

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Website*

Website merupakan suatu *system* di mana banyak model bahasa menstimulasi beribu-ribu pengguna untuk mencoba *website* untuk mencoba kegunaan sebelum *user testing* yang sebenarnya (Lu dkk., 2025). *Website* membantu dalam mengidentifikasi suatu isu dengan cara yang dikenakan tanpa biaya dan baru dalam bentuk desain. *Website* memuat segala jenis informasi dan dapat membantu terutama dalam membangun edukasi dengan skala yang lebih luas. *Website* memiliki beragam kegunaan bagi media seperti pengenalan informasi, promosi, penjualan dan pembelian daring serta berbagai jenis tindakan yang dapat menghasilkan banyak manfaat bagi suatu kelompok atau individu (Asari, dkk., 2023).

2.1.1 Jenis *Website*

Menurut buku Pengembangan *Website* (Asari, dkk., 2023), jenis-jenis dari *website* terbagi menjadi tiga kategori. Tiga kategori berdasarkan Asari (2023) membedakan *website* dari wujud serta konten yang dimuat di dalam masing-masing kategori yang berbeda serta fitur dan perubahan dalam *website* tersebut.

2.1.1.1 Statis

Jenis *website* ini memiliki konten yang tetap dan tidak berubah secara langsung. Setiap halaman memiliki tampilan yang sama saat digunakan dan tidak akan berubah kecuali diberikan perubahan oleh pembuat *website*. Jenis *website* ini biasa ditemukan untuk memberikan informasi seperti untuk memberikan alamat suatu perusahaan.

2.1.1.2 Dinamis

Menurut Asari (2023), berbeda dengan *website* statis, *website* dinamis memiliki konten yang dapat diperbarui secara terus-menerus, tergantung dari pengguna dan dapat diubah-ubah (h.25-26). *Website*

dengan jenis ini biasa ditemukan di dalam *website* yang memiliki fitur dan interaksi dari pengguna.

2.1.1.3 Interaktif

Dalam *website* interaktif, konten tidak hanya dapat diperbarui oleh pengguna, bahkan pengguna dapat berinteraksi secara langsung. Pengguna dapat memberikan konten. Konten dari *website* tidak hanya dimuat oleh pencipta *website* atau orang yang memiliki posisi untuk memperbaharui *website* seperti pada sosial media (Asari, dkk., 2024, h.55).

2.1.2 Fungsi *Website*

Tidak hanya beragam jenis, *website* juga memiliki fungsi mereka masing-masing. Melalui jenis yang mereka miliki, *website* juga hadir dengan fungsi yang beragam. Berikut adalah beberapa fungsi dari *website* sebagaimana dituliskan dalam buku Pengembangan *Website* (Asari, dkk., 2023).

1. Sebagai media informasi

Fungsi paling pertama *website* menurut Asari (2023) adalah untuk memaparkan suatu informasi ke ranah yang lebih luas seperti masyarakat secara cepat serta dapat dengan mudah diakses kapan saja. Informasi yang hadir biasanya mencakup teks, gambar, dan konten-konten lain yang serupa. *Website* juga dapat menemukan hasil pencarian hanya berdasarkan pencarian makna suatu kata (h.6). Jenis *web* yang biasanya memberikan banyak informasi berdasarkan pencarian makna kata disebut sebagai *semantic web*.

2. Sebagai media komunikasi

Melalui *website*, orang juga dapat berkomunikasi secara daring. *Website* biasanya menyediakan fitur interaksi seperti forum, kolom komentar, *question box*, dan masih banyak lagi. Asari (2023) menjelaskan bagaimana *website* memiliki server pribadi untuk data, bersamaan dengan orang-orang mencoba untuk berhubungan menggunakan perangkat digital seperti *smart phone*, robot, atau tablet yang disebut sebagai perangkat *smart communicator* (h.6).

3. Sebagai media promosi

Selain menjadi tempat informasi semata, *website* juga dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk. *Website* dapat memberikan pemasaran melalui *website* mengenai pengenalan produk, penyebaran kampanye *digital* dari suatu perusahaan atau lembaga melalui evolusi adopsi data besar (h.5).

Website memiliki banyak fungsi, mulai dari sebagai media informasi hingga sebagai sarana pendidikan yang baru dalam era yang lebih maju seperti sekarang. Dengan muatan konten berisikan teks, kolom komentar, gambar, iklan promosi produk dan lain sebagainya. Hal ini membuktikan bahwa *website* tidak hanya menjadi bentuk media *digital* biasa, namun untuk penyebaran informasi secara luas dan dapat memiliki fungsi yang beragam dalam satu muatan media tersebut.

2.1.3 User Interface

Menurut buku Desain UI/UX Menggunakan Figma (Suhendri & Susanti, 2024), *User Interface Design* merupakan ilmu perancangan media digital yang intuitif, menarik serta dapat digunakan dengan mudah dan mencakup elemen visual yang dapat berinteraksi secara langsung dengan pengguna. *User Interface Design* berfokus pada aspek kegunaan dalam perancangan desain yang dapat memberikan interaksi dengan cara paling efektif dan efisien (h.2).

2.1.3.1 Konsistensi (*Consistency*)

Konsistensi merupakan salah satu prinsip yang penting dalam perancangan *User Interface Design* menurut Suhendri & Susanti (2024, h. 3). Prinsip konsiten dapat membantu dalam merancang desain bagi pengguna yang dapat dipahami serta diprediksi cara kerjanya. Berikut adalah macam-macam bentuk konsistensi dalam desain.

1. Konsistensi Visual

Dalam komponen desain, tata letak (*layout*), warna, font, ukuran teks, serta ikon harus konsisten dalam seluruh pengaplikasian rancangan seperti aplikasi atau *web* (Suhendri & Susanti, 2024). Seperti

dengan adanya perancangan menggunakan suatu tombol yang berfungsi sama, semua tombol harus memiliki warna serta gaya yang sama dalam perancangan tersebut (h.3).

2. Konsistensi Fungsional

Menurut Suhendri dan Susanti (2024), keseluruhan elemen dari *User Interface* harus memiliki fungsi yang sama. Seperti tombol yang telah dijelaskan di atas, jika ada tombol yang bertuliskan “start”, tombol tersebut harus mengarahkan user ke halaman yang berbeda dan memiliki halaman baru untuk memulai bagian baru dalam media (h.3).

Melalui pengaplikasian prinsip konsisten dalam perancangan *User Interface Design*, perancangan dapat dipahami dengan lebih efektif oleh pengguna. Konsisten secara visual dan fungsional berkaitan dengan erat, perancangan harus memiliki kedua prinsip konsisten tersebut untuk memberikan kemudahan bagi pengguna selama menggunakan media.

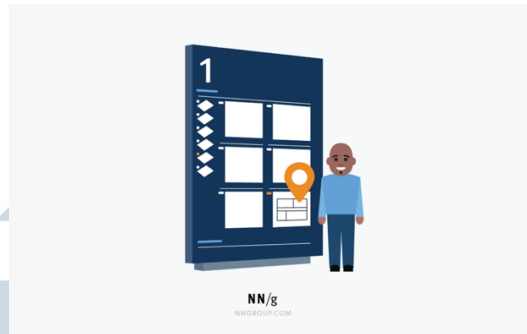
2.1.3.2 Usability Heuristics

Dalam penjabaran mengenai *User Interface* dengan kegunaan mendasar yang diperlukan dalam desain dilansir dalam nngroup.com (2024) mengenai *Usability Heuristics for User Interface Design*. Setiap poin dari kegunaan mendasar tersebut memiliki aturan umum untuk dapat mengevaluasi dan mengembangkan kegunaan dari media informasi yang dirancang. Berikut adalah penjelasan mengenai aturan umum yang perlu diterapkan dalam perancangan *User Interface* menurut *Usability Heuristics for User Interface Design* menurut Jakob Nielsen (1994).

1. Visibility of System Status

Menurut Jakob Nielsen (seperti dikutip dalam Mirkowicz, dkk., 2018, h.33), sistem harus dapat memberikan timbal balik mengenai alur kerja media informasi. Dengan begitu, pengguna akan mendapatkan kepercayaan diri saat mereka mengerti cara alur dari media bekerja dan

hasil dari setiap pilihan yang mereka ambil saat menggunakan media. Saat para pengguna mendapatkan kepercayaan diri dalam pengoperasian dan interaksi dengan media, mereka dapat mempercayai media tersebut.



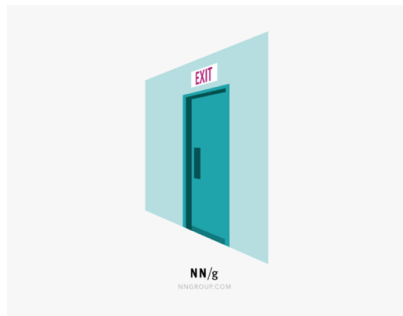
Gambar 2.1 *Visibility of System Status*

Sumber: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Maka dari itu, penanda untuk pengguna melalui sistem adalah salah satu hal yang perlu diperhatikan. Dengan begitu pengguna akan mendapatkan kenyamanan dalam menggunakan media dan menyerap informasi yang tertera di dalamnya. Menunjukkan bahwa sistem dalam media bekerja bagi pengguna adalah salah satu cara untuk menyebarluaskan akses serta informasi.

2. *User Control and Freedom*

Para pengguna harus merasa bahwa mereka dapat mengontrol dengan cara mengulang aksi mereka. Hal ini menjadi penting agar para pengguna tidak mendapat perasaan terjebak saat melewati *error* saat menjalankan media. Seperti mengadakan tombol untuk kembali dari halaman yang *error* dan mengambil pilihan lain yang dan mengadakan tombol untuk membatalkan aksi. Hal ini dikarenakan, tentunya, para pengguna pasti melakukan kesalahan aksi saat menggunakan media atau sistem (Mirkowicz, dkk., 2018, h.36).



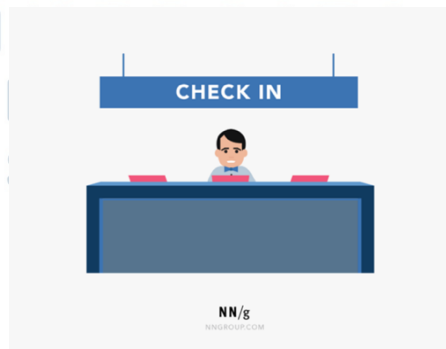
Gambar 2.2 *User Control and Freedom*

Sumber: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Pembuatan tombol bantuan tersebut akan sangat membantu pengguna saat menggunakan media. Memberikan label yang jelas serta gampang diidentifikasi dalam tombol tidak akan menciptakan kebingungan dan membantu untuk tidak membuat pengguna merasa terjebak. Interaksi dari halaman yang sedang digunakan oleh pengguna sekarang dan jalan keluar harus terlihat dengan jelas

3. *Consistency and Standards*

Menurut Nielsen (1994), anutan dalam standar desain dapat mengurangi beban kognitif dari para pengguna. Ketidakkonsistenan akan memaksa para pengguna untuk mempertanyakan kegunaan dan tujuan dari media. Seharusnya, pengguna tidak harus memikirkan kata atau kalimat lain dan juga dengan aksi yang memiliki makna yang sama. Kegagalan dalam mempertahankan kekonsistenan akan membuat pengguna mendapatkan beban kognitif karena memaksa pengguna untuk mempelajari sesuatu yang baru.



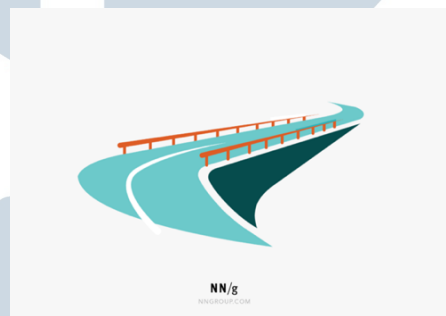
Gambar 2.3 *Consistency and Standards*

Sumber: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Perlu adanya peningkatan kemampuan belajar bagi dua tipe konsistensi yakni, secara internal dan eksternal. Mempertahankan konsistensi dalam suatu media menjadi penting agar pengguna tidak harus merasakan kesulitan dalam penggunaan *website* (Mirkowicz, dkk., 2018, h.38).

4. Error Prevention

Desain harus meminimalisir risiko dari kesalahan sebelum kesalahan-kesalahan tersebut muncul. Tindakan pencegahan adalah tindakan perbaikan di awal. Nielsen (1994) mengatakan bahwa ada dua bentuk *error*, yaitu *slips and mistakes*. *Slips* merupakan *error* yang dibuat tanpa disengaja oleh pengguna sedangkan, *Mistakes* merupakan *error* yang terjadi karena sang pengguna mengambil pilihan yang salah akibat dari ketidakcocokan dari pengartian pengguna dan desain yang ada pada media.



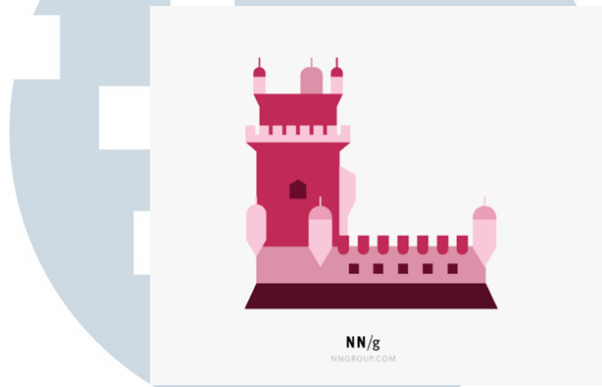
Gambar 2.4 Error Prevention

Sumber: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Cara untuk menghindari kedua *error* tersebut adalah dengan memprioritaskan upaya dengan menghindari dan mencegah kemungkinan *error* yang tinggi disertai dengan frustrasi yang lebih kecil. Mirkowicz (2018, h. 39) menjelaskan salah satu cara untuk mencegah kesalahan adalah menyesuaikan muatan dengan menganalisa kegunaan dan cara kerja dari media. Menghindari terjadinya *slips* dan *mistakes* adalah dengan cara menyediakan pilihan yang dapat membantu pengguna saat menggunakan media.

5. *Recognition Rather than Recall*

Sistem seharusnya mengurangi beban muatan pada pengguna. Menurut penjelasan Nielsen (1994) mengenai hal ini adalah dengan membuat muatan lebih minimal dari elemen, aksi, dan opsi yang dihadirkan. Para pengguna tidak seharusnya mengingat informasi yang dimuat oleh media. Sedangkan, desain yang dibutuhkan dalam media seharusnya dapat terlihat dengan jelas atau dapat diperbaiki saat pengguna membutuhkannya.



Gambar 2.5 *Recognition Rather than Recall*

Sumber: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Menurut Mirkowicz (2018), cara untuk meminimalisir adalah dengan membuat informasi dalam media gampang untuk ditemukan oleh pengguna daripada membuat pengguna harus mengingat langkah-langkah yang mereka ambil sebelumnya (h. 41). Dibandingkan memberi para pengguna petunjuk untuk mengingat interaksi mereka dengan media, berikan cara bagi para pengguna untuk dapat mengurangi informasi yang perlu diingat oleh pengguna saat mereka berinteraksi dengan media.

Dengan mengikuti aturan mendasar dalam perancangan berdasarkan *Usability Heuristics for User Interface Design* milik Jakob Nielsen (1994), perancangan dalam media dapat menjadi lebih terarah dan membantu pengguna secara keseluruhan. *Heuristics* yang dijelaskan oleh Nielsen (1994) membantu para desainer dalam merancang *User Interface* yang berfokus pada kemudahan pengguna dalam navigasi

selama menjelajahi *website* atau media *digital* lainnya. Perancangan juga dapat membantu pengguna dalam menyerap informasi dengan efisien tanpa rasa kebingungan dengan fitur-fitur yang ada.

2.1.4 User Experience

User Experience adalah kerangka mendasar dalam media interaktif desain. Dengan menggunakan kerangka dari *website* dapat membantu tidak hanya dalam aspek desain namun, juga dari aspek kegunaan untuk pengguna (Chung, 2025). Prinsip ini menjadi komunikasi yang dapat dibagikan antar pengguna dan perancang media. Dilansir dari artikel di Semantic Studios milik Peter Morville (2004) mengenai *UX Honeycomb*, ada tujuh kerangka yang dapat digunakan untuk memperjelas pentingnya dimensi yang saling bertumpang tindih dari *User Experience*.



Gambar 2.6 *User Experience Honeycomb*

Sumber: https://semanticstudios.com/user_experience_design/

2.1.4.1 Useful

Media harus memiliki tujuan yang jelas, dengan artian, memenuhi kebutuhan dari pengguna dan juga memberikan solusi pada masalah yang dihadapi pengguna (Subandi, dkk., 2022, h. 281). Pengguna mengunjungi *website* dengan tujuan yang jelas. Dengan memberikan serta menunjukkan kebutuhan pengguna yaitu, memecahkan masalah mereka atau membantu mereka untuk mencapai sasaran dari pencarian, *website* akan menjadi lebih berkesan karena telah memenuhi kebutuhan pengguna.

2.1.4.2 Usable

Website mungkin dapat dengan mudah digunakan dengan adanya navigasi yang didasari intuisi dan membutuhkan upaya yang minimal dari para pengguna. Menurut Morville (2004), dengan merapikan desain dan menggabungkan hierarki visual ke dalam visual, kegunaan *website* akan berkembang secara signifikan. Menurut Subandi (2022), aspek kemudahan bagi pengguna akan sangat membantu betapapun desain atau elemen visual diberikan dan akan membuat pengguna merasa kecewa jika tidak terpenuhi (h. 281).

2.1.4.3 Desirable

Desain dari *website* harus terlihat lebih mudah dimengerti, dinikmati, dan melekat secara emosional dengan para pengguna (Subandi, dkk., 2022). Berdasarkan penjelasan Morville (2004), pengalaman para pengguna saat menelusuri di dalam *website* akan menjadi pengalaman yang menyenangkan. Manusia pastinya membutuhkan pendekatan yang lebih emosional berdasarkan dengan apa yang pertama kali mereka lihat. Dengan pengertian dalam perasaan pengguna, alur dari *website* akan menjadi lebih mudah dan tidak rumit.

2.1.4.4 Findable

Subandi (2022) menjelaskan informasi yang ada di dalam *website* harus dapat ditemukan dengan mudah untuk memastikan pengguna dapat dengan cepat menemukan apa yang telah mereka cari melalui struktur dan juga navigasi (h. 281). Dengan begitu, pengguna tidak akan merasa kecewa saat mencari informasi yang mereka inginkan tidak hadir. Sistem ini akan membuat *website* mudah untuk mencari apa yang mereka inginkan tanpa merasa hilang arah dan frustrasi.

2.1.4.5 Accessible

Menurut Morville (2004), semua orang dapat menggunakan *website*, tanpa ada batasan apapun. Dengan membuat *website* yang mudah diakses, tidak hanya membuka jalan untuk potensi pengguna di masa depan tetapi juga menambah kemungkinan bagi pengguna yang ada

pada saat ini. Tidak memiliki batasan dalam akses *website* juga membantu untuk penyebaran informasi yang lebih luas serta berbagai macam fitur yang dimiliki oleh media (Subandi, dkk., 2022, h.282).

2.1.4.6 Credible

Kemampuan pengguna untuk dapat mempercayai media berdasar dari etis, keamanan, akurasi, serta daya tahan konten (Subandi, dkk., 2022, h. 282). Menurut Morville (2004) hal ini dapat ditunjukkan melalui desain tampilan, informasi, dan juga testimoni dari uji coba penggunaan *website*. Konten yang diberikan dalam *website* harus tepat dan juga aman untuk digunakan. Dengan adanya elemen-elemen pendukung tersebut, *website* akan dengan mudah mendapatkan kepercayaan dari pengguna serta *website* jadi lebih terpercaya.

2.1.4.7 Valueable

Pada prinsip *valueable*, Subandi (2022) menjelaskan arti dari prinsip ini merupakan cakupan dari segala aspek serta berhubungan dengan kemampuan media tersebut (h.282). Konten yang dimuat didalam *website* harus memiliki nilai yang dapat membuat pengguna kembali melalui pendekatan yang sesuai.

2.1.5 Affordances in Interaction Design

Affordance merupakan suatu bagian interaktif yang dapat membantu atau mendukung pengguna selama menelusuri media yang tidak hanya berkaitan dengan tindakan yang kemungkinan terjadi, namun bagaimana dari interaksi tertentu seorang pengguna mendapatkan informasi serta merasakan sesuatu (Hartson, 2003). Dari penjelasannya, Hartson (2003, h. 5) menjelaskan bahwa *affordance* dapat dijabarkan lebih detail sesuai dengan peran fungsinya. Dengan begitu, ada empat klasifikasi *affordance* yang berbeda menurut Hartson (2003) berdasarkan *Cognitive, Physical, Sensory, and Functional Affordances in Interaction Design*.

2.1.5.1 Physical Affordance

Menurut Hartson (2003), arti dari *physical affordance* adalah untuk memberikan pengguna bantuan melalui desain dengan fitur-fitur

yang memperbolehkan mereka melakukan suatu aksi tertentu (h.13). contoh dari *physical affordance* yang kerap muncul dalam *digital interaction* adalah area klik pada suatu tombol, ukuran dan juga jarak dari suatu tombol, dan suatu kata dalam tombol. Dalam *physical affordance*, pengguna memiliki kemampuan untuk melakukan navigasi dan tindakan melalui bentuk serta desain yang digunakan.

2.1.5.2 Cognitive Affordance

Hartson (2003) mengatakan bahwa *Cognitive affordance* merupakan bagian dari desain yang dapat membantu, mendukung, serta memberikan informasi bagi pengguna (h.13). Salah satu contoh dari *cognitive affordance* merupakan kehadiran ikon, instruksi berupa teks, elemen visual yang memiliki makna, atau label yang digunakan sebagai penanda. *Cognitive affordance* lebih banyak mengacu dalam penyerapan informasi para pengguna sebagai salah satu *experience* yang terjadi dalam penelusuran media.

2.1.5.3 Sensory Affordance

Affordance melalui *sensory* yang dijelaskan oleh Hartson (2003) adalah elemen desain yang membantu pengguna dalam mendeteksi suatu kondisi dalam sistem melalui indera mereka seperti penglihatan, pendengaran, serta perasaan (h.21). Kemudian Hartson (2003) juga menjelaskan walau didefinisikan sebagai elemen pendukung, namun *sensory affordance* merupakan bagian penting dari keseluruhan desain yang mencakup dengan perasaan pengguna saat melihat elemen tersebut selama menjelajahi media. Dengan adanya *sensory affordance*, pengguna dapat memiliki pemahaman yang lebih dalam selama melakukan *cognitive* atau *physical affordance*. Salah satu contoh dari *affordance* ini adalah dengan adanya perpaduan warna dan suara notifikasi.

2.1.5.4 Functional Affordance

Hartson menyatakan (2003) *functional affordance* merupakan fitur-fitur dari desain yang membantu pengguna dalam

menyelesaikan suatu ‘tugas’ melalui kegunaan sistem dalam media (h.23). Hal ini meliputi kemampuan sistem secara internal yang beragam. Dari *affordance* kategori ini, dapat dibuktikan berfungsi atau tidaknya fitur-fitur yang dihadirkan untuk dapat mencapai tujuan bagi pengguna selama penelusuran media atau perancangan.

2.1.6 The Essentials in Interaction Design

Menurut buku *About Face 3: The Essentials of Interaction Design* (Cooper, dkk., 2007), desain kebanyakan mempengaruhi perilaku seseorang, namun dengan era yang lebih maju dan digitalisasi, perancangan banyak memiliki sistem atau cara kerja yang lebih kompleks dengan memberikan fokus yang lebih jelas terhadap tujuan perancangan yang mencakup ekspektasi, kemampuan, kecerdasan, dan sikap mereka, solusi yang ditemukan dapat menjadi lebih berdampak dan dapat memberi kenyamanan.

2.1.6.1 Design Values

Cooper (2007, h.150) menjelaskan bahwa prinsip ini merupakan serangkaian acara secara umum yang dapat memperjelas masalah melalui bentuk, konten, dan perilaku. Memberikan penjelasan mengenai kepentingan dalam hal etis dan efektivitas kerja suatu desain (h.150). Dengan adanya prinsip yang dapat menentukan aksi dan berdasar dari dalam nilai, solusi yang harus diberikan melalui desain menurut Robert Reimann, Hugh Dubberly, Kim Goodwin, David Fore, dan Jonathan Korman (seperti dikutip dalam Cooper, dkk, 2007), yakni mencakup *ethical* berarti perhatian dan membantu, *purposeful* berarti kebergunaan, *pragmatic* berarti layak, dan *elegant* berarti efektif, efisien, dan terampil.

1. Ethical Interaction Design

Selama perancangan, para desainer pastinya mendapatkan pertanyaan yang berhubungan dengan segi etis dalam perancangan desain yang dapat memberikan dampak bagi kehidupan para penggunanya. Dalam artian, perancangan harus memiliki hasil yang dapat digunakan dengan baik dan secara langsung berdampak pada

penggunanya walau dengan dampak yang sulit diperkirakan (Cooper, dkk., 2007, h.152).

Perancangan yang dibuat tidak boleh merugikan atau menyakiti pengguna. Begitu juga dengan adanya kemungkinan permasalahan dalam dunia nyata, perancangan harus memberikan solusi atau dapat meminimalisir masalah yang telah ada (h.152). Beberapa bentuk dampak buruk dari interaktivitas yang diberikan oleh perancangan seperti *interpersonal harm* seperti rasa malu, merasa tertekan, bahkan kehilangan harga diri. Kemudian ada *psychological harm* dimana mereka merasa tidak nyaman, bingung, frustrasi dan bosan. *Physical harm* yang didapatkan memiliki rupa seperti kematian, luka, atau keamanan yang terancam. *Environmental harm* berupa penambahan polusi dan kehancuran lingkungan, serta *social and societal harm* berupa mendukung ketidakadilan dan eksploitasi.

Perancangan yang tidak dapat memberikan gangguan terhadap pengguna saja tidak cukup untuk memenuhi ethical design. Perancangan juga harus membantu dalam memperbaiki masalah-masalah yang telah dialami oleh pengguna (h.153). Tergantung dengan situasi yang dihadapi, perancangan dapat membantu dalam beberapa hal seperti mengembangkan pengertian sosial, kultural, atau individu, menambahkan efisiensi secara individu atau kelompok, mengembangkan komunikasi antar individu atau kelompok, dan mengurangi ketegangan antar sosiokultural suatu individu atau kelompok.

2. *Purposeful Interaction Design*

Salah satu bagian dari *purposeful interaction* tidak hanya mengerti target yang dituju oleh pengguna, namun mendapatkan pengertian mengenai keterbatasan mereka (Cooper, dkk., 2007, h.153). Pola yang dihasilkan dari desain harus menunjukkan kelebihan serta kekurangan pengguna untuk memberikan media yang dapat mendukung pengguna di bagian yang menjadi kekurangan dan memberikan ruang untuk termotivasi dalam melakukan kelebihan mereka. Dengan begitu,

pengguna dapat merasa terbantu dalam memenuhi tujuan penggunaan dalam media.

Dengan adanya *design values*, interaksi dalam desain dapat menjadi lebih jelas dan tidak malah melakukan hal negatif terhadap pengguna. Setiap *psychological harm*, *interpersonal harm*, *social and societal harm*, *physical harm* dapat dihindari jika desainer memperhatikan kebutuhan sesungguhnya dari para pengguna mereka (h. 152). Tujuan dari perancangan desain juga harus memiliki kejelasan serta dapat menjadi alat bantu pengguna dalam memenuhi yang mereka inginkan daripada membuat pengguna merasa kebingungan dan frustrasi saat menggunakan media.

2.1.7 Elemen Desain Website

Elemen desain pada *website* tentunya akan membantu dalam memberikan tampilan yang menarik bagi peminat pengguna. Elemen desain tidak hanya mengenai kegunaan dan warna namun, pendekatan kepada pengguna yang dapat membawa emosi dari pengguna (Akram, dkk., 2024). Analisis untuk *website* digunakan untuk menciptakan desain yang dapat melekat pada hati pengguna atau target audiens yang diinginkan. Informasi yang ada di dalam *website* dapat berhasil dalam menjalani tujuannya dengan bantuan elemen desain yang ada.

2.1.7.1 Layout dan Grid

Penggunaan *layout* dan *grid* adalah untuk memberikan susunan desain yang jelas dan memiliki struktur (Kuleszo, 2024, h.10). Dengan memiliki susunan desain yang sesuai kriteria akan mempermudah penggunaan. Menurut Kuleszo (2024), fokus merancang dengan kerapian akan menghindari kebingungan dari pengguna dan juga para *developer* website. Berikut adalah beberapa macam grid serta kegunaan dan manfaat penggunaan menurut penjelasan buku '*How To Design Better UI Components 3.0*'.

1. Column Grid

Kuleszo (2024) menjelaskan bahwa *grid* dengan *framework* yang memisahkan antara *website* atau aplikasi dalam *layer* kecil dalam bentuk kolom datar untuk membantu pengguna dalam menetapkan elemen desain secara konsisten dalam kerangka tertentu (h.11).

2. Baseline Grid

Gabungan dari beberapa garis yang memperjelas jarak secara konsisten di dalam suatu set kerangka (Kuleszo, 2024, h.11). Kuleszo juga menjelaskan biasanya *grid* ini digunakan dalam pembuatan logo, *icon*, atau *layout dashbor* dari suatu media yang lebih kompleks.

3. The 8-pt grid

Kuleszo (2024) mengatakan bahwa *8-point grid system* digunakan untuk memastikan tiap tampilan tersusun dengan rapih dan konsisten (h.13). Arti dari sistem *grid* ini adalah susunan dengan mengikuti angka 8 dalam setiap hitungan *spacing*, *margin*, atau bahkan dimensi dalam elemen *interface*.

4. 8px vs 5px grids

Menurut Kuleszo (2024), penggunaan 5px lebih baik daripada menggunakan *rid* yang memiliki *column layout* yang merupakan *fixed* dan membutuhkan lebih banyak jarak yang terlihat padat sedangkan, 8px *grid* cocok untuk *layout* yang berubah-ubah dan mendapatkan keuntungan dari banyaknya ruang untuk jarak dan istirahat dari visual. Kuleszo (2024, h.14) juga mengemukakan bahwa dari pengalamannya, ia menemukan ukuran yang sesuai dalam penggunaan 8px *grid* dengan ukuran 12 *columns*, 100px *margins*, dan 20px *gutters*.

5. The Desktop Grid

Grid ini merupakan standar menurut Kuleszo (2024) dengan ukuran frame pada *website* 1440x1024px. Kuleszo menjelaskan *grid* ini juga dapat memberikan zona aman bagi desain-desain yang akan

dimasukkan ke dalam *website* dan memberikan adaptasi selama penggunaan dalam media tersebut (h.15).

Penggunaan *grid* dapat menjadi salah satu faktor pendukung dalam perancangan desain karena dapat menentukan kerapihan. Banyak dari pemaparan *grid* serta *layout* sebelumnya merupakan dari Kuleszo (2024) dan acuan selama perancangannya. Dari ukuran jarak serta kegunaan yang dipaparkan oleh Kuleszo (2024), ia juga memberikan manfaat yang dapat diambil dalam memperhatikan jarak yang diberikan. Penggunaan *grid* dan pengaturan ukuran dalam *layout* juga dapat membantu kenyamanan pengguna saat menggunakan media yang dirancang.

2.1.7.2 Ilustrasi

Ilustrasi menjadi salah satu elemen desain paling penting dalam pembuatan website. Menurut Maharsi (2016, h. 2), Ilustrasi dapat digunakan untuk membuat jelas mengenai suatu makna dan meliputi bentuk visual dari suatu kalimat. Memberikan ilustrasi dengan jenis dan gaya yang tepat menjadi penting dalam memaparkan informasi dalam website. Elemen desain ilustrasi menjadi penting untuk dapat berkomunikasi dengan pengguna website mengenai tujuan serta memberikan pendekatan emosional yang tepat. Menurut Male (2017, h. 11) pengetahuan, pengertian, dan juga berwawasan dalam tujuan serta permasalahan yang diangkat. Maka dari itu, ilustrasi dapat menjadi media untuk menuangkan imajinasi dengan visual beragam yang unik dan memiliki sifat yang naratif.

1. Gaya Ilustrasi

Setiap gaya visual yang berbeda menciptakan tanda yang menunjukkan ciri khas dari suatu. Dalam pembagian kategori gaya ilustrasi, terdapat dua kategori. Kedua kategori tersebut membedakan gaya-gaya visual berdasarkan anutan dari tiap tren ilustrasi secara umum. Setiap variasi dan bentuk visual memiliki bahasa mereka masing-masing (Male, 2017, h. 50).

a. Literal

Ilustrasi literal cenderung melambangkan gambaran nyata. Walau latar dari ilustrasi menggambarkan situasi yang bersifat fiktif atau terlihat lebih dramatis dari latar aslinya. Contoh dari karya visual ini dapat beragam dari teknik pewarnaan secara digital atau tradisional melalui metode yang lebih berkesan atau dengan tujuan yang lebih dekoratif (h.51).



Gambar 2.7 Ilustrasi Literal
Sumber: Male, 2017

b. Konseptual

Berbeda dengan ilustrasi literal, ilustrasi konseptual mencakup gaya ilustrasi yang lebih dominan membawa metafora. Ditandai adanya elemen-elemen yang sesuai dengan keadaan di dunia nyata namun memiliki makna yang berbeda. Gaya ilustrasi ini berasal dari penggambaran suatu imajinasi atau teori (Male, 2017, h.51).



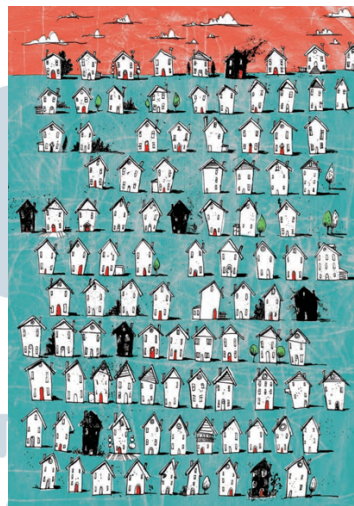
Gambar 2.8 Ilustrasi Konseptual
Sumber: Male, 2017

2. Jenis Ilustrasi

Dengan adanya beragam gaya ilustrasi yang melambangkan makna yang khas, tiap gaya memiliki kegunaan yang lebih spesifik dan tergolong (Male, 2017, h. 51). Ilustrasi yang dibuat pasti memiliki tujuan masing-masing. Pembagian dari tujuan ilustrasi tersebut menciptakan jenis-jenis ilustrasi yang diklasifikasikan menurut keserbagunaan serta konteks dari ilustrasi tersebut.

a. Komentari

Jenis ilustrasi komentari biasanya digunakan dengan tujuan sebagai ilustrasi editorial. Prinsip dari kegunaan ilustrasi jenis komentari biasanya berhubungan dengan bidang jurnalis yang memiliki halaman gabungan di dalam koran dan juga majalah (Male, 2017, h.118). Bahkan dalam konteks sejarah dan kontemporer, ilustrasi memiliki peran penting bagi bidang penerbitan. Hal ini dikarenakan secara keseluruhan, bacaan tidak hanya berisikan tulisan, namun disertai dengan ilustrasi.



Gambar 2.9 Ilustrasi Komentari
Sumber: Male, 2017

b. Persuasi

Ilustrasi dengan persuasi didominasi dengan tujuan untuk komersil. Ilustrasi dengan jenis ini biasanya telah memiliki ketentuan dan juga arahan dari apa saja yang akan dibawakan dalam

penggambarannya. Menurut Male (2017), aspek negatif dari ilustrasi ini adalah contoh yang telah diambil dari kebebasan berkreasi seseorang (h. 164). Dalam jenis ilustrasi ini, penggambaran memiliki keunikan tersendiri melalui gabungan dari visual yang sudah ada lalu diubah mengikuti ketentuan yang diinginkan atau gaya ilustrasi konsisten dan dapat disesuaikan oleh perancangannya.



Gambar 2.10 Ilustrasi Persuasi
Sumber: Male, 2017

c. Identitas

Pada jenis ilustrasi ini, Male (2017) memberikan ciri-ciri dari ilustrasi tergolong mirip dengan persuasi, namun yang membedakan adalah tidak hanya untuk *advertising*, ilustrasi ini menjadi suatu ciri khas bagi suatu brand tertentu atau suatu perusahaan. Melalui jenis ini, ilustrasi memiliki tujuan agar suatu brand atau perusahaan tersebut dapat dikenali dengan mudah oleh orang-orang yang menjadi target audiens dan mudah untuk *recognition* (h.172).



Gambar 2.11 Ilustrasi Identitas
Sumber: Male, 2017

2.1.7.3 Warna

Warna menjadi salah satu hal paling penting dalam elemen visual. Bahkan dalam kehidupan sehari-hari, warna telah menjadi elemen yang tidak mungkin bisa dilepaskan dari manusia terutama dari segi perkembangan dan kemajuan teknologi, dengan adanya unsur aditif suatu cahaya yang disebut spektrum dan sebagai warna dalam bahan yang biasa disebut pigmen atau warna yang terdapat dalam suatu material, subtraktif (Paksi, 2021). Warna dapat menjadi suatu lambang atau simbol dari emosi yang berkaitan dengan makna dari warna tertentu.

1. Teori Warna

Dilansir dari situs Sketch.com, Hemmer (2022) menyatakan bahwa teori warna merupakan studi mengenai warna dari bagaimana mereka bekerja, asal usul, serta bagaimana manusia merasakan mereka.



Gambar 2.12 *Color Wheel*

Sumber: <https://www.sketch.com/blog/introduction-to-color-theory/>

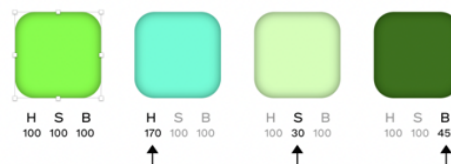
a. Kategori Warna

Hemmer (2022) menyatakan bahwa terdapat dua belas representasi dari warna. Kemudian, kedua belas warna tersebut dibagi menjadi tiga kategori. Kategori warna tersebut adalah warna primer, mencakup warna merah, biru, dan kuning. Selain itu, ada warna sekunder, yang biasanya ditemukan saat dua warna primer dicampur bersamaan untuk membuat tiga warna sekunder lainnya seperti, merah dan biru menciptakan ungu. Kategori terakhir

menurut penjelasan Hemmer (2022) adalah warna tersier, warna yang dihasilkan dari gabungan satu warna primer dan satu warna sekunder.

b. *Shade* Warna

Hemmer (2022) menyatakan ada beberapa cara warna-warna dapat diukur sesuai dengan seberapa terang dan gelap warna tersebut, yaitu *hue*, *saturation*, dan *brightness*. *Hue* sendiri berarti warna tanpa ditambahkan keterangan atau kombinasi lainnya. Sedangkan *saturation* adalah penentu seberapa kuat warna tersebut akan terlihat. Menurut Hemmer (2022), semakin tinggi *saturation* suatu warna, semakin berwarna dan sebaliknya, semakin rendah *saturation* dari suatu warna maka akan semakin pudar. *Brightness*, atau biasa disebut juga sebagai *value*, mengukur warna tersebut tergantung dengan seberapa terang atau gelap warna tersebut.



Gambar 2.13 *Hue, Shade* dan *Brightness*

Sumber: <https://www.sketch.com/blog/introduction-to-color-theory/>

c. Harmoni Warna

Hemmer (2022) menjelaskan bahwa harmoni warna terjadi berdasarkan dari gabungan kombinasi beberapa warna bersama. Ada empat kombinasi warna yang dapat membantu dalam menemukan keharmonisan dalam penyatuan warna. Pertama adalah *Analogous*, terdiri dari tiga warna yang bersejajaran di dalam *color wheel*, seperti merah, merah-oranye, dan oranye.

Analogous



Gambar 2.14 Harmoni *Analogus*

Sumber: <https://blog.tubikstudio.com/color-theory-brief-guide-for-designers/>

Kedua adalah *Complementary*, terdiri dari dua warna yang berada tepat berseberangan dalam *color wheel*. Menurut Hemmer (2022) beberapa contoh dari warna yang paling sering ditemukan menggunakan kombinasi warna ini adalah biru-oranye, kuning-ungu, dan merah-hijau.

Complementary



Gambar 2.15 Harmoni *Complementary*

Sumber: <https://blog.tubikstudio.com/color-theory-brief-guide-for-designers/>

Terdapat harmoni warna ketiga yang dijelaskan oleh Hemmer (2022), harmoni tersebut adalah *Triadic*, dimana ada tiga warna yang jauh berjarak di dalam *color wheel*. Contohnya seperti biru, merah, dan kuning.

Triadic



Gambar 2.16 Harmoni *Triadic*

Sumber: <https://blog.tubikstudio.com/color-theory-brief-guide-for-designers/>

Harmoni warna terakhir yang dijelaskan oleh Hemmer (2022) adalah *Tetradic* yang mencakup dua pasang warna yang termasuk dalam harmoni *Complementary*. Beberapa contoh dari kombinasi warna dalam harmoni *Triadic* adalah kuning, ungu, hijau, dan merah.

Tetradic



Gambar 2.17 Harmoni *Tetradic*

Sumber: <https://blog.tubikstudio.com/color-theory-brief-guide-for-designers/>

2. Psikologi Warna

Dilansir dari situs Universitas Ma Chung (2023), dinyatakan bahwa setiap warna memiliki kaitan dengan perasaan emosional manusia. Informasi terkait hal ini dari situs Universitas Ma Chung (2023) berdasarkan hasil penelitian Louis B. Wexner di tahun 1945 dan kemudian seorang psikolog yang berasal dari Amerika, Frank H. Mahnke di tahun 1996.

a. Merah

Berdasarkan penjelasan dari Universitas Ma Chung (2023), warna merah biasanya memiliki kaitan dengan sifat-sifat seperti keberanian, kekuatan, energi, serta kebahagiaan dalam melakukan suatu hal. Merah juga dapat menjadi simbol dari kehebatan, namun dapat menjadi simbol dari keburukan yang berkaitan dengan kejahatan seperti kekerasan.

b. Oranye

Warna oranye merupakan perpaduan dari merah dan kuning, warna ini biasanya diasosiasikan dengan kehangatan dan semangat. Menurut pemaparan di situs Universitas Ma Chung (2023) warna oranye juga dapat menjadi simbol dari kepercayaan diri, ketenangan, petualangan, dan keharmonisan dalam suatu hubungan.

c. Kuning

Universitas Ma Chung (2023) menjelaskan, karena warna yang terang, kuning biasanya digunakan untuk mendapatkan perhatian di depan umum. Dari sudut pandang psikologi, kuning menjadi simbol dari optimism, semangat, keceriaan, dan kehangatan. Kuning juga dapat membantu kinerja otak dan mental manusia untuk menjadi lebih logis serta analitis.

d. Biru

Walau biru sering dikaitkan dengan hal-hal yang lebih cenderung melankolis, biru juga dapat membawa suasana yang lebih profesional serta menyimbolkan kepercayaan dan kekuatan dalam segi bisnis. Secara rinci, biru tua sering dikaitkan dengan ketenangan, sedangkan biru cerah sering melambangkan perasaan kesepian, kesedihan, dan kesunyian.

e. Hijau

Hijau banyak berkaitan dengan alam. Dalam psikologi, warna hijau menggambarkan pribadi seseorang secara plegmatis

yang menyukai kedamaian serta lebih netral saat berada dalam perbedaan. Hijau juga dikatakan dapat membantu seseorang untuk mendapatkan keseimbangan secara emosional serta komunikasi.

f. Hitam

Dalam penjelasan Universitas Ma Chung (2023) warna gelap ini memiliki kaitan dengan hal-hal seperti misteri, keanggunan, serta orang yang cenderung mendominasi serta membawa ketenangan, keberanian, dan tidak menyukai hal-hal yang palsu.

g. Putih

Dalam dunia psikologi, warna putih digunakan dalam terapi untuk memberi pengurangan dalam rasa nyeri, sakit kepala, dan kelelahan pada mata. Kemudian dijelaskan di dalam situs Universitas Ma Chung (2023) bahwa warna putih biasanya melambangkan kebebasan dari semua hal dan keterbukaan.

2.1.7.4 Tipografi

Tipografi merupakan suatu teknik dalam kesenian dalam pengaturan huruf serta teks yang ada agar menciptakan efek visual yang menarik agar dapat nyaman dilihat serta dibaca oleh orang-orang (Mirza, 2022, h. 71). Terdapat beberapa tipe-tipe huruf yang ada pada ilmu tipografi.

1. Huruf Serif

Menurut Mirza (2022) tipe huruf dengan klasifikasi Serif adalah memiliki garis-garis kecil pada setiap ujung dari huruf tersebut atau biasa disebut dengan *counter strokes* (h. 72). Tipe tipografi ini dapat ditemukan pada font-font seperti Times New Roman, Garamond, serta Georgia.

2. Huruf Sans Serif

Mirza (2022) menjelaskan bahwa kebalikan dengan tipe Serif adalah huruf dengan klasifikasi Sans Serif tidak mempunyai garis-garis

counter strokes dan memiliki karakter seperti lebih modern, kontemporer, fungsional, serta *streamline*. Beberapa contoh dari font-font yang masuk ke dalam kategori tipe tipografi ini adalah Arial, Helvetica, Roboto, Montserrat, dan Lato.

2.2 Generational Trauma

Dilansir dari *The Truism Center* (2024) oleh Robb Kornoelje, *Generational Trauma* merupakan salah satu bentuk dari rasa sakit yang tidak terproses dengan baik oleh generasi pendahulu. Basis trauma ini memiliki banyak penyebab, terutama jika trauma datang dari contoh pertama dan paling dekat, yakni keluarga. Tidak hanya melalui tindakan yang dicontoh oleh seorang anak, trauma ini juga dapat diturunkan secara biologis (Wolynn, 2017, h. 38). Oleh sebab itu, banyaknya penyebab dari turunnya *Generational Trauma* perlu diidentifikasi secara jelas guna pemutusan rantai sebelum membangun keluarga.

2.2.1 Penyebab *Generational Trauma*

Identifikasi penyebab *Generational Trauma* dari dalam rumah merupakan salah satu cara tersendiri dalam pemutusan rantai. Tidak hanya melalui tindakan yang dicontoh oleh seorang anak, trauma ini juga dapat diturunkan secara biologis. Berikut adalah beberapa penyebab *Generational Trauma* berdasarkan buku *It Didn't Start with You: How Inherited Family Trauma Shapes Who We Are and How to End the Cycle*.

1. Cellular Biology

Bruce Lipton (seperti dikutip dalam Wolynn, 2017) mendemonstrasikan bahwa DNA seseorang dapat dipengaruhi dengan hadirnya pikiran negatif maupun positif, kepercayaan, dan juga perasaan yang dimiliki. Hal ini Lipton buktikan dengan adanya penelitian mengenai bagaimana pertanda dari lingkungan dapat diterima melalui membran sel. Ia juga menambahkan bahwa ketika seorang ibu hamil, nutrisi yang dikandung dalam darah mereka memberi makan janin melalui dinding-dinding plasenta. Melalui nutrisi tersebut, sang ibu juga mengeluarkan sejumlah hormon dan sinyal atau pertanda yang ditimbulkan dari emosi yang dialami oleh sang ibu. Emosi yang dapat berulang kali timbul seperti amarah dan ketakutan dapat

meninggalkan jejak pada anak, seakan mempersiapkan sang anak untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya nanti. Hal ini mempengaruhi tumbuh kembang anak terutama bagi sang anak yang mengalami lingkungan rahim dengan tingkat stress yang cukup tinggi akan menjadi reaktif di lingkungan penuh *stress* yang serupa (h.41).

Hal ini telah didukung dengan adanya penelitian serupa di tahun 2010 di *Biological Psychiatry* (seperti dikutip dalam Wolynn, 2017), bagaimana mereka memeriksa hubungan antara stress ditengah kehamilan dengan dampaknya terhadap perkembangan saraf para janin. Psikiater Thomas Verny (seperti dikutip dalam Wolynn, 2017) juga mengatakan bahwa jika seorang ibu hamil mengalami *stress* akut atau berkepanjangan, tubuh sang ibu dapat memproduksi hormon *stress*, termasuk adrenalin dan noradrenalin, yang berada di dalam aliran darah ke rahim, menimbulkan keadaan yang sama untuk sang janin (h.42). Penelitian yang menggunakan eksperimen dengan seorang anak memberikan hasil bahwa *stress* yang didapatkan setelah adanya pemisahan dari sang ibu dapat menyebabkan ekspresi *genetic* yang berubah dan dapat ditemukan selama tiga generasi.

2. *The Family Consciousness*

Bert Hellinger (seperti dikutip dalam Wolynn, 2017) seorang psikoterapis dari Jerman, telah memberikan gagasan yang cukup populer di dalam banyak buku mengenai topik serupa bahwa setiap orang mewarisi dan menghidupkan kembali trauma keluarga. Adanya kesamaan kesadaran di dalam suatu keluarga yang memiliki kaitan biologis dan juga yang menjadi generasi pendahulu. Melalui perasaan duka yang dirasakan oleh kehilangan sosok orang tua, saudara, atau anak atau adanya peristiwa ditinggalkan, kriminal, atau bunuh diri, dapat memberikan pengaruh yang besar di dalam suatu keluarga serta menciptakan pola baru di dalam system kekeluargaan tersebut secara turun-menurun. Pola tersebut yang akhirnya membentuk *Generational Trauma* karena pola atau tata yang diikuti dalam keluarga tersebut menjadi bukti bahwa secara tidak sadar mengulang penderitaan dari trauma tersebut (h.67).

2.2.2 Dampak *Generational Trauma*

Dari banyaknya penyebab *Generational Trauma*, rantai trauma tersebut kemudian terlihat namun apa yang menjadi bentuk terulangnya trauma tersebut tidak selalu sama persis dengan kejadian awal yang menciptakan trauma. Bentuk *Generational Trauma*, masih belum banyak yang menyadari bahwa apa yang ditunjukkan oleh seorang anak merupakan pertanda yang menjadi indikasi bagaimana mereka dibesarkan melalui orang tua yang juga mengidap *Generational Trauma*. Bahkan pola asuh dari orang tua yang tidak memiliki pola asuh dengan kekerasan dapat memberi dampak terhadap anak mereka jika orang tua tersebut memiliki trauma yang sama beratnya dan mempengaruhi tingkat kerentanan terhadap orang lain atau anak tersebut memiliki kemungkinan besar untuk melanjutkan tindakan kekerasan (Alexander, 2015, h.15).

1. *Family System Theory*

Dalam suatu keluarga yang memiliki pola didik menggunakan kekerasan, seorang anak akan mendapatkan dampak melalui kekerasan secara langsung atau secara tidak langsung. Dampak secara langsung dapat dilihat dari cara seorang anak memiliki gejala dalam bentuk emosional dan perilaku. Selain itu, dampak yang secara tidak langsung, mengacu pada stress yang datang dari ibu dan dampak emosional atau psikis dari kekerasan dalam rumah tangga terhadap sang ibu dan kemampuannya menjadi ibu. Hal tersebut juga mencakup kemampuan merawat rumah, pemasukan keluarga yang berkurang, konsekuensi dari hidup tinggal di lingkungan yang berbahaya, dan orang tua yang melakukan penyalahgunaan alkohol atau obat-obatan terlarang (Alexander, 2015, h.24).

2.2.3 Ciri-ciri pengidap *Generational Trauma*

Ciri-ciri dari orang yang telah melalui trauma sehingga dapat membawa pada *Generational Trauma*. Melalui kejadian-kejadian yang traumatis, proses laju dari pikiran menjadi tercerai-berai dan kurang jelas dititik seorang individu tidak dapat mengingat suatu kenangan dari suatu kejadian

yang terjadi dalam versi asli. Melainkan, potongan-potongan dari memori tersebut (Wolynn, 2016, h. 25). Hal ini dapat menjadi penghambat bagi tumbuh kembang sang anak terutama dalam daya ingat mereka.

2.3 Kekerasan Verbal terhadap Anak

Kekerasan verbal terhadap anak merupakan tindakan kekerasan yang dilakukan oleh orang tua dengan bentuk penganiayaan secara emosional yang berdampak besar terhadap perkembangan secara emosional dan perasaan kekhawatiran seorang anak (Krisnana, dkk. 2025). Satu-satunya cara kekerasan secara emosional atau fisik dapat menjadi hal yang dapat dimengerti seorang anak hanya jika anak tersebut menerima pertanggung jawaban dari tindakan kekerasan sang orang tua.

2.3.1 Dampak Kekerasan Verbal terhadap Anak

Sebagai seorang anak, kepercayaan diri mereka dirusak namun ketergantungan mereka bertambah bersamaan dengan kebutuhan seorang anak untuk percaya bahwa orang tuanya ada untuk melindungi serta memenuhi kebutuhan mereka (Forward, 1989, h.30). Pola pikir sang anak yang secara terus-menerus mendambakan pujian dan juga keinginan melihat tindakan baik dari sang orang tua membawa dampak yang cukup berat pada psikis mereka. Dengan keinginan tersebut, mereka membangun tembok psikis untuk melindungi diri mereka sendiri dengan wujud yang beragam (h.34). Berikut adalah contoh dari wujud tembok psikis yang datang dari dampak tindakan kekerasan verbal tersebut.

1. The Power of Denial

Denial merupakan bentuk dari pertahanan psikologi yang paling kuat dan sederhana. Dalam *denial* atau penyangkalan, pertahanan ini menggunakan realita yang ingin dipercaya untuk meminimalisir, atau bahkan meniadakan dampak dari pengalaman menyakitkan tertentu (Forward, 1989, h. 34). Dalam sisi ini, anak-anak biasanya menggunakan pertahanan psikologi dengan bentuk penyangkalan untuk melupakan apa yang dilakukan oleh orang tua mereka. Dengan adanya tembok untuk pertahanan diri mereka, seiring mereka beranjak dewasa, penyangkalan tersebut dapat menghambat mereka.

2. *The Hopeless Hope*

Hal ini mengacu pada bagaimana seorang anak akan terus berpegang teguh pada kepercayaan bagaimana orang tua mereka akan berubah suatu saat nanti, dengan cara meminta maaf, memberikan sang anak kasih sayang dan perhatian, serta menawarkan penerimaan (Forward, 1989, h.36). Perasaan berharap ini akan memberikan mereka ketergantungan secara emosional dan menghambat adanya proses penyembuhan dari luka emosional yang mereka terima. Kenyataannya, kebanyakan orang tua dengan kebiasaan tersebut tidak berubah dengan mudah karena, luka yang mereka miliki juga belum sembuh sepenuhnya (h.38). Harapan ini juga menjadi salah satu faktor dari penghambatan perubahan dan kesembuhan dari trauma yang mereka alami.

3. *Anger Where Anger Is Due*

Kemarahan dari sang anak biasanya disebut sebagai hal yang tak lumrah karena menjadi tindakan ketidakhormatan terhadap orang tua. Pada nyatanya, perasaan marah dari manusia merupakan reaksi alami dan tindakan yang dibutuhkan saat seseorang dihadapkan pada sesuatu yang mengancam keamanan terutama jika tindakan tersebut adalah kekerasan (Forward, 1989, h.41). Kemarahan sendiri bukan berarti perasaan kebencian, hanya tanggapan dari perasaan tidak adil dan penolakan pribadi dari suatu hal yang dianggap merendahkan diri. Perasaan amarah sangatlah normal, terutama pada seorang anak yang belum memiliki emosi yang stabil. Bertolak belakang dengan pengharapan dan penyangkalan, perasaan amarah dapat menjadi batu loncatan dalam mencari penyembuhan dan luka yang dialami dari trauma kekerasan verbal.

2.3.2 Bentuk-bentuk Kekerasan Verbal

Dalam masyarakat umum, kerap kali ditemukan hal-hal dalam mengajari anak disiplin perlu dilakukan dalam keluarga dengan cara pribadi menurut kebiasaan keluarga tersebut. Seiring berjalannya waktu, telah disadari bahwa terkadang tidak semua anak dapat dilindungi bahkan oleh keluarga mereka sendiri. Namun, ketika hal tersebut bersangkutan dengan kekerasan

termasuk salah satu hal yang sulit diidentifikasi karena tidak menorehkan luka fisik maka dari itu, jika sewaktu nanti ingin dilaporkan kepada pihak berwajib, mereka tidak dapat menangani kasus dengan proses legal (Forward, 1989, h.118). Berikut beberapa ciri-ciri kekerasan verbal yang perlu diidentifikasi dalam lingkungan keluarga.

1. The Competitive Parent

Beberapa orang tua tidak dapat melihat anak mereka sebagai seseorang yang perlu mereka rawat dan beri kasih sayang namun, sebagai pesaing dalam kehidupan (Forward, 1989, h.126). Pandangan dari orang tua yang memandang anaknya sebagai pesaing akan mendapatkan perasaan kekhawatiran, bahkan ketakutan dibandingkan kebahagiaan saat melihat anak mereka beranjak dewasa. Hal ini menyebabkan sang anak mempelajari perasaan untuk tidak merayakan suatu keberhasilan karena kerap dipertemukan dengan kritik bahkan dari hal-hal yang, di mata orang tua lain justru, membanggakan.

2. Branded by Insults

Orang tua yang telah terbiasa melakukan kekerasan verbal bahkan akan dengan santai memberikan sang anak nama panggilan yang merendahkan dan dilakukan secara berulang kali. Hal ini yang membuat sang anak yakin hingga dewasa bahwa apa yang dikatakan orang tua mereka adalah benar. Kata-kata seperti bodoh, jelek, pemalas, dan lain sebagainya akan menjadi brand bagi sang anak, bahkan ketika mereka mencoba menyangkal perkataan tersebut, hal tersebut dapat terdengar kembali dari alam bawah sadar mereka (Forward, 1989, h.128).

2.4 Penelitian yang Relevan

Penulis telah melakukan analisis untuk mencari penelitian yang relevan. Penelitian yang penulis ambil berkaitan dengan topik dan juga karya perancangan website sebagai media informasi mengenai kekerasan verbal dan *Generational Trauma*. Analisis dilakukan dengan peninjauan dan melihat kesesuaian dengan hasil temuan dan tujuan serta metodologi.

Tabel 2.1 Tabel Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Perancangan UI/UX Aplikasi Mobile Tentang Parenting dan Mengenal Karakter untuk Orang Tua di Indonesia	Geraldo Reforman & Idhar Resmadi	Penelitian ini membahas mengenai perancangan UI/UX pada aplikasi mobile yang memberikan edukasi mengenai parenting di Indonesia.	a. Penelitian menggunakan media Aplikasi Mobile dalam topik permasalahan b. Topik yang dibicarakan Adalah mengenai parenting, pola asuh, dan mengenali karakter anak di Indonesia
2.	Redesign Website Media Pendidikan Keluarga Menggunakan Metode Design Thinking dan Skala Kegunaan Sistem	Egi Rosi Subhiyakto, Mutia Rahmi Pratiwi, & Swita Amilia Hapsari	Dalam penelitian ini, mereka menggunakan metode Design Thinking dan System Usability Scale untuk perancangan ulang website yang menjadi media	a. Para peneliti mampu mengvaluasi dari website parenting dan mengidentifikasi kekurangan dalam fitur website tersebut. b. Penggunaan metode Design Thinking yang mencakup

			pendidikan bagi keluarga.	<i>Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test.</i>
3.	Design and evaluation of child abuse web-based application for parent education & strengthen	Sharif Para, Hassan Shahrokhi, Elham Maserat, & Zeinab Mohammadzadeh	Perancangan dan penelitian ini menganalisis dan mengevaluasi aplikasi dengan basis web yang memberikan edukasi bagi orang tua mengenai kekerasan terhadap anak. Aplikasi tersebut mencakup konsep dari tindakan kekerasan, interaksi dengan spesialis, cara penanganan dan pencegahan, serta keterampilan dalam <i>parenting</i> .	a. Topik yang dibahas mencakup kekerasan psikis, pencegahan dari kekerasan terhadap anak, dan edukasi bagi orang tua b. Fokus dari penelitian merupakan pencegahan melalui edukasi dan pertahanan emosional orang tua.

Dari penelitian yang telah dikumpulkan, kebaruan dari perancangan website yang akan diambil dari penelitian sebelumnya adalah memasukkan informasi mengenai parenting, pola asuh, tata cara mengenali karakter seorang anak, pencegahan kekerasan terhadap anak, dan edukasi terhadap orang tua serta pertahanan emosional mereka untuk menghindari kekerasan tersebut. Dengan menggunakan metode *Empathise, Define, Ideate, Prototype*, dan *Test*, penulis berharap dapat meminimalisir kekurangan dalam website. Website dirancang sebagai media informasi dengan menggunakan UI/UX untuk menghindari kekurangan fitur dan agar mudah diakses serta menjadi efektif untuk meningkatkan minat edukasi para calon orang tua mengenai kekerasan verbal terhadap anak untuk menghindari *Generational Trauma*.

