

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Menurut Gule dkk. (2023, h. 13318), media informasi merupakan suatu media untuk mengetahui perkembangan informasi terkini dan memungkinkan terjadinya interaksi dengan satu sama lain. Melalui media informasi, pesan ataupun informasi dapat tersampaikan secara efektif apabila media yang digunakan sesuai dengan target Sasarannya dan isi informasinya memberikan manfaat. Suatu sarana dalam menyampaikan informasi dengan tujuan penerima informasi dapat memahami informasi yang disampaikan tanpa adanya perbedaan arti. Dalam penyampaian informasinya, ada beberapa alat komunikasi yang dapat digunakan, seperti surat kabar, majalah, televisi, media sosial, dan sebagainya (Alimin dkk., 2022, h. 4). Tanpa mengubah arti sebuah informasi, pengguna media informasi dapat memahami informasi yang disampaikan secara efisien.

2.1.1 Fungsi Media Informasi

Perkembangan media informasi terus mengalami kemajuan dan telah menjadi kebutuhan yang cukup penting di kehidupan sehari-hari. Umumnya, *website* berfokus pada kualitas kontennya karena tujuannya adalah menyampaikan isi. Sebagian besar orang percaya bahwa penggunaan gambar dan elemen yang menarik adalah langkah yang tepat (Hadi & Rokhman, 2020). Oleh karena itu, media informasi telah memegang peran penting di masa kini bagi kehidupan manusia sebagai alat komunikasi antar individu.

2.1.2 Jenis-jenis Media Informasi

Seiring perkembangan teknologi yang terus berkembang, berbagai kemajuan teknologi pun terus bermunculan, sehingga memberikan lebih banyak akses dalam menyampaikan informasi. Berdasarkan Syarifuddin (2021, h. 77), adapun jenis-jenis media massa, yaitu media cetak, media elektronik, dan media *online*. Namun, pada penelitian ini, penulis akan lebih

berfokus pada media elektronik dan media *online*. Hal ini dikarenakan penyebaran informasi yang lebih cepat dengan adanya keberadaan media elektronik maupun media *online*.

2.1.2.1 Media Elektronik

Media ini merupakan media yang mengharuskan penggunanya untuk mengaksesnya menggunakan elektronik. Media elektronik sendiri berasal dari rekaman suara, rekaman video, presentasi melalui teknologi, dan informasi yang dimuat dalam kondisi *online*. Adapun media elektronik yang masih sering digunakan, yaitu, televisi, radio, *Video Compact Disc* (VCD), dan *Digital Video Disc* (DVD) (h. 78).

2.1.2.2 Media Online

Sesuai dengan namanya, media ini merupakan bentuk dari perwujudan perkembangan teknologi dengan mengaksesnya melalui jaringan internet. Media *online* sering kali disebut sebagai media digital, media siber, media internet (surat kabar, majalah, tabloid), dan media elektronik (radio, televisi, film) (h. 78).

2.1.2.3 Storytelling Interaktif

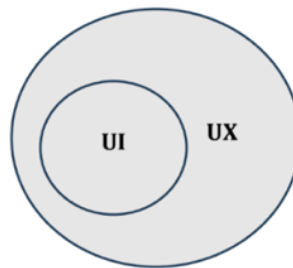
Berkembangnya teknologi telah memberikan banyak inovasi yang meningkatkan kreativitas dan interaksi manusia dalam dunia cerita, salah satunya adalah penggunaan *storytelling* interaktif (Nurhadi dkk., 2025, h. 54). Sorlin (dalam Nurhadi dkk., 2025, h. 53) menyatakan *storytelling* interaktif atau cerita interaktif dalam bentuk digital memungkinkan pengguna aktif berpartisipasi dengan menentukan jalan cerita dari pilihan yang dipilihnya. Umumnya, cerita interaktif menggunakan gambar, animasi, video, atau suara untuk memvisualisasikan konsep dan memberi materi dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami (Palyanti, 2023, h. 1019).

Dengan perkembangan teknologi yang terus menerus berkembang, teknologi sudah berkembang menjadi lebih modern dengan akses yang lebih

mudah. Seorang remaja cenderung menyukai informasi yang praktis, mudah dipahami, dan interaktif. Melalui perancangan ini, fitur utama pada *website* adalah penggunaan *storytelling* interaktif. Fitur ini dapat meningkatkan pengetahuan sekaligus berinteraksi dalam *website* selama *storytelling* interaktif berlangsung.

2.2 Desain Website

Proses desain *website* berada di antara pemecahan masalah, ilmu pengetahuan, dan visual (Garrett, 2011, h. 8). Berdasarkan studi dari Miller (Priyono dkk., 2020, h. 324), *website* memiliki peran penting dalam proses perancangan desain karena desain sangat berkaitan erat dengan *user interface* dan *user experience*. Keduanya merupakan elemen penting dalam pengembangan produk digital yang menentukan bagaimana pengguna berinteraksi serta merasakan suatu layanan.



Gambar 2.1 Hubungan Antara UI dan UX
Sumber: Sulianta (2025)

User interface menitikberatkan pada tampilan visual dan elemen interaktif yang mendukung pengalaman pengguna, sementara *user experience* berfokus pada keseluruhan pengalaman pengguna, mencakup aspek fungsi, kemudahan penggunaan, dan tingkat kepuasan pengguna (Sulianta, 2025, h. 1). Oleh karena itu, perancangan *user interface* yang baik akan membantu terciptanya *user experience* yang baik juga. Kemudian, *user interface* dan *user experience* yang selaras menjadi salah satu bentuk bahwa *website* telah dirancang secara efektif sesuai dengan kebutuhan pengguna.

2.2.1 User Interface

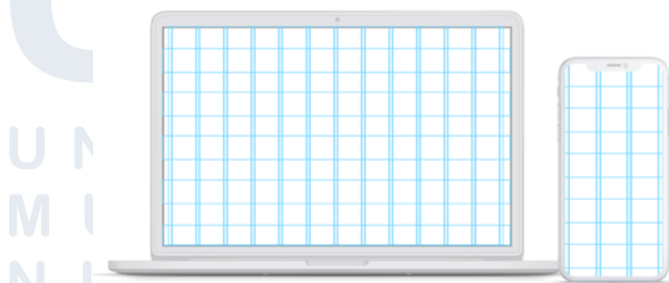
User interface merupakan desain antarmuka yang menitikberatkan pada aspek visual, seperti keindahan tampilan dan pemilihan warna yang sesuai (Akbar dkk., 2023, h. 159). Pada umumnya, *user interface* berfokus pada bagaimana pengguna berinteraksi melalui tampilan desain antarmuka yang menarik dan biasanya dilakukan setelah proses *user experience* telah dilakukan. *User interface* ini mencakup tata letak, *logo*, pemilihan warna, tipografi, dan aspek visual lainnya (Dafitri dkk., 2023, h. 1973).

2.2.1.1 Elemen Desain User Interface

Dalam buku *Visual Usability*, Schlatter & Levinson (2013) menyatakan dalam perancangan desain antarmuka, terdapat lima elemen desain antarmuka, yaitu:

A. Layout and Grid

Dalam tampilan desain antarmuka, *layout* digunakan agar tampilan antarmuka dapat memberikan informasi secara efektif, menarik, dan konsisten. *Layout* merupakan tampilan pada layar dengan menetapkan suatu pola *layout* sekaligus mengatur elemen *website* agar tersusun dengan rapi (Schlatter & Levinson, 2013, h. 103).



Gambar 2.2 Penggunaan *Layout* dan *Grid* pada *Website* dan *Aplikasi*
Sumber: M. Malewicz & D. Malewicz (2020)

Sedangkan, *grid* adalah susunan garis untuk menjaga konsistensi dari sebuah *layout*. *Grid* berfungsi untuk membentuk hierarki antar elemen dan mempermudah pengolahan informasi, sehingga *grid* dan *layout* merupakan sebuah kesatuan dalam desain

antarmuka (M. Malewicz & D. Malewicz, 2020, h. 56). Kedua elemen ini penting diterapkan dalam desain antarmuka untuk menjaga seluruh konsistensi seluruh halaman pada *website*.

1. Types of Grids

Dalam penggunaannya, terdapat beberapa jenis *grid* yang dapat membantu dalam merancang desain antarmuka *website* maupun aplikasi (h. 59).

a. Horizontal Grid

Kolom dan *gutter* (ruang antara kolom) merupakan komposisi dari horizontal *grid*. *Grid* seperti ini dapat membantu peletakan elemen antarmuka secara horizontal sebagai dasar dalam *layout* (h. 59). Horizontal *grid* merupakan salah satu *grid* yang sering digunakan dalam perancangan dengan tujuan untuk menjaga konsistensi visual *website*.



Gambar 2.3 Horizontal *Grid*

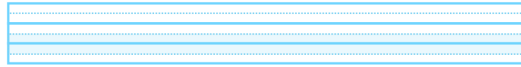
Sumber: M. Malewicz & D. Malewicz (2020)

Sesuai dengan gambar di atas, ukuran seluruh *gutter* dan kolom memiliki ukuran yang sama. Penggunaan horizontal *grid* dalam sebuah *website* membantu menciptakan konsistensi visual secara tata letak pada seluruh halaman *website*. Dengan pembagian *gutter* dan kolom yang jelas dapat membantu penyusunan tata letak konten dengan memudahkan pengguna dalam membaca dan memahami informasi yang diberikan.

b. Vertical Grid

Meskipun penggunaan *grid* vertikal jarang ditemukan, tetapi *grid* ini dapat membantu dalam menentukan *whitespace* vertikal, tinggi elemen, dan pembagian bagian

halaman. *Grid* vertikal sering diterapkan pada sebuah blog atau portal berita (h. 59).



Gambar 2.4 *Vertical Grid*

Sumber: M. Malewicz & D. Malewicz (2020)

Secara vertikal, *grid* vertikal membantu menjaga konsistensi antar elemen agar seluruh tampilan halaman terlihat lebih rapi dan seimbang dengan satu sama lain. Penggunaan *grid* ini juga membantu mengatur hierarki visual. Penggunaan *grid* vertikal dapat membantu meningkatkan kemudahan membaca informasi secara vertikal.

c. Fluid Grid

Fluid grid adalah *grid* yang menyesuaikan lebar kolom dengan ukuran layar, dengan mengasumsi margin luar dengan lebar *gutter*. Hal ini mengakibatkan lebar kolom yang bisa berbeda-beda dan *gutter* yang akan menjaga keteraturan *layout*. Di bawah merupakan dua contoh *fluid grid* dengan 4 kolom, 16 poin margin, dan 8 poin *gutter*, yang kemudian lebar kolom akan diubah sesuai ukuran layar (h. 60).



Gambar 2.5 Contoh *Fluid Grid*

Sumber: M. Malewicz & D. Malewicz (2020)

Flui grid cocok digunakan dalam *website* yang *responsive*. Penggunaan *grid* ini akan dapat membantu menyesuaikan isi konten *website* dengan ukuran layar yang dimiliki pengguna. Hal ini akan memudahkan pengguna dalam mengakses *website* di mana pun pengguna berada.

d. Fixed Grid

Sesuai dengan namanya, *fixed grid* telah memiliki lebar kolom dan *gutter* yang sudah ditentukan sebelumnya.

Ketika ukuran layar lebih besar dari *grid*, maka akan ada ruang kosong di sisi kiri dan kanan. Jenis *grid* ini cocok untuk situs *website* atau portal berita, karena konten dengan lebar 1400 px akan lebih sulit dibaca dan akan lebih baik terdapat sisi-sisi yang kosong (h.60).



Gambar 2.6 *Fixed Grid*

Sumber: M. Malewicz & D. Malewicz (2020)

Di atas merupakan 2 contoh dari 2 kolom *fixed grid*. Contoh ini berisi lebar kolom 16 poin, margin 16 poin dan *gutter* 8 poin. Pada layar yang lebih kecil, *grid* ini dapat mengisi seluruh layar, sedangkan pada layar yang lebih besar, terdapat sisi kosong di kiri dan kanannya (h. 60).

