Terapi Okupasi

Berfokus pada peningkatan kemandirian anak dalam menjalani aktivitas sehari-hari dan melatih keterampilan kognitif dan sensori-motor agar anak dapat lebih mandiri.

d. Terapi Remedial

Membantu anak dalam meningkatkan keterampilan akademik dasar dengan pendekatan yang disesuaikan dengan kemampuan mereka.

c) Edukasi Keluarga, Peran Pemerintah, dan Psikofarmakologi

Intervensi lainnya untuk anak dengan disabilitas intelektual mencakup edukasi keluarga, bantuan pemerintah, dan psikofarmakologi. Edukasi keluarga membantu memahami kondisi pasien serta memberikan dukungan psikososial bagi keluarga yang mengalami tekanan emosional. Pemerintah menyediakan berbagai program, seperti bantuan sosial (PKH, BPNT), layanan kesehatan (BPJS PBI), pendidikan inklusif, serta pelatihan kerja (BLK Disabilitas), didukung oleh regulasi yang mendorong perusahaan mempekerjakan penyandang disabilitas. Sementara itu, psikofarmakologi digunakan untuk mengelola gangguan perilaku dengan obat seperti *risperidone* dan *aripiprazole*, yang harus diberikan di bawah pengawasan medis ketat guna memastikan efektivitas dan meminimalkan efek samping (Lee dkk., 2023).

2.4 Penelitian yang Relevan

Penulis melakukan studi terhadap penelitian yang relevan dengan perancangan penulis. Penelitian yang relevan antara lain Perancangan Ui/Ux Untuk Media Tutorial Pembuatan Aset Visual Bagi Orang Tua Penyandang Disabilitas yang membahas perancangan sebuah aplikasi untuk orang tua anak dengan disabilitas untuk mengetahui cara melakukan manajemen produksi desain (Nurfarina dkk., 2022). Kemudian penelitian dengan judul Pelatihan Aplikasi Home Visit Sebagai Penyedia Jasa Terapi Kepada Anak Disabilitas Intelektual (DI) yang membahas pelatihan orang tua anak dengan disabilitas untuk menggunakan aplikasi Home Visit, sebuah aplikasi layanan terapi (Hasti dkk., 2021). Penelitian relevan yang terakhir yaitu penelitian dengan judul Perancangan *Website* Aplikasi Untuk Mahasiswa Autis Spectrum Disorder Level 1 Dengan Adaptasi Metode Picture Exchange Communication System yang membahas perancangan aplikasi menggunakan Dengan prinsip *Universal design simple and intuitive use and perceptible information* (Gumulya dkk., 2022).

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

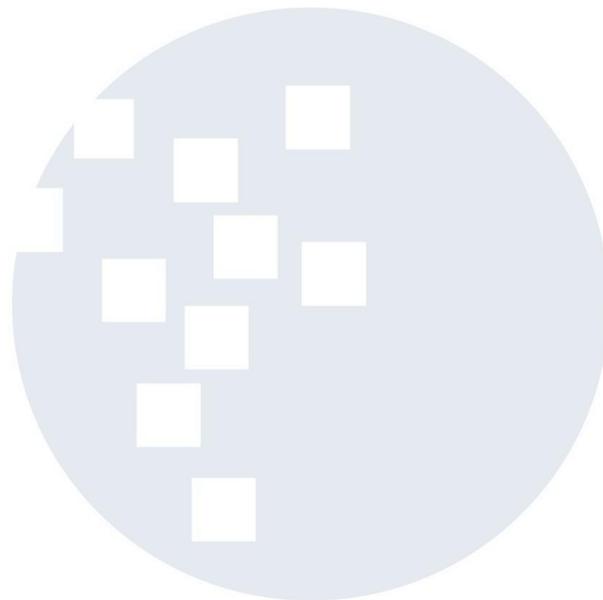
No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Perancangan Ui/Ux Untuk Media Tutorial Pembuatan Aset Visual Bagi Orang Tua Penyandang Disabilitas	Anne Nurfarina, Frindhinia Medyasepti, Cennywati (2022)	Penelitian ini merancang UI/UX sebagai dasar pengembangan media tutorial untuk CIDCO, membantu orang tua penyandang dislitas memahami manajemen produksi dengan pendekatan yang mudah dipahami, serta menjadi landasan untuk pengembangan aplikasi tutorial di masa depan. menggunakan pendekatan mix <i>method</i> dengan menggabungkan metode campuran sekuensial eksploratori (<i>exploratory</i>	Perbaruan terdapat di jenis media, topik, dan metode desain. Merancang <i>website</i> untuk orang tua anak dengan disabilitas mental dan intelektual tentang intervensi menggunakan metode <i>Design Thinking</i> .

			<i>sequential</i>) yang mencakup tahap <i>requirement analysis, design, development, testing, maintenance.</i>	
2	PELATIHAN APLIKASI HOME VISIT SEBAGAI PENYEDIA JASA TERAPI KEPADA ANAK DISABILITAS INTELEKTUAL(DI)	Novrini Hasti, Febilita Wulan Sari, Tine Agustin Wulandari, Andri Sahata Sitanggang (2021)	Penelitian ini adalah pelatihan untuk orang tua menggunakan Aplikasi Home Visit yang berhasil membantu orang tua anak Disabilitas Intelektual di Cimahi dalam mengakses layanan terapi secara online, serta mendukung CTC dalam menangani keterbatasan perawatan melalui pelatihan dan pendampingan	Perancangan media itu sendiri dengan geografis DKI Jakarta dan fokus di layanan dan usaha intervensi seperti pendidikan serta terapi.

			penggunaan aplikasi.	
3	Perancangan <i>Website</i> Aplikasi Untuk Mahasiswa Autis Spectrum Disorder Level 1 Dengan Adaptasi Metode Picture Exchange Communication System	Ernest Irwandi, Kristian Hardijadi (2022)	Desain web temaninklusi.id dengan ruang putih, gambar, audio, dan bahasa sederhana membantu mahasiswa ASD memahami informasi akademik. perancangan menggunakan prinsip Universal design simple and intuitive use and perceptible information	Perbaruan terdapat di target audiens, metode, dan juga konten media. Perancangan media untuk orang tua dalam membantu mencari layanan intervensi untuk perkembangan anak dengan disabilitas mental dan intelektual

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dibandingkan penelitian sebelumnya dalam beberapa aspek utama. Jika penelitian sebelumnya lebih fokus pada UI/UX untuk tutorial aset visual, aplikasi terapi berbasis *home visit*, dan *website* akademik untuk mahasiswa ASD, penelitian ini justru merancang *website* khusus bagi orang tua anak dengan disabilitas mental dan intelektual untuk membantu mereka mencari layanan intervensi. Dari segi metode, penelitian ini menggunakan *Design Thinking*, berbeda dari metode desain, analisis, atau

pelatihan yang digunakan sebelumnya. Selain itu, penelitian ini juga lebih spesifik dalam cakupan wilayah, yaitu DKI Jakarta, serta mencakup layanan intervensi yang lebih luas spesifiknya pendidikan dan terapi



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA