

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Mendefinisikan informasi sebagai perencanaan dan cara penyampaian sebuah konten beserta media yang digunakan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan oleh individu yang membacanya (Coates & Ellisson, 2014, h.10). Tak hanya untuk menyampaikan informasi, media informasi juga dapat digunakan sebagai media edukasi dan juga hiburan. Lule (2022, h.23) mengatakan bahwa media dapat digunakan untuk berbagai kepentingan dengan tujuan yang berbeda. Beberapa peran media, antara lain sebagai media informasi dan edukasi, hiburan, forum, dan pengawasan.

Penerapan media sebagai informasi dan edukasi dapat ditemukan pada koran, program televisi, dan radio yang dapat membawakan berita yang dapat diakses dan dinikmati oleh semua orang dari belahan dunia yang lain. Selain itu, Informasi atau penjelasan suatu topik yang lebih mendalam dapat ditemukan pada buku dan majalah. Catatan, ujian, dan rekaman kelas sebagai bentuk pembelajaran juga dapat diakses melalui *website* selama individu memiliki akses jaringan. Peran media lain adalah hiburan, dimana media dapat menjadi sumber dari imajinasi dan fantasi seseorang serta mengalihkan perhatian seseorang dari kesibukan. Sebagai contoh, televisi yang dapat menayangkan pertandingan bola. Media juga dapat berperan sebagai forum untuk mendiskusikan permasalahan penting, sebagai contoh koran, dimana pembaca dapat memberikan opini terhadap isu yang sedang terjadi. Bahkan saat ini, internet juga dapat menjadi media yang membahas isu demokratis dimana orang-orang dapat menyuarakan pendapat mereka. Terakhir, media sebagai pengawasan terhadap bisnis, suatu institusi, ataupun pemerintah. Sebagai contoh pada zaman sekarang banyak ditemukan dimana ponsel digunakan sebagai alat merekam ketika seseorang dihadang oleh polisi. (Lule, 2022, h.23)

Braesel & Karg (2021, h.20-21) menyebutkan bahwa terdapat delapan jenis media yang digunakan dalam menyalurkan informasi. Berikut adalah penjelasan dari delapan media tersebut:

1. Koran dan Majalah

Koran dan Majalah termasuk media cetak, walaupun sudah banyak dipublikasikan di internet. Pesan dalam majalah dan koran biasanya disampaikan dengan judul, teks, variasi ukuran teks, warna teks, gambar, dan foto, baik hitam-putih maupun berwarna. Adanya publikasi secara rutin membuat koran dan majalah dapat memuat informasi terkini.

2. Buku

Buku umumnya ditemukan sebagai media cetak, namun saat ini buku dipublikasikan sebagai *e-book* yang dapat diakses menggunakan perangkat elektronik. Selain melalui isi konten dari buku, informasi disalurkan melalui *cover* buku yang mencakup judul, komposisi, desain, dan informasi mengenai penulis dari buku itu sendiri.

3. Radio

Radio termasuk media non cetak dan menggunakan elektronik sebagai perantara. Saat ini, penyiaran radio dapat diakses melalui internet. Informasi media disampaikan melalui program yang dipilih, suara penyiar, penggunaan bahasa, musik, dan informasi serta hiburan yang dibawakan.

4. Film

Pertama kali ditayangkan pada teater atau bioskop yang kemudian mulai disebarluaskan secara *online* melalui internet. Proses penciptaan film membutuhkan biaya yang besar, oleh karena itu, beberapa individu atau perusahaan menawarkan pendanaan dengan imbalan produk akan dipromosikan dalam film. Informasi media dapat diekspresikan melalui genre, alur cerita, *setting*, penggambaran karakter, aktor, kostum, tingkat kecerahan dan kegelapan pada visual, suara, hingga proses *editing*.

5. Televisi

Televisi merupakan media elektronik non-cetak. Sama seperti radio, saat ini banyak tayangan televisi yang dapat diakses melalui internet. Proses penayangan tontonan televisi mengikutsertakan banyak pihak, antara lain direktur dari program, *presenter*, operator kamera, aktor, selebriti, dan banyak lainnya. Informasi biasanya disampaikan melalui pilihan konten program, pembawa acara, teks baik secara lisan maupun tertulis, visual yang digunakan, dan *sound effects*.

6. Video Games

Video games dapat dimainkan melalui berbagai perangkat elektronik, seperti *handphone*, komputer, dan konsol. Penyampaian informasi dalam video games diimplementasikan melalui genre *game*, *setting*, alur cerita, penokohan, objektif *game*, audio, dan visual yang digunakan.

7. Internet (Komputer/Ponsel)

Internet dapat diakses melalui berbagai perangkat seperti komputer, tablet, ponsel, konsol *game*, hingga *e-book reader*. Informasi dalam internet disampaikan melalui teks, video, suara, gambar, judul, gaya desain, dan interaktifitas.

8. Media Sosial (Komputer/Ponsel)

Media sosial merupakan sebuah platform yang dapat diakses melalui internet dengan menggunakan perangkat seperti komputer, tablet, dan ponsel. Informasi atau pesan dalam sosial media biasanya disampaikan melalui teks, gambar, suara, video, maupun tautan yang dibagikan.

Informasi dapat disampaikan melalui berbagai medium, namun, medium yang berbeda memerlukan cara penyampaian informasi yang berbeda juga. Sebagai contoh, radio yang menyampaikan informasi dalam bentuk suara, sedangkan internet yang dapat berupa gambar, video, dan teks dalam menyampaikan pesan. Efektifnya suatu informasi yang disampaikan juga dipengaruhi oleh medium yang dipilih.

Pada zaman perkembangan teknologi seperti sekarang, media interaktif menjadi media yang banyak dikembangkan untuk menyampaikan informasi. Media

interaktif merupakan media yang memungkinkan adanya interaksi dua arah. Media interaktif bersifat non-linear berbeda dengan media lainnya seperti video, suara, dan teks yang memiliki urutan yang telah ditetapkan. Hal ini dikarenakan setiap pengguna memiliki pengalaman dan alur navigasi yang berbeda ketika menggunakan media interaktif. Hal penting dalam merancang media interaktif adalah dengan memprediksi langkah-langkah dari pengguna ketika berinteraksi dengan media (Griffey, 2020, h.4). Berdasarkan teori mengenai jenis-jenis media informasi, penulis memilih *website* sebagai media informasi yang dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja dengan adanya koneksi internet. Pemilihan media ini juga bertujuan untuk memperluas cara penyampaian informasi mengenai varian influenza dan tingkat risikonya yang dimana pada penelitian diatas, penyampaian informasi mengenai influenza sangat terbatas berupa penyuluhan atau sosialisasi ke suatu tempat.

2.2 Website

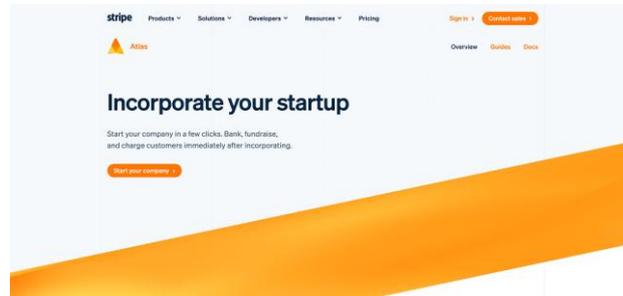
Elgamar (2020, h.3) menjelaskan *website* sebagai media dengan banyak halaman dan saling terkait satu dengan yang lainnya berisikan bacaan, gambar, audio, video, dan animasi ataupun keseluruhan untuk menyampaikan informasi. Griffey (2020, h.7) mengatakan bahwa *website* merupakan sekumpulan halaman yang saling terhubung satu dengan lainnya yang dapat diakses melalui *web browser* dengan menggunakan perangkat yang terhubung dengan koneksi internet. Dapat disimpulkan bahwa *website* merupakan kumpulan halaman yang berisi informasi dalam bentuk teks, gambar, video, dan suara yang dapat diakses melalui internet. Selain untuk menyampaikan informasi, *website* juga dapat digunakan untuk keperluan usaha dan meningkatkan profit.

Website terbagi menjadi tiga jenis berdasarkan tampilan dan tanggapan, yaitu *website* statis, *website* dinamis, dan *website* interaktif (Kurniawan et al., 2023, h.11-12). Berikut penjelasannya:

1. *Website* Statis

Konten pada *website* jenis statis bersifat tetap dan tidak berubah. Oleh karena itu, perubahan pada konten atau isi dari *website* membutuhkan

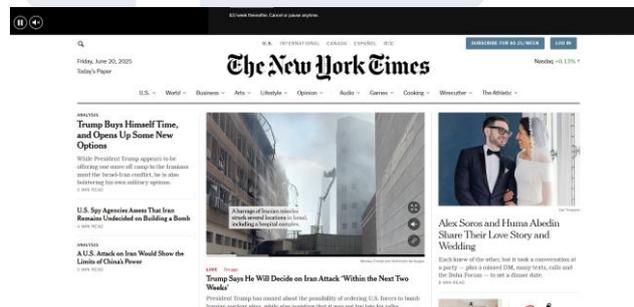
keterlibatan *programmer* dalam prosesnya. Beberapa contoh penggunaan *website* statis seperti *website* portofolio dan *landing page*.



Gambar 2.1 *Website* Stripe Atlas
Sumber: <https://stripe.com/atlas>

2. *Website* Dinamis

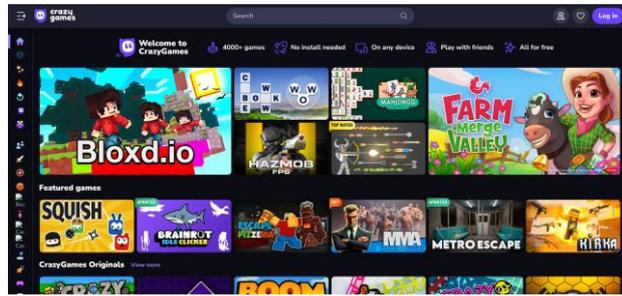
Berbeda dengan *website* statis, konten pada *website* dinamis dapat diubah sesuai dengan apa yang diminta dan *input* oleh pengguna *website*. Beberapa contoh penggunaan *website* dinamis yang dapat ditemukan seperti pada situs berita dan *e-commerce*.



Gambar 2.2 *Website* The New York Times
Sumber: <https://www.nytimes.com/>

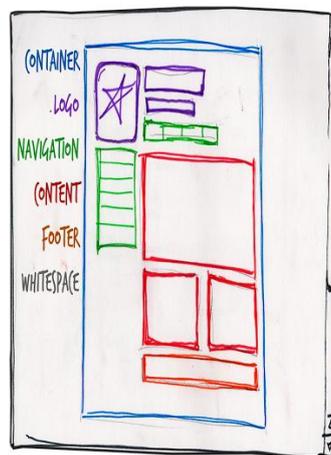
3. *Website* Interaktif

Website interaktif memungkinkan adanya hubungan timbal balik antara pengguna dengan informasi yang terdapat didalamnya. Contoh penggunaan *website* interaktif seperti media sosial dan gim *online*.



Gambar 2.3 Website Crazy Games
 Sumber: <https://www.crazygames.com/>

Dalam merancang sebuah *website*, desainer wajib memperhatikan pola. Pola tersebut yang terbagi menjadi beberapa komponen untuk dapat membentuk suatu halaman (Beaird et al., 2020, h.25-27) yang terdiri dari:



Gambar 2.4 Web Page Anatomy
 Sumber: Beaird et al. (2020)

1. *Containing Block*

Dalam sebuah *website*, diperlukannya sebuah wadah yang berfungsi untuk menampung konten dari *website*. Tanpa adanya wadah ini, konten *website* menjadi berantakan dan tidak terstruktur.

2. Logo

Logo dalam *website* membantu menonjolkan identitas dan membantu pengguna mengenali *website* yang diakses. Umumnya logo ditempatkan pada bagian paling atas dari sebuah *website*.

3. *Navigation*

Aspek penting dalam sistem navigasi sebuah *website* adalah mudah untuk diakses dan digunakan. Terdapat dua pengaplikasian sistem

navigasi, yaitu secara vertikal disamping kiri atau kanan *website* atau secara horizontal pada bagian atas *website*.

4. *Content*

Konten atau informasi pada *website* dapat ditemukan dalam bentuk teks, gambar, dan video. Konten dari sebuah *website* harus menjadi titik fokus utama dan pusat perhatian sehingga pengguna bisa mendapatkan informasi yang diperlukan tanpa membuang banyak waktu.

5. *Footer*

Terletak pada bagian bawah sebuah *website* dan penanda bahwa pengguna sudah mencapai akhir dari halaman *website*. Beberapa informasi yang terdapat pada *footer website* seperti hak cipta, kontak, dan informasi legal.

6. *Whitespace*

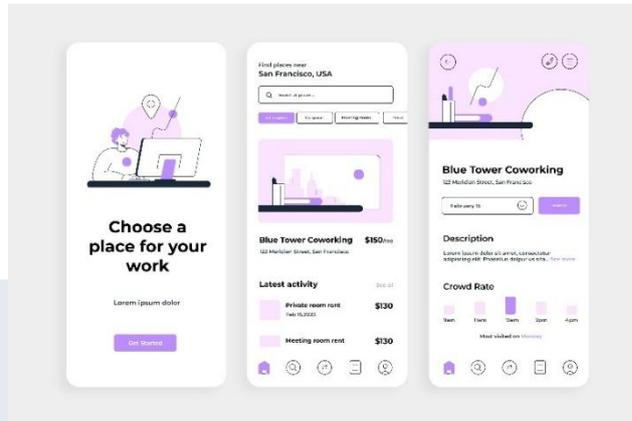
Whitespace atau *negative space* merupakan istilah yang merujuk pada ruang kosong dari sebuah desain yang tidak diisi dengan teks maupun ilustrasi. *Whitespace* berperan menciptakan ruang bagi desain untuk bernapas dan menciptakan keseimbangan. Tanpa adanya *whitespace*, desain akan terasa padat dan tidak teratur.

Dapat disimpulkan bahwa, *website* merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan memiliki tampilan serta tingkat interaktivitas yang berbeda. Terdapat beberapa komponen penting yang wajib terdapat pada sebuah *website*, seperti *containing block* yang berfungsi sebagai wadah dari konten, logo berperan sebagai identitas dari *website*, *navigation* sebagai akses konten dari *website*, *content* sebagai informasi utama *website*, *footer* berfungsi sebagai informasi mengenai *website*, dan *whitespace* untuk menciptakan keseimbangan visual dalam *website*.

2.2.1 *UI/UX*

Filipiuk (2021, h.2) menjelaskan bahwa *User Interface* atau *UI* merupakan gambaran atau elemen visual yang terdapat pada suatu *website* dan *User Experience* atau *UX* merupakan pengalaman yang didapatkan oleh pengguna selama menggunakan *website* tersebut, seperti perasaan puas atau

kecewa. Kedua hal ini saling berkorelasi, dimana tampilan *User Interface (UI)* yang buruk akan berdampak pada *User Experience (UX)* atau pengalaman pengguna yang buruk dan sebaliknya.



Gambar 2.5 *User Interfaces (UI)*

Sumber: <https://mockflow.com/glossary/User-Interface-Design>

UI yang baik harus memiliki faktor *usable* dan *delightfulness*. *Usable* mengacu kepada kemampuan pengguna khusus dalam konteks tertentu dapat menggunakan sebuah produk untuk mencapai objektif dengan efektif dan efisien. Pembuatan *UI* yang menarik juga sangat penting dan hal ini memerlukan penelitian yang lebih mendalam, dikarenakan setiap orang memiliki pandangan yang berbeda pada kata menarik (Filipiuk, 2021, h.14-15). Dalam merancang sebuah *website*, terdapat beberapa elemen yang dapat membentuk sebuah *User Interface (UI)* antara lain:

1. *Layout* dan *Grid*

Grid merupakan landasan dari sebuah *website* dan bersifat transparan sehingga tidak terlihat ketika proses perancangan. Namun, sebelum memilih *grid* yang akan digunakan dalam *website* harus menentukan terlebih dahulu halaman dan konten yang akan dimuat. Hal ini dapat dilakukan dengan cara *wireframing* (Malewicz & Malewicz, 2021, h.56-58). *Grid* terbagi menjadi dua jenis, yaitu *fluid grid* dan *fixed grid*.

a. *Fluid Grid*

Salah satu jenis *grid* yang umum digunakan karena kemudahan dalam menyesuaikan dengan ukuran layar perangkat

yang digunakan. Lebar *column* pada *fluid grid* juga bervariasi dan keseimbangan dari setiap *column* tetap terjaga oleh *gutter*. (Malewicz & Malewicz, 2021, h.60)



Gambar 2.6 *Fluid Grid*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2021)

b. *Fixed Grid*

Fixed grid umum ditemukan pada *website* yang memaparkan berita. Jenis *grid* ini dapat menciptakan ruang kosong pada sisi kiri dan kanan, jika ukuran layar jauh melebihi ukuran dari *grid*. (Malewicz & Malewicz, 2021, h.60)

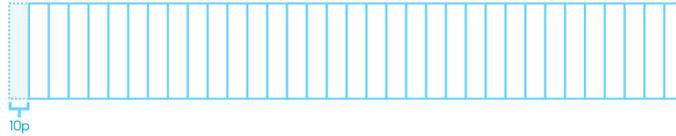


Gambar 2.7 *Fixed Grid*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2021)

Proses sebelum memilih *grid* yang akan digunakan dalam perancangan *website* adalah menentukan *base value* yang merupakan angka terkecil untuk menetapkan *value* lainnya. Secara umum, semua *grid* harus dapat dibagi dengan *base value* yang telah ditetapkan (Malewicz & Malewicz, 2021, h.61). *Grid* berdasarkan *base value* terbagi menjadi dua, yaitu *10-point grid* dan *8-point grid*.

a. *10-point Grid*

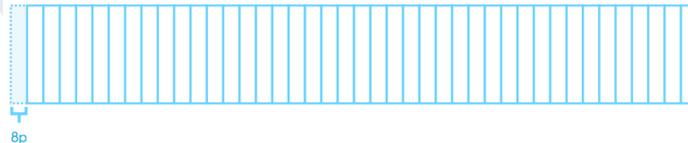
Salah satu alasan yang membuat *grid* ini populer adalah karena praktis dan kemudahan dalam membagi *grid* dengan angka kelipatan 10. Angka 10 juga menjadi “*nudge value*” pada kebanyakan aplikasi desain. “*Nudge value*” merupakan nilai dasar yang digunakan untuk memindahkan objek sambil menekan tombol SHIFT. (Malewicz & Malewicz, 2021, h.61)



Gambar 2.8 *10-point Grid*
Sumber: (Malewicz & Malewicz, 2021)

b. *8-point Grid*

Grid ini menjadi salah satu tipe *grid* yang populer digunakan dalam desain *UI* yang lebih modern, walaupun memerlukan *effort* lebih. Kelebihan dari *grid* tipe ini adalah fleksibilitas dalam menentukan jarak *spacing* antar elemen dan dapat memuat elemen yang kompleks namun tetap membaaur dengan baik. Selain itu, banyaknya resolusi layar yang menggunakan angka yang dapat dibagi dengan angka delapan yang memudahkan dalam mendesain *website* versi *mobile*.



Gambar 2.9 *8-point Grid*
Sumber: (Malewicz & Malewicz, 2021)

Banyak desainer yang telah mahir lebih memilih *8-point grid* dibandingkan *10-point grid*. Hal ini dikarenakan *8-point grid* memberikan kebebasan dalam menentukan margin eksternal dan internal dari sebuah objek atau elemen, serta komponen yang dihasilkan jauh lebih bagus. Menggunakan “*nudge value*” 10, memaksa komponen untuk memiliki margin yang lebih besar dan jauh. Pada beberapa kasus, hal ini dapat mengurangi *readability* atau tingkat kebacaan. Oleh karena itu, penggunaan *10-point grid* juga membutuhkan angka tambahan seperti contohnya 15, untuk mencegah komponen terlalu jauh atau lebar.

2. *Typography*

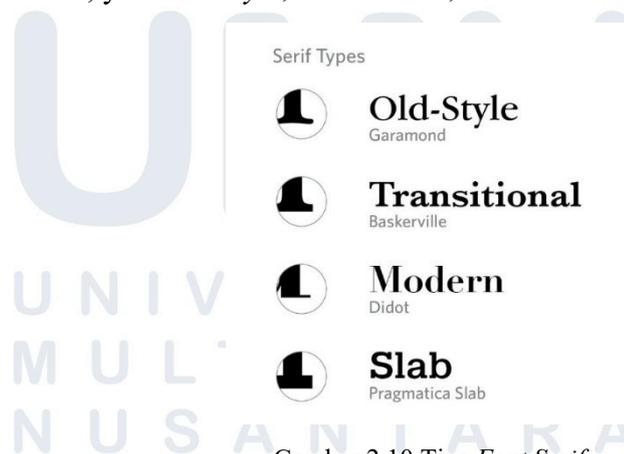
Dalam desain *User Interface*, pemilihan tipografi yang tepat akan mempengaruhi tampilan dan nuansa keseluruhan *website*, serta

persepsi pengguna. Memilih *font* yang tepat dalam proses desain *User Interface* sangat penting karena hal ini mempengaruhi bagaimana pesan dari *website* dapat diterima oleh pengguna (Malewicz & Malewicz, 2021, h.140). Secara umum, jumlah karakter per baris yang direkomendasikan adalah 45-75 karakter, namun dapat melebihi angka tersebut seperti pada *website* berita yang dapat mencapai 80an karakter, namun, jumlah karakter yang lebih panjang perlu diselaraskan dengan pemberian jarak antara baris (Maria, 2014, h.90-91)

Latin (2017, h.26) mengatakan bahwa konten merupakan representasi dari sebuah *website* dimana pemilihan *typeface* pada *website* merepresentasikan konten atau informasi apa yang ingin disampaikan. Pemilihan *typeface* yang hanya mengikuti tren dapat berujung pada kegagalan *website* dan mudah dilupakan oleh pengguna. Terdapat dua klasifikasi *typeface*, yaitu:

a. *Serif*

Ciri khas dari jenis *font serif* adalah garis horizontal yang terdapat pada dasar hurufnya. *Font serif* memiliki empat jenis variasi, yaitu *old style*, *transitional*, *neoclassical*, dan *slab*.



Gambar 2.10 Tipe *Font Serif*

Sumber: <https://www.h2ostreet.com/insights/choosing-fonts-for...>

b. *Sans Serif*

Font tipe ini merupakan salah satu *font* yang mudah dibaca dan efisien dalam menyampaikan informasi, sehingga dapat digunakan untuk semua media. *Sans serif* juga tidak memiliki *serif*

atau garis horizontal yang terdapat pada dasar huruf. Terdapat tiga *style* dari *font sans serif*, yaitu *grotesque*, *geometric*, dan *humanistic*.

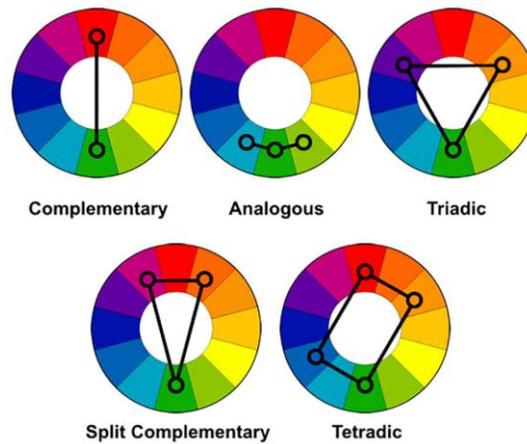


Gambar 2.11 *Font Sans Serif*
Sumber: Beaird et al. (2020)

Untuk dapat mencapai tujuan dari perancangan media ini, penulis akan menggunakan *font sans serif* mengingat target perancangan adalah masyarakat yang berusia 35-45 tahun. *Sans serif* juga memberikan kemudahan bagi pengguna untuk membaca informasi. Salah satu *font* yang akan digunakan sebagai *bodytext* untuk menyampaikan informasi adalah Roboto. Roboto termasuk ke dalam kategori *typeface* yang mudah untuk dibaca karena memiliki karakteristik yang lebih tinggi, memberikannya kesan modern dan *readability* yang tinggi. (Latin, 2017, h.17)

3. *Colors*

Warna membantu para desainer untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan dari sebuah visual. Selain itu, warna juga berperan sebagai sebuah alat atau cara untuk menyampaikan makna (Sherin, 2012, h.10). Warna dapat menciptakan ekspresi dan perasaan yang dirasakan oleh pengguna ketika menggunakan *website*. Meskipun pengguna mudah melupakan nama dari *website*, namun mereka dapat mengingat *website* yang pernah digunakan melalui warna yang diaplikasikan dalam *website*. Suka atau tidaknya seseorang terhadap suatu produk dapat dilihat dari warna yang digunakan (Malewicz & Malewicz, 2021, h.95).



Gambar 2.12 Roda Warna

Sumber: https://loveacrylicpainting.com/color-theory-terms/#google_vignette

Para desainer telah mengembangkan berbagai model warna untuk membandingkannya secara visual antara warna satu dengan lainnya. Banyak desainer yang menggunakan metode subtraktif ketika membuat model warna ini karena memberikan simulasi mengenai bagaimana efek cat ketika dioleskan pada permukaan reflektif (Sherin, 2012, h.18). Model warna ini dikategorikan menjadi lima jenis, yaitu:

- a. *Complementary*. Dua warna yang berseberangan antara satu dengan lainnya dan memiliki total sebanyak enam pasang warna.
- b. *Split Complementary*. Sama seperti warna komplementer, namun, warna *split complementary* memiliki satu warna primer dan dua warna sekunder yang terletak berdekatan atau bersebelahan dengan warna komplementer dari warna utama.
- c. *Analogous*. Warna *analogous* memiliki kombinasi antara satu warna primer dan dua warna sekunder yang terletak bersebelahan satu sama lain.
- d. *Triad*. Kombinasi tiga warna yang memiliki jarak yang sama yang bergabung dan menciptakan bentuk segitiga pada roda warna.

- e. *Tetrad*. Satu palet warna yang terbentuk dari kombinasi empat warna yang terdiri dari pasangan warna *complementary* ataupun *split complementary*.

Warna tertentu akan mempengaruhi bagaimana seseorang merespon terhadap sebuah visual dan banyak respon tersebut yang berasal dari pengalaman pribadi seseorang. Warna memiliki peran untuk membentuk sebuah hubungan secara emosional dengan seseorang dan setiap warna memiliki arti dan karakteristik yang berbeda. Oleh karena itu, perlu diingat bahwa pemilihan warna untuk sebuah media harus sesuai dengan konteks berdasarkan apa yang umum ditemukan dan diaplikasikan pada media tersebut (Beaird et al., 2020, h.100-101). Berikut beberapa psikologi warna yang umum ditemukan dalam konteks kesehatan:

- a. Biru

Warna biru memiliki daya tarik tersendiri, karena mencerminkan langit dan lautan, sehingga dipercaya memiliki efek yang menenangkan. Biru juga memiliki makna kedamaian, kecerdasan, dan keyakinan. (Beaird et al., 2020, h.107-108)



Gambar 2.13 Warna Biru Laut
Sumber: <https://www.freepik.com/free-photo/white-cloud-blue-...>

Dalam dunia medis, warna biru merepresentasi ketenangan dan relaksasi, oleh karena itu, banyak digunakan pada pusat kesehatan dan ruang tunggu. Penggunaan warna biru pada *website* kesehatan dapat menonjolkan kesan kepercayaan dan

kedamaian (Bhatia et al., 2023, h.19-21). Sebagai contoh, terdapat beberapa *website* kesehatan yang menggunakan warna biru, seperti Alodokter, Siloam Hospital, dll.



Gambar 2.14 *Website* Alodokter
Sumber: <https://www.alodokter.com/>

b. Putih

Asosiasi warna putih dalam dunia kesehatan melambangkan kebersihan, kesehatan, dan juga steril (Bhatia et al., 2023, h.18). Selain itu, berdasarkan budaya barat, warna putih diasosiasikan dengan cahaya dan kemurnian, oleh karena itu, banyak iklan seperti deterjen dan gaun pernikahan yang menggunakan warna dominan putih (Beaird et al., 2020, h.111). Tak hanya digunakan pada konteks kesehatan dan budaya, warna putih juga diartikan sebagai kebersihan dan kemurnian oleh berbagai kategori lainnya.

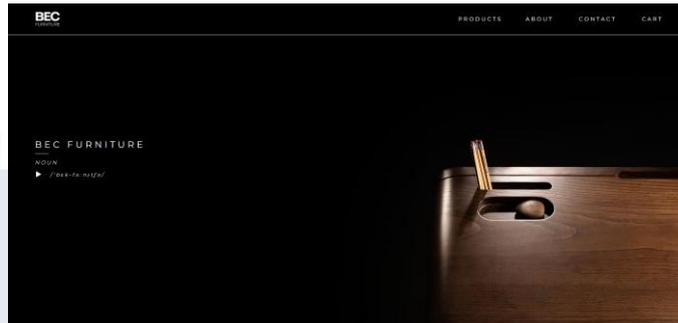


Gambar 2.15 *Website* MQ Health
Sumber: <https://www.mqhealth.org.au/education>

c. Hitam

Warna hitam umumnya dikaitkan dengan hal yang bersifat negatif seperti suram dan kematian. Namun, pemakaian

warna hitam dengan tepat dapat menggambarkan kekuatan dan kemewahan (Beaird et al., 2020, h.112). Pemakaian warna hitam dapat memberikan kontras dan kedalaman, namun tingkat kebacaan akan menurun drastis apabila digabungkan dengan latar yang berwarna gelap.



Gambar 2.16 Website BEC Furniture
Sumber: <https://www.becfurniture.com/>

d. Merah

Warna merah dapat berarti positif seperti energi, kekuatan, dan cinta, namun, juga dapat berarti negatif, seperti bahaya dan agresi. Merah juga termasuk ke dalam warna peringatan, sehingga dapat menarik perhatian atau memicu sebuah reaksi. Selain itu, warna merah juga memiliki asosiasi dengan penjualan. (Malewicz & Malewicz, 2021, h.102)

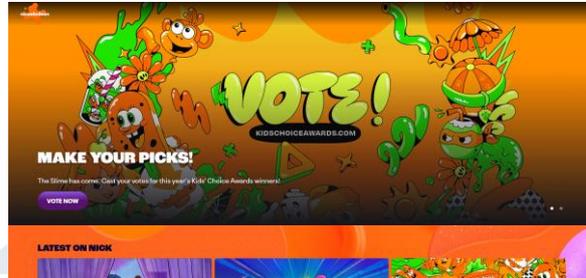


Gambar 2.17 Warna Merah pada Poster Coca Cola
Sumber: <https://themarketingbirds.com/10-creative-coca-cola-ads-at-their-best/>

e. Jingga

Warna jingga merepresentasikan energetik dan optimis. Selain itu, warna jingga juga termasuk ke dalam kategori warna peringatan. Dalam sebuah produk digital, warna jingga sangat

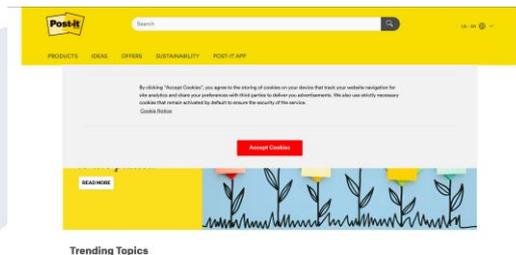
cocok untuk aksen dan *call to action*. (Malewicz & Malewicz, 2021, h.104)



Gambar 2.18 Website Nickelodeon
Sumber: <http://nick.com/global>

f. Kuning

Warna kuning berkaitan dengan sesuatu yang hangat seperti matahari dan juga emas. Oleh karena itu, warna kuning erat kaitannya dengan hal yang bersifat positif, seperti antusias, kepercayaan diri, senang, seru, dan optimis. Bahkan, kuning juga populer digunakan dalam periklanan. Walaupun begitu, warna kuning juga merupakan warna peringatan. Dalam produk digital, warna kuning sering digunakan sebagai warna *background*. (Malewicz & Malewicz, 2021, h.103)



Gambar 2.19 Website Post-it
Sumber: www.post-it.com

4. Icons

Icons merupakan gambar berukuran kecil yang berfungsi sebagai representasi dari suatu fungsi atau status dari *website*. Selain itu, *icons* juga berfungsi membuat tampilan lebih *user-friendly*, estetik, dan menghemat lebih banyak ruang. Terdapat dua aspek yang harus diperhatikan ketika mendesain *icons*, yaitu *consistency* dan *legibility*. Penggunaan *icons* dalam *website* harus konsisten, apabila menggunakan

beberapa jenis ikon berbeda akan membuat tampilan menjadi berantakan. (Malewicz & Malewicz, 2021, h.168-175)

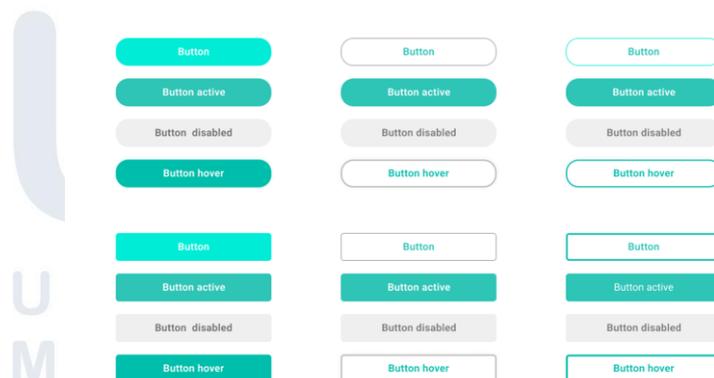


Gambar 2.20 *Icons*

Sumber: <https://hugeicons.com/blog/design/top-14-ui-ux-design-icon-sets>

5. *Buttons*

Buttons atau tombol merupakan elemen interaktif dalam *website*, dimana teks pada tombol merepresentasikan aksi atau tujuan dari tombol tersebut ketika ditekan. Sebagai contoh, tombol “*save*” yang ketika ditekan akan menyimpan sesuatu. Salah satu aturan penting dalam mendesain tombol adalah menonjol dan mudah dikenali pengguna, sehingga tidak menimbulkan kebingungan antara tombol dengan elemen lainnya. (Malewicz & Malewicz, 2021, h.179)



Gambar 2.21 *Buttons*

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

6. Foto

Implementasi foto dalam *website* sebaiknya menghindari foto yang terlihat generik dan klise. Dengan menggunakan foto yang asli, tidak hanya menambah estetika tetapi juga terlihat lebih dipercaya. Oleh

karena itu, penggunaan foto asli dapat meningkatkan kepercayaan *users* ketika menggunakan *website*. (Filipiuk, 2021, h.181)



Gambar 2.22 Fotografi pada *Website* Kesehatan
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/404831454025221759/>

Foto yang bagus adalah foto yang dapat menceritakan sebuah cerita, dimana cerita tersebut dapat dipahami dan diterima oleh orang yang berbeda. Selain itu, peran foto dalam *website* adalah untuk menggantikan paragraf teks karena bersifat lebih terbuka.

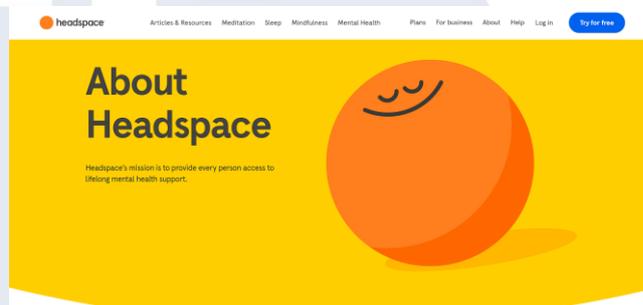
7. *Illustration*

Ilustrasi dalam *website* dapat meningkatkan keunikan dari *website*. Ilustrasi berfungsi untuk menambah *mood* dari *website* dan membuatnya lebih *user-friendly*. Gaya desain ilustrasi harus konsisten, mulai dari pemilihan jenis garis atau stroke, lebar garis, dan pewarnaan. (Malewicz & Malewicz, 2021, h.324-326)



Gambar 2.23 *Illustration*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2021)

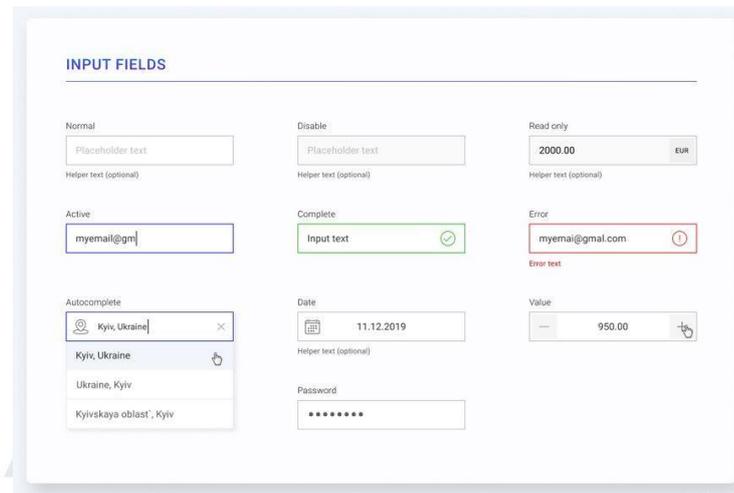
Beaird et al. (2020, h.162) mengatakan bahwa *flat design* telah menjadi ilustrasi bawaan semenjak dekade terakhir. Karakteristik dari *flat design* adalah dekorasi, gradasi, bayangan, dan warna yang tidak berlebihan, dengan tujuan untuk memfokuskan pengguna kepada elemen *User Interface (UI)* lainnya (Beaird et al., 2020, h.184). Salah satu contoh implementasi ilustrasi *flat design* dapat dilihat pada *website Headspace*, sebuah *website* tentang kesehatan mental. Ilustrasi pada *website* ini tidak berlebihan, sehingga lebih fokus dalam penyampaian informasi.



Gambar 2.24 Ilustrasi *Flat Design* pada *Website Headspace*
Sumber: <https://www.headspace.com/about-us?origin=navigation>

8. *Forms*

Form memungkinkan adanya interaksi antara pengguna dengan produk digital seperti melakukan pembayaran, pendaftaran akun, dan pembuatan profil akun. *Form* memiliki bentuk dalam label dan *text field* yang dimana pengguna memasukkan informasi secara manual dan dilengkapi dengan tombol pada akhir untuk menyimpan semua data dan informasi yang telah dimasukkan. *Form* memiliki satu set yang terdiri dari beberapa elemen, yaitu *text field*, *dropdown menu*, dan tombol atau *button*. (Malewicz & Malewicz, 2021, h.230-232)



Gambar 2.25 Forms

Sumber: <https://in.pinterest.com/pin/58546863897760781/>

User Experience (UX) merupakan perilaku dan emosi yang dirasakan oleh pengguna ketika melakukan interaksi dengan sesuatu, baik itu barang ataupun jasa. Untuk mengidentifikasi kendala yang dialami pengguna dan menemukan solusi yang tepat, diperlukannya pengulangan dalam mempelajari *User Experience (UX)*. Platt (2016, h.34-36) mengatakan terdapat tujuh tahapan proses dalam merancang *User Experience (UX)*, dimulai dari *personas, what do users want?, sketching and prototyping, testing on live users, telemetry and analytics, security and privacy, dan making it just work.*

1. *Personas*

Platt (2016, h.38) mengatakan bahwa fondasi dari *User Experience (UX)* adalah memahami *user* atau pengguna dari suatu produk digital bukan membuat produk berdasarkan asumsi pribadi dan memaksa seorang *user* untuk beradaptasi dengan produk yang dibuat. Untuk memahami kesulitan dan kebutuhan dari *user*, dapat dilakukan dengan menciptakan *persona*. *Persona* berfungsi sebagai representasi *user* dari produk yang akan dirancang. Dalam membuat *user persona*, terdapat aspek khusus yang perlu ditampilkan, seperti umur, gender atau jenis kelamin, dan tingkat edukasi (Platt, 2016, h.43). Setiap aspek penting dikarenakan setiap *user* memiliki sudut pandang berbeda dalam menggunakan suatu produk.

	Aunt Millie	"I want to get all of this down for my grandchildren, while I'm still here and have most of my marbles."																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Genealogy App Usage Info</th> <th>Personal Information</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Parents' generation still living: mother in nursing home</td> <td>Age: 68</td> </tr> <tr> <td>Siblings: 3</td> <td>Sex: F</td> </tr> <tr> <td>Children: 3</td> <td>Education: East Overshoe NJ High School '64, secretarial curriculum, a few community college courses, but no degree</td> </tr> <tr> <td>Grandchildren: 5</td> <td>Car: 2006 Ford Escort</td> </tr> <tr> <td> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Hardware/Software</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PC: Dell 2 GHz Pentium single core 1 glg RAM 200 GB hard drive 3224x768 VGA, Windows XP</td> </tr> <tr> <td>Phone: POTS (plain old telephone service), clamshell phone, doesn't text</td> </tr> <tr> <td>Tablet: doesn't have one</td> </tr> </tbody> </table> </td> <td> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Character Cues</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pet Peeve: "When the computer does all that stuff that it shouldn't do."</td> </tr> <tr> <td>Friends Say: "A little spacy. Talks best early in the day. Really proud of her grandchildren."</td> </tr> </tbody> </table> </td> </tr> </tbody> </table>		Genealogy App Usage Info	Personal Information	Parents' generation still living: mother in nursing home	Age: 68	Siblings: 3	Sex: F	Children: 3	Education: East Overshoe NJ High School '64, secretarial curriculum, a few community college courses, but no degree	Grandchildren: 5	Car: 2006 Ford Escort	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Hardware/Software</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PC: Dell 2 GHz Pentium single core 1 glg RAM 200 GB hard drive 3224x768 VGA, Windows XP</td> </tr> <tr> <td>Phone: POTS (plain old telephone service), clamshell phone, doesn't text</td> </tr> <tr> <td>Tablet: doesn't have one</td> </tr> </tbody> </table>	Hardware/Software	PC: Dell 2 GHz Pentium single core 1 glg RAM 200 GB hard drive 3224x768 VGA, Windows XP	Phone: POTS (plain old telephone service), clamshell phone, doesn't text	Tablet: doesn't have one	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Character Cues</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pet Peeve: "When the computer does all that stuff that it shouldn't do."</td> </tr> <tr> <td>Friends Say: "A little spacy. Talks best early in the day. Really proud of her grandchildren."</td> </tr> </tbody> </table>	Character Cues	Pet Peeve: "When the computer does all that stuff that it shouldn't do."	Friends Say: "A little spacy. Talks best early in the day. Really proud of her grandchildren."	
Genealogy App Usage Info	Personal Information																				
Parents' generation still living: mother in nursing home	Age: 68																				
Siblings: 3	Sex: F																				
Children: 3	Education: East Overshoe NJ High School '64, secretarial curriculum, a few community college courses, but no degree																				
Grandchildren: 5	Car: 2006 Ford Escort																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Hardware/Software</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PC: Dell 2 GHz Pentium single core 1 glg RAM 200 GB hard drive 3224x768 VGA, Windows XP</td> </tr> <tr> <td>Phone: POTS (plain old telephone service), clamshell phone, doesn't text</td> </tr> <tr> <td>Tablet: doesn't have one</td> </tr> </tbody> </table>	Hardware/Software	PC: Dell 2 GHz Pentium single core 1 glg RAM 200 GB hard drive 3224x768 VGA, Windows XP	Phone: POTS (plain old telephone service), clamshell phone, doesn't text	Tablet: doesn't have one	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Character Cues</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pet Peeve: "When the computer does all that stuff that it shouldn't do."</td> </tr> <tr> <td>Friends Say: "A little spacy. Talks best early in the day. Really proud of her grandchildren."</td> </tr> </tbody> </table>	Character Cues	Pet Peeve: "When the computer does all that stuff that it shouldn't do."	Friends Say: "A little spacy. Talks best early in the day. Really proud of her grandchildren."													
Hardware/Software																					
PC: Dell 2 GHz Pentium single core 1 glg RAM 200 GB hard drive 3224x768 VGA, Windows XP																					
Phone: POTS (plain old telephone service), clamshell phone, doesn't text																					
Tablet: doesn't have one																					
Character Cues																					
Pet Peeve: "When the computer does all that stuff that it shouldn't do."																					
Friends Say: "A little spacy. Talks best early in the day. Really proud of her grandchildren."																					

Gambar 2.26 *Personas*
Sumber: Platt (2016)

a. Gender

Perbedaan sudut pandang dan cara pemakaian sebuah produk dapat dilihat dari *gender*. Sebagai contoh, laki-laki tertarik pada sebuah produk karena spesifikasi seperti tenaga yang dihasilkan, ukuran, kecepatan, dan lain-lain. Disisi lain, perempuan tertarik pada sebuah produk dikarenakan efisiensi dari fungsi dan kegunaannya. (Platt, 2016, h.43)

b. Umur

Salah satu aspek untuk memahami *users* adalah melalui umur dari *users*. Sebagai contoh, orang yang lebih tua akan lebih lambat memahami sebuah produk yang digunakan karena terbiasa menggunakan perangkat yang lebih tua, gangguan penglihatan, dan gerakan. (Platt, 2016, 44)

c. Tingkat Edukasi

Tidak seperti dulu, pada zaman sekarang, tidak semua individu memiliki gelar sarjana, oleh karena itu memahami tingkat edukasi dari calon pengguna sangat penting. Aplikasi yang ditujukan untuk kegiatan perkuliahan akan terlihat membosankan bagi *users* yang putus sekolah. (Platt, 2016, h.44)

2. What Do Users Want?

Proses pada tahap ini sama seperti sebelumnya, namun belum memasuki proses perancangan. Tahap ini lebih fokus pada mencari tahu

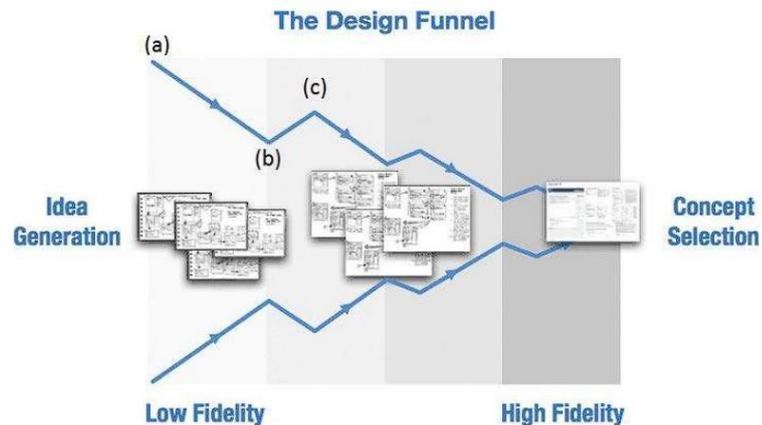
kesulitan apa yang sedang dihadapi oleh *users* dan apa dibutuhkan dari sebuah *website* atau aplikasi. Informasi yang diperlukan bisa didapatkan melalui observasi ataupun wawancara dengan *users* (Platt, 2016, h.57-58). Oleh karena itu, masalah yang dialami oleh *users* harus diidentifikasi terlebih dahulu, sehingga proses perancangan lebih terarah dan dapat mengantisipasi hal yang tidak diinginkan selama proses perancangan.



Gambar 2.27 *Interview* atau Wawancara
Sumber: Platt (2016)

3. *Sketching and Prototyping*

Setelah mendapatkan informasi yang diperlukan dari *users*, selanjutnya adalah mengumpulkan ide dan konsep. Kesalahan dalam merancang sebuah produk digital adalah langsung melakukan *prototyping* tanpa melalui proses sketsa terlebih dahulu. Sketsa merupakan ide atau gagasan yang dimiliki oleh perancang sebuah produk. Menunjukkan sketsa produk kepada calon pengguna dapat membantu dalam mengumpulkan *feedback* untuk mengantisipasi kesalahan dalam proses perancangan (Platt, 2016, h.69-70). Sketsa menjadi proses penting dalam perancangan sebuah produk digital, karena dapat memberikan gambaran kepada *users* mengenai suatu produk. Selain itu, *feedback* yang didapatkan juga berguna untuk mengantisipasi berbagai fitur yang dapat menyulitkan *users* ketika menggunakan produk.



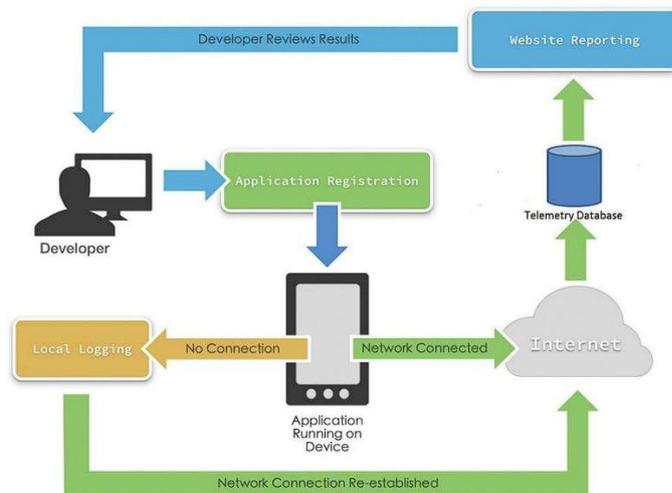
Gambar 2.28 *The Design Funnel*
Sumber: Platt (2016)

4. *Testing on Live Users*

Bagus atau tidaknya suatu produk tidak akan diketahui tanpa melakukan *user test* terhadap target sasaran desain. Oleh karena itu, *user test* harus dilakukan secara berulang selama proses perancangan. Dengan melakukan *user test* berulang kali dapat meminimalisir koreksi yang akan dilakukan, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk melakukan koreksi tersebut (Platt, 2016, h.94-98).

5. *Telemetry and Analytics*

Data yang dikumpulkan melalui teknik telemetri menunjukkan bagaimana *users* berinteraksi dengan produk atau *website* yang dibuat. Pengumpulan data harus dilakukan secara berulang kali dikarenakan untuk menarik kesimpulan dan mendapatkan hasil yang valid dibutuhkan jumlah pengguna yang banyak (Platt, 2016, h.118-119).



Gambar 2.29 Proses *Telemetry and Analytics*
Sumber: Platt (2016)

6. Security and Privacy

Keamanan dan privasi juga merupakan fitur penting dari sebuah *website* atau aplikasi yang dapat menjaga kerahasiaan data dari pengguna. Namun, walaupun penting, keamanan dan privasi bukan menjadi tujuan utama mengapa *users* menggunakan *website* tersebut. Hal ini dapat dikarenakan tingkat kerumitan dari fitur dan membutuhkan *effort* lebih sehingga *users* sebagai manusia melihat fitur ini sebagai gangguan, namun masih dapat diterima pada batas tertentu (Platt, 2016, h.145-146).



Gambar 2.30 Sistem Keamanan Amazon
Sumber: Platt (2016)

7. *Making It Just Work*

Setelah semua proses telah selesai dilalui, sebelum sebuah *website* siap untuk dipublikasi, harus dilakukan peninjauan kembali untuk memastikan bahwa *website* sudah *user-friendly*. Platt (2016, h.171) mengatakan bahwa sebelum melakukan publikasi, terdapat sepuluh aspek penting atau yang disebut dengan “sepuluh perintah Plattski” yang harus diperhatikan, yaitu:

- a. *Start with Good Defaults*. Dengan mengetahui siapa *users* yang dituju, sehingga sebagai perancang dapat mengerti bagaimana pengaturan utama yang tidak membuat *users* berpikir keras ketika menggunakan *website*.
- b. *Remember Everything That You Should*. Sebagai contoh, penggunaan *font size* harus diterapkan secara konsisten pada setiap halaman web tidak hanya pada salah satunya.
- c. *Speak Your Users' Language*. Dalam merancang sebuah *website*, bahasa yang digunakan harus dimengerti oleh semua *users*, jangan memaksa *users* untuk mengerti istilah yang belum pernah didengar.
- d. *Don't Make Users Do Your Work*. *Users*. menggunakan sebuah aplikasi atau *website* karena kemudahannya, oleh karena itu, *website* atau aplikasi yang akan dirancang harus *user-friendly*.
- e. *Don't Let Edge Cases Dictate the Mainstream*. Kesalahan yang sering terjadi dalam merancang sebuah aplikasi atau *website* adalah memasukkan fitur yang keren tanpa mengetahui apakah fitur tersebut dapat membantu *users* atau menghalangi *users* dari mencapai tujuannya. Oleh karena itu, hal ini harus dilakukan pengecekan lebih dalam.
- f. *Don't Make the Users Think*. Hal ini sering ditemukan pada aplikasi atau *website* yang memiliki fitur berlangganan. Untuk membatalkan langganan, aplikasi atau *website* akan membuat langkahnya menjadi rumit yang berujung membuat *users*

kebingungan dan memaksanya untuk berpikir. Memaksa *users* untuk menyukai suatu produk bukanlah ide yang baik.

- g. *Don't Confirm*. Salah satu fitur konfirmasi yang umum digunakan adalah *pop up windows* dengan jawaban ya atau tidak. Fitur konfirmasi ini sering digunakan sehingga tidak terlalu berguna pada saat ini. Fitur ini membuat *users* menjadi kurang waspada dan menghindari peringatan dari melakukan sesuatu yang sebenarnya tidak ingin dilakukan.
- h. *Do Undo*. Fitur canggih yang pernah dibuat dan membutuhkan upaya yang lebih untuk fitur ini dapat bekerja. Fitur ini memungkinkan *users* untuk menjelajahi berbagai program tanpa harus takut melakukan kesalahan.
- i. *Have the Correct Configurability*. Memberikan variasi tampilan merupakan salah satu keuntungan dari *User Interface* digital. Konfigurasi seperti ini dapat meluas dan berkembang, namun, apabila tidak dilakukan dengan tepat dapat menimbulkan masalah. Oleh karena itu, perlu diketahui terlebih dahulu pengguna dari produk digital yang akan dituju dan memahami permasalahan yang mereka alami.
- j. *Lead the Witness*. Program yang menarik adalah program yang memiliki kemampuan untuk menebak kebutuhan dari pengguna dan menyediakan solusinya. Salah satu contohnya adalah implementasi *search* pada aplikasi Google yang menampilkan beberapa opsi pencarian yang sedang tren dan pencarian yang dilakukan orang lain.

Berdasarkan pemaparan teori diatas, disimpulkan terdapat beberapa proses dalam merancang sebuah *website*, dimulai dari mencari tahu permasalahan yang dialami *users* hingga testing dan evaluasi. Dalam proses perancangan *website*, penulis akan menggunakan *fluid grid* dengan alasan responsibilitas pada berbagai perangkat. Kombinasi warna yang akan digunakan adalah warna biru yang mendefinisikan kepercayaan, warna putih

mendefinisikan kebersihan, dan warna hitam yang dapat memberikan kontras dipadukan dengan *font sans serif* sehingga memiliki *legibility* dan *readability* yang lebih baik. Gaya ilustrasi flat design akan diimplementasikan kedalam *website* karena karakteristiknya yang simpel dan lebih memfokuskan kepada konten dari *website* itu sendiri. Setelah mendesain visual *website*, selanjutnya adalah proses *user test* untuk memperbaiki kesalahan yang ditemukan selama *users* menggunakan *website*, dimana proses ini dapat terjadi berulang kali.

2.3 Influenza

Influenza secara umum adalah sebuah epidemi penyakit pernapasan akut diikuti dengan gejala demam yang dapat menyerang kelompok masyarakat manapun tanpa memandang usia dan dapat menyebabkan kematian pada individu yang memiliki daya tahan tubuh lemah. Kemunculan dari penyakit ini sendiri tidak menentu dan nama dari penyakit ini sendiri berasal dari sebuah asumsi yang terbukti benar bahwa penyakit ini diakibatkan oleh faktor eksternal, yaitu “*influence*” atau dalam bahasa Itali “*influenza*”. Penyebaran penyakit influenza diakibatkan oleh faktor eksternal seperti perubahan lingkungan, namun bukan melalui kualitas udaranya, melainkan melalui temperatur dan kelembapan udaranya. Selain menginfeksi manusia, influenza juga dapat ditemukan pada hewan. (Yamauchi, 2018, h.5)

2.3.1 Perkembangan Influenza

Dalam masa reproduksi, virus influenza dapat bermutasi menyebabkan munculnya varian baru. Mutasi ini menyebabkan tubuh tidak dapat mengenali jenis virus influenza tersebut dikarenakan adanya perbedaan struktur protein pada permukaan virus. Hal inilah yang dapat menyebabkan seseorang dapat terinfeksi influenza berulang kali (Yamauchi, 2018, h.7). Hingga saat ini, virus influenza terbagi menjadi empat tipe, yaitu influenza tipe A, influenza tipe B, influenza tipe C, dan influenza tipe D.

1. Influenza tipe A

Jenis influenza A merupakan pendahulu dari segala penyakit influenza atau dapat disebut nenek moyang dari influenza dan biasanya, influenza tipe A dapat ditemukan pada kelompok unggas. Penularan

virus lintas spesies ini dapat ditemukan pada hewan ternak, seperti ayam, kalkun, bebek, burung puyuh, dan kelompok mamalia seperti babi dan kuda. Virus influenza A yang menyerang manusia dapat menyebabkan pandemi, dimana akan terus menginfeksi manusia sebagai penyakit musiman (Yamauchi, 2018, h.7). CDC (2017, h.206) mengatakan seiring berjalannya waktu, influenza tipe A diklasifikasikan menjadi beberapa subtipe, seperti H5N1 dan H7N9 yang menginfeksi manusia secara berkala dan swine influenza atau H3N2. Selain itu, terdapat beberapa subtipe influenza yang ditemukan beberapa tahun terakhir, seperti H7N2, H7N3, H7N7, H9N2, and H10N8 (CDC, 2017, h.207).

2. Influenza tipe B

Influenza ini menyerang manusia dan dapat menyebabkan epidemi mulai dari musiman hingga tahunan (Yamauchi, 2018, h.8). Ditemukan pertama kali pada tahun 1940, influenza tipe B terbagi menjadi dua keturunan, yaitu Victoria dan Yamagata. Kedua virus ini memiliki penyebaran penyakit yang berbeda, dimana virus influenza B Victoria memiliki penularan yang lebih cepat dan umum ditemukan pada individu yang lebih muda, namun, influenza tipe B tidak menimbulkan gejala separah influenza tipe A. Infeksi influenza B Victoria akan menurun pada individu yang berusia lebih dari 10 tahun, sebaliknya, infeksi influenza B Yamagata meningkat pada individu yang berusia lebih dari 25 tahun (CDC, 2018, h.1536-1538). Dengan kata lain, influenza tipe B tidak seaktif influenza tipe A yang dapat menyebabkan pandemi secara global.

3. Influenza tipe C

Berbeda dengan tipe A dimana influenza tipe ini menginfeksi babi dan manusia tidak menyebabkan gejala yang parah. Ditemukan juga virus yang menyerupai influenza tipe C pada sapi (Yamauchi, 2018, h.8).

4. Influenza tipe D

Influenza D atau IDV merupakan percabangan dari virus influenza C yang menginfeksi hewan dan hanya menyebabkan gejala

ringan. Hewan ternak seperti babi dan sapi diduga menjadi inang dari influenza tipe ini. (CDC, 2018, h.1388)

Berdasarkan pemaparan informasi tentang klasifikasi influenza, dapat disimpulkan bahwa virus ini terus mengalami mutasi dan perkembangan dari setiap tahunnya. Dengan sifat alami virus influenza, dimana tubuh dapat terinfeksi dua atau lebih virus menyebabkan virus ini bereproduksi menghasilkan keturunan. Oleh karena itu, pengobatan terhadap influenza melalui vaksinasi juga harus terus menerus dikembangkan.

2.3.2 Gejala Influenza

Salah satu cara penularan virus influenza adalah melalui tempat yang ramai, dimana ini merupakan kondisi optimal dan tempat bersarangnya penyakit menular. Thucydides mendeskripsikan gejala awal dari penyakit influenza adalah demam yang tinggi dan mata kemerahan yang disertai dengan bersin dan suara serak. Demam yang dialami oleh penderitanya juga dapat disertai dengan adanya perasaan menggigil dan sering berkeringat (Brown, 2018, h.30-31). Yamauchi (2018, h.2) juga mengatakan bahwa kerusakan yang timbul akibat respon imun tubuh menyebabkan penderitanya mengalami gejala influenza seperti demam, nyeri otot, sakit kepala, dan kelelahan.

2.3.3 Faktor Risiko

Beberapa faktor risiko yang dapat mempengaruhi infeksi virus pada seseorang, sebagai berikut.

1. Subtipe dari Virus Influenza

Jenis influenza yang umum diderita oleh masyarakat seperti H9N2, H7N7, H7N2, dan H7N3, namun terdapat tipe seperti H5N1 yang bersifat parasite dan dapat menyebabkan komplikasi serius hingga kematian (Qiu et al., 2021, h.188). Dengan kata lain, jenis dari influenza memiliki tingkat risiko yang berbeda, mulai dari menimbulkan gejala ringan hingga berat.

2. Umur

Berdasarkan data hasil analisis di Cina, ditemukan bahwa penyakit influenza H5N1 banyak ditemukan pada pasien rentang usia 20-

40 tahun. Ditemukan 10 kematian dari 15 kasus yang ditemukan dengan rincian masih didapatkan penderita umur dibawah 10 tahun sebanyak lima kasus dan umur diatas 40 tahun sebanyak tiga kasus. Oleh karena itu, pengaruh usia masih sulit untuk dipastikan dan memerlukan penelitian lebih dalam (Qiu et al., 2021, h.188). Virus influenza dapat menyerang setiap rentang usia, oleh karena itu, pengaruh usia seseorang terhadap penyakit influenza ini masih menimbulkan perdebatan dalam dunia medis.

3. Gender

Berdasarkan kasus yang terjadi di Hong Kong, influenza H5N1 lebih banyak ditemukan pada wanita, namun tingkat kematian lebih tinggi pada pria. Sedangkan, influenza H7N9 lebih umum ditemukan pada pria usia menengah dan yang lebih tua (Qiu et al., 2021, h.188). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa imun setiap gender berbeda-beda, sehingga penularan influenza pada masing-masing gender juga berbeda.

4. Penyakit Bawaan

Orang yang lebih tua dengan penyakit bawaan memiliki risiko kematian lebih tinggi. Pada orang yang lebih tua, seiring bertambahnya usia, daya tahan tubuh semakin melemah, kinerja organ ikut melemah, dan dengan adanya penyakit kronis seperti hipertensi, kardiovaskular, diabetes, dan lain-lain dapat menyebabkan kegagalan fungsi organ dan berujung pada kematian (Qiu et al., 2021, h.189).

5. Perubahan Jumlah Sel Darah

Seseorang yang terinfeksi oleh influenza akan mengalami penurunan jumlah sel darah putih, oleh karena itu diperlukannya pemantauan berkala terhadap perkembangan penyakit influenza. Hal yang sama juga terjadi pada limfosit dan platelet, dimana seseorang yang terinfeksi penyakit influenza akan mengalami penurunan limfosit dan platelet terutama pada pasien yang mengalami gejala serius (Qiu et al., 2021, h.189).

6. Komplikasi

Kegagalan fungsi organ merupakan penyebab terbesar kematian akibat virus influenza. Dalam kondisi stres berat, dapat mengganggu metabolisme tubuh yang berdampak pada gula darah dan lemak darah menjadi tidak normal (Qiu et al., 2021, h.190). Selain kematian, penderita influenza yang tidak dapat mengontrol stresnya berpotensi menyebabkan masalah tubuh lainnya.

Berdasarkan pemaparan teori diatas, dapat disimpulkan bahwa risiko yang ditimbulkan oleh influenza bervariasi dari ringan hingga berat, tergantung dari kondisi kesehatan individu yang terinfeksi. Faktor utama penyebab kematian akibat influenza adalah faktor usia dan adanya penyakit bawaan yang bersifat serius.

2.3.4 *Prophylaxis* atau Pencegahan

Prophylaxis merujuk kepada langkah pencegahan suatu penyakit. Fujita (2021, h.192-195) mengatakan bahwa terdapat empat langkah yang dapat dilakukan untuk mencegah atau mengatasi penyakit influenza.