B. Type

Tipografi merupakan gaya huruf, jenis huruf, serta teks yang digunakan dalam tampilan antarmuka. Pemilihan tipografi yang sesuai dapat mencerminkan karakter dan kepribadian teks tersebut (Hamidli, 2023, h. 5). Sebuah tipografi biasanya berisi kumpulan huruf, angka, simbol, serta terkadang menyediakan berbagai gaya dan ketebalan (Schlatter & Levinson, 2013, h. 139-140).

1. Letterform Basic

Menurut Schlatter & Levinson (2013, h. 140-141), terdapat tiga bentuk dasar huruf yang digunakan, yaitu *serif*, *sans serif*, dan *slab serif*.



SERIF SANS-SERIF SLAB SERIF

Gambar 2.7 Contoh Bentuk *Serif*, *Sans Serif*, dan *Slab Serif*

Sumber: <https://q8i4i8g7.delivery.rocketcdn.me/wp-content/uploads...>

Ketiga bentuk dasar huruf ini memiliki bentuk dan kesan berbeda yang diberikan. Umumnya, bentuk dasar huruf ini digunakan sesuai dengan informasi dan kesan apa yang ingin diberikan. Oleh karena itu, penting untuk menentukan bentuk dasar huruf yang ingin digunakan dalam suatu perancangan.

a. Serif

Hal yang membedakan bentuk huruf *serif* dengan bentuk huruf lainnya adalah hiasan kecil yang terletak di ujung bentuk huruf. *Serif* sering digunakan dalam isi teks pada buku, majalah, dan konten pada situs *online* yang biasanya berada di judul, identitas bisnis, dan *branding* untuk menunjukkan kesan kredibilitas atau profesionalisme (Bobeico, 2024, h. 2323).

b. Sans Serif

Bentuk huruf *sans serif* memiliki tampilan bentuk yang sederhana dan bersih tanpa adanya goresan dekoratif, sehingga bentuk huruf ini memberikan kesan visual yang modern dan sederhana (Bobeico, 2024, h. 2324).

c. Slab Serif

Slab serif juga dikenal sebagai *egyptian* atau *square serif* karena memiliki ciri khas berupa huruf yang tebal dan berbentuk balok. Bentuk ini mencerminkan kekuatan dan stabilitas yang juga sering dikaitkan dengan desain bergaya *retro* atau *vintage* (Bobeico, 2024, h. 2324).

2. Font Weights and Styles

Berbagai *font* telah tersedia dalam berbagai gaya, yang dibedakan melalui bentuk dan kemiringan huruf, juga dalam tingkat ketebalan hurufnya (Schlatter & Levinson, 2013, h. 142). Secara perlahan, buku mulai tergantikan oleh perangkat elektronik sebagai alat utama dalam membaca. Akan tetapi, terkadang layar

smartphone terlalu kecil dan kurang nyaman dalam membaca. Oleh karena itu, salah satu cara dalam menghemat ruang tampilan antarmuka adalah dengan menggunakan jenis huruf yang sempit.



Roman
Italic
Medium (semibold) condensed
Bold
Heavy (extrabold)
Black
Thin
Condensed
Extended
Ultralight Condensed
Black extended oblique

Gambar 2.8 Contoh Tebal dan Gaya *Font* dari Helvetica Neue
Sumber: Schlatter & Levinson (2013)

Menurut Beier (dalam Minakata & Beier, 2021, h. 1), gaya huruf dapat memengaruhi keterbacaan dan kenyamanan dalam membaca. Variasi tebal dan gaya huruf ini memberi fleksibilitas yang besar untuk memilih gaya huruf yang sesuai untuk dibaca pengguna (Minakata & Beier, 2021, h. 1). Penggunaan tebal dan gaya huruf yang berbeda juga dapat menciptakan suatu hierarki visual dalam sebuah perancangan.

3. Types of Type

Dalam mendesain sebuah *website*, terdapat tiga jenis tipografi, yaitu *body typefaces*, *display typefaces*, dan *monospaced typefaces* (Schlatter & Levinson, 2013, h. 144-147).

a. Body Typefaces

Body typefaces dibuat untuk isi teks, seperti yang terdapat di buku, *website*, atau aplikasi. Jenis teks ini biasanya tidak terlalu mencolok dan dibuat agar mudah dibaca dalam berbagai ukuran (h. 144).

b. Display Typefaces

Jenis *font* ini biasanya digunakan untuk judul atau *headline* karena memiliki karakter visual yang kuat dengan sifat yang ekspresif. Tujuan adanya jenis ini untuk menarik perhatian pengguna dengan desain yang menarik dan berukuran besar (h. 145).

c. Monospaced Typefaces

Monospaced typefaces merupakan jenis tipografi yang cocok digunakan untuk teks *display*, aksen (teks pada tombol), dan teks *body*, namun tidak terlalu disarankan sebagai teks *body* kecuali mengikuti tema atau kesan tertentu (h. 146). Jenis *font* ini memiliki bentuk yang mirip dengan *sans serif*, namun memberikan kesan yang berbeda. Umumnya, *sans serif* memiliki kesan netral dan santai.



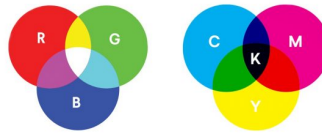
Gambar 2.9 Contoh *Monospaced Typefaces*

Sumber: https://typetype.org/wp-content/uploads/SEO-7_2.png

Berbeda dengan *sans serif*, *monospaced typefaces* memiliki kesan yang lebih kaku, namun tetap santai. Sesuai dengan gambar di atas, *monospaced typefaces* memiliki jarak antar huruf yang sama. Dalam sebuah *website*, *monospaced typefaces* sering digunakan sebagai teks *display*.

C. Color

Warna merupakan elemen terpenting dalam desain yang dapat menarik perhatian pengguna. Setiap warna juga memiliki artinya masing-masing, penggunaan warna yang sesuai dapat memberikan respons emosional bagi pengguna dan menciptakan suatu identitas (Schlatter & Levinson, 2013, h. 171). Dalam dunia digital, warna terbagi menjadi dua, yaitu RGB dan CMYK.



Gambar 2.10 Perbedaan Warna RGB dan CMYK

Sumber: <https://glints.com/id/lowongan/wp-content/uploads/2020/07/rgb...>

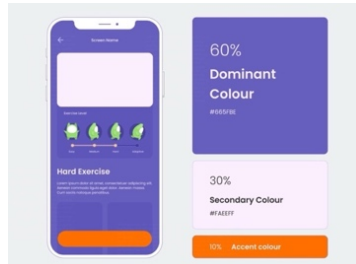
Warna RGB digunakan pada perangkat layar seperti komputer, televisi, dan sebagainya karena latar belakang layar umumnya berwarna hitam. Warna-warna RGB berfungsi untuk memunculkan cahaya di atas latar hitam tersebut. Warna RGB terdiri dari merah (*Red*), hijau (*Green*), dan biru (*Blue*). Sedangkan, warna CMYK cenderung digunakan untuk keperluan cetak karena dapat memberikan warna yang lebih akurat dibandingkan RGB. Warna CMYK terdiri dari *cyan*, magenta, kuning (*yellow*), dan hitam (*black*) (Hahury, 2022, h. 3-4).

1. Skema Warna

Skema warna merupakan kombinasi beberapa warna yang disusun dan digunakan untuk kebutuhan visual. Adanya skema warna ini membantu untuk menghasilkan kombinasi warna yang estetik, menarik secara visual, dan mampu menciptakan ciri khas dan menarik perhatian. Terdapat enam jenis skema warna, yaitu *monochromatic*, *analogous*, *complementary*, *triadic*, *split-complementary*, dan *tetradic* (Hahury, 2022, h. 5).

2. 60-30-10 Rule

Terdapat aturan warna yang disebut dengan 60-30-10 *rule* yang dapat diterapkan dalam desain antarmuka. 60% warna digunakan sebagai warna latar belakang, 30% untuk warna teks dan ikon, sedangkan 10% sisanya untuk aksen dan tombol CTA (Putra dkk., 2024, h. 60). Penerapan aturan warna ini digunakan untuk meningkatkan keseimbangan antarmuka dan navigasi pengguna (Chunduri, seperti yang dikutip dalam Gusia, 2024, h. 15).



Gambar 2.11 Contoh Penggunaan Warna 60-30-10 Rule

Sumber: https://miro.medium.com/v2/resize:fit:2000/format:webp/0*Bxn...

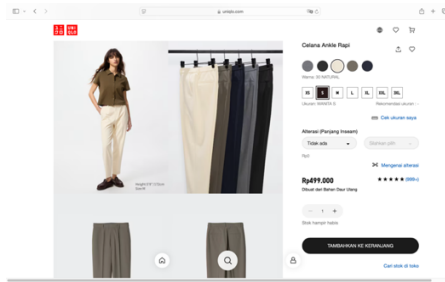
Penggunaan aturan warna 60-30-10 rule membantu memberikan hierarki visual jelas dalam tampilan. Seperti dalam gambar di atas, penggunaan warna yang lebih gelap sebagai latar dan warna yang lebih terang di atasnya menunjukkan tingkat kepentingan suatu elemen. Dengan adanya hal ini akan sangat membantu meningkatkan fokus pengguna dan memudahkan navigasi antar halaman.

D. Imagery

Penggunaan elemen visual seperti gambar, ikon, ilustrasi, dan sebagainya di desain antarmuka membantu untuk memberikan konteks, membangkitkan perasaan emosional, dan meningkatkan daya tarik visual (Hamidli, 2023, h. 5). Berdasarkan Schlatter & Levinson (2013, h. 222-233), terdapat tujuh jenis *imagery* yang dapat digunakan pada desain antarmuka, yaitu:

1. Photography

Penggunaan elemen visual fotografi dapat memberikan informasi lebih detail mengenai konten yang ada. Seluruh foto memiliki artinya, sehingga penting untuk menggunakan foto yang berhubungan dengan hal yang dimaksud. Fotografi akan sangat berguna dalam konten dengan detail yang sangat penting untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas (h. 222).

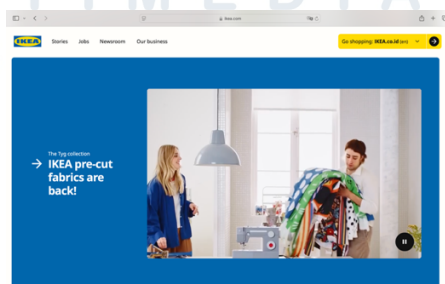


Gambar 2.12 Contoh *Photography* pada *Website* Uniqlo
Sumber: www.uniqlo.com/id/id/products/E479298-000?colorCode...

Salah satu penggunaan fotografi pada *website* adalah *website* belanja (h. 223). Untuk menampilkan produk yang sedang dijual, penting untuk menambahkan foto agar pengguna dapat mengetahui bentuk produk yang dijual tersebut. Penggunaan fotografi juga sering digunakan dalam *website* yang memberikan layanan penginapan dengan memberikan beberapa tampilan dari sebuah penginapan untuk menunjukkan bentuk dari penginapan tersebut ke pengguna.

2. Video

Video memudahkan pengguna untuk mengerti konten yang lebih kompleks dibandingkan sebuah teks atau foto. Hal ini berupa suatu proses, situasi, dan konsep yang ingin dijelaskan, sehingga penggunaan video akan lebih mudah diterapkan dibandingkan penggunaan teks atau foto. Penggunaan video dengan menambahkan suara juga memberikan komunikasi yang kuat terhadap pengguna dengan memudahkan pengguna memahami informasi yang diberikan (h. 225).

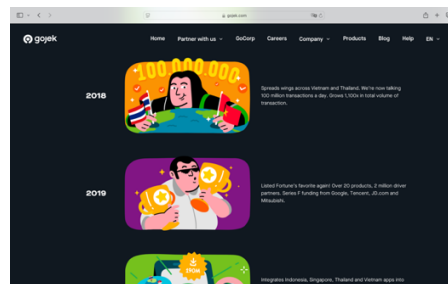


Gambar 2.13 Contoh Video pada *Website* Ikea
Sumber: www.ikea.com

Dalam menjelaskan detail yang lebih jelas dengan *motion*, sebuah layanan sepatu memberikan video yang menunjukkan bagaimana produk sepatunya terlihat dengan orang yang berjalan dengan sepatunya (h. 225). Penggunaan video untuk produk sepatu ini akan membantu pengguna untuk membeli sepatu tersebut. Sama halnya dengan gambar di atas yang menunjukkan beberapa produk yang dijual dan bagaimana produk tersebut digunakan.

3. Illustration

Hal yang diketahui, tetapi sulit dilihat dapat menggunakan ilustrasi karena elemen visual ini cenderung lebih ekspresif. Elemen visual ini merupakan elemen yang cocok untuk membujuk dan menjelaskan ide atau konsep (h. 226). Ilustrasi dapat digunakan untuk menunjukkan hal yang sangat nyata, seperti proses yang tidak mudah dilihat oleh semua orang. Salah satu contohnya adalah fotosintesis (h. 227).



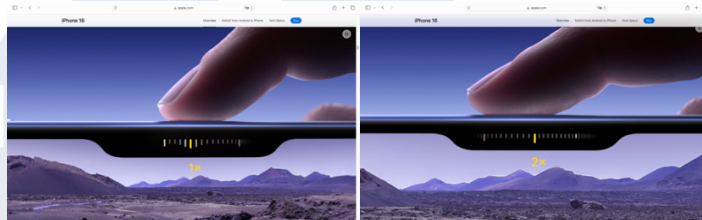
Gambar 2.14 Contoh *Illustration* pada *Website Gojek*

Sumber: www.gojek.com/en-id/about

Gaya ilustrasi yang digunakan juga memberikan suatu ekspresi. Penggunaan gaya ilustrasi ini harus disesuaikan dengan target penggunanya, juga disesuaikan dengan gaya dari tampilan antarmukanya (h. 227). Agar ilustrasi yang digunakan dapat menciptakan keharmonisan dengan tampilan antarmuka *website*.

4. Animation

Terdapat dua jenis animasi yang dapat digunakan dalam desain antarmuka. Pertama, memberikan konten melalui gerakan dan bentuk abstrak yang menunjukkan detail serta karakter. Kedua, menggunakan tampilan antarmuka di layar yang bergerak untuk menampilkan data, memberikan umpan balik, dan memperkuat hubungan antar elemen (h. 227).



Gambar 2.15 Contoh *Animation* pada *Website* Apple
Sumber: www.apple.com/iphone-16/

Kartun, *claymation*, 3D, dan sebagainya merupakan beberapa gaya dari sebuah animasi. Pemilihan gaya animasi merupakan hal yang penting karena harus disesuaikan dengan target pengguna dan kesan yang ingin diberikan. Menggunakan animasi pada perancangan *website* juga memberikan fitur interaksi terhadap pengguna (h. 228-229)

5. Logos

Umumnya, logo bersifat abstrak dan diidentifikasi sebagai identitas suatu organisasi atau produk. Logo seharusnya dibuat mudah diingat. Sebuah logo sering digunakan untuk merepresentasikan sebuah produk agar pengguna dapat mengetahui pemilik produk tersebut dengan mudah (h. 229).



Gambar 2.16 Variasi Logo Amazon
Sumber: Schlatter & Levinson (2013)

Pada sebuah *website*, logo sering digunakan untuk menunjukkan identitas sebuah *website*. Logo yang digunakan

dapat bervariasi, seperti *logotype*, simbol sebuah produk, dan sebagainya (h. 231). Umumnya, variasi logo yang digunakan akan disesuaikan dengan kebutuhannya.

6. Icons

Ikon merupakan sebuah bentuk simplifikasi dari sebuah gambar (h. 231). Elemen visual ini harus mempresentasikan sebuah gambar dengan gaya yang sederhana dan tidak detail seperti gambar. Menurut M. Malewicz & D. Malewicz (2020, h. 172) pada bukunya yang berjudul *Designing User Interfaces*, terdapat tiga jenis ikon, yaitu:

a. Level of Detail

Desain antarmuka ikon biasanya sederhana, tetapi bila diperlukan dapat dibuat lebih realistis dan lebih detail (h. 172). Ikon dengan ukuran yang lebih kecil hanya memerlukan detail sedikit. Semakin kecil ukuran ikon, detail pada ikon akan terlihat penuh dan sulit dipahami oleh pengguna. Penting untuk mempertimbangkan detail sebuah ikon, dengan detail yang banyak akan membutuhkan waktu yang lebih banyak untuk diproses (h. 173)



Gambar 2.17 Contoh *Icon Level of Details*
Sumber: M. Malewicz & D. Malewicz (2020)

M. Malewicz & D. Malewicz (2020, h. 175) menekankan bahwa tingkat detail ikon perlu disesuaikan dengan konteks keperluan dan ukuran tampilan. Ikon yang digunakan sebagai navigasi sebaiknya memiliki bentuk sederhana dan mudah dikenali agar pengguna dapat dengan mudah memahaminya. Apabila ikon memiliki tampilan

ukuran besar, maka dapat ditambahkan detail tambahan tanpa mengganggu kegunaan ikon tersebut.

b. Fill vs Outline

Ikon bisa dirancang berisi penuh, berwarna, atau bergaris dengan ketebalan yang spesifik. Ikon dapat juga ditambahkan efek lain seperti perpaduan warna atau bayangan (h. 172). Dalam perancangan ikon, penggunaan ikon yang berisi dan bergaris dapat digunakan untuk menunjukkan suatu kondisi nyala atau mati dalam desain antarmuka (h. 173).



Gambar 2.18 Contoh *Icon Fill vs Outline*
Sumber: M. Malewicz & D. Malewicz (2020)

Untuk menjaga konsistensi perancangan, M. Malewicz & D. Malewicz (2020, h. 173) mengingatkan untuk tidak mencampurkan ikon yang berisi dan bergaris dalam suatu desain kecuali untuk menunjukkan kondisi. Selain itu, ketika menggunakan ikon bergaris, penting untuk menggunakan ketebalan yang sama. Garis yang lebih tebal dalam sebuah ikon akan memberikan dampak visual secara berat yang dimiliki ikon (h. 174).

c. Roundness

Ujung dari sebuah ikon dapat berbentuk tajam dan lurus atau melengkung. Ikon dengan ujung melengkung biasanya dianggap lebih ramah bagi pengguna. Sedangkan, ikon dengan ujung yang tajam atau lurus memberikan kesan serius (h. 172).



Gambar 2.19 Contoh *Icon Roundness*
Sumber: M. Malewicz & D. Malewicz (2020)

Seluruh ikon dalam suatu perancangan harus memiliki tingkat ketumpulannya yang sama. Apabila terdapat ikon melengkung dan tajam bersamaan di suatu desain, hal ini akan mengurangi konsistensi yang dimiliki (h. 173). Ikon bergaris dengan ujung yang tumpul agar terlihat lebih ramah dengan meningkatkan tingkat ketebalan garis. Ujung yang tumpul sedikit juga dapat memberi kesan serius (h. 174).

7. Symbols

Berbeda dengan ikon, simbol tidak harus menyerupai objek yang direpresentasikannya. Simbol dapat mewakili suatu tindakan, ide, atau benda. Salah satu contohnya adalah negara yang dilambangkan dengan bendera (h. 233).



Gambar 2.20 Contoh Simbol Gembok Tertutup
Sumber: https://seekicon.com/free-icon-download/lock_23.svg

Contoh lainnya adalah gembok yang tertutup atau terkunci. Simbol ini sering digunakan dalam *website* ataupun cerita interaktif yang sedang berlangsung. Gembok menggambarkan informasi yang masih terkunci atau akses yang terbatas. Dalam mengakses *website*, gembok terkadang muncul ketika terdapat informasi yang tidak boleh diakses oleh semua pengguna. Dalam cerita interaktif berlangsung, gembok juga sering kali digunakan ketika terdapat cerita yang belum dibuka oleh pengguna.

E. Controls and Affordances

Agar *website* dapat berjalan, diperlukan kontrol desain antarmuka yang meliputi segala hal mengenai tombol yang akan diklik yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan layar. Sedangkan, pandangan pengguna terhadap kontrol antarmuka, seperti apakah tombol dapat diklik, *slider* dapat digeser, objek dapat dipindah, atau ikon dapat ditekan, dikenal sebagai *affordances*. *Controls* dan *affordances* dibagi menjadi tiga jenis, yaitu (Schlatter & Levinson, 2013, h. 267):

1. Navigation Controls

Navigation controls merupakan kontrol yang dapat membantu pengguna dalam menavigasi mencari konten yang sulit untuk ditemukan (h. 269).

a. Links

Sebuah *link* harus terlihat lebih kontras dengan penggunaan warna atau menambahkan garis bawah agar pengguna dapat membedakan *link* dengan teks biasa. Dalam sebuah teks, *hyperlinks* harus lebih terlihat dibandingkan teks di sebelahnya. *Hyperlink* dalam sebuah teks dapat diberi warna yang berbeda atau garis bawah untuk membedakannya dengan teks lainnya (h. 269).



Gambar 2.21 Contoh *Pagination Link*

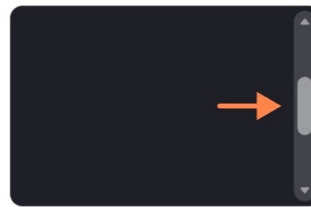
Sumber: <https://img.uxcel.com/cdn-cgi/image/format=auto/practices/...>

Selain *hyperlink*, terdapat *pagination link*. Seperti contoh gambar di atas, halaman yang sedang dibuka akan memiliki warna yang berbeda. Penggunaan warna yang telah digunakan ini menunjukkan bahwa garis bawah tidak dibutuhkan lagi. Apabila menggunakan warna yang berbeda

dan memiliki garis bawah akan terlihat berantakan secara visual (h. 270).

b. Internal Scrollbars

Internal scrollbars dapat membantu pengguna untuk melihat dan berinteraksi dengan konten di halaman yang dapat digulir. *Scrollbar* harus memiliki kontras yang tinggi dan jelas, terdapat panah atas/ bawah, dan *scrubber* untuk menggerakkan *scrollbar*. Apabila seluruh kontrol dalam layar sudah dirancang dengan gayanya tersendiri, menggunakan *scrollbar* bawaan *browser* akan bertabrakan dengan desain yang telah dirancang (h. 270).



Gambar 2.22 Contoh *Internal Scrollbars*

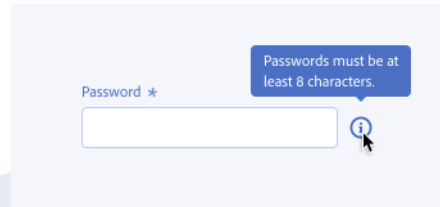
Sumber: <https://img.uxcel.com/cdn-cgi/image/format=auto/tags/scroll...>

Sesuai dengan contoh gambar di atas, *internal scrollbars* yang dirancang memiliki *scrubber* yang kontras dengan *scrollbar*. Penggunaan warna scrubber yang lebih terang tidak akan membingungkan pengguna. Selain itu, gambar di atas juga menambahkan tanda panah ke atas dan ke bawah untuk menambahkan kontrol *scrolling* (h. 271).

c. Navigational Buttons and Icons

Tombol dan ikon navigasi dapat memiliki berbagai bentuk visual. Bentuk visual ini berupa sudut melengkung, gradien dan efek untuk memberikan kedalaman, variasi warna, ikon yang terintegrasi dengan tombol, dan sebagainya (h. 271). Contohnya adalah *tooltip* yang memberikan detail informasi

mengenai ikon ketika mengarahkan kursor mouse ke ikon tersebut (h. 272).



Gambar 2.23 Contoh *Tooltip*

Sumber: https://spectrum.adobe.com/static/images/tooltip_usage...

Tooltip sering kali digunakan pada sebuah *website*. Terutama ketika sedang mengisi sebuah data pada *website*, terkadang terdapat detail informasi yang dibuat sebagai *tooltip*. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan informasi yang lebih detail tanpa menghabiskan ruang pada layar.

d. Stepped Progress Indicators

Sebuah *stepped progress indicators* harus menggunakan warna, tipografi, dan elemen lainnya untuk menandakan area pengguna mana yang sedang aktif dan sedang tidak aktif. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan langkah mana yang sudah diselesaikan oleh pengguna (h. 272). *Stepped progress indicators* sering digunakan dalam sebuah *website*, terutama pada sebuah layanan jual beli produk untuk menunjukkan status pengiriman barang.



Gambar 2.24 Contoh *Stepped Progress Indicators*

Sumber: <https://blog.logrocket.com/wp-content/uploads...>

Stepped progress indicators terkadang juga digunakan dalam mengisi data yang berjumlah banyak dan terbagi menjadi beberapa kategori. Penggunaan *stepped progress indicators* ditunjukkan melalui gambar di atas yang

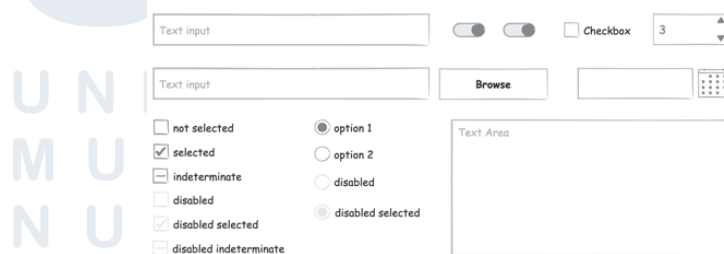
menunjukkan proses pembelian sebuah produk. Penggunaan warna, kontras, dan simbol digunakan pada contoh tersebut yang menunjukkan langkah tersebut telah dilalui oleh pengguna.

2. Data Manipulation Controls

Data manipulation controls bergantung pada kontrol yang memberikan pengguna untuk mencari informasi, membuat pilihan, dan menyelesaikan pembelian, registrasi, dan transaksi lainnya (h. 273). Kontrol untuk identifikasi data, manipulasi, dan transaksi meliputi *radio buttons*, *checkbox/dropdown*, *multiple-select boxes*, *lists*, *sliders*, *typeahead fields*, *calendar pickers*, dan *color pickers*.

a. Form Elements

Form elements merupakan *control* yang sering ditemui dalam manipulasi data dan mempunyai sekelompok *affordances* yang mudah dimengerti. Hal ini meliputi *input text fields*, *radio buttons* and *checkboxes*, dan *dropdowns*. *Form elements* yang dirancang harus dibuat serupa dengan gaya dan kepribadian *website* untuk menciptakan kesatuan dalam *website* (h. 274).



Gambar 2.25 Contoh *Form Elements*

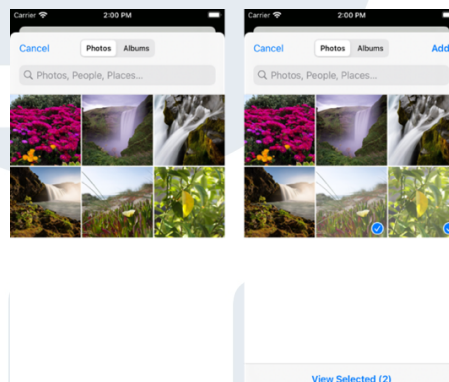
Sumber: www.justinmind.com/wp-content/webp-express/webp...

Agar *form elements* dapat dipahami dengan mudah oleh pengguna, penting untuk menerapkan ukuran dan kontras yang tepat. Menggunakan warna yang lebih gelap pada elemen

yang telah dipilih memberikan kontras untuk menunjukkan pengguna telah memilih atau menekan elemen tersebut. Hal ini menarik perhatian pengguna dengan menunjukkan elemen yang sedang dipilih (h. 275)

b. Direct Data Manipulation

Pada sebuah telepon genggam, menggunakan *direct data manipulation* lebih efektif dibandingkan menyediakan kontrol desain antarmuka yang berbeda. Akan tetapi, mengurangi jumlah desain antarmuka dapat menyulitkan pengguna dalam berinteraksi pada layar. Oleh karena itu, dibutuhkan *affordances* yang jelas dan detail pada layar (h. 282).



Gambar 2.26 Contoh *Tap* pada *Interface IOS*

Sumber: <https://nemecek.be/media/images/photo-picker.png>

Contoh *direct data manipulations* adalah *tap*, *drag and drop*, dan *sliders*. Dalam sebuah *website*, interaksi yang digunakan adalah melalui *mouse*, namun dalam telepon genggam, dasar interaksi yang digunakan adalah *tap*. *Drag and drop* sering digunakan untuk mengajak interaksi dengan pengguna yang dapat digunakan di *website* maupun sebuah aplikasi. Fitur ini dilakukan dengan menarik dan menaruh sebuah elemen (h. 283).

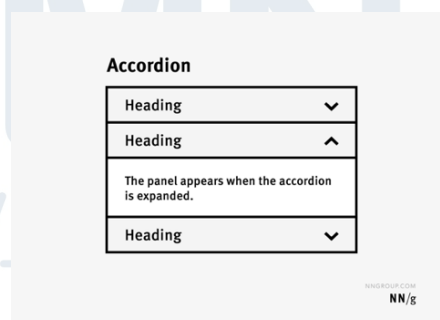
Sedangkan, *sliders* mengajak pengguna untuk menunjukkan nilai dari suatu rentang. Fitur ini terkadang digunakan untuk menunjukkan sebuah harga atau jam penerbangan. *Sliders* pada tampilan antarmuka harus memiliki kontras yang baik untuk memudahkan pengguna dalam menggunakan fitur (h. 286-287).

3. Information Display Controls

Jenis ini berhubungan dengan menunjukkan dan menyembunyikan informasi (h. 288).

a. Accordions

Accordions biasanya menggunakan beberapa simbol untuk menunjukkan atau menyembunyikan informasi, seperti simbol tambah dan kurang atau tanda panah (h. 288). Penggunaan *accordions* dalam tampilan antarmuka membuat tampilan tidak terlalu penuh dan tidak membingungkan pengguna. Tampilan *accordion* dalam tampilan antarmuka memiliki tampilan yang berbeda-beda yang menyesuaikan dengan kegunaannya (h. 289)



Gambar 2.27 Contoh *Accordions*

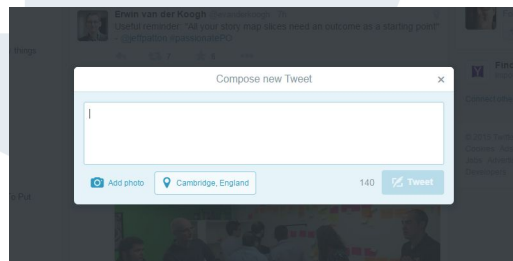
Sumber: <https://media.nngroup.com/media/editor/2023/07/11/accor...>

Terdapat beberapa *accordion* yang menggunakan *show* atau *hide* untuk menyembunyikan dan menunjukkan informasi. Penggunaan teks *show* dan *hide* ini memberikan isyarat yang lebih kuat dalam *affordances*, sehingga pengguna

dapat dengan mudah mengenali *accordions* yang digunakan. Ada pun *accordions* yang menggunakan simbol tambah dan kurang dengan warna yang kontras untuk menunjukkan lebih jelas bentuk *accordions* yang terbuka dan tertutup (h. 289)

b. Overlays

Overlays merupakan halaman baru yang muncul ketika pengguna berinteraksi dengan tombol tertentu. Agar *overlays* muncul, biasanya terdapat sebuah ikon atau teks penjelasan untuk memberitahu bahwa ada hal lain yang bisa dilihat. *Overlays* sering muncul ketika pengguna menekan sebuah ikon ‘i’. Ikon tersebut biasanya akan menunjukkan informasi yang lebih detail (h. 289).



Gambar 2.28 Contoh *Overlays*

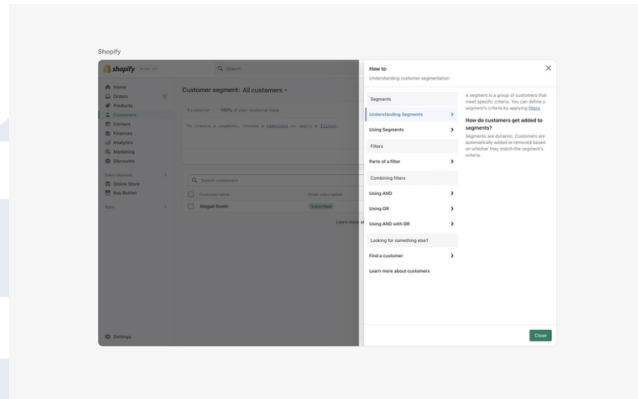
Sumber: www.uxforthemasses.com/wp-content/uploads/2015/...

Setiap *overlays* memiliki kegunaannya masing-masing, namun ada beberapa *overlays* yang memiliki *button* ‘X’ di pojok kanan atas. *Button* ini akan membantu pengguna menutup *overlays* yang muncul. Hal ini efektif bagi *overlays* dengan informasi yang panjang atau membutuhkan pengguna untuk mengisi suatu data dibandingkan *overlays* yang menutup sendiri (h. 291).

c. Sliding Drawers

Sliding drawers bisa digeser secara vertikal atau horizontal dan serupa dengan *accordions* yang menunjukkan dan menyembunyikan sebuah informasi. Berbeda dengan

sebuah *accordions*, *drawers* memungkinkan untuk memberikan informasi yang lebih banyak dan lengkap (h. 292). *Sliding drawers* dapat ditampilkan berbeda-beda sesuai dengan tampilan antarmukanya.



Gambar 2.29 Contoh *Sliding Drawers*

Sumber: <https://bytescale.mobbin.com/FW25bBB/image/mobbin.com...>

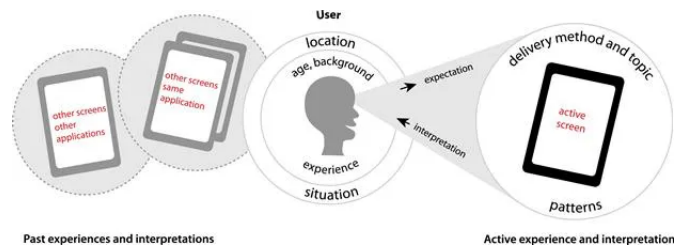
Beberapa *sliding drawers* muncul melalui sebuah panah. Terdapat juga yang muncul ketika pengguna menekan salah satu *button*. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan dan kegunaan sebuah elemen pada antarmuka.

2.2.1.2 Prinsip Desain User Interface

Menurut Schlatter & Levinson (2013), terdapat tiga prinsip yang paling berpengaruh dalam desain antarmuka, yaitu:

A. Consistency

Konsistensi sangat penting dalam desain antarmuka. Dalam mendesain antarmuka, harus menetapkan penataan elemen dengan konsisten untuk mempermudah pengguna dan menghindari kesalahan desain antarmuka. Tidak adanya konsistensi, akan membuat pengguna menebak-nebak dalam menggunakan situs *website* (h. 3).



Gambar 2.30 Ekspektasi Pengguna
Sumber: Schlatter & Levinson (2013)

Seorang pengguna pastinya memiliki ekspektasinya sendiri dalam menggunakan sebuah *website*. Ekspektasi ini berasal dari desain antarmuka pada *website* lain yang dikunjungi pengguna, sehingga pengguna akan membandingkan dengan desain antarmuka *website* yang dikunjunginya sekarang. Konsistensi yang baik dapat membuat pengguna untuk tetap berada di *website* tersebut (Schlatter & Levinson, 2013, h. 3-5).

1. Types of Consistency

Schlatter & Levinson, 2013 (h. 5-7) konsistensi terbagi menjadi dua, yaitu *external consistency* dan *internal consistency*.

a. External Consistency

External consistency berhubungan dengan kenyamanan pengguna. Desain antarmuka dapat mengikuti standar atau pola tertentu yang sudah sangat sering dikenali pengguna atau sering digunakan pada perancangan, seperti navigasi yang sering berada di sisi kiri layar (h. 6).

b. Internal Consistency

Internal consistency merujuk pada keselarasan desain antarmuka pada tampilan dan fiturnya. Tujuan utama pengguna dalam pengguna situs *website* adalah mendapatkan informasi yang diinginkannya dengan cepat, bukan untuk mempelajari hal baru dalam desain antarmuka. *Internal consistency* terdiri dari *layout*, *tipografi*, *warna*, *imagery*, *treatments*, dan *controls and affordances* (h. 7).

B. Hierarchy

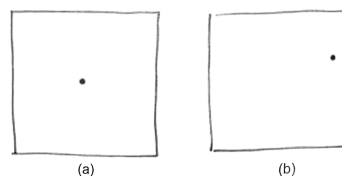
Hierarki visual merupakan kemampuan untuk menangkap dan mengartikan nilai dari suatu objek. Dalam merancang desain antarmuka, hierarki dipengaruhi oleh elemen-elemen, seperti ukuran, warna, atau jenis kontrol antarmuka. Adanya hierarki dalam desain antarmuka dapat membantu pengguna untuk mengetahui apa yang harus dilakukan, bagaimana cara menggunakannya, dan apa yang menjadi ekspektasi (Schlatter & Levinson, 2013, h. 33).

1. Position in Hierarchy

Terdapat beberapa aspek dari posisi elemen dalam layar yang memberi pengaruh kontras dan persepsi terhadap hierarki. Hal ini mencakup *grouping*, *proximity*, dan *similarity*, yang sesuai dengan teori Gestalt (Schlatter & Levinson, 2013, h. 222-233).

a. Placement and Proximity to Frame

Prinsip dasar mengenai penerapan posisi elemen dalam layar. Seperti sebuah titik dalam sebuah bingkai, titik ini menciptakan hubungan antara elemen dengan latar. Titik di tengah terlihat sangat penting, sedangkan ketika ditaruh di pojok kanan atas akan mengurangi tingkat kepentingan titik tersebut (h. 37).



Gambar 2.31 Contoh *Placement* and *Proximity to Frame*
Sumber: Schlatter & Levinson (2013)

Titik yang berada di pojok kanan atas memberikan kesan *whitespace* yang lebih besar dibandingkan titiknya (h. 38). Penggunaan prinsip ini sering digunakan pada sebuah *button* 'X'. Umumnya, *button* ini digunakan untuk menutup suatu halaman. Agar tingkat kepentingan informasi yang

diberikan masih terlihat lebih penting dibandingkan *button* ‘X’, maka informasi ditaruh di tengah dengan *button* di pojok kanan atas.

b. Placement and Proximity of Elements

Persepsi hierarki diciptakan dari seberapa dekat satu elemen dengan elemen lainnya. Elemen yang berdekatan terlihat seperti satu kelompok. Ketika terdapat satu elemen yang memiliki jarak yang cukup jauh dari elemen lainnya akan membuat elemen tersebut lebih kontras dan menarik perhatian dibandingkan dengan elemen lainnya (h. 38).



Gambar 2.32 Contoh *Placement and Proximity of Elements*
Sumber: <https://intelliplans.com/wp-content/uploads/2024/03/Law-of...>

Elemen yang terlihat berdekatan memperlihatkan bahwa elemen tersebut berada di satu kelompok yang sama. Melalui contoh gambar di atas, terdapat *whitespace* yang memisahkan dua kelompok yang berbeda. Hal ini membantu pengguna untuk memahami kegunaan yang berbeda yang dimiliki dua kelompok elemen tersebut.

c. Eye Behavior

Dalam sebuah situs *website*, pengguna cenderung melihat bagian kiri atas ketika sedang membaca. Karena hal ini, beberapa desain antarmuka membuat bagian kiri menjadi bagian yang paling utama agar pengguna dapat melihatnya terlebih dahulu. Biasanya, pengguna melihat layar dalam bentuk piramida terbaik, yaitu dari atas ke bawah layar (h. 39).



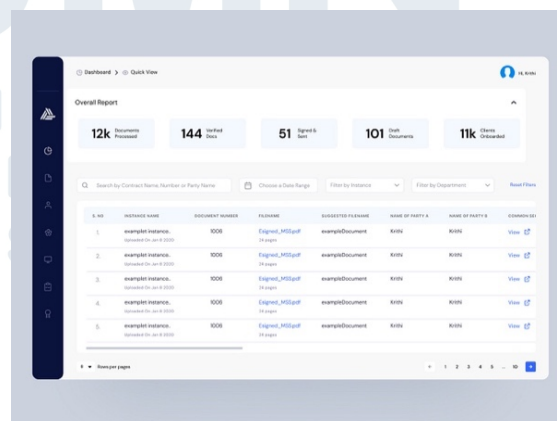
Gambar 2.33 Contoh *Eye Behavior* di Wikipedia

Sumber: <https://tse4.mm.bing.net/th/id/OIP.E1HxQAghbNGgx5cUsA8...>

Berdasarkan hal tersebut, informasi yang lebih penting ditaruh di paling atas halaman. Informasi yang tidak terlalu penting akan ditaruh di bawah halaman. Peletakan elemen disesuaikan dengan tingkat kepentingan dan kegunaan dalam sebuah layar.

d. Nesting

Menggunakan *nesting* akan menciptakan dimensi antar elemen, sehingga elemen yang di atas terlihat memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi (h. 39). Penggunaan *nesting* bervariasi tergantung kebutuhan dan kegunaan *website*. Elemen yang ditaruh di atas biasanya digunakan untuk mempersempit informasi yang di bawahnya.



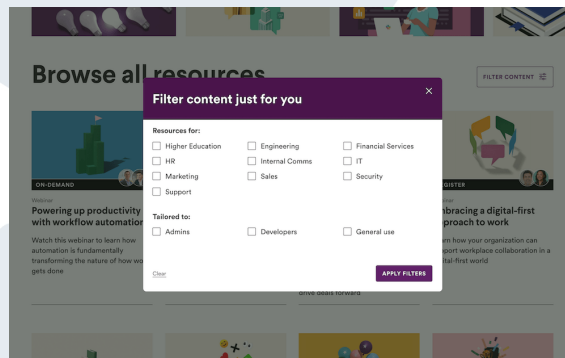
Gambar 2.34 Contoh *Nesting*

Sumber: <https://cdn.dribbble.com/userupload/3401674/file/original...>

Hal ini ditunjukkan pada contoh gambar di atas. Di mana pengguna dapat mempersempit informasi yang dicarinya dengan mencarinya terlebih dahulu. Bagian bawahnya berisi informasi yang lebih lengkap, namun pengguna harus mencarinya satu per satu. Oleh karena itu, penggunaan *nesting* akan sangat memudahkan pengguna.

e. *Overlay*

Elemen di atas elemen lainnya memberikan kesan penting. *Lightboxes* dan *pop up* merupakan contoh *overlay* yang sering digunakan untuk menarik perhatian dan menciptakan visual hierarki. Penggunaan *overlay* dengan latar yang berubah menjadi gelap menarik perhatian pengguna untuk fokus ke *overlay* yang muncul (h. 40).



Gambar 2.35 Contoh *Overlay*

Sumber: <https://assets-global.website-files.com/5b5729421aca332c...>

Overlay juga menunjukkan ada hal yang penting, sehingga muncul di tengah-tengah layar. Informasi yang berada di *overlay* biasanya bervariasi tergantung dengan informasi yang ingin diberikan. Akan tetapi, salah satu informasi yang sering muncul dalam bentuk *overlay* adalah membutuhkan pengguna untuk *log in* terlebih dahulu.

2. Treatment in Hierarchy

Perlakuan setiap elemen memiliki pengaruh terhadap menciptakan kontras. Berikut adalah empat cara perlakuan elemen

desain antarmuka yang berpengaruh terhadap hierarki (Schlatter & Levinson, 2013, h. 41-42):

a. Size

Elemen besar dan sekelompok elemen besar terlihat lebih penting dibandingkan elemen yang lebih kecil (h. 41).

b. Color

Warna yang lebih gelap dibandingkan warna terang pada *background* menunjukkan bahwa elemen warna gelap tersebut lebih penting (h. 41).

c. Ornament

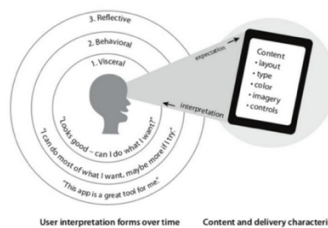
Ornamen merupakan sebuah jenis dekorasi yang dapat memberikan kontras dengan elemen yang sederhana. Meskipun ornamen biasanya digunakan pada pemasaran untuk menarik perhatian, namun dalam desain antarmuka dapat menarik perhatian dengan menciptakan kepribadian pada desain antarmuka (h. 41).

d. Finish

Finish merupakan tekstur yang dapat diaplikasikan pada elemen antarmuka untuk lebih menarik perhatian dibandingkan elemen yang sederhana (h. 42).

C. Personality

Manusia merespons aplikasi dengan cara yang mirip ketika berinteraksi dengan sesama. Kesan pertama dapat muncul secara otomatis dan disadari maupun tidak disadari. Kepribadian pada desain antarmuka merujuk pada kesan yang muncul terhadap tampilan antarmuka.



Gambar 2.36 Tiga Aspek Desain Don Norman
Sumber: Schlatter & Levinson (2013)

Dalam bukunya *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*, Don Norman menyatakan bahwa terdapat tiga aspek desain yang memiliki pengaruh terhadap kepribadian. Ketiga aspek desain ini meliputi *visceral design*, *behavioral design*, dan *reflective design*. Berikut adalah penjelasan terkait tiga aspek desain oleh Don Norman (Schlatter & Levinson, 2013, h. 53-54):

1. Visceral Design

Visceral Design berpusat pada kesan pertama dengan tampilan desain antarmuka yang meliputi bentuk, warna, tekstur, dan detail (Cheng & Shanat, 2020, h. 23).

2. Behavioral Design

Aspek ini fokus terhadap fungsi dan kegunaan dari sebuah produk (Cheng & Shanat, 2020, h. 23).

3. Reflective Design

Reflective design muncul berdasarkan rasionalitas setelah mencoba penggunaannya di *behavioral design* dan biasanya menciptakan kepuasan pribadi atau kenangan (Cheng & Shanat, 2020, h. 23).

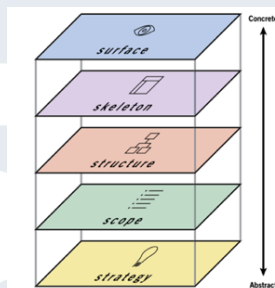
2.2.2 User Experience

User experience adalah proses peningkatan kepuasan pengguna saat menggunakan *website* atau aplikasi, dengan cara memastikan interaksi antara pengguna dan produk terasa nyaman (Akbar dkk., 2023, h. 159). *User experience* berperan penting dalam pembuatan *website* untuk memudahkan

pemahaman dan tidak membingungkan pengguna. Secara keseluruhan, *user experience* mencakup tata letak, struktur, kemudahan navigasi antar halaman, dan elemen lainnya (Dafitri dkk., 2023, h. 1973).

2.2.2.1 Elemen Desain User Experience

Menurut Garrett (2011, h. 22), pada bukunya yang berjudul *The Elements of User Experience: User-Centered Design For The Web and Beyond*, proses desain *user experience* memiliki tujuan untuk memastikan bahwa setiap aspek pengalaman pengguna dengan suatu produk telah dirancang secara sadar dengan maksud yang jelas. Mempertimbangkan kemungkinan tindakan yang akan dilakukan oleh pengguna dan pemahaman pengguna terhadap langkah yang diambil selama di proses tersebut.



Gambar 2.37 Elemen Desain *User Experience*

Sumber: Garrett (2011)

Dalam menyusun *user experience*, terdapat langkah-langkah proses yang disusun menjadi sebuah elemen. Elemen ini dapat memudahkan pemahaman secara keseluruhan dalam merancang sebuah situs *website*. Elemen ini terbagi menjadi lima, yaitu: *strategy*, *scope*, *structure*, *skeleton*, dan *surface*.

A. Strategy

Strategi merupakan dasar utama dalam menciptakan *user experience* yang efektif dengan menerapkan tujuan yang ingin dicapai secara jelas yang berasal dari objek produk dalam organisasi atau kebutuhan pengguna, sehingga tujuan ini akan menjadi landasan strategi sebagai acuan pengambilan keputusan selama proses

perancangan (Garrett, 2011, h. 35). Strategi terbagi menjadi dua, yaitu objek dari produk dan kebutuhan pengguna. Objek dari produk diawali dengan merumuskan tujuan yang ingin dicapai terhadap *website* yang dirancang agar seluruh anggota tim mengerti mengenai apa yang ingin dirancang yang berisi tujuan bisnis, identitas merek, dan indikator kesuksesan (h. 37-39).

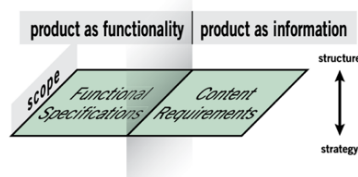


Gambar 2.38 Tahap Strategi
Sumber: Garrett (2011)

Lalu, dalam kebutuhan pengguna perlu memahami apa yang pengguna butuh dengan melakukan riset. Langkah ini dapat dilakukan dengan mendefinisikan siapa target penggunanya. Setelah mendefinisikan siapa yang ingin dijangkau, dapat melakukan riset langsung dengan cara wawancara, survei, atau observasi (h. 42).

B. Scope

Scope atau lingkup merupakan tahap yang membantu tim menentukan fitur mana yang dapat segera dikerjakan dan fitur mana yang dapat dikerjakan nanti (Garrett, 2011, h. 57). Menurut Garrett, pada tahap ini *website* sebagai media informasi dan sarana fungsional mulai terlihat jelas. Di sisi fungsional, fokusnya berada pada fitur-fitur dari produk perangkat lunak. Sedangkan di sisi informasi, fokus tertuju pada konten.



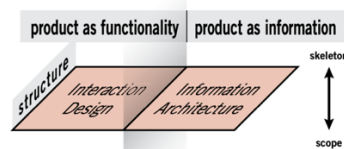
Gambar 2.39 Tahap Lingkup
Sumber: Garrett (2011)

Dalam sisi fungsional, pengembangan perangkat lunak biasanya dituangkan dalam kebutuhan fungsional (*functional*

requirements) atau spesifikasi fungsional (*functional specifications*). Kebutuhan fungsional (*functional requirements*) digunakan di awal proyek untuk menjelaskan apa saja yang harus dilakukan oleh sistem, sementara spesifikasi fungsional (*functional specifications*) digunakan di akhir untuk menjelaskan secara rinci apa yang telah dilakukan sistem (h. 62). Pada sisi informasi, seorang pengembang konten biasanya akan mewawancarai narasumber atau mencari sumber untuk menentukan informasi apa saja yang perlu dimasukkan ke dalam konten. Kebutuhan konten (*content requirements*) sering kali berhubungan dengan fungsionalitas (h. 63).

C. Structure

Pada tahap struktur, fokus mulai beralih dari strategi dan lingkung menuju hal yang lebih nyata dan memengaruhi *user experience* secara langsung (Garrett, 2011, h. 80). Tahap ini terbagi menjadi dua struktur, yaitu *interaction design* dan *information architecture*. *Interaction design* berkaitan dengan perilaku pengguna dan bagaimana sistem merespons perilaku tersebut (h. 81). Pemahaman *interaction design* dibuat untuk membantu mengembangkan perangkat lunak dengan menciptakan sistem yang lebih ramah dan mudah digunakan oleh pengguna (h. 82).



Gambar 2.40 Tahap Struktur
Sumber: Garrett (2011)

Kemudian, *information architecture* memutuskan bagaimana menyusun informasi agar dapat dipahami dan digunakan. Hal ini berfokus pada cara otak memproses informasi, sehingga penting sebuah produk mengharuskan pengguna untuk memahami dan mengartikan informasi yang diberikan (h. 88). Aspek ini sangat penting dalam produk yang berbasis informasi, seperti *website*

perusahaan. *Information architecture* meliputi struktur konten, fitur, bahasa, dan *metadata* dalam sebuah situs *website* (h. 89).

D. Skeleton

Bidang *skeleton* atau kerangka adalah tahap yang menyempurnakan bentuk bidang struktur yang telah diterapkan. Pada sisi fungsionalitas, bidang kerangka meliputi *interface design*, *navigation design*, dan *information design* (Garrett, 2011, h. 108). *Interface design* atau desain antarmuka merupakan pemilihan elemen antarmuka yang sesuai dengan pengguna dan penataannya di layar, sehingga mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna. Berikut merupakan beberapa elemen desain antarmuka, yaitu *checkboxes*, *radio buttons*, *text field*, *dropdown list*, *list boxes*, dan *action button* (h. 114).

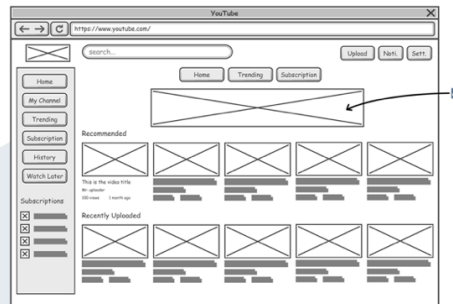
Navigation design atau desain navigasi sebuah situs *website* harus mampu mencapai tiga tujuan sekaligus, yaitu: pertama, situs harus menyediakan cara bagi pengguna untuk berpindah dari satu area ke area lainnya (h. 118). Kedua, desain navigasi harus menunjukkan hubungan antar elemen agar pengguna dapat mengetahui pilihan apa saja yang tersedia bagi pengguna. Ketiga, desain navigasi harus menunjukkan hubungan antara konten dengan halaman yang sedang dibuka pengguna. Hal ini akan membantu pengguna untuk menentukan pilihan mana yang paling mendukung tujuan yang diinginkan pengguna (h. 119).



Gambar 2.41 Tahap Struktur
Sumber: Garrett (2011)

Information design atau desain informasi berkaitan dengan penyajian informasi yang lebih mudah dipahami dan digunakan pengguna. Antarmuka yang berhasil bergantung pada desain

informasi yang efektif, termasuk penyajian pesan kesalahan maupun instruksi penggunaan. Akan tetapi, tantangannya adalah apakah pengguna dapat mengikuti petunjuk tersebut (h. 124).



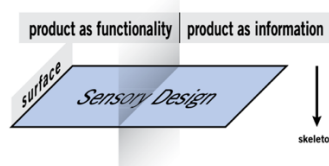
Gambar 2.42 Contoh *Wireframe*

Sumber: <https://www.archimetric.com/wp-content/uploads/2022/02/01-youtube...>

Desain informasi dan desain navigasi dapat saling bekerja sama untuk membantu pengguna dalam menemukan arah atau yang disebut sebagai *wayfinding* (h. 127). *Wayfinding* dapat dilakukan dengan menggunakan *wireframe*, yaitu tata letak halaman yang menggabungkan desain informasi, desain antarmuka, dan desain navigasi untuk menciptakan kerangka yang terpadu (h. 128).

E. Surface

Tahap terakhir ini merupakan gabungan konten, kegunaan, dan estetika untuk memuaskan sensori pengguna. Menurut Garrett (2011, h. 135), langkah akhir proses desain adalah menentukan bagaimana desain tersebut memengaruhi kelima indra pengguna (penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan perasa). Kelima indra ini tergantung pada jenis produk yang dirancang.



Gambar 2.43 Tahap Sensori

Sumber: Garrett (2011)

Ada pun beberapa aspek desain visual yang dapat menjadi pertimbangan. Aspek desain visual ini meliputi kelima indra,

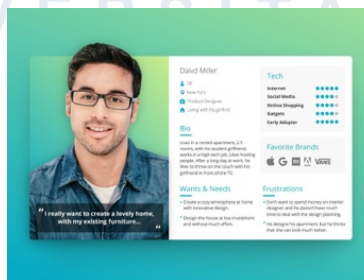
mengikuti pandangan mata, kontras dan keseragaman, konsistensi internal dan eksternal, warna dan tipografi, dan komposisi desain dan panduan gaya. Aspek desain visual di atas dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kegunaan dari *website* yang dirancang (h. 135-148).

2.2.2.2 User Persona dan Customer Journey

Selama tahap *user experience* berjalan, terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan dalam proses riset dan pengumpulan data. Pengumpulan data ini dapat dianggap efektif dan sesuai untuk digunakan pada tahap tertentu dalam keseluruhan proses desain *website*. Teknik pengumpulan data *user experience* terdapat dua, yaitu *user persona* dan *customer journey* (Dat, 2020, h. 36). Menurut Kurniasari dkk. (2021, h. 23), *user persona* dan *customer journey* adalah komponen dalam *user experience* untuk mempresentasikan kebutuhan pengguna secara lebih mendalam.

A. User Persona

User persona merupakan data fiktif yang merepresentasi tipe pengguna yang mencerminkan kebutuhan pengguna secara luas. Biasanya, *user persona* berisi apa yang dilakukan pengguna, alasan di balik tindakannya, apa yang diharapkannya dari suatu produk, dan apa permasalahan yang dihadapi terhadap suatu produk (Kurniasari dkk., 2021, 23). Dengan membuat *user persona*, perancangan *website* akan lebih terarah sesuai dengan target penggunanya.



Gambar 2.44 Contoh *User Persona*

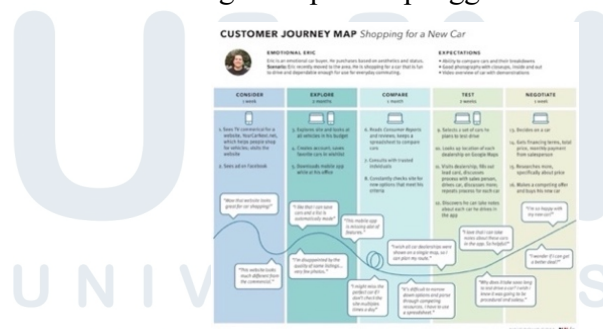
Sumber: https://miro.medium.com/v2/resize:fit:1400/format:webp/1*zslyy...

Tujuan dari *user persona* ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis kebutuhan pengguna. Melalui *user persona*, diharapkan

desainer dapat memahami serta mengevaluasi permasalahan berdasarkan keterbatasan pengguna (h. 91). Oleh karena itu, penting untuk membuat *user persona* untuk mendapatkan kebutuhan pengguna sesuai dengan data yang telah dikumpulkan.

B. Customer Journey

Customer Journey adalah salah satu alat yang dapat memberikan gambaran visual tentang bagaimana pengguna akan berinteraksi dengan produk, layanan, atau sistem. Berdasarkan studi dari Stickdorn & Schneider (dalam Bradley dkk., 2021, h. 5), diagram *customer journey* menggambarkan perilaku, perasaan, dan tahapan perjalanan yang dialami pengguna pada waktu atau tempat tertentu sesuai dengan layanan yang dibuat. Biasanya, diagram ini menunjukkan titik-titik yang saling menyambung berinteraksi dengan sistem, serta memperlihatkan bagaimana respons perasaan pengguna ketika berinteraksi. *Customer journey* digunakan untuk mengidentifikasi titik-titik kemungkinan masalah yang dapat terjadi dan juga menemukan bagian mana yang bisa ditingkatkan atau diubah untuk menambah tingkat kepuasan pengguna.



Gambar 2.45 Contoh *Customer Journey*

Sumber: <https://media.nngroup.com/media/editor/2020/02/24/faux-journey...>

Dalam perancangan sebuah *website*, umumnya *website* terbagi menjadi *user interface* dan *user experience*. Adapun elemen dan prinsip dari *user interface* dan *user experience* yang membantu perancangan desain *website* agar perancangan dapat sesuai dengan target pengguna dan tujuan *website* dibuat. Perancangan *website* ini menggunakan elemen dan prinsip seperti menerapkan prinsip

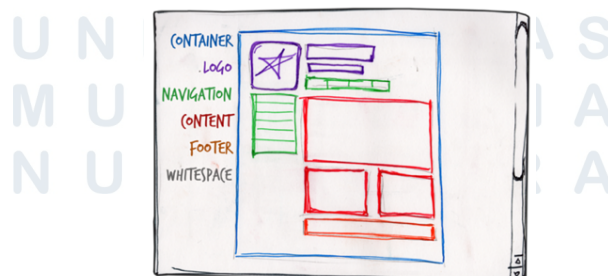
konsistensi, hierarki, menggunakan *layout*, warna, ilustrasi, logo, tipografi sans serif, dan sebagainya.

2.3 Website

Surentu dkk. (2020) menyatakan bahwa *website* merupakan suatu bentuk perangkat lunak yang memiliki kemampuan untuk menjangkau target pengguna tanpa waktu dan tempat yang terbatas. *Website* dapat diakses melalui internet yang merupakan salah satu bentuk media yang banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi. Kemajuan teknologi yang begitu cepat telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, khususnya dalam mempercepat pengelolaan data dan informasi. Menurut Khabiir & Ridlo (2025, h. 155), kemajuan teknologi ini membawa dampak positif dalam hal penerimaan dan penyampaian informasi yang lebih efektif dan efisien. Dapat diartikan juga bahwa *website* merupakan sekumpulan halaman yang berisi informasi, yang dapat diakses melalui internet dan dapat dijangkau secara global dengan pengguna di seluruh dunia (Susilawati dkk., 2020, h. 36).

2.3.1 Anatomi Website

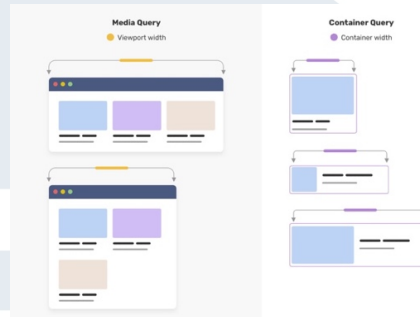
Dalam buku *The Principles of Beautiful Web Design*, Beaird dkk. (2020, h. 26) menyatakan bahwa dalam sebuah *website* terbagi menjadi beberapa komponen yang disebut sebagai anatomi dari *website*. Pada umumnya, anatomi *website* terdiri dari *container*, *logo*, *navigation*, *content*, *footer*, dan *whitespace*. Berikut merupakan komponen anatomi *website*.



Gambar 2.46 Anatomi Website
Sumber: Beaird dkk. (2020)

2.3.1.1 Containing Block

Setiap halaman *website* memiliki *container* untuk memuat seluruh konten halaman. Tanpa adanya *container*, tidak akan ada tempat untuk menaruh konten dalam sebuah halaman *website*. *Container* akan menjaga elemen untuk tetap di dalam kotak *container* dan tidak keluar dari tampilan layar (h. 27).



Gambar 2.47 Isi *Container*

Sumber: <https://ishadeed.com/assets/style-queries/container-queries.jpg>

Container suatu *website* bervariasi tergantung kegunaannya dalam halaman. *Container* ini bisa bersifat *fluid* (melebar sesuai jendela *browser*) atau bersifat *fixed* (lebar tetap, tanpa peduli ukuran jendela *browser*) (h. 27). Penggunaan *container* membantu mempertahankan isi konten dalam *website* yang *responsive* tergantung ukuran layar yang digunakan.

2.3.1.2 Logo

Pada umumnya, sebuah identitas didefinisikan sebagai logo dan warna dari sebuah perusahaan. Biasanya sebuah perusahaan menggunakan logo sebagai identitasnya di kartu nama, kop surat, brosur, dan sebagainya. Akan tetapi, logo dalam sebuah *website* biasanya ditempatkan di bagian atas setiap halaman *website* (h. 27).



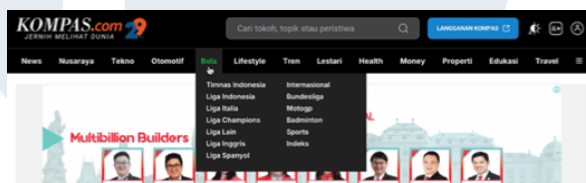
Gambar 2.48 Logo pada *Website*

Sumber: www.kompas.com

Logo ini berfungsi untuk membangun *brand awareness* dan memberi tahu pengguna bahwa mereka berada di satu *website* yang sama (h. 27). Penting untuk menempatkan logo pada *website* dengan tujuan untuk tidak membingungkan pengguna. Ketika pengguna mengunjungi sebuah *website* tanpa adanya logo, pengguna akan bertanya-tanya *website* apa yang sedang dikunjunginya.

2.3.1.3 Navigation

Navigasi sebuah *website* harus dibuat sederhana, namun memudahkan pengguna berpindah dari satu halaman ke halaman lainnya. Umumnya, navigasi berada di bagian atas halaman *website* untuk memudahkan pengguna mendapatkan informasi yang dicarinya. Akan tetapi, terdapat juga navigasi yang muncul secara horizontal (h. 28).



Gambar 2.49 Navigasi pada *Website*

Sumber: www.kompas.com

Dalam navigasi, terdapat istilah *above the fold*. Istilah ini berarti bagian halaman yang terlihat oleh pengguna tanpa perlu digulir ke bawah (h. 28). Navigasi *above the fold* sering digunakan ketika terdapat banyak kategori navigasi yang ingin ditunjukkan.

2.3.1.4 Content

Konten merupakan inti dari *website* yang memuat teks, gambar, dan video. Konten harus menjadi titik fokus utama pengguna karena biasanya pengguna akan datang untuk mencari informasi yang diperlukannya. Pengguna akan datang dan pergi dalam hitungan detik (h. 28).



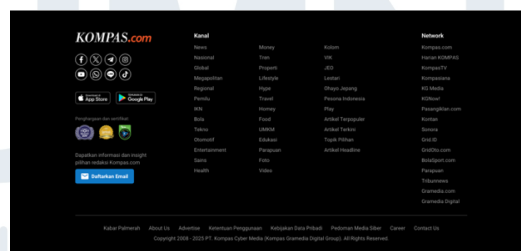
Gambar 2.50 Konten pada *Website*

Sumber: <https://money.kompas.com/read/2025/04/14/120200626/cerita-ling...>

Apabila mereka tidak menemukan informasi yang dicarinya, pengguna akan langsung meninggalkan *website*. Penting untuk mempertimbangkan *content block* sebagai titik fokus perancangan, sehingga pengguna dapat mencari informasi yang diperlukannya (h. 28). Berdasarkan hal ini, dalam perancangan *website* informasi yang diberikan harus dipikirkan secara matang untuk menarik perhatian pengguna dalam mengakses *website*.

2.3.1.5 Footer

Footer digunakan sebagai penanda bahwa pengguna telah mencapai bagian akhir *website* dan biasanya diletakkan di bagian bawah *website*. *Footer* meliputi informasi hak cipta, kontak, hukum, serta beberapa tautan bagian utama *website* (h. 28).



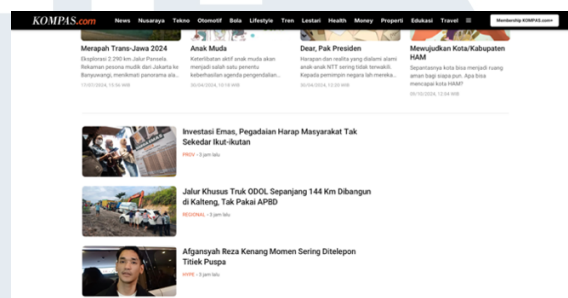
Gambar 2.51 *Footer* pada *Website*

Sumber: www.kompas.com

Seperti contoh gambar di atas, *footer* tersebut memiliki logo, hak cipta, kontak, beberapa tautan navigasi pada *website*, dan sebagainya. Hal ini mempermudah pengguna untuk berpindah ke halaman lain tanpa harus ke atas halaman. Penggunaan warna *footer* juga membantu menunjukkan bahwa pengguna telah berada di bagian bawah *website*.

2.3.1.6 Whitespace

Whitespace atau *negative space* pada *website* berbicara tentang ruang kosong yang ada pada halaman *website*. Menerapkan *whitespace* pada *website* sangat penting agar membantu desain untuk “bernapas” dengan mengarahkan pandangan mata pengguna menelusuri seluruh halaman *website*. Hal ini juga membuat keseimbangan dan kesatuan dalam *website* (h. 29).



Gambar 2.52 *Whitespace* pada *Website*
Sumber: www.kompas.com

Sebagai salah satu media informasi yang mudah diakses, *website* sendiri memiliki anatominya yang terbagi menjadi lima. Anatomi ini membantu merancang *website* agar lebih terstruktur dan nyaman untuk dilihat. Oleh karena itu, dalam perancangan *website* ini penulis merancang *website* sesuai dengan anatominya seperti meletakkan *navigation bar* untuk memudahkan navigasi pengguna agar *website* mudah diakses, penggunaan logo sebagai identitas *website*, konten dengan informasi kata kasar, meletakkan *footer* di bagian bawah *website*, dan penggunaan *whitespace* untuk memberi ruang dalam halaman *website*.

2.4 Interaktivitas

Interaktivitas dapat diartikan sebagai komunikasi dua arah atau pertukaran informasi yang terjadi pada teknologi dalam lingkungan (Lestari, 2022, h. 69). Interaktivitas juga bisa merujuk pada interaksi antar individu, namun hal ini didapati perbedaan antara istilah “interaksi” dan “interaktivitas”. Penambahan akhiran “itas” dalam bahasa Indonesia menunjukkan suatu kualitas atau keadaan dari suatu benda. Oleh karena itu, interaktivitas dianggap sebagai kualitas atau

keadaan dari suatu interaksi yang terjadi. Interaktivitas di sini mengacu pada interaksi antara pengguna dengan produk digital melalui antarmuka pengguna (Saragih dkk., 2023, h. 124).

2.4.1 Bentuk Interaktivitas

McMillan (dalam Wardana dkk., 2024, h. 441) mengidentifikasi bentuk interaktivitas menjadi tiga, yaitu:

2.4.1.1 User to User

Interaktivitas *user to user* merujuk pada interaksi yang berlangsung antar sesama pengguna dalam satu situs *website* yang sama (Wardana dkk., 2024, h. 441). Salah satu contoh interaksi ini terjadi di forum jual beli akun Mobile Legends. Di mana pertukaran informasi dilakukan melalui kolom komentar pada unggahan penjual (Oktaviani & Arifputri, 2024, h. 6745).

2.4.1.2 User to System

Bentuk interaktivitas ini merujuk pada interaksi pengguna dengan teknologi, seperti melakukan pengunduhan, membuka tautan, atau mengeklik elemen pada situs *website*. Interaksi ini bersifat satu arah, di mana pengguna hanya berinteraksi melalui fitur yang disediakan oleh *website* (Afrinda dkk., 2020, h. 92).

2.4.1.3 User to Document

User to document adalah bentuk interaksi antara pengguna dengan dokumen, termasuk membuat atau menghasilkan konten baru yang berasal dari informasi yang telah diunggah di *website*. Konten ini memiliki potensi untuk memengaruhi atau mengubah isi pesan yang terdapat dalam situs *website*.

Perancangan *website* tentunya akan dibuat secara interaktif, terlebih dengan fitur utamanya adalah *storytelling* interaktif. Interaktivitas terbagi menjadi tiga. Dalam perancangan ini penulis menggunakan *user to user* yang terlibat di

halaman *forum website* dan *user to system* yang melibatkan pengguna untuk berinteraksi dengan menekan layar.

2.5 Perkataan Kasar

Wijana (dalam Prasetio, 2021, h. 71) menyatakan bahwa kata kasar merupakan bentuk ekspresi diri untuk mengekspresikan perasaan marah atau ketidakpuasan. Mayoritas remaja menggunakan kosakata yang banyak bernuansa negatif, sehingga menjadi kata kasar dalam berkomunikasi (Tambunsaribu, 2023, h. 68). Kata-kata kasar sering kali dijadikan pelampiasan seseorang yang tengah merasa berada dalam situasi yang kurang baik. Meskipun begitu, terkadang kata kasar juga dimanfaatkan untuk menciptakan efek humor atau sebuah lelucon (Prasetio, 2021, h. 72).

2.5.1 Faktor Penyebab Perkataan Kasar

Perilaku anak sangat dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, terlebih karena anak-anak memiliki kemampuan yang cepat dalam menghafal dan meniru apa yang mereka lihat. Bagi anak pada usia 7-12 tahun, anak-anak cenderung sangat mudah menyerap kata-kata atau bahasa yang mereka anggap keren, sehingga mereka akan menirunya sebagai bentuk upaya untuk menarik perhatian orang lain. Anak-anak juga kesulitan dalam membedakan mana yang boleh ditiru dan mana yang tidak. Oleh karena itu, selama perkembangan anak, dibutuhkan pengawasan orang tua agar tidak meniru hal yang tidak patut ditiru. Berikut merupakan beberapa faktor yang menyebabkan anak berkata kasar (Armita, 2023, h. 42-43):

2.5.1.1 Keluarga

Berdasarkan penelitian Yudha (dalam Zamzami dkk., 2021, hlm. 354), keluarga adalah tempat pertama anak bertumbuh, berkembang, dan mendapatkan pendidikan. Oleh karena itu, perilaku orang-orang terdekatnya seperti orang tua atau kakek neneknya akan sangat memengaruhi pembentukan karakter anak. Orang tua yang bersikap tegas cenderung membuat anak menjadi merasa enggan untuk berkata kasar, namun sebaliknya terdapat juga orang tua yang

membebaskan anaknya bersikap kasar kapan saja dan di mana saja (Armita, 2023, h. 42).

2.5.1.2 Lingkungan

Lingkungan menjadi tempat yang membantu proses pemerolehan anak dengan kemampuannya dalam mendengar kemudian meniru apa yang didengarnya, sehingga hal ini memengaruhi perkembangan bahasa anak Sumaryanti (dalam Zamzami dkk., 2021, hlm. 354). Selama proses berkembang, anak-anak menyerap banyak hal dari lingkungan sekitarnya, seperti cara bermain, bercanda, dan berinteraksi. Melalui lingkungan sekitar juga, anak-anak akan dengan mudah meniru perilaku dan ucapan orang-orang dewasa di sekitarnya, baik secara langsung maupun tidak langsung karena lingkungan sekitar merupakan lingkungan yang luas yang terdapat berbagai macam orang dengan berbagai macam umur dan kepribadian (Armita, 2023, h. 43).

2.5.1.3 Teman Bermain

Dalam analisa yang dilakukan oleh Fitriani dkk., (2022, hlm. 21), seorang anak akan membalas dengan kata kasar ketika mendapati temannya berbicara kasar dengannya. Di usia anak-anak, anak yang bermain bersama teman seusianya cenderung saling mengikuti kebiasaan yang dilakukan temannya. Hal ini secara tidak langsung dapat membentuk perilaku baru dalam diri anak. Orang tua yang kurang mengawasi pergaulan anaknya, membuat anak berkembang tanpa arahan yang jelas dan lebih mudah terbawa pengaruh dari teman seusianya. Meskipun begitu, beberapa anak dapat memilah hal yang pantas ditiru dan mana yang tidak pantas (Armita, 2023, h. 43).

2.5.1.4 Media Sosial

Media sosial juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi cara anak berbicara. Seiring perkembangan zaman, anak-anak sudah mulai memiliki *handphone* sendiri, sehingga sangat mudah mengakses berbagai macam aplikasi (Fitriani dkk., 2022, hlm. 22). Akan tetapi, tidak

semua aplikasi media sosial memberikan dampak positif. Anak-anak yang melihat konten dengan bahasa kasar akan menjadi contoh yang akan ditiru karena anak-anak melihatnya sebagai sesuatu yang menarik dan lucu (Armita, 2023, h. 43).

Terdapat banyak sekali faktor dari penyebab perkataan kasar, namun dari perancangan ini penulis fokus pada faktor lingkungan. Faktor ini menjadi fokus utama dikarenakan target perancangan ini adalah remaja, di mana anak-anak bisa mendengar perkataan kasar yang dilontarkan di lingkungannya. Faktor lainnya juga sering kali telah menjadi sorotan. Akan tetapi untuk faktor lingkungan yang disebabkan oleh remaja ini kurang menjadi sorotan.

2.5.2 Dampak Perkataan Kasar

Perkataan kasar ini dapat memengaruhi kondisi psikologis korban dengan menimbulkan emosi marah, sedih, kecewa, cemas, serta memicu gangguan pola makan dan kesulitan tidur. Bahkan, pada kasus yang lebih berat, korban dapat terdorong untuk melukai diri sendiri dan memiliki keinginan untuk bunuh diri (Nafisah dkk., 2021, h. 29). Menurut Prasetya dkk. (2019, hlm. 71–72), korban perkataan kasar dapat membuat korban terluka secara psikis dan memberikan trauma. Masa kanak-kanak merupakan masa penting seorang anak mengembangkan kepribadian, cara berpikir, dan emosi, namun dampaknya bisa sangat besar untuk perkembangan mental dan kepercayaan dirinya. Hal ini dinyatakan dapat bertahan lama dan terus berpengaruh hingga dewasa (Juliana, 2024, hlm. 117). Tidak hanya berdampak pada korban, namun berdampak juga bagi anak yang sering berkata kasar, yaitu:

2.5.2.1 Sulit Untuk Menemukan Keunggulan atau Talenta Dalam Diri Sendiri

Anak-anak yang terbiasa berkata kasar cenderung sulit untuk berkembang karena sulit menerima nasihat. Banyak potensi yang sebenarnya dimiliki anak menjadi terpendam, sehingga anak-anak menjadi pasif dan enggan mencoba hal baru (Armita, 2023, h. 46).

2.5.2.2 Dikucilkan Orang Sekitar

Beberapa orang juga memilih untuk menjauhi anak yang sering berkata kasar karena sadar bahwa perilaku tersebut kurang baik. Anak-anak terkadang jauh lebih memilih berteman dengan orang yang mampu memberikan pengaruh positif dibandingkan negatif (h. 46).

2.5.2.3 Sulit Untuk Mencapai Kesuksesan

Di usia anak-anak, kesuksesan cenderung diukur dari pencapaian akademiknya, seperti nilai bagus atau menjadi juara kelas. Beberapa anak yang sering berkata kasar terkadang kurang dalam hal pengetahuan, terlebih ketika di rumah tidak dibiasakan untuk belajar dan lebih sering bermain. Hal ini juga memungkinkan kurangnya dukungan dari orang tua, sehingga anak-anak akan tertinggal dari teman-temannya dalam hal akademik (h. 46-47).

Terdapat beberapa dampak yang dialami korban yang dapat memengaruhi mental dan fisiknya. Akan tetapi, dampak dapat juga dialami pelaku. Untuk hal ini, penulis menyebutkan dampak negatif yang dialami pelaku yang dapat memengaruhi masa depannya agar para pelaku dapat lebih berhati-hati untuk menjaga perkataannya di lingkungan. Kedua dampak ini dimasukkan ke dalam *website* sebagai dampak yang dapat terjadi, sehingga pengguna akan lebih memahaminya.

2.6 Penelitian yang Relevan

Penelitian ini akan lebih maksimal apabila bisa melihat penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik perancangan media informasi melalui situs *website*. Studi-studi sebelumnya telah memberikan wawasan yang berharga dan dapat memperkuat teori dalam penelitian ini. Adapun beberapa penelitian yang relevan dan mendukung topik pembahasan, seperti:

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Rancang Bangun Media Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis <i>Web</i> Untuk Siswa Madrasah Ibtidaiyah (2023)	Wahyuhono Fitrianto, Sekreningsih Nita, Eka Resty Novieta Sari	Penelitian ini merancang media interaktif pembelajaran bahasa Inggris yang dapat digunakan oleh guru dan membantu siswa dalam bahasa Inggris dan membuat suasana belajar menyenangkan.	a. Media interaktif pembelajaran bahasa Inggris: Terdapat pembelajaran <i>speaking</i> dan <i>vocabulary</i> dengan tampilan yang menarik. b. Perubahan soal dan hasil nilai: Guru dapat memperbarui soal agar sesuai dengan siswa dan dapat mengetahui jumlah benar, serta nilai dari seorang anak.
2.	Perancangan Kampanye Sosial “PANTAS (Pilih & Gunakan Kata Yang Pas)” Untuk Anak-Anak Usia 7-12 Tahun (2020)	Widyasari, Yuniar Mislachul Umma, Hanida Norma Fitriani, Dwi Priyo Wicaksono, Irvan Ferdianto, Putra Alam Syarif	Penelitian ini berfokus pada perancangan kampanye sosial dengan tujuan untuk memberikan edukasi penggunaan bahasa yang tepat pada anak-anak berusia 7-12 tahun.	a. Permainan “Coba Berbahasa”: Permainan ini digunakan sebagai salah satu aksi dari kampanye sosial ini. Permainan dilakukan dengan tanya jawab tentang bahasa sehari-hari ketika meminta izin, tolong, meminjam barang, dll yang digunakan kepada siswa-siswi.
3.	Situs <i>beranibersuara.id</i> sebagai Bentuk Psikoedukasi Pencegahan dan	Aisyah Syihab, Bambang Riono Arsad, Maharani Ardhi Putri, Bernadeth Hani	Penelitian ini merancang sebuah <i>website</i> sebagai pendamping	a. Fitur “Call Us”: Fitur pada <i>website</i> ini memberikan data yang dapat menolong penyintas dengan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
	Penanganan Kekerasan Seksual Berbasis Sistem Informasi (2024)	Nuringtyas Sri Mumpuni, Jihan Shabrina Feby Amelia, Bitara Fifi Fayyaza Arge, Nia Amanda Putri, Syammi Arya Sufi Wijaya, Muhammad Naufal Fauzi, Rizky Aprilliansyah, Shaka Mutaqin Arrifku	penyintas kekerasan seksual yang ingin mendapatkan info pencegahan dan mendapatkan pertolongan secara psikologis.	melaporkan tindakan kekerasan yang dialaminya, yang berisi informasi seperti kontak dan alamat satgas PPKS. Fitur ini dapat diatur sesuai dengan lokasi kejadian. b. Fitur rujukan medis: Fitur yang dapat membantu penyintas untuk memeriksa kondisi kesehatannya setelah mengalami kekerasan seksual. Dari fitur ini, terdapat informasi rumah sakit dan puskesmas yang terdekat.

Berdasarkan temuan dari penelitian terdahulu, terdapat kebaruan yang akan diimplementasikan dalam perancangan *website* ini yang mencakup interaksi antar pengguna dengan *website*, permainan interaktif seperti penggunaan cerita, serta menambahkan fitur-fitur yang dikembangkan dari penelitian terdahulu agar lebih sesuai dengan perancangan *website* ini. Fitur kebaruan dari penelitian terdahulu dapat dikembangkan menjadi fitur untuk berdiskusi atau berinteraksi bagi remaja yang butuh bantuan terkait kata kasar.

Merujuk Media Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis Web memiliki peneliti pertama, halaman kategorinya memiliki kesan menarik dan modern yang dapat diterapkan di perancangan. Akan tetapi, konsep visualnya masih kurang terarah ke target penggunanya. Karya peneliti kedua yang merancang kampanye dengan nama PANTAS (Pilih & Gunakan Kata Yang Pas), memiliki visual yang

menarik dengan penggunaan maskot sebagai identitas dari PANTAS. Hal ini dapat dipertimbangkan untuk digunakan untuk menciptakan identitas *website*. Terakhir, perancangan *website* beranibersuara.id memiliki rekomendasi artikel dengan visual yang mirip dengan halaman kategori milik peneliti pertama. Selain itu penggunaan *drop shadow* di beberapa kontainer yang dimiliki memiliki kesan menonjol dan modern, sehingga penggunaan *drop shadow* dapat diimplementasikan dalam perancangan. Akan tetapi penggunaan *drop shadow* di perancangan ini masih kurang konsisten karena hanya muncul di bagian pusat bantuan.

Perancangan *website* ini dirancang sebagai alat informasi dan edukasi yang dapat memberi pengetahuan lebih terkait perkataan kasar melalui media interaktif, sehingga pengguna dapat memahami mengenai pentingnya menjaga perkataan terlebih di depan anak-anak. Diharapkan melalui *website* ini dapat memberikan edukasi yang menarik dan efektif guna meningkatkan kesadaran para remaja terhadap bahaya perkataannya terhadap anak yang mendengarnya.