1. *Vaccine*

Vaksin merupakan langkah terbaik untuk mencegah penularan penyakit influenza. Program dan tata cara vaksinasi influenza sangat beragam dan sangat direkomendasikan. Melakukan program vaksinasi influenza lebih efektif dalam menekan angka kasus rawat inap dan kematian akibat infeksi influenza (Fujita, 2021, h.193).

a. *Inactivated Influenza Vaccines (IIV)*

Ditemukan sejak tahun 1940an, vaksin yang beredar di Amerika Serikat ini didapatkan dengan cara melumpuhkan virus influenza. *IIV* harus diberikan melalui suntikan atau injeksi intramuskular dan *IIV* dapat diberikan pada hari yang sama atau kapan saja sebelum atau sesudah vaksin tidak aktif atau vaksin hidup lainnya. Jika diberikan pada hari yang sama dengan vaksin suntik lainnya, vaksin harus diberikan di lokasi anatomi yang terpisah. (Hall E. et al, 2021, h.185-189)

Beberapa reaksi setelah vaksinasi *IIV* seperti nyeri, kemerahan, maupun bengkak di area suntikan umum terjadi dan berlangsung selama 1 hingga 2 hari. Berdasarkan uji klinis, nyeri pada area suntikan dirasakan hingga 65% pasien yang divaksinasi dengan *IIV*. Gejala seperti demam, menggigil, malaise, dan myalgia sangat jarang terjadi. (Hall E. et al, 2021, h.185-189)

b. *Recombinant Influenza Vaccines (RIV)*

Pertama kali disetujui untuk digunakan pada tahun 2013. *RIV* harus diberikan melalui suntikan atau injeksi intramuskular dan *RIV* dapat diberikan pada hari yang sama atau kapan saja sebelum atau sesudah vaksin tidak aktif atau vaksin hidup lainnya. Jika diberikan pada hari yang sama dengan vaksin suntik lainnya, vaksin harus diberikan di lokasi anatomi yang terpisah. (Hall E. et al, 2021, h.185-189)

Selama uji klinis, reaksi seperti nyeri pada area suntikan umumnya dirasakan orang dewasa yang berusia 18-49 tahun. Selain itu reaksi sistemik yang umum terjadi seperti sakit kepala, kelelahan, dan nyeri otot. (Hall E. et al, 2021, h.185-189)

c. *Live, Attenuated Influenza Vaccines (LAIV)*

Pertama kali disetujui untuk digunakan pada tahun 2003. Vaksin ini berbentuk *intranasal sprayer* sekali pakai dengan setengah dari dosis disemprotkan ke setiap lubang hidung. Dalam uji klinis, beberapa gejala yang umum terjadi seperti hidung tersumbat pada semua usia, demam pada anak usia 2 hingga 6 tahun, dan sakit tenggorokan pada orang dewasa. Pada orang dewasa, dilaporkan beberapa gejala lain seperti sakit kepala, sakit tenggorokan, kelelahan, nyeri otot, batuk, menggigil, dan sinusitis. (Hall E. et al, 2021, h.185-189)

2. *Personal Protective Measures (PPM)*

Langkah preventif yang penting dan efektif dalam mencegah infeksi influenza dapat dilakukan tanpa memungut biaya, seperti menggunakan masker, menjaga *hand hygiene*, dan etika pernapasan.

a. *Hand Hygiene*

Menjaga kebersihan tangan dapat mencegah penularan berbagai penyakit. Virus influenza dapat bertahan hingga seharian di tangan yang dapat menyebabkan penularan kapan saja. Menjaga kebersihan tangan dengan menggunakan *hand sanitizer* terbukti efektif dalam membunuh virus influenza. Oleh karena itu, hanya menggunakan masker tidak cukup untuk mencegah infeksi influenza, namun, harus diikuti dengan menjaga kebersihan tangan secara rutin (Fujita, 2021, h.193).

b. *Medical Mask*

Penggunaan masker yang benar berpengaruh dalam mencegah infeksi influenza, seperti masker medis karena mudah digunakan dan tidak mahal. Oleh karena itu, rutin menggunakan masker dan menjaga kebersihan tangan dapat menjadi langkah preventif infeksi influenza (Fujita, 2021, h.194).

c. *Respiratory Etiquette*

Sama seperti *hand hygiene*, etika pernapasan merupakan langkah preventif infeksi influenza yang dapat dilakukan tanpa memungut biaya. Selain etika pernapasan, etika batuk juga perlu diperhatikan. Oleh karena itu, pentingnya menggunakan masker untuk mencegah penularan influenza, seperti contoh negara Jepang yang terbiasa menggunakan masker untuk mencegah penularan penyakit (Fujita, 2021, h.194).

3. Lainnya

Langkah preventif lainnya yang dapat dilakukan adalah pemberhentian kegiatan belajar mengajar atau bekerja, namun hal ini dapat berdampak pada perekonomian. Menyesuaikan kelembapan udara

didalam ruangan juga dapat mencegah infeksi influenza (Fujita, 2021, h.194).

4. *Post-exposure Prophylaxis (PEP)*

Metode *PEP* memiliki prioritas paling rendah diantara metode lainnya. Hal ini dikarenakan individu dengan kondisi sehat tidak memerlukan medikasi ini, namun, individu yang rentan terhadap komplikasi influenza yang lebih parah memerlukan *PEP*. Individu yang tinggal menetap di panti jompo disarankan untuk menerima *PEP* dikarenakan tempat tersebut rentan infeksi influenza (Fujita, 2021, h.195).

Berdasarkan pemaparan teori diatas, dapat disimpulkan bahwa influenza merupakan penyakit menular yang dapat menyerang siapapun dari rentang usia manapun. Perkembangan virus dari waktu ke waktu menyebabkan tubuh tidak dapat beradaptasi dan terinfeksi berulang kali. Gejala yang umum terjadi pada penderita influenza seperti demam, batuk, dan pilek. Penanganan dari influenza juga beragam tergantung dari tingkat keparahannya, dimana penanganan pertama influenza dapat dilakukan dengan menanamkan inisiatif untuk rutin menjaga kebersihan diri. Tindakan medis diperlukan apabila terdapat individu yang rentan terhadap komplikasi influenza yang lebih serius. Dalam perancangan media yaitu *website*, konten akan fokus dalam memaparkan informasi tentang jenis influenza dan penyebarannya di Indonesia dengan dilengkapi informasi mengenai pengobatan dan pencegahannya.

2.4 Penelitian yang Relevan

Selain teori yang dipaparkan diatas sebagai acuan dan untuk menunjukkan kebaruan dalam penelitian, penting untuk dilakukan peninjauan terhadap penelitian terdahulu dengan topik yang relevan dan sesuai. Berikut beberapa penelitian yang digunakan untuk memperkuat penelitian dalam merancang informasi mengenai varian influenza dan tingkat risikonya.

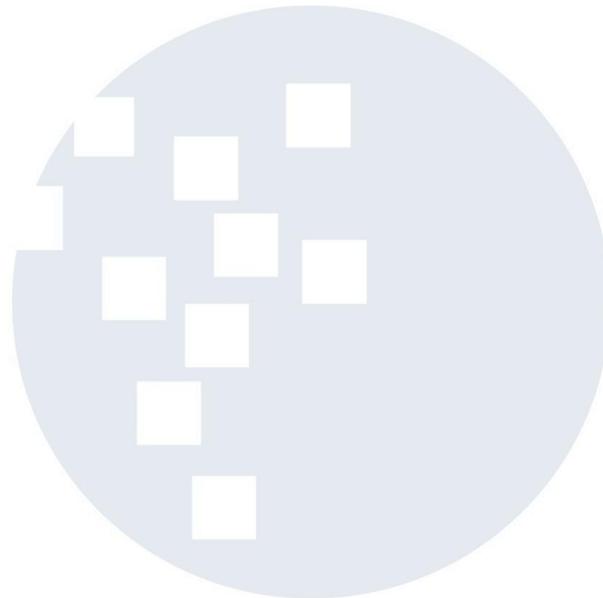
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Perancangan Infografis Animasi Penyakit Influenza dan Pencegahannya di Puskesmas Bojong Nangka Kelapa Dua Tangerang Berbasis Video Scribe	Herman Jaya Gea, Sri Wahyuningsih, Pepi Permatasari	Penelitian ini berfokus pada perancangan infografis berbasis animasi untuk memberikan informasi mengenai influenza kepada masyarakat.	Edukasi mengenai influenza dan pencegahannya dengan menggunakan infografis berbasis animasi
2.	Edukasi Pencegahan dan Penanganan Penyakit Influenza Selama Musim Hujan pada Pasien di Klinik dan Apotek Callista Farma	Nurramadhani A. Sida, Evi Apriyani, Firdarini, Umi Kalsum Muhammad, Vinarti Ramdhayani	Penelitian ini fokus pada pengabdian masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan mengenai pencegahan dan pengobatan influenza	Pengabdian masyarakat yang dimulai dengan melakukan tanya jawab sebagai tolak ukur pengetahuan individu tentang influenza dan pencegahan serta pengobatannya. Dilanjutkan dengan penggunaan leaflet sebagai media edukasi dan pengantar informasi mengenai influenza, pencegahan, dan

				pengobatannya dengan mengintegrasikan informasi dengan visual gambar.
3.	Perancangan Mobile Site untuk Kampanye mengenai Pencegahan Pneumonia pada Balita untuk Orang Tua	Irene Janetta Hermawan	Media kampanye yang memberikan informasi dan ajakan bagi orang tua untuk melakukan upaya pencegahan pneumonia pada anak.	<i>Mobile site</i> sebagai media utama kampanye pencegahan pneumonia pada anak bagi orang tua. Adanya implementasi pencarian lokasi imunisasi terdekat untuk meningkatkan kepekaan orang tua akan pentingnya pencegahan pneumonia.

Berdasarkan analisa penelitian terdahulu diatas, bahwa kebaruan dalam cara penyampaian informasi mengenai penyakit influenza dan jenisnya adalah melalui media yang digunakan. Beberapa penelitian ini menekankan pada implementasi visual sebagai pendukung dalam menyampaikan informasi mengenai influenza dan penyakit pernapasan, sehingga informasi yang disampaikan lebih menarik dan dapat dimengerti. Namun, penelitian pada tabel diatas hanya memberikan informasi mengenai penyakit influenza yang umum terjadi dan potensi risiko yang dapat ditimbulkan. Dengan adanya media interaktif yang fokus memaparkan informasi tentang varian influenza dan tingkat risikonya, diharapkan dapat mengedukasi orang dewasa tentang influenza dan pengobatannya, serta

penerapan pola hidup sehat sebagai pencegahan penularan influenza pada anak dan orang lanjut usia.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA