

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Website

Website adalah kumpulan dari berbagai halaman-halaman *web* yang terhubung melalui jaringan internet (Kurniawan et al., 2023, h.2). *Website* umumnya terdiri dari berbagai kata, gambar, *video*, dan elemen interaktif lainnya. Tujuan dari diciptakannya media ini adalah untuk menyampaikan berbagai informasi secara digital. Namun seiring berjalannya waktu, *website* pun digunakan untuk perihal lain seperti kegiatan promosi dengan jangkauan yang lebih luas karena dapat dilihat dari berbagai tempat (Andriyan et al., 2020, h.81). *Website* memiliki banyak jenis dengan fungsi yang berbeda.

2.1.1 Jenis Website

Website dapat dibagi menjadi beberapa jenis berdasarkan respon dan penampilan. Dengan adanya pemahaman mengenai jenis *website* dan fungsi dari jenis tersebut, maka pengguna dapat memilih jenis *website* yang paling cocok dengan kebutuhannya (Kapadia, 2024). Berikut merupakan pembagian jenis *website* tersebut:

2.1.1.1 Website berdasarkan platform dan posture

Sebuah *website* memerlukan *platform* untuk menampilkan dirinya sehingga fungsinya dapat digunakan oleh *user*. *Platform* adalah gabungan dari perangkat fisik atau gadget dan perangkat lunak atau *program* yang digunakan dalam gadget untuk membuka *website*. Sebuah *platform* harus ditentukan dengan baik agar dapat menciptakan *posture* yang sesuai dengan tujuan (Cooper et al., 2014, h. 207). Selain itu, *posture* juga membantu penentuan gaya visual yang dapat digunakan oleh *website*.

Platform website yang umum digunakan merupakan *platform desktop* atau *computer*. Namun seiring dengan perkembangan zaman yang terjadi, *website* juga dibuka dengan *platform mobile* atau ponsel. Pada awal terjadinya hal ini, *user* harus terus menerus memperbesar dan memperkecil

tampilan *website* untuk menelusuri media. Dampak dari kegiatan ini adalah pengalaman penggunaan *website* yang tidak efisien dan cenderung memperlambat pencarian informasi yang diperlukan.

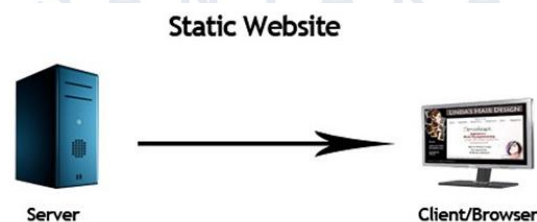
Faktor inilah yang menyebabkan terciptanya sebuah pendekatan *responsive web design*. Pendekatan ini memungkinkan sebuah *website* menyesuaikan ukurannya dengan ukuran *platform* yang sedang digunakan oleh *user* (Legarski & Hamzic, 2024). *Responsive web design* juga menciptakan jenis pendekatan *website* lain yaitu *mobile first design* yang diciptakan untuk beradaptasi dengan dunia zaman kini yang cenderung lebih nyaman dengan penggunaan ponsel (Nurhikmat et al., 2024, h. 478). Pendekatan ini membantu penciptaan *website* dengan tingkat kompleksitas yang lebih rendah sehingga sebuah *website* dapat memuat konten dan memberikan respons dengan lebih cepat (Syam et al., 2025, h. 2). Dengan demikian, *Mobile first design* terbukti dapat menciptakan pengalaman penggunaan *website* yang lebih efektif dan efisien untuk *user*.

2.1.1.2 *Website* berdasarkan sifat

Selain dibedakan berdasarkan platform yang digunakan, *website* juga dapat dibedakan sesuai dengan cara pengelolaan dan penerimaan aksesnya. Berikut merupakan 3 jenis *website* berdasarkan sifat tersebut:

1. *Website* Statis

Jenis *website* ini paling umum ditemukan dan digunakan. *Website* ini memerlukan bantuan dari *programmer* untuk mengedit kode apabila ingin mengganti konten atau aspek lain di dalam media (Anamisa & Mufarroha, 2020, h.3).



Gambar 2. 1 *Website* Statis
Sumber: <https://www.google.com>

Konten yang ada pada jenis *website* ini umumnya tidak disimpan ke dalam *database* karena masih menggunakan *file* seperti HTML, CSS, dan lainnya (Kapadia, 2024).

2. Website Dinamis

Website dinamis adalah jenis *website* yang kontennya dapat diubah apabila mendapatkan masukan dari *user* sehingga ada kemungkinan untuk dilakukannya komunikasi dua arah (Huda, 2021).



Gambar 2. 2 *Website* Dinamis
Sumber: <https://www.google.com>

Pengubahan konten pada *website* jenis ini lebih mudah dibandingkan dengan *website* statis. *Website* ini umumnya digunakan untuk kegiatan pemasaran dan biasanya berbentuk *blog* atau *website* berita (Abdullah, 2023, h. 2).

3. Website Interaktif

Jenis *website* ini memungkinkan *user* untuk berinteraksi dengan konten yang ada pada halaman *website* (Haryodi, 2024, h. 3). *Website* interaktif umumnya digunakan untuk mengisi *form*, mengirim komentar, mengunduh *file*, dan berpartisipasi dalam forum diskusi.

2.1.2 Fungsi *Website*

Website merupakan sebuah media yang terhubung dengan jaringan internet. Media ini menjadi sebuah sarana yang memudahkan penyebaran dan akses mendapatkan informasi kapan saja dan dimana saja (Surentu et al., 2020, h. 9). Hal ini diakibatkan oleh informasi di dalam *website* yang memiliki beragam bentuk dimulai dari teks, gambar, *audio*, *video*, bahkan

gabungan dari variasi bentuk informasi tersebut (Wijaya et al., 2022, h. 101). Fungsi *website* ini umumnya digunakan oleh layanan bisnis, layanan publik, dan penyebaran berita (Kurniawan et al., 2023, h. 12-13).

Namun pada masa ini *website* tidak hanya digunakan sebagai sarana penyampaian informasi, tapi juga untuk berbagai kegiatan lain (Maharani et al., 2021, h. 5). Contohnya, *website* sebagai sarana pemasaran sebuah bisnis. Media digital yang terhubung melalui jaringan internet ini memungkinkan masyarakat dalam menemukan informasi dari wilayah bahkan negara lain. Hal ini menciptakan peluang bagi bisnis untuk lebih dikenal oleh masyarakat (Anamisa & Mufarroha, 2020, h. 3). Selain itu, *website* juga dapat menjadi perantara bagi pembeli dan pengusaha dalam bertukar informasi mengenai produk kapan dan dimana saja (Zakiyah & Islam, 2022, h. 175).

Website juga berkembang pesat sebagai sarana edukasi setelah terjadinya pandemi *Covid-19*. Kondisi *social distancing* mengakibatkan tidak dapat dilakukan kegiatan belajar secara tatap muka. Hal tersebut mengakibatkan terjadi proses edukasi secara *daring* (Sembada et al., 2022, h. 565). *Website* edukasi yang umum dikenal dan digunakan adalah *e-learning*.

Sebuah *website* memiliki berbagai manfaat yang dapat diterima oleh *user*. Jenis media ini menjadi sarana untuk berbagai macam kegiatan yang dilakukan secara *online*. Pertama, *website* menjadi sarana informasi yang menyampaikan pesannya dengan berbagai cara. Kemudian, *website* juga dapat menjadi sarana pemasaran yang menjangkau lebih banyak target atau daerah. Terakhir, *website* menjadi sarana edukasi yang menggunakan berbagai jenis cara untuk membantu target belajar.

2.1.3 Keunggulan *Website*

Website memiliki banyak keunggulan sebagai sebuah media informasi digital. Media ini dapat dihubungkan melalui jaringan internet di berbagai tempat dan waktu sehingga mempermudah perolehan informasi dengan jangka waktu yang pendek (Nento, 2020, h. 89). Selain itu,

penggunaan *website* juga dapat dilakukan dengan berbagai gadget seperti *laptop*, *handphone*, dan lainnya.

Kemudian, terdapat pula keunggulan *website* sebagai media informasi yang selalu mengikuti perkembangan waktu. Hal ini disebabkan oleh cara pengelolaan *website* yang perlu diperbaharui secara teratur (Nuh, 2022, h. 111). Aktivitas ini dapat membantu *website* untuk berkembang menjadi sebuah media informasi dengan data yang lebih lengkap dan sesuai dengan zaman (Suci, 2022, h. 2). *Website* juga dapat menambahkan fitur baru yang memberikan bantuan yang lebih besar kepada *user*.

Website juga memiliki informasi dengan varian bentuk yang menarik. Contoh dari informasi yang ada pada berbagai *website* adalah teks, gambar, audio, *video*, dan lainnya. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh *user* untuk menggunakan informasi yang menurut mereka menarik agar dapat memahami topik yang sedang dicarinya (Wahyudin & Rahayu, 2021).

Sebuah *website* memiliki berbagai kelebihan yang dapat diterima oleh *user*. Jenis media ini memungkinkan penerimaan informasi dimana saja dan kapan saja *user* memerlukannya. Selain itu, jenis penyampaian informasi yang diberikan oleh *website* juga beragam dan dapat disesuaikan dengan cara *user* ingin memahami atau melihat informasi tersebut. *Website* yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu juga memungkinkan terjadinya penyampaian dan penerimaan informasi dengan jangka yang lebih luas.

Website adalah kumpulan dari berbagai halaman *web* yang dapat diakses secara digital. Penggunaan media digital ini adalah untuk melakukan penyampaian pesan dengan jangkauan yang lebih luas. *Website* dapat dibuka dengan berbagai gadget seperti *desktop* atau ponsel. Pada masa ini, penggunaan ponsel atau *mobile* lebih diutamakan karena dinilai menciptakan *user experience* yang lebih efektif dan efisien dengan tingkat kompleksitas yang lebih rendah.

Website juga dibagi berdasarkan sifatnya yaitu *website* statis yang penggantian atau penambahan kontennya memerlukan *programmer*, *website*

dinamis yang kontennya dapat diubah sesuai dengan masukan *user*, dan *website* interaktif yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan konten. *Website* memiliki berbagai fungsi sebagai sarana informasi, sarana promosi, dan sarana edukasi dengan variasi bentuk konten sesuai dengan kebutuhan target. Sebagai sebuah media informatif, *website* memiliki berbagai keunggulan seperti penyediaan variasi bentuk informasi dan mudahnya akses pembukaan media apabila terdapat jaringan internet yang memadai. Kemudian informasi dan fitur yang dimiliki *website* juga dapat diperbaharui secara berskala sehingga dapat mengikuti perkembangan zaman.

2.2 Desain Interaksi

Desain interaksi adalah aktifitas yang digunakan untuk mengembangkan produk agar interaksi dan komunikasi yang dilakukan oleh manusia dapat terjadi secara efisien dan efektif (Sharp et al., 2023, h. 8). Hal ini menjamin perancangan desain yang berfokus kepada kebutuhan manusia sebagai pengguna. Desain interaktif menciptakan sebuah proses dimana informasi dan keterlibatan pengguna harus ada, bahkan dapat menyebabkan terjadinya evaluasi pengguna terhadap media rancangan. Sub-bab ini akan membahas mengenai *user interface (UI)* dan *user experience (UX)* yang digunakan untuk menentukan kualitas interaksi pengguna dengan produk interaktif.

2.2.1 User Interface (UI)

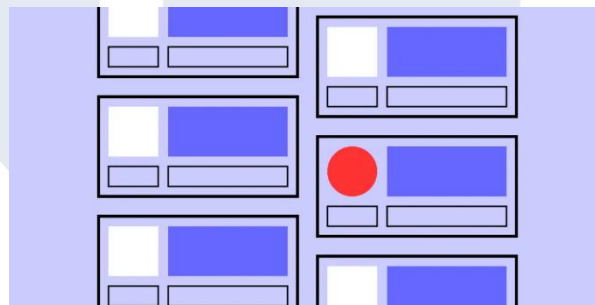
User interface adalah visual dari sebuah produk digital yang membantu terciptanya sebuah interaksi *user-digital product* yang lancar (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 16). Sebuah desain visual yang dimiliki oleh *user interface* memerlukan gaya yang unik, terbaca, dan tidak menggunakan elemen visual yang berlebihan. *User interface (UI)* yang menarik memerlukan perpaduan dari warna, tipografi, interaksi, *layout*, serta gaya visual yang akan menjadi sebuah proses yang terus berlanjut dan berkembang. Pada sub-bab ini, penjelasan mengenai prinsip yang menjadi pedoman UI dan elemen UI yang membentuk tampilannya akan dilakukan.

2.2.1.1 Prinsip UI

Prinsip UI merupakan pedoman yang digunakan untuk menciptakan *user interface* yang menarik dan mudah digunakan. Selain itu, prinsip ini membantu penciptaan UI yang mendukung tingkat *usability* atau kegunaan yang tinggi. Berikut merupakan penjelasan dari setiap prinsip (Manurung et al., 2025, h. 16-18):

1. *Consistency*

Setiap elemen visual yang dimiliki oleh sebuah UI harus ditampilkan dan berfungsi secara seragam di dalam sebuah *website*. Hal yang dimaksud adalah penggunaan warna, tata letak, atau *icon* yang digunakan tidak berubah – ubah di setiap laman *website*.

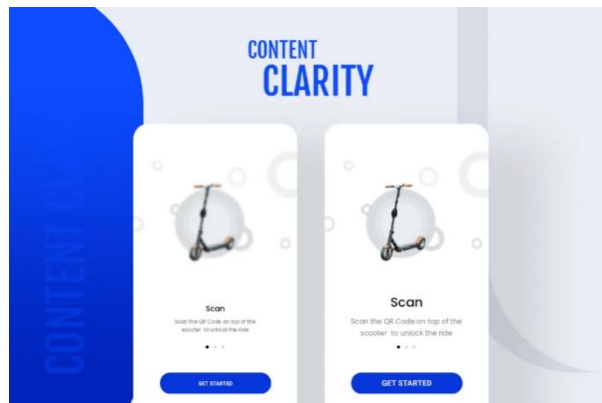


Gambar 2. 3 Contoh *Consistency* pada *Website*
Sumber: <https://www.google.com>

Hal ini dilakukan agar *user* dapat menerima pengalaman yang lebih mudah dan efisien. Selain itu, penampilan dan fungsi yang seragam memudahkan *user* dalam mengingat dengan *interface* dan tidak kebingungan untuk menggunakannya.

2. *Clarity*

Prinsip ini digunakan untuk memastikan penyampaian informasi yang mudah dimengerti oleh *user*. Informasi pada sebuah *interface* tidak berakhir di konten atau pembahasan topik yang diutarakan di dalam *website*.



Gambar 2. 4 Contoh *Clarity User Interface*
 Sumber: <https://www.google.com>

Informasi yang dimiliki oleh sebuah *interface* juga memerlukan kejelasan mengenai navigasi *website*, elemen *interface*, dan elemen-elemen lain yang digunakan. Kejelasan yang diberikan ini akan menciptakan *website* yang lebih efektif dan pengalaman penggunaan *website* yang lebih efisien.

3. *Visual Hierarchy*

Prinsip ini mengatur urutan dari elemen yang ada di dalam *website*. Pengurutan dilakukan dengan menentukan tingkat kepentingan elemen sehingga informasi yang diterima oleh *user* dapat diterima dengan lebih efektif.

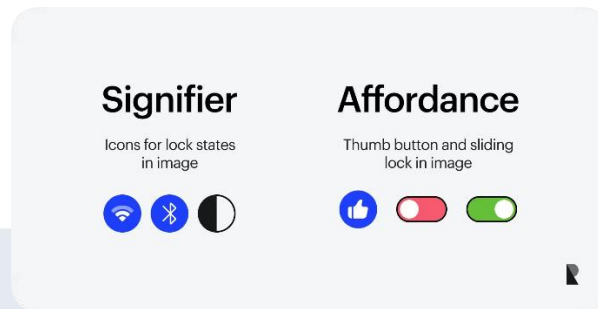


Gambar 2. 5 Contoh *Visual Hierarchy User Interface*
 Sumber: <https://www.google.com>

Visual hierarchy juga mengatur bagaimana visual dari setiap elemen. Misalnya elemen judul memiliki font yang lebih besar atau menggunakan warna yang berbeda dengan elemen konten informasi karena judul merupakan informasi terpenting yang perlu diketahui oleh *user* untuk memahami tujuan *website*.

4. *Affordance dan Signifier*

Affordance adalah sebuah fitur yang memungkinkan sebuah tindakan dilakukan kepada elemen UI agar *user* memahami cara penggunaan sebuah elemen.



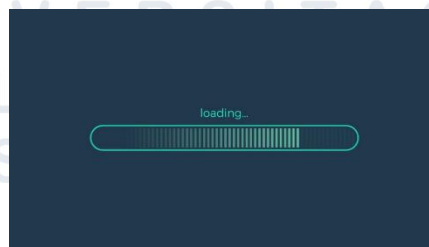
Gambar 2. 6 Contoh *Signifier* dan *Affordance*
Sumber: <https://www.google.com>

Selain contoh pada gambar, contoh lain dari sebuah *affordance* adalah tombol berbentuk 3D atau tombol dengan bayangan sehingga *user* mengetahui bahwa elemen tersebut dapat ditekan.

Sementara itu, *Signifier* adalah petunjuk yang memberitahu keberadaan *affordance*. Contoh dari sebuah *signifier* adalah teks perintah atau label yang ada pada tombol.

5. *Feedback*

Feedback design UI memberikan informasi mengenai apa yang sedang terjadi ketika *user* berinteraksi dengan *interface website*. Tujuan dari adanya *feedback* ini adalah agar *user* tidak kebingungan dan pengalaman penggunaan *website* dapat menjadi lebih efisien.



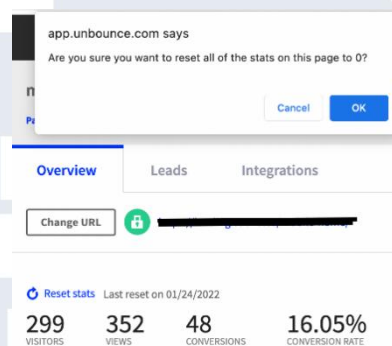
Gambar 2. 7 Contoh *Feedback User Interface*
Sumber: <https://www.google.com>

Sebuah *feedback* dapat berupa animasi seperti transisi ketika tombol ditekan atau sedang *loading*, perubahan warna ketika

tombol ditekan atau ketika sebuah proses sedang terjadi, pesan yang menjelaskan apa yang terjadi ketika sebuah tindakan berhasil atau gagal, dan lainnya.

6. *User Control dan Freedom*

Prinsip ini digunakan agar *user* dapat memiliki kendala atas tindakan mereka di dalam sebuah *interface website*. Selain itu, *user control* dan *freedom* juga membantu *user* ketika ingin membatalkan atau mengulang sebuah tindakan dalam *interface website* tersebut.

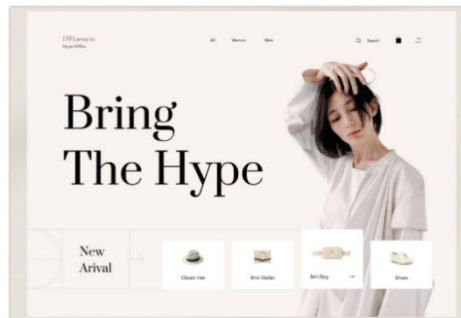


Gambar 2. 8 Contoh *User Control User Interface*
Sumber: <https://www.google.com>

Prinsip ini dapat diterapkan melalui penciptaan *cancel* atau *redo button*, mengkonfirmasi tindakan penting, dan lainnya.

7. *Minimalist dan efficiency*

Prinsip *minimalist* di dalam sebuah desain UI digunakan untuk menekankan kesederhanaan dan penggunaan ruang negatif pada desain. Tujuan dari prinsip ini adalah untuk menciptakan *interface* yang bersih dan mudah dinavigasi sehingga *user* dapat menggunakan *website* dengan lebih mudah.



Gambar 2. 9 Contoh Tampilan *User Interface* yang minimalis dan efisien
Sumber: <https://blog.magezon.com>

Prinsip *efficiency* digunakan untuk mengurangi gangguan yang mungkin ada ketika *user* menggunakan *website*. Contoh penggunaan prinsip ini adalah dengan menghilangkan elemen yang tidak perlu digunakan atau hanya bersifat dekoratif yang berlebihan.

2.2.1.2 Elemen UI

1. *Color*

Penentuan warna merupakan salah satu hal terpenting dalam proses desain. Hal ini disebabkan karena warna akan menentukan tampilan dan suasana dari *interface website*. Elemen ini juga bisa menjadi salah satu cara *user* mengingat *website*. Penentuan warna harus mengikuti preferensi target, pesan yang ingin disampaikan, dan emosi yang ingin diperlihatkan (Malewicz & Malewicz, 2020, h.95).

Untuk menciptakan keselarasan di dalam warna – warna yang digunakan, sebuah *interface* memerlukan *color palette*. Hal ini juga ditujukan agar terdapat konsistensi warna yang digunakan, adanya hirarki warna yang dapat digunakan untuk menunjuk kepada informasi – informasi penting atau informasi penjelasan, dan warna yang digunakan untuk mendefinisikan sebuah interaksi (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 109).



Gambar 2. 10 User Interface Color Ratio

Sumber: <https://miro.medium.com>

Penciptaan *color palette* yang selaras dapat menggunakan *golden ratio* warna dengan bobot 60% warna dominan, 30% warna sekunder, dan 10% warna aksen. Ada beberapa jenis *colour palette* seperti (Wardaya, 2023, h.19):

- a) *Monochromatic palette* yang menggunakan variasi dari satu warna.
- b) *Analogous palette* yang menggunakan tiga warna yang berdekatan pada *color wheel*.
- c) *Complementary palette* yang menggunakan 2 warna kontras.
- d) *Triadic palette* yang menggunakan segitiga warna pada *color wheel*.
- e) *Split-complementary* yang mengutamakan satu warna dan memilih 2 warna lain yang kontras dengan warna tersebut.
- f) *Rectangular palette* yang ditentukan dengan penggunaan persegi panjang sehingga terdapat 4 warna dari *color wheel* yang digunakan.
- g) *Square palette* yang memilih warna dengan menggunakan sudut siku – siku yang membentuk persegi.

Ada pula warna – warna yang umum digunakan di dalam sebuah *interface* seperti penggunaan warna hijau atau biru untuk status interaksi yang berhasil, warna merah untuk status interaksi yang gagal, warna abu – abu dan biru untuk status interaksi yang netral, dan warna oranya atau kuning untuk status yang bersifat peringatan. Selain itu, ada pula penggunaan *gradient* pada *interface website*. *Gradient*

digunakan untuk memberi kesan *icon* atau fitur ini dapat ditekan dan mengarahkan *user* kepada fitur. Beberapa tipe *gradient* yang umum dipakai adalah *linear gradient* yang menciptakan warna *gradient* yang lurus ke atas – bawah atau kiri – kanan dan *radial gradient* yang menciptakan perubahan warna dari dalam ke luar atau sebaliknya.

2. *Icon*

Icon adalah simbol grafis kecil yang menggambarkan sebuah fitur atau status di dalam *website*. Bentuk *icon* lebih baik diciptakan sesuai dengan analisis yang dilakukan terhadap *user*.



Gambar 2. 11 *Icon* yang umum digunakan
Sumber: <https://www.shutterstock.com>

Icon juga akan lebih baik apabila diciptakan secara sederhana atau ditambahkan dengan deskripsi teks agar pemaknaan *icon* tidak salah (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 168). Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan ketika menciptakan sebuah *icon* seperti:

- a) *Detail icon*. Umumnya *icon* digambarkan secara *simple*, namun dapat juga berbentuk realistis apabila diperlukan.
- b) *Solid vs outline icon*. *Icon* dapat berupa bentuk yang diisi warna atau *outline* dari bentuk tersebut.
- c) *Roundness*. Hal ini mengindikasikan kepada sudut dari *icon*. Penggunaan sudut yang lancip cocok untuk *website* yang memiliki kesan serius, sementara penggunaan sudut yang tumpul cocok untuk *website* dengan kesan ramah.
- d) *Consistency*. Gaya visual *icon* sebuah *website* harus konsisten agar tidak menciptakan visual yang terkesan kacau.
- e) *Legibility*. Gaya visual sebuah *icon* harus dicoba dalam berbagai situasi. Hal ini dilakukan agar mengetahui apakah *icon* dengan

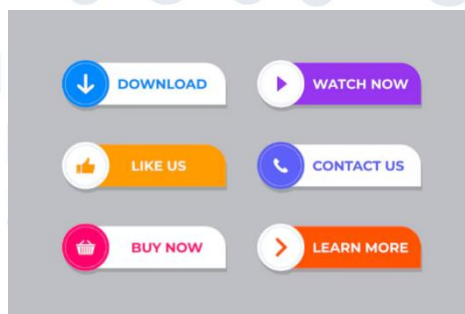
ukuran yang lebih kecil akan kehilangan detailnya atau apakah *icon* akan terlihat buram pada beberapa teknologi dengan kualitas *screen* yang kurang baik.

- f) *Bounding Box*. Hal ini mengacu kepada area yang aman digunakan untuk *icon*. Umumnya hal ini digambarkan dengan bentuk persegi yang kemudian disesuaikan dengan bentuk *icon*.

Selain digunakan sebagai penggambaran sebuah fitur atau status, *icon* juga digunakan untuk meminimalisir penggunaan *space* pada sebuah *website*. Hal ini juga berpengaruh kepada visual *website*. Sebuah *set icon* akan menciptakan kesan visual yang lebih *aesthetic* untuk dilihat.

3. *Call to Action Buttons*

Call to Action button adalah sebuah elemen interaktif yang akan memicu sebuah tindakan. Misalnya *save button* yang akan menyimpan suatu hal atau *cancel button* yang akan membatalkan sebuah tindakan. Sebuah hal penting yang perlu diperhatikan ketika menciptakan *button* adalah visual yang menonjol agar tidak terlihat sebagai sebuah elemen *decorative* yang tidak dapat ditekan atau digunakan. Bentuk yang umumnya dimiliki oleh sebuah *button* adalah persegi panjang dengan sudut yang lancip atau sudut yang tumpul atau penggunaan garis bawah pada sebuah *link*.



Gambar 2. 12 Contoh *Call to Action Button*
Sumber: <https://img.freepik.com>

Penciptaan sebuah *button* harus dilakukan dengan mengingat elemen apa yang cocok dengan *brand* dan *interface*

website yang dirancang. Kemudian, ada juga penggunaan margin pada bagian kanan dan kiri *button* lebih baik berukuran 2x lebih besar dibanding margin atas dan bawah dari *button* tersebut. Penggunaan teks pada *button* perlu diatur agar berada di tengah bentuk *button* tersebut. Terakhir, ukuran *button* perlu diperhatikan agar tidak terlalu sehingga susah untuk menekan *button*.

4. Animation

Animation adalah perubahan keadaan sebuah elemen visual seperti perubahan ukuran, posisi, atau bentuknya. Fungsi *animation* adalah untuk membantu navigasi *website*, memberikan informasi mengenai *progress* sebuah tindakan, atau dapat juga digunakan sebagai estetika *website*. Namun penggunaan *animation* sebaiknya digunakan apabila diperlukan. Apabila terdapat penggunaan *animation* yang terlalu banyak, maka desain akan menjadi sulit dipahami dan dapat terasa lambat.

5. Fotografi

Fotografi adalah seni pengambilan gambar yang diciptakan manusia untuk berkomunikasi, merayakan, dan mengingat segala macam hal atau informasi. Sebuah foto dapat menjadi bukti konkrit terhadap sebuah data lapangan di dunia (Hirsch & Erf, 2018, h. 2). Kualitas sebuah fotografi didasari oleh cara seorang fotografer memanfaatkan cahaya di sekitar objek foto dan kemahirannya dalam mengoperasikan sebuah kamera. Apabila fotografer tersebut menghasilkan sebuah foto dengan kualitas yang baik, maka elemen tersebut dapat membantu penciptaan suasana media yang lebih aktif.

6. Ilustrasi

Ilustrasi dapat digunakan untuk menciptakan keunikan tersendiri sehingga sebuah media menjadi berbeda dengan media lainnya. Selain itu, ilustrasi yang diciptakan juga dapat memastikan bahwa gambar sesuai dengan suasana, estetika, dan identitas brand yang ingin diperlihatkan pada media tersebut (Malewicz & Malewicz,

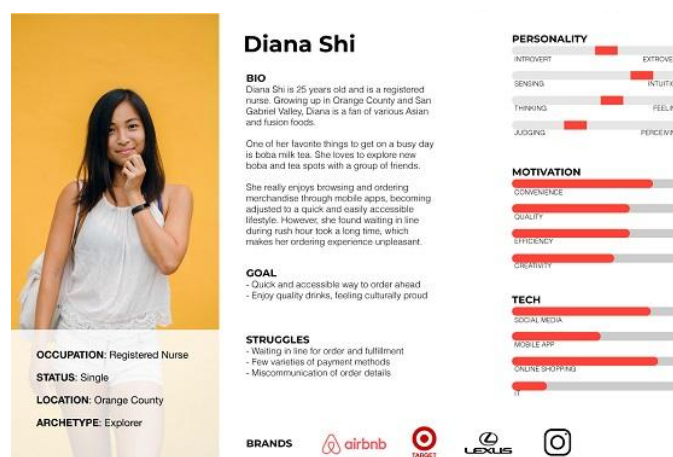
2021, h. 326). Untuk menciptakan sebuah ilustrasi yang baik, konsistensi antara bentuk, warna, dan gaya visual pun harus dipastikan sama atau terlihat sebagai sebuah kesatuan. Ilustrasi juga dapat digunakan untuk mengisi sebuah ruang kosong pada media atau mempermudah penyampaian informasi kepada *user*.

2.2.2 User Experience (UX)

User Experience atau UX adalah faktor *website* yang berhubungan dengan pengalaman yang dialami oleh *user* ketika menggunakan *website* (Kapadia, 2024). Faktor ini berpengaruh kepada cara penggunaan dari *website* dan bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang positif.

2.2.2.1 User Persona

User persona diciptakan untuk menggambarkan tipe *user* yang berbeda – beda agar penciptaan *website* dapat disesuaikan dengan kebutuhan dari grup *user persona* yang spesifik tersebut (Legarski & Hamzic, 2024). Selain itu, *user persona* juga dapat digunakan untuk lebih memahami target pasar. Hal ini terjadi karena *user persona* berisi riset mengenai target termasuk kebutuhan, preferensi, dan pola perilaku target.



Gambar 2. 13 Contoh *User Persona*

Sumber: <https://glints.com>

Di dalam *user persona*, terdapat beberapa informasi yang wajib ada, berikut merupakan informasi – informasi tersebut (Ksbadmin, 2023):

1. Identitas konsumen.
2. Motivasi konsumen menggunakan produk atau jasa.
3. Pengetahuan yang dimiliki konsumen mengenai brand.
4. Besar keinginan konsumen terhadap produk atau jasa.
5. Tinggi nilai kebutuhan konsumen terhadap produk atau jasa.

2.2.2.2 User Journey

User Journey memiliki keterkaitan dengan *user flow* dan *user persona* sehingga dapat diketahui kemungkinan alur yang akan dilalui *user* ketika menggunakan *website* (Stimac & Gustafson, 2023, h. 97).



Gambar 2. 14 Contoh *User Journey*
 Sumber: <https://buildwithangga.com>

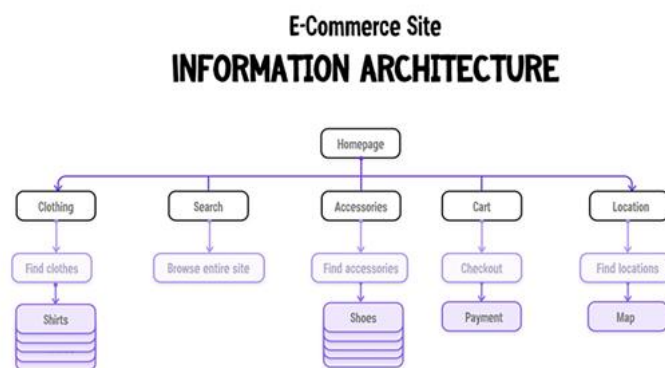
User Journey menggunakan 5 tahap untuk mengetahui interaksi yang dilakukan selama menggunakan *website* (Märtnin et al., 2021, h. 1050):

- a) *Awareness*: Tahap ini merupakan pertama kali *user* mengetahui dan tertarik dengan produk atau jasa yang diberikan.
- b) *Consideration*: Tahap dimana *user* mempertimbangkan pembelian atau penggunaan produk atau jasa yang ditawarkan.
- c) *Intent to Purchase*: Tahap dimana *user* mulai ingin melakukan pembelian produk atau penggunaan jasa.
- d) *Conversion*: Tahap dimana *user* semakin yakin untuk membeli produk atau menggunakan jasa.

- e) *Post Purchase*: Aktivitas yang dilakukan setelah terjadi pembelian produk dan penggunaan jasa. Contoh dari tahap ini adalah memulai penggunaan jasa, memberikan *review* jasa, dan sebagainya.

2.2.2.3 Information Architecture

Information Architecture adalah proses organisasi data *website* untuk mendukung pencarian dan pemahaman informasi *website* dengan lebih baik (Rosenfeld et al., 2021, h. 24).



Gambar 2. 15 Contoh *Information Architecture*
Sumber: <https://cms-assets.tutsplus.com>

Pengorganisasian data yang dilakukan akan bermanfaat bagi *user* agar penelusuran *website* dapat dibaca dan diaphami dengan lebih baik. *Information Architecture* terdiri dari beberapa aspek sebagai berikut (Segara, 2019, h. 454):

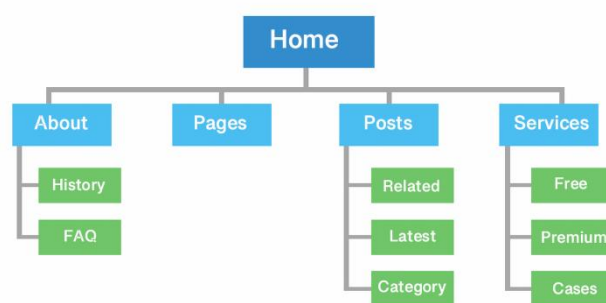
1. *Structure*: Menyusun konten dan fitur di dalam halaman sebuah *website* agar *user* dapat menggunakan dan memahami *website* dengan lebih mudah.
2. *Content*: Mengatur konten yang ada di dalam *website*. Konten – konten tersebut mencakup teks, gambar, *video*, audio, grafik, dan informasi lain yang dimasukkan ke dalam *website*.
3. *Informational Hierarchy*: Mengatur urutan konten. Konten diatur agar *user* dapat melihat informasi yang paling penting di tempat yang mudah dilihat agar *user* dapat membaca secara terstruktur dan memahami informasi dengan lebih mudah.

4. *Functionality*: Memastikan *button* interaktif yang ada pada *website* dapat digunakan dengan baik oleh *user*.
5. *Behaviour*: Cara untuk mengatur respon dari *website* setelah sebuah *CTA button* ditekan.

Penciptaan *information architecture* yang baik akan sangat berpengaruh kepada pengalaman pengguna yang efisien (Veljanovska, 2020). Selain bermanfaat untuk mencari informasi secara terorganisir, aspek ini juga meningkatkan efisiensi karena mereka dapat menemukan dan mencari informasi dengan baik. Faktor *information architecture* yang baik juga memudahkan *user* dalam mencari *website* melalui *SEO* (*Search Engine Optmization*). Hal ini disebabkan oleh kemudahan *SEO* untuk mengerti dengan jelas konten dari *website* dan mengarahkannya kepada *user* yang membutuhkan (Kaur, 2024).

2.2.2.4 Sitemap

Sitemap dapat digambarkan sebagai sebuah *outline* dari *website* dan pengurutan informasi yang ada pada *website* tersebut (DeRosa, 2024). Selain itu, *outline* yang diciptakan juga harus mencakup *functionality* atau fungsi yang ingin dicantumkan ke dalam *website*.



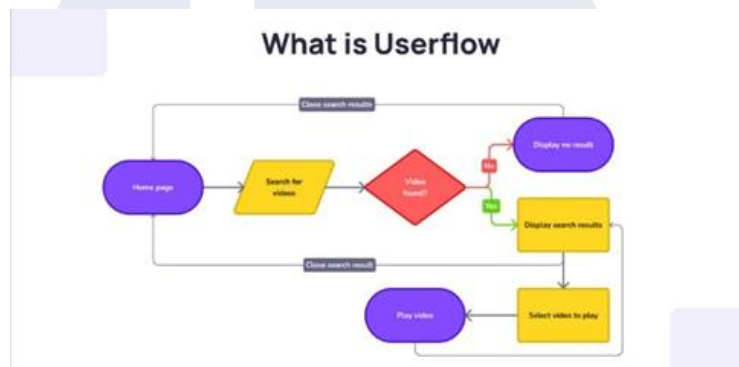
Gambar 2. 16 Contoh *Sitemap*
Sumber: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com>

Sitemap dapat disketsa menggunakan bentuk persegi panjang yang diisi dengan nama dari konten yang disambungkan dengan konten lain dengan sebuah garis. Garis yang dihubungkan ke arah bawah

menunjukkan bahwa informasi tersebut akan muncul ketika judul dari konten paling atas diteken oleh *user* (Chavan, 2022).

2.2.2.5 User Flow

User flow adalah diagram yang menunjukkan alur interaksi antara *user* dengan *website* (Aziza et al., 2024). Aspek ini memberikan gambaran alur yang akan dilalui oleh *user* ketika menggunakan *website*, misalnya di mana dia akan memulai melihat *website* dan pada halaman *website* mana perjalanan *user* akan berakhir.



Gambar 2. 17 Contoh *User Flow*
Sumber: <https://www.visily.ai>

Sitemap juga memudahkan penentuan konten dan fitur yang akan dimasukkan ke dalam halaman *web* tersebut. *User flow* yang detail dapat memberikan gambaran luas mengenai efektifitas dari *website* yang telah dirancang (Yudhanto & Susilo, 2024).

UI dan UX yang baik akan menciptakan interaksi yang mudah antara produk dengan pengguna. UI atau *user interface* berfokus kepada pengaturan elemen visual dari sebuah produk yang menarik dan efisien untuk menyampaikan informasi. UI juga memiliki prinsip yang harus diikuti yaitu konsistensi elemen, kemudahan konten dimengerti, hirarki visual yang mengatur alur penerimaan informasi, petunjuk elemen interaktif, elemen respons, elemen kontrol untuk *user*, dan efisiensi penggunaan ruang. Prinsip-prinsip ini menciptakan UI yang efektif.

Elemen UI mencakup beberapa hal seperti warna yang disarankan untuk mengikuti teori 60-30-10 atau *golden ratio* warna agar

harmonis. Kemudian, *icon* yang diciptakan harus menggambarkan fitur *website* dengan mudah. Ketiga, terdapat *button* pada *website* harus dapat dilihat dan digunakan dengan visual yang sesuai. UI yang baik juga harus memperlihatkan keadaan setelah *user* melakukan interaksi dengan sebuah elemen. Terdapat pula penggunaan fotografi dan ilustrasi dengan tujuan mempermudah penyampaian informasi dan menciptakan suasana yang lebih aktif pada UI tersebut.

UI atau *user experience* berfokus kepada pengalaman yang dilalui *user* selama menggunakan *website*. Untuk menciptakan UX yang baik, diperlukan *user persona* yang menggambarkan kebutuhan target serta *user journey* yang memperlihatkan alur target untuk mendapatkan kebutuhannya. Sementara itu, diperlukan pula *information architecture* yang memastikan tidak ada informasi yang terlewat. Informasi-Informasi tersebut kemudian disusun di dalam *sitemap* sebuah *website* yang kemudian dihubungkan dengan penciptaan *user flow*.

2.3 Elemen Grafis *Website*

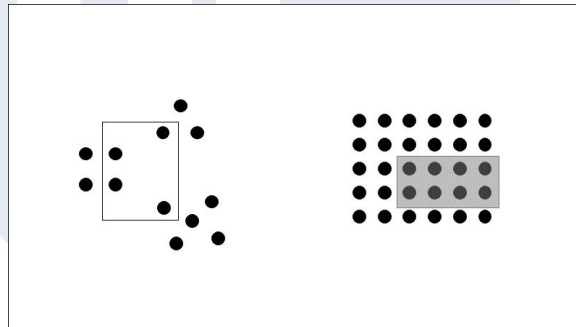
Elemen grafis adalah unsur visual yang dimiliki sebuah desain. Dalam desain *website*, elemen grafis berfungsi untuk mempermudah akses informasi, memahami konten yang dituliskan, dan menjadi panduan *user* ketika menggunakan media (Kurniasih et al., 2024). Melalui sub-bab ini, elemen grafis yang digunakan akan dijelaskan secara rinci.

2.3.1 Teori *Gestalt*

Teori *gestalt* dimulai dari penemuan data bahwa otak manusia dapat menggabungkan garis, bentuk, dan warna yang terpisah-pisah menjadi sebuah kesatuan. Penggunaan teori *gestalt* menggunakan sebuah *framework deskriptif* atau kerangka yang menggambarkan sebuah pola persepsi *user* ketika menggunakan *website*. Sub – bab ini akan menjelaskan mengenai prinsip – prinsip dari teori *gestalt* (Johnson, 2021):

1. *Proximity*

Prinsip ini mengacu kepada bagaimana jarak antara objek dapat mempengaruhi persepsi manusia untuk melihat apa adanya pengelompokan objek atau tidak. Apabila jarak antara objek cukup dekat, maka objek – objek tersebut akan dilihat sebagai sebuah kesatuan. Sebaliknya, apabila jarak antara objek diciptakan berjauhan, maka manusia akan melihat objek – objek tersebut sebagai individu tersendiri yang tidak memiliki keterkaitan. *Proximity* dapat digunakan untuk mengatur *layout* dengan pengaturan spasi dari panel kontrol tanpa perlu menggunakan kotak grup atau *border* yang dapat dilihat mata.

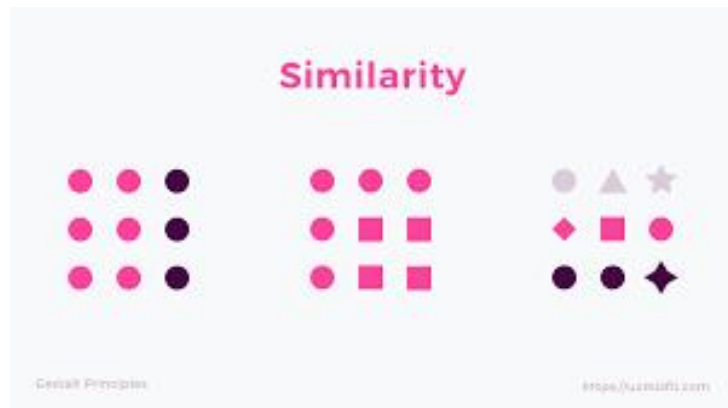


Gambar 2. 18 Prinsip *Proximity*
Sumber: <https://erry-ricardo.com>

Prinsip ini juga dapat diterapkan untuk menentukan hierarki kelompok sebuah desain visual. Tujuan lain dari digunakannya prinsip *proximity* adalah untuk menghindari tampilan visual yang terlihat berantakan dan mengurangi elemen yang tidak dibutuhkan.

2. *Similarity*

Similarity menunjuk kepada kemiripan objek yang menciptakan kesan sebagai satu kelompok yang sama. Kemiripan objek dapat dilihat dari bentuk, ukuran, warna, atau gaya visual objek tersebut.

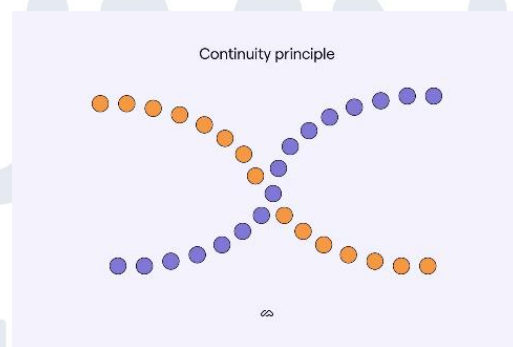


Gambar 2. 19 Prinsip *Similarity*
Sumber: <https://sp-ao.shortpixel.ai>

Contoh dari penggunaan prinsip ini terletak kepada *gmail* dimana kelompok *email* dengan teks biasa mengindikasikan *mail* tersebut telah dibaca, sementara kelompok *email* dengan teks di-*bold* mengindikasikan *mail* tersebut belum dibaca.

3. *Continuity*

Continuity mengindikasikan kecenderungan mata manusia untuk mengikuti sebuah pola yang berkelanjutan. Misalnya, mata manusia melihat kelompok elemen yang sejajar sebagai sebuah bentuk atau hal yang berkelanjutan.

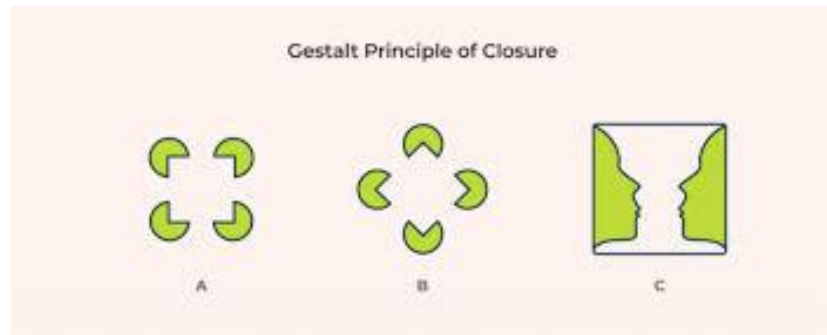


Gambar 2. 20 Prinsip *Continuity*
Sumber: <https://www.datocms-assets.com>

Tujuan dari prinsip ini adalah untuk memastikan adanya alur informasi pada desain yang dapat dilihat oleh mata. Dalam UI/UX, contoh dari hal ini mengacu kepada menu navigasi yang umumnya terletak di bagian atas *website*.

4. Closure

Prinsip ini mengacu kepada otak manusia yang melengkapi bentuk yang tidak lengkap sehingga terlihat utuh. Tujuan dari *closure* adalah untuk membantu penciptaan visual yang lebih sederhana, namun tetap dapat dimengerti.



Gambar 2. 21 Prinsip *Closure*
Sumber: <https://sis.binus.ac.id>

Prinsip ini efektif untuk penggunaan *icon* yang *minimalist*. *Icon minimalist* menggunakan potongan gambar yang mendeskripsikan sebuah hal dengan mudah untuk dipahami oleh *user*.

5. Symmetry

Prinsip ini memperlihatkan cara kerja otak yang menafsirkan sebuah hal kompleks menjadi lebih sederhana karena lebih mudah untuk diingat. Prinsip *symmetry* juga menciptakan keharmonisan visual dari sebuah desain sehingga visual pun menjadi lebih indah untuk dipandang. Penggunaan prinsip ini dapat dilihat secara nyata melalui penggunaan *layout* dan *grid* dari *website*.

6. Figure/Ground

Prinsip ini mengindikasikan persepsi mata yang membagi *visual* menjadi *figure* atau objek fokus dan *ground* yang merupakan *background*. Mata melihat elemen – elemen kecil yang ada di dalam sebuah elemen besar sebagai objek utama yang harus diperhatikan.



Gambar 2. 22 Prinsip *Ground* dan *Figure*
Sumber: <https://assets.toptal.io>

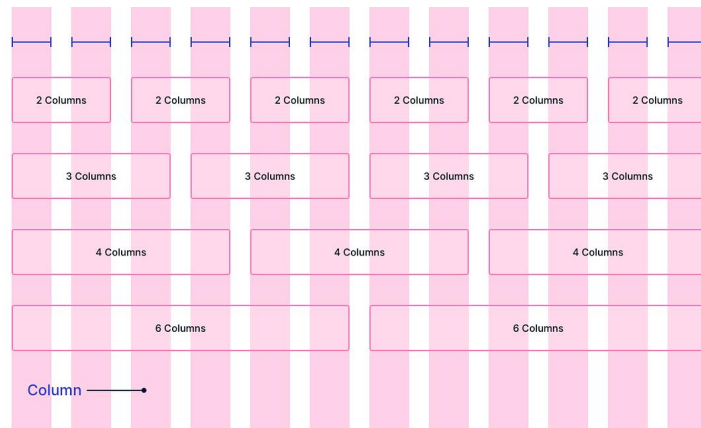
Dalam perancangan *website*, hal ini mengacu kepada penggunaan *background website* dan konten yang tertera pada *background* tersebut. Untuk memastikan penggunaan *ground* dan *figure* yang baik, kontras antara kedua elemen ini perlu diperhatikan agar tetap terlihat atau terbaca.

7. *Common Fate*

Prinsip ini berarti otak akan melihat pergerakan serentak sebagai hubungan antara objek yang ada. Pada perancangan *website*, prinsip ini diterapkan di dalam animasi yang ada pada *website*. Namun penggunaan animasi yang serentak harus tetap diperhatikan agar tidak mengganggu keterbacaan *website* dan tidak terkesan sebagai hanya sebuah hal *decorative* yang membingungkan *user*.

2.3.2 *Layout & Grid*

Grid adalah struktur garis yang membantu pengaturan *layout* sebuah desain. Tujuan dari dibentuknya *grid* adalah untuk membantu penciptaan hirarki antara elemen agar *user* mudah memahami desain tersebut. Penggunaan *grid* juga membantu konsistensi alur dari visual sebuah desain. Untuk membantu proses desain yang efektif, sebuah *grid* perlu diuji mengenai apakah dia cocok untuk halaman desain dengan konten – konten yang berbeda (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 58).



Gambar 2. 23 Contoh *Layout*
Sumber: <https://miro.medium.com>

Sebuah *grid* menggunakan *grid* horizontal dan *grid* layout. Pada *grid* horizontal, garis – garis lurus ke bawah. Penggunaan *grid* ini akan memisahkan kolom dan margin di antara kolom tersebut. Ada juga *grid* vertical yang menggunakan garis – garis lurus ke kanan. *Grid* vertical digunakan untuk mengatur tinggi elemen visual, *white space* yang digunakan pada *layout*, dan membantu *user* dalam memindai dan memahami informasi dari desain.

2.3.2.1 *Fluid Grid*

Fluid grid mengasumsikan adanya margin luar dan ukuran *grid* yang dapat disesuaikan dengan kolom dari sebuah *layout grid*. Penggunaan *grid* ini memudahkan pengaturan kembali pada gadget dan ukuran *screen* yang berbeda (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 60).

2.3.2.2 *Fixed Grid*

Fixed grid diciptakan dengan menentukan kolom serta jaraknya, ukuran ini tidak bisa diubah selama penciptaan media. Hal ini juga mengindikasikan tidak adanya perubahan pada *grid* walaupun ukuran *screen* yang digunakan berbeda. *Grid* jenis ini cocok untuk digunakan pada *website* karena adanya ukuran yang tetap pada *horizontal grid* yang digunakan (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 60). Hal ini mengatur lebar ruangan konten, terutama yang digunakan untuk konten teks akan tetap pada jarak yang nyaman untuk dilihat mata.

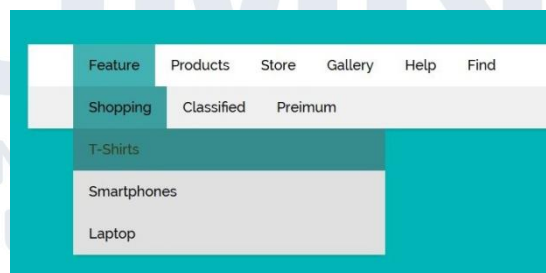
2.3.3 Navigation

Navigasi adalah sebuah hal penting yang perlu dirancang dan diatur untuk *website*. Elemen ini mengatur perpindahan *user* dari satu halaman *website* ke halaman *website* lainnya (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 281). Untuk itu, perancangan navigasi perlu diperhatikan agar tidak membingungkan dan membuat *user* menjadi frustrasi. Ada 3 jenis navigasi yang umum digunakan oleh *website*:

2.3.3.1 Visible Navigation

Navigasi ini akan dapat terlihat oleh *user* di dalam layar *website*. Jenis navigasi ini dinilai sebagai jenis navigasi yang paling ramah kepada *user* karena *user* tidak perlu mencari atau menebak cara untuk berpindah halaman (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 283). Contoh *visible navigation* yang paling sering ditemukan pada *website* adalah *text links*, *button*, atau *icon* yang ditempatkan pada *website*.

Visible navigation yang umum digunakan pada *website* berbentuk *sidebar*. *Sidebar* adalah navigasi yang muncul di bagian kiri atau kanan sebuah layar. Bentuk navigasi ini juga dapat mengakar kepada kategori lainnya namun hanya boleh diakarkan kepada 3 tingkat (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 291).

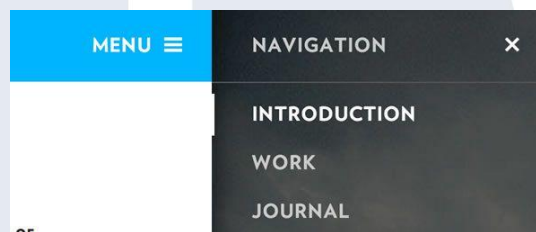


Gambar 2. 24 Contoh *Visible Navigation*
Sumber: <https://blog.magezon.com>

Dalam penciptaan navigasi ini, teks tidak boleh diberi jarak yang terlalu dekat karena akan sulit untuk dilihat atau menyebabkan penekanan tombol yang salah. Untuk membantu penciptaan *navigation bar* ini, penggunaan persegi panjang dapat digunakan untuk menciptakan *safe space* penekanan tombol setiap kategori *sidebar*.

2.3.3.2 *Hidden Navigation*

Hidden navigation mengacu kepada pola navigasi yang tidak terlihat secara langsung di layar *website*. Hal ini mengindikasikan diperlukannya sebuah tindakan untuk mengaktifkan pola navigasi ini. Salah satu *hidden navigation* yang umum digunakan disebut sebagai *hamburger menu*. *Hamburger menu* adalah sebuah *icon* dengan visual tiga garis horizontal yang ketika ditekan akan membuka navigasi *drawer* (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 293). Penempatan *hamburger menu* umumnya ditaruh pada sisi kanan atas sebuah *website*.



Gambar 2. 25 *Hidden Navigation*

Sumber: <https://speckyboy.com>

Navigation drawer yang terbuka setelah *hamburger menu* ditekan umumnya berisi daftar konten dari sebuah *website*. Konten tersebut dapat berbentuk teks atau *icon* yang menggambarkan konten. Elemen ini harus dibedakan dengan konten lain agar lebih menonjol ketika diaktifkan. Hal ini umumnya dilakukan dengan memberikan warna *background* yang berbeda. Cara untuk memunculkan *navigation bar* dapat dibagi menjadi 2 yaitu *overlay* atau menimpa konten dan *push* atau mendorong konten ke samping (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 294).

2.3.4 *Typography*

Elemen tipografi tidak hanya berfokus kepada pemilihan font yang menarik, namun juga kepada pemberian makna dan penciptaan hierarki informasi melalui pengaturan huruf yang digunakan. Tipografi adalah sebuah elemen yang sangat penting bagi penyampaian informasi. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan manusia untuk lebih memahami informasi yang disampaikan apabila dijelaskan melalui tulisan (Pradnyanita et al., 2024). Pada sub – bab ini, tipografi akan dijelaskan dengan lebih rinci.

2.3.4.1 *Prinsip Typography*

Dalam praktik tipografi, terdapat 4 prinsip yang harus diperhatikan yaitu (Iswanto, 2023):

1. *Legibility.*

Prinsip ini terkait dengan tingkat keterbacaan suatu huruf pada desain. Hal yang menentukan prinsip ini adalah anatomi yang dimiliki oleh huruf tersebut (Iswanto, 2023, h.54).

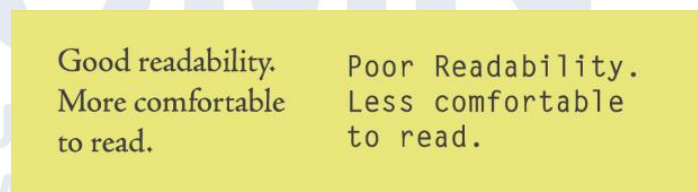


Gambar 2. 26 Contoh *Legibility*
Sumber: <https://tipspercetakan.com>

Tujuan dari prinsip ini adalah membantu target dalam membaca sebuah huruf yang akan menciptakan kata atau kalimat di dalam sebuah media.

2. *Readability*

Prinsip ini berfokus kepada tingkat keterbacaan susunan huruf yang membentuk sebuah kata atau kalimat.



Gambar 2. 27 *Readability*
Sumber: <https://miro.medium.com>

Ada beberapa aspek yang mempengaruhi tingkat keterbacaan sebuah susunan huruf yaitu (Iswanto, 2023, h.55-57):

- a. Ukuran teks. Teks yang berukuran lebih besar akan lebih mudah untuk dibaca dibanding teks dengan ukuran yang lebih kecil.

- b. *Proporsi typeface*. *Proporsi typeface* memiliki 2 jenis yaitu *condensed* dengan jarak yang rapat dan *expanded* dengan jarak yang lebar. Kedua hal ini akan menjadi hal yang berpengaruh negatif apabila digunakan secara berlebihan. Untuk itu, diperlukan penentuan proporsi yang seimbang agar jarak antar huruf tidak terlalu dekat atau terlalu lebar.
- c. *Kerning*. Aspek ini berfokus kepada jarak huruf I dengan huruf lainnya. Apabila *kerning* terlalu dekat, maka jarak I dengan huruf lain pun akan menjadi terlalu dekat, hal ini akan menyebabkan teks terasa berat. Sebaliknya apabila *kerning* terlalu jauh, jarak antara huruf I dengan huruf lainnya pun menjadi semakin jauh juga. Hal ini pun dapat menyebabkan pembacaan sebuah teks menjadi sulit untuk dilakukan. Untuk itu, pengaturan *kerning* perlu dilakukan secara kritis supaya jarak antar huruf seimbang dan nyaman untuk dibaca.
- d. *Letter Casing* atau gaya penulisan dengan penggunaan *uppercase* dan *lowercase*. Ada beberapa macam *letter case* yang umum digunakan:
- *Uppercase*: gaya penulisan yang keseluruhannya menggunakan huruf besar.
 - *Lowercase*: gaya penulisan yang keseluruhannya menggunakan huruf kecil.
 - *Normal case*: gaya penulis yang menggunakan huruf besar pada huruf di awal kalimat dan menggunakan huruf kecil pada sisa huruf lainnya.
 - *Camel case*: gaya penulisan yang menggunakan huruf besar pada huruf di setiap awal kata.

Penggunaan gaya *lowercase* lebih nyaman untuk penulisan teks yang panjang. Sementara itu, penggunaan

uppercase lebih cocok digunakan untuk penulisan judul agar terlihat mencolok.

- e. *Flush* atau *text alignment*. Aspek ini digunakan untuk pembentukan sebuah paragraf. Jenis – jenis *flush* yang umum ditemukan adalah rata kiri, rata tengah, rata kanan, dan *justified*. *Flush justified* akan menciptakan kalimat yang rata di bagian kiri dan kanan.
- f. *Leading* atau jarak antar baris dalam sebuah paragraf. Apabila *leading* diatur terlalu dekat, teks akan tampil terlalu padat sehingga tidak nyaman untuk dilihat. Sebaliknya apabila terlalu jauh, teks akan terlihat terpisah – pisah sehingga sulit untuk dibaca. Untuk itu, pengaturan aspek ini juga perlu dilakukan dengan kritis.

3. *Visibility*

Prinsip ini berfokus kepada tingkat keterlihatan teks dari jarak atau kondisi tertentu. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keterlihatan teks yaitu:

- a. Kontras antara warna teks dengan *background*. Apabila *background* dan teks menggunakan warna yang sama atau mirip, hal ini akan mengakibatkan *visibility* teks yang menurun. Untuk itu, diperlukan penggunaan warna yang kontras agar teks dapat dilihat dengan mudah.
 - b. Ukuran teks. Apabila menggunakan ukuran yang besar dan tinggi, teks dapat terlihat dari jarak yang lebih jauh. Namun apabila menggunakan ukuran yang kecil, teks akan sulit dilihat.
4. *Clarity* atau kemampuan teks dapat menyampaikan pesan dengan jelas. Prinsip ini mengacu pada penempatan kata dalam sebuah kalimat atau penempatan kalimat di dalam *layout*.

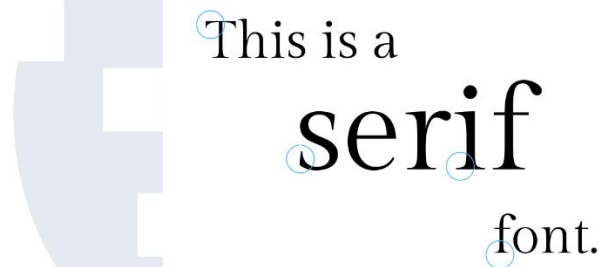
2.3.4.2 *Jenis Typeface*

Typeface adalah klasifikasi dari huruf – huruf yang ada. Klasifikasi ini didasari oleh karakteristik yang dimiliki oleh huruf – huruf

tersebut (Malamed, 2015). Perbedaan karakteristik yang dimiliki juga akan berpengaruh kepada kesesuaian font terhadap pesan yang ingin disampaikan. Terdapat 2 jenis typeface yang umum digunakan:

1. Serif

Serif adalah jenis huruf dengan sirip yang lancip di ujungnya. Jenis *typeface* ini juga memiliki kontras antara ketebalan yang digunakan pada huruf garisnya sehingga tingkat *readability*-nya tinggi (Anggraini & Nathalia, 2021, h.58).



Gambar 2. 28 Serif *Typeface*
Sumber: <https://static.fontstand.com>

Serif umumnya memberikan kesan yang klasik, resmi, dan elegan sehingga umum digunakan pada surat resmi, buku, atau kabar berita. *Typeface* jenis serif dapat kembali diklasifikasikan menjadi 4 jenis lainnya (Anggraini & Nathalia, 2021, h.59):

- a. *Old Style*: jenis huruf ini memiliki kaki berbentuk kurva yang terhubung dengan garis utama dari huruf tersebut.
- b. *Transitional*: Jenis huruf ini mengaitkan garis utama huruf dengan sebuah lengkungan dan memiliki sudut pada kaki hurufnya.
- c. *Modern*: Jenis huruf ini dibentuk dengan berbagai sudut sehingga terkesan lebih *modern*.
- d. *Slab serif*: Jenis huruf ini memiliki kaki yang lebih tebal dibanding jenis huruf lainnya.

2. Sans Serif

Jenis *typeface* ini tidak memiliki sirip di ujungnya dan memiliki ketebalan garis yang sama. Sans serif cocok apabila ingin memperlihatkan kesan kesederhanaan, modernitas, dan futuristik sebuah teks.



Sans Serif

Gambar 2. 29 Sans Serif *Typeface*
Sumber: <https://media.licdn.com>

Typeface sans serif umum digunakan pada desain digital karena tipe huruf yang lebih sederhana dan mudah dibaca walaupun menggunakan ukuran yang kecil (Anggraini & Nathalia, 2021, h.60). *Typeface* sans serif pun dapat dibagi menjadi 4 jenis:

- a. *Grotesque*: Adanya perbedaan ketebalan antara garis yang membentuk huruf tersebut.
- b. *Neo Grotesque*: Konstruksi huruf yang lebih halus dibanding *grotesque*.
- c. *Humanist*: Jenis huruf yang mirip dengan kaligrafi.
- d. *Geometric*: Konstruksi hurufnya dikembangkan dari bidang – bidang geometris.

Elemen grafis yang baik menciptakan visual yang mempermudah pemahaman konten sebuah media. Pertama, terdapat teori gestalt yang membantu sebuah *website* menjadi sebuah kesatuan sehingga target tidak merasa bingung. Kedua, *layout* yang digunakan oleh sebuah media untuk membantu desain terlihat rapi dan memiliki alur yang dapat diikuti oleh target. Ketiga, terdapat penggunaan navigasi atau elemen yang membantu target berpindah untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Terakhir, terdapat penggunaan tipografi atau

penentuan font dari media tersebut agar penyampaian informasi dapat dilakukan dengan jelas.

2.4 Baby daycare

Peraturan Menteri yang diciptakan oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (2024) mendefinisikan layanan *baby daycare* sebagai taman pengasuhan anak (TPA), fasilitas kesejahteraan yang digunakan untuk mengasuh dan membimbing anak ketika tidak bersama dengan orang tua. Sebutan dan definisi ini juga digunakan pada Standar Nasional Indonesia (SNI) yang ditetapkan oleh Badan Standardisasi Nasional (BNS). Standar tersebut mendefinisikan layanan *baby daycare* sebagai bagian dari TARA atau fasilitas kesejahteraan yang mengasuh dan membimbing tumbuh kembang anak berusia 0-6 tahun (Hamdanny & Hasanah, 2024). Anak-anak dalam jangka usia tersebut berada dalam masa *golden age* di mana kemampuan otak manusia untuk menyerap informasi sangat tinggi sehingga apapun yang diberikan akan berdampak besar kepada manusia tersebut di masa depan (Hamer et al., 2020).

2.4.1 Pedoman Standar Taman Asuh Ceria/Daycare Ramah Anak

Pedoman Standar Taman Asuh Ceria/ *Daycare* Ramah Anak diciptakan akibat tingginya angka layanan *baby daycare* dengan kondisi yang tidak baik. Kondisi yang tidak baik mengacu kepada keadaan berikut (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2023):

1. 44% layanan tidak memiliki legalitas operasional.
2. 20% tidak memenuhi standar layanan.
3. 80% kondisi layanan semakin memburuk.
4. 12% layanan tidak memiliki struktur organisasi.
5. 29,3 % tidak memiliki visi misi untuk menjalankan layanan.
6. 18% tidak memiliki program kerja.
7. 25% tidak memiliki standar operasional prosedur layanan.

Untuk memastikan berkurangnya keadaan-keadaan yang telah disebutkan, pemerintah menciptakan pedoman standar taman asuh ceria/

daycare ramah anak. Selain itu, pedoman ini juga digunakan untuk memastikan layanan *baby daycare* dapat mengasuh anak dengan aman dan baik. Pedoman ini menuliskan berbagai aspek yang dibutuhkan untuk menciptakan layanan *baby daycare* di Indonesia. Pengaplikasian pedoman ini wajib diamati dan dievaluasi oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KemenPPPA), Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Provinsi (Dinas PP-PA Provinsi), dan Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten/Kota (Dinas PP-PA Kabupaten/Kota).

Selain pengamatan dan evaluasi yang dilakukan oleh pihak yang bersangkutan, layanan juga diwajibkan untuk memiliki dokumen seperti akta notaris, badan hukum nirlaba, surat keterangan domisili, atau pengesahan dari instansi yang berwenang (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2023). Dokumen-dokumen tersebut memperlihatkan legalitas layanan *baby daycare* sebagai sebuah badan usaha. Layanan *baby daycare* di Indonesia harus mengikuti prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Non diskriminasi.

Layanan memperlakukan semua anak dengan adil. Perilaku ini harus dilakukan tanpa memandang ras, warna kulit, jenis kelamin, bahasa, agama, pandangan politik, harta dan kondisi fisik. Layanan *baby daycare* harus dapat menciptakan lingkungan yang membantu anak dalam belajar menerima dan menghargai perbedaan-perbedaan yang ada di antara mereka.

2. Kepentingan terbaik bagi anak dan keluarga.

Prinsip ini menjunjung layanan untuk memprioritaskan kebutuhan atau hal yang terbaik bagi anak. Hal ini sesuai dengan tujuan *baby daycare* yang membantu perkembangan anak. Selain mengutamakan kebutuhan anak, layanan ini juga harus mempertimbangkan kondisi orang tua yang menjadi klien mereka.

Namun pertimbangan atau konsiderasi yang diberikan kepada orang tua tidak boleh berakibat negatif kepada kondisi anak.

3. Hak hidup, kelangsungan hidup, dan perkembangan.

Layanan *baby daycare* wajib membantu anak agar dapat mengembangkan kondisi fisik, mental, spiritual, moral, psikis, dan sosial. Tujuan dari diciptakannya prinsip ini adalah untuk menjamin layanan dapat membantu anak mempersiapkan diri sebagai individu yang akan hidup dan bekerja di dalam masyarakat di kemudian hari. Kegiatan yang membantu perkembangan anak diwajibkan untuk tetap tidak mengorbankan anak dan menjaga harga diri anak.

4. Menghargai pandangan anak.

Prinsip ini memastikan anak tidak pasif, melainkan aktif selama menjalani kegiatannya di dalam layanan *baby daycare*. Melalui prinsip ini, layanan *baby daycare* diwajibkan untuk mendengarkan pendapat dan kebutuhan anak, serta membantu anak dalam menyampaikan perasaannya. Tidak hanya mendengarkan, layanan juga wajib untuk menyikapi, merespon, dan menangani hal-hal tersebut dengan serius. Prinsip ini tidak hanya berlaku di lingkungan *baby daycare*, tapi juga di dalam lingkungan keluarga dan masyarakat.

5. Mudah diakses.

Prinsip ini mengacu kepada ketersediaan *baby daycare* yang terjangkau dan tidak menyulitkan penggunaan layanan. Layanan yang terjangkau mengacu kepada kemudahan orang tua untuk menemukan layanan di sekitar tempat tinggalnya, memiliki biaya yang tidak berat, dan memiliki prosedur yang mudah untuk dilengkapi.

Peraturan yang diciptakan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak juga menyebutkan standardisasi yang wajib dipatuhi oleh layanan *baby daycare*. Berikut merupakan standardisasi penyelenggaraan layanan *baby daycare* berdasarkan Pedoman Standar Taman Asuh Ceria/ *Daycare* ramah anak (2023):

1. Standar Tingkat Pencapaian Pertumbuhan Anak (STTPA)

Standar ini hadir untuk memastikan layanan *baby daycare* tidak hanya bertugas untuk mengasuh, namun untuk membantu anak berkembang. Aspek-aspek perkembangan yang wajib distimulasi oleh layanan *baby daycare* adalah aspek fisik, motorik, kognitif, bahasa, sosial emosional, integrasi sensori, kemandirian, agama dan moral, serta seni dan budaya. Cara untuk mengembangkan aspek-aspek ini harus disesuaikan dengan tahap perkembangan setiap kelompok usia anak. Selain itu, kegiatan-kegiatan tersebut wajib menjunjung hak dan tidak merugikan anak.

2. Standar Isi

Melalui standar ini, pemerintah memastikan pemenuhan kebutuhan anak di dalam pengasuhan layanan *baby daycare*. Standar ini mendorong dilaksanakannya pengasuhan yang sesuai dengan tingkat pertumbuhan dan kebutuhan anak. Standar isi membantu perancangan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di dalam layanan.

3. Standar Proses

Standar ini mengatur cara layanan *baby daycare* melakukan pengasuhan kepada anak. Cara pengasuhan diwajibkan memberi ruangan yang dapat membantu anak berpartisipasi secara aktif. Penciptaan standar ini sesuai dengan prinsip TARA untuk menghargai pendapat atau apa yang anak inginkan.

4. Standar Penilaian

Standar penilaian mengacu kepada kriteria pengukuran hasil pengasuhan dari layanan *baby daycare*. Melalui standar ini, efektivitas dari kegiatan atau proses pengasuhan yang dilakukan oleh layanan *baby daycare* dapat dinilai. Kriteria penilaian tersebut dilakukan dengan mengacu kepada STTPA dari setiap kelompok usia anak.

Program layanan taman asuh ceria/ *daycare* ramah anak diwajibkan untuk melakukan kegiatan deteksi tumbuh kembang anak. Tujuan dari dilakukannya kegiatan ini adalah menemukan potensi diri atau potensi

hambatan pertumbuhan yang mungkin dialami oleh anak. Deteksi pertumbuhan tersebut dilakukan dengan melakukan pengukuran berat badan, tinggi badan, dan ukuran lingkar kepala anak setiap bulan. Selain itu, deteksi pertumbuhan dilakukan dengan memeriksa kesehatan dan kebersihan bagian kepala anak seperti rambut, mata, telinga, hidung, mulut, dan gigi dengan ukuran waktu sekali dalam seminggu. Pengecekan per minggu tersebut juga dilakukan dengan memeriksa bagian kuku, kulit, kaki, dan tangan anak.

2.4.2 Aspek Perkembangan Anak dalam Layanan *Baby daycare*

Layanan *baby daycare* merupakan jasa yang digunakan untuk menitipkan anak selama orang tua bekerja sehingga layanan ini harus dapat memastikan dipenuhinya kebutuhan dasar anak. Pemenuhan kebutuhan ini bertujuan untuk mendorong kemampuan anak untuk berkembang (Zainuddin et al., 2021). Cara untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah dengan menyediakan waktu istirahat yang cukup, makanan yang bergizi dan sehat, permainan atau kegiatan untuk individu dan kelompok, serta penjagaan higienitas anak. Untuk memastikan dilaksanakannya pemenuhan kebutuhan anak, layanan *baby daycare* perlu menciptakan sebuah jadwal kegiatan harian (Hapsari, 2024, h. 35).

Jadwal yang diciptakan juga akan memastikan dilaksanakannya permainan dan kegiatan edukatif yang diperlukan anak untuk berkembang (Syafri et al., 2022). Hal ini merupakan salah satu pertimbangan orang tua dalam menggunakan layanan *baby daycare*. Umumnya, penjelasan dan tata cara dilaksanakannya layanan akan dijelaskan di dalam sebuah kurikulum *daycare* (Kusuma et al., 2022, h. 164). Kurikulum yang digunakan oleh layanan *baby daycare* memiliki satu tujuan yaitu untuk mendorong anak mengembangkan aspek kehidupannya dengan berbagai kegiatan.

Selain itu, terdapat pula berbagai kegiatan yang digunakan oleh layanan *daycare* sebagai salah satu Pendidikan anak usia dini (PAUD) untuk mendorong perkembangan aspek kehidupan seorang anak (Chabibah et al., 2025). Seorang anak membutuhkan dorongan perkembangan pada 3 aspek kehidupan mereka yaitu:

2.4.2.1 Aspek Motorik

Perkembangan motorik bertujuan untuk meningkatkan kemampuan untuk mengendalikan gerakan tubuh. Selain itu, aspek perkembangan ini juga mencakup tumbuh kembang fisik anak seperti perubahan ukuran tubuh anak (Suryadin & Wahyuningsih, 2023). Untuk mendorong perkembangan motorik, diperlukan perkembangan di dalam kebugaran anak, keterampilan gerak, dan kendala gerak anak. Permendikbud no. 137 tahun 2024 menuliskan tingkat pencapaian perkembangan anak sebagai berikut (Rahman et al., 2020):

1. Meniru gerakan binatang, pesawat terbang, dan sebagainya.
2. Melakukan gerakan menggantung.
3. Melakukan gerakan melompat dan berlari secara terkoordinasi.
4. Melempar suatu hal secara terarah.
5. Menangkap suatu hal dengan tepat.
6. Melakukan gerakan antisipasi.
7. Menendang suatu hal dengan terarah.

Perkembangan aspek ini dibagi menjadi 2 yaitu motorik halus dan motorik kasar. Kemampuan motorik halus diperlukan oleh anak untuk melakukan berbagai aktivitas harian.



Gambar 2. 30 Aspek Motorik Halus
Sumber: <https://res.cloudinary.com>

Kemampuan ini memerlukan penggunaan otot kecil dan koordinasi mata – tangan yang cermat. Kemampuan ini digunakan untuk melakukan kegiatan-kegiatan sederhana seperti tangan, memegang sendok, memasang kancing, dan hal lainnya (Iswahyuni et al., 2023). Ada berbagai cara untuk meningkatkan kemampuan motorik halus anak. Beberapa di

antaranya meliputi menjiplak bentuk gambar, menempel gambar dengan tepat, menggambar, dan lainnya (Aguss, 2021).

Sementara itu, kemampuan motorik kasar adalah kemampuan manusia dalam menggunakan otot besar untuk melakukan berbagai kegiatan. Kemampuan ini berkaitan dengan koordinasi penggunaan otak, otot, saraf, dan sumsum tulang belakang (Rizki & Aguss, 2020).



Gambar 2. 31 Aspek Motorik Kasar
Sumber: <https://res.cloudinary.com>

Seorang anak memerlukan kegiatan fisik dan olahraga untuk mengembangkan kemampuan ini. Beberapa cara untuk mengembangkan kemampuan motorik kasar adalah dengan melompat, berlari, melempar, memanjat, dan kegiatan fisik lainnya (Candra et al., 2023).



2.4.2.2 Aspek Kognitif

Kemampuan kognitif adalah sebuah kemampuan yang berkaitan dengan aktivitas otak untuk dapat mengelola informasi, memecahkan masalah, mengingat berbagai macam hal, berimajinasi, dan hal lainnya (Laksana et al., 2021). Perkembangan kemampuan kognitif akan mendorong aktivitas mental yang lebih matang dan kompleks untuk memahami hal lain. Melalui kemampuan ini, anak-anak akan belajar untuk mengeksplorasi diri sendiri, orang lain, dan lingkungan sekitarnya. Perkembangan dari aspek ini dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor *nature* yang merepresentasikan aspek biologis yang diturunkan dari orang tua dan faktor *nurture* yang merepresentasikan aspek pengalaman yang diterima dari lingkungannya (Zainuddin et al., 2021).



Gambar 2. 32 Aspek Kognitif Anak
Sumber: <https://happyplayindonesia.com>

Buku Perkembangan Kognitif Anak Usia Dini (2023) menuliskan 4 aspek yang dapat digunakan untuk menilai perkembangan kemampuan kognitif anak:

1. Identifikasi pola. Melalui pengembangan aspek ini, anak dapat mengenali pola dari angka, simbol, gambar, atau sebuah kejadian.
2. Penalaran Deduktif. Kemampuan untuk mendapatkan informasi yang umum, berpikir secara logis, dan menghasilkan sebuah kesimpulan yang khusus.
3. Penalaran Induktif. Kemampuan untuk mendapatkan informasi secara spesifik, mengolah data, dan menciptakan kesimpulan yang lebih umum untuk diterapkan ke dalam kegiatan sehari-hari.

4. Pemecahan Masalah. Kemampuan untuk dapat mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data yang relevan, menghubungkan data – data tersebut, dan menciptakan solusi yang efektif untuk menyelesaikan masalah tersebut.

Demi peningkatan aspek ini, terdapat banyak kegiatan yang dapat dilakukan seperti bermain, membaca buku, mendengarkan musik, meminta anak bercerita, dan hal lainnya (Ifalahma & Retno, 2023). Melalui kegiatan – kegiatan ini, anak akan belajar untuk berpikir, membuat keputusan, dan menyelesaikan hal – hal yang mereka tentukan.

2.4.2.3 Aspek Sosial – Emosional

Aspek sosial – emosional adalah proses anak belajar mengenai diri sendiri, cara berhubungan dengan orang lain, dan mengelola perasaan atau emosi mereka (Linda & Mayar, 2022). Perkembangan aspek ini memerlukan interaksi dan lingkungan yang dapat mendukung anak sehingga anak dapat memiliki emosi yang stabil dan perilaku sosial yang kompeten (Dewi et al., 2020). Perkembangan aspek ini membantu anak menciptakan hubungan sosial yang baik dengan lingkungan sekitarnya.



Gambar 2. 33 Aspek Sosial-Emosional Anak
Sumber: <https://sumateraekspres.bacakoran.co>

Permendiknas no. 58 tahun 2009 memberikan penjelasan mengenai bagaimana mengidentifikasi perkembangan aspek sosial – emosional anak (Maghfiroh et al., 2020):

1. Dapat mengendalikan perasaan.
2. Menunjukkan rasa percaya diri.

3. Menunjukkan sikap mandiri dalam memilih kegiatan.
4. Mau berbagi, menolong, dan membantu individu lain.
5. Menunjukkan antusiasme dalam permainan kompetitif secara positif.
6. Mentaati aturan dalam sebuah permainan yang dilakukan.
7. Menghargai orang lain.
8. Menjaga diri sendiri dan lingkungan sekitar.

Anak membutuhkan dorongan untuk berinteraksi dengan individu lain. Permainan yang melibatkan interaksi dengan teman sebaya atau individu lain seperti permainan peran dapat membantu anak dalam membangun aspek ini. Kegiatan ini menciptakan peluang bagi anak – anak untuk mengambil dan melakukan berbagai macam peran, mendapatkan pengalaman dari peran yang diambil, dan mengenali reaksi yang dikeluarkan dalam situasi – situasi tertentu (Harianja et al., 2023).

2.4.3 Sarana dan Prasarana Layanan *Baby daycare*

Sebagai sebuah layanan penitipan anak yang digunakan untuk mengawasi dan merawat anak, sebuah layanan *baby daycare* perlu menciptakan lingkungan yang aman bagi anak. Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh layanan *baby daycare* adalah salah satu dari daya tarik *baby daycare* yang dapat membantu anak untuk menyukai dan merasa nyaman berada di dalam tempat layanan (Rizkita & Marlina, 2024).



Gambar 2. 34 Area Bermain di *Daycare*
Sumber: <https://blogger.googleusercontent.com>

Fasilitas yang dimiliki oleh layanan *baby daycare* umumnya mencakup ruang tidur, ruang bermain, kamar mandi atau ruang cuci tangan, dan ruang makan. Permedikbud no. 137 tahun 2014 mengungkapkan bahwa berbagai prasarana yang dimiliki oleh *baby daycare* (Adawiyah et al., 2024):

1. Memiliki jumlah ruang dan luas ruangan yang disesuaikan dengan jumlah anak yang ada. Seorang anak harus memiliki setidaknya 3 m untuk ruang gerak.
2. Sarana prasarana yang dimiliki harus bersih, sehat, nyaman, indah, dan aman untuk digunakan anak.
3. Sarana prasarana harus memanfaatkan potensi dan sumber daya dari lingkungan sekitarnya.
4. Memiliki ruang aktivitas dalam dan ruang aktivitas luar.
5. Memiliki fasilitas cuci tangan dengan air yang bersih.
6. Memiliki ruang guru.
7. Memiliki ruang UKS dengan fasilitas P3K.
8. Memiliki kamar mandi yang mudah dipantau dan memiliki air bersih.
9. Memiliki permainan yang edukatif dan sesuai dengan SNI (Standar Nasional Indonesia).
10. Memiliki tempat sampah yang tertutup dan tidak tercemar, serta dikelola setiap hari.

Ada pula Pedoman Standardisasi Taman Pengasuhan/ *Daycare* diciptakan yang digunakan untuk memastikan layanan *baby daycare* dengan sarana prasarana berkualitas baik, berikut merupakan faktor yang perlu diperhatikan (Raissa & Wastuty, 2025):

2.4.3.1 Lingkungan

Lingkungan yang berada di sekitar layanan *baby daycare* harus terjaga kebersihannya, kerapiannya, dan keamanannya agar anak pun terjaga dan sehat selama berada di lingkungan layanan. Layanan *baby daycare* memiliki 2 macam lingkungan yang selalu digunakan oleh anak –

anak yaitu lingkungan *outdoor* dan *indoor* (Hapsari, 2024, h. 39). Kedua lingkungan ini harus dapat mendorong eksplorasi anak dalam belajar menggunakan kelima indra mereka (Sholekhah et al., 2022). Dengan adanya lingkungan yang mendorong penggunaan indra anak, mereka dapat mempelajari berbagai keterampilan baru. Lingkungan *baby daycare* juga harus terhindar dari polusi udara, air, bau, dan suara untuk memastikan terjauhi dari bahaya yang ada (Raissa & Wastuty, 2025).

2.4.3.2 Bangunan

Letak gedung yang digunakan sebagai tempat layanan *baby daycare* harus dekat dengan pusat perkantoran, mudah diakses, dan berada di keramaian namun terjauhi dari area yang terlalu berisik (Fernando & Hadiwono, 2023). Hal ini menjadi syarat tempat karena akan menjadi faktor yang membantu anak merasa nyaman untuk belajar dan berkembang. Ada juga syarat untuk elemen-elemen desain *interior* dari *daycare* sebagai berikut (Intan & Sulistyono, 2021):

1. Lantai *daycare* harus menggunakan material yang lembut, tidak licin, dan tidak memantulkan cahaya.
2. Dinding *daycare* yang tidak membuat ruangan lembap, menggunakan warna yang menarik, dan didekorasi dengan gambar – gambar yang dapat merangsang imajinasi anak.
3. Langit – langit *daycare* yang tidak hanya menutupi ruangan tapi juga dapat ditaruh AC. Langit – langit gedung juga dapat didekorasi dengan bentuk seperti awan atau tanaman

2.4.3.3 Ruang

Ruang layanan *baby daycare* atau lingkungan *indoor daycare*. Ruang – ruang ini diciptakan untuk mendorong perkembangan anak yang terkait dengan aspek motorik, aspek kognitif, aspek sosial – emosional, pemenuhan gizi, dan hal lainnya (Bunawardi et al., 2023). Ada beberapa zona yang diperlukan oleh *baby daycare* (Hasanah et al., 2022):

1. *Entry Zone*. Zona ini digunakan sebagai batas ruang orang tua dalam mengantarkan dan menjemput anak.
2. *Messy Zone*. Zona ini digunakan untuk melakukan berbagai kegiatan yang memiliki peluang untuk menciptakan berantakan. Kegiatan – kegiatan tersebut bisa meliputi permainan sensori dengan pasir atau plastisin, permainan air, *arts and crafts*, dan kegiatan lainnya.
3. Zona Tenang. Zona ini digunakan untuk melakukan kegiatan dengan konsentrasi tinggi. Zona ini dapat digunakan untuk tidur atau untuk menenangkan diri.
4. Zona Aktif. Zona ini digunakan untuk anak bermain. Zona ini umum digunakan untuk kegiatan motorik kasar seperti berlari, bermain bola, melompat, atau hal lainnya.
5. Zona Dramatis. Zona ini digunakan untuk bermain dan mengembangkan daya imajinatif anak. Zona ini dapat digunakan untuk bermain rumah – rumahan, sandiwara, boneka, dan lainnya.
6. Zona lainnya. Zona ini menyiapkan fasilitas lain yang dapat digunakan oleh anak seperti menonton TV, bermain komputer, atau kegiatan lainnya.

2.4.3.4 Furniture

Terakhir, terdapat *furniture* atau perabotan yang digunakan oleh anak di dalam *baby daycare* sehingga harus dapat menjaga anak agar terbebas dari bahaya (Adhib et al., 2025). Pertama, diperlukan berbagai permainan yang dapat menstimulasi perkembangan anak, terutama dalam

aspek motoriknya (Bahri et al., 2023). Mainan yang digunakan harus memiliki warna yang terang agar anak tertarik untuk bermain. Mainan tersebut juga harus kuat, tahan lama, dan aman untuk digunakan oleh anak (Hapsari, 2024, h. 47).

Untuk ukuran dari setiap perabotan yang ada juga harus menyesuaikan dengan badan anak agar anak dapat menggunakannya dengan nyaman (Rahmaris & Ambarwati, 2024). Perabotan juga harus diperhatikan agar tidak memiliki bahan – bahan yang dapat meracuni anak – anak karena anak – anak cenderung mengeksplorasi sekitar mereka dengan meraba atau menggigit hal – hal disekitar mereka.

2.4.4 Sumber Daya Manusia *Baby daycare*

Layanan *baby daycare* dikelola oleh sejumlah orang yang memiliki kewajiban untuk mengembangkan layanan dari segi pengasuhan dan perlindungan, membuat rencana anggaran layanan, mengkoordinasi pengasuh, menjaga kualitas sarana dan prasarana, serta menjalin kerja sama dengan pihak – pihak lainnya (Kusuma et al., 2022). Salah satu kelompok anggota yang layanan yang paling penting adalah *caregiver* atau pengasuh anak selama berada di dalam *baby daycare*.



Gambar 2. 35 Peran Pengasuh di *Daycare*
Sumber: <https://micms.mediaindonesia.com>

Peran ini penting karena memiliki kewajiban untuk mendampingi anak selama berkegiatan di tempat layanan ini, seorang *caregiver* memerlukan tingkat kesadaran dan kesabaran yang tinggi (Permana et al., 2023). Selain itu, seorang *caregiver* juga harus dapat memberikan stimulasi yang diperlukan oleh anak melalui interaksi yang dilakukan sehingga anak

dapat berkembang, terutama pada aspek kognitif dan bahasa (Zainuddin et al., 2021). *Caregiver* memiliki 4 tanggungjawab yang memastikan keamanan, kenyamanan, dan perkembangan anak (Sitisaroh et al., 2025):

1. Perawatan Fisik. Hal ini menjamin anak diberi makan, tempat tidur dibersihkan dan dirapihkan, pakaian diganti, higienitas anak terjaga, kesehatan terjaga, dan lainnya.
2. Kepedulian Sosial. Hal ini menjamin anak diajarkan etika sosial, mendapatkan interaksi dengan individu lain, dapat memperhatikan dinamika sosial yang ada di sekitarnya, dan dapat membangun komunikasi dengan orang tua.
3. Kepedulian Emosional. Hal ini menjamin anak dapat merasa nyaman dengan sekitarnya, *caregiver* dapat membangun kepercayaan dengan anak, anak dapat belajar untuk menjadi mandiri secara emosional, dan anak diberikan pujian serta dorongan untuk berkembang.
4. *Quality Care*. Melalui hal ini, anak dijamin akan mendapatkan perhatian dari *caregiver*, diberikan stimulasi untuk berkembang, dan dievaluasi perkembangannya.

Layanan *baby daycare* adalah layanan edukasi usia dini sekitar 0-6 tahun yang dikhususkan untuk pengasuhan anak selama orang tua bekerja. Ketika dititipkan, anak akan mengikuti sebuah jadwal yang sudah dirancang untuk memastikan kebutuhan anak terpenuhi dan kemampuan anak terasah. Pengasahan tersebut dilakukan agar kemampuan yang dimiliki oleh anak semakin meningkat. Tiga aspek perkembangan utama yang didorong oleh layanan ini adalah aspek motorik, kognitif, dan sosial-ekonomi.

Perkembangan aspek motorik dilakukan untuk meningkatkan kendali anak terhadap tubuhnya. Kemampuan motorik anak dibagi menjadi motorik halus yang mengacu kepada koordinasi mata-tangan dan motorik kasar yang mengacu kepada penggunaan otot besar. Kemudian, perkembangan kognitif dilakukan untuk meningkatkan kemampuan otak

mengelola Informasi dan memecahkan masalah. Perkembangan ini dipengaruhi oleh aspek biologi dari orang tua dan *nurture* dari lingkungan. Aspek sosial-emosional dikembangkan untuk membantu anak mengenal diri sendiri dan cara berhubungan dengan orang lain. Aspek ini dikembangkan dengan lingkungan yang memungkinkan interaksi.

Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh sebuah layanan *baby daycare* perlu dipastikan mendukung perkembangan dan kenyamanan anak selama dititipkan. Keperluan dan kualitas sarana prasarana yang dimiliki oleh sebuah *baby daycare* didasari oleh Pedoman Standar Taman Asuh Ceria/ *Daycare* Ramah dan Permendikbud no. 137 tahun 2014. Peraturan tersebut membagi sarana prasarana layanan menjadi 4 aspek. Pertama, lingkungan *indoor* dan *outdoor* layanan *baby daycare* harus bersih, aman, dan dapat mendorong perkembangan dan keaktifan anak. Kedua, lokasi *baby daycare* harus mudah diakses dan terjauhi dari kebisingan. Kemudian, bangunan dari layanan *baby daycare* tersebut harus menjaga keamanan anak dengan menggunakan material yang tidak licin dan tidak berbahaya.

Kemudian, *baby daycare* harus memiliki berbagai macam ruangan yang mendukung kenyamanan dan edukasi anak. Beberapa ruangan yang ada di *baby daycare* adalah ruang tidur, ruang bermain dalam, ruang bermain luar, kamar mandi khusus untuk anak, dan ruang-ruang lainnya. Terakhir, perabotan yang dimiliki oleh sebuah *baby daycare* harus disesuaikan dengan ukuran anak. Selain itu, material yang digunakan juga tidak membahayakan anak dan memiliki warna yang menarik untuk menstimulasi anak.

Pengasuh yang bekerja di dalam layanan *baby daycare* merupakan pihak yang paling sering dan selalu bertemu dengan anak. Hal ini mendasari diperlukannya latar belakang yang jelas dan pelatihan yang intensif untuk para calon pengasuh layanan *baby daycare*. Tujuan dari hal-hal tersebut adalah memastikan anak tetap aman dan dirawat dengan baik ketika dititipkan.

2.5 Penelitian yang Relevan

Pencarian penelitian yang relevan ditujukan kepada media *website* selaku media yang akan dirancang dan layanan *baby daycare* selaku topik perancangan. Penelitian yang relevan mengenai *website* berfungsi untuk mengidentifikasi unsur apa yang dapat diterapkan kepada *website* yang dirancang. Kemudian penelitian yang relevan mengenai layanan *baby daycare* digunakan untuk memperlihatkan manfaat nyata yang diterima dari penggunaan *website*. Berikut merupakan penelitian yang telah dilakukan:

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	APLIKASI MONITORING PERKEMBANGAN EDUKASI ANAK USIA DINI BERBASIS WEB (Studi Kasus : pada Paud Al Qudwah Kecamatan Klari)	Baenil Huda, Ahmad Sakhowi Amin, Fitria Nurapriani, Ahmad Damuri	Penelitian ini diciptakan untuk menyediakan aplikasi yang memantau dan mencatat informasi mengenai perkembangan anak secara digital. Di dalam media ini, terdapat berbagai fitur yang mengedukasikan perkembangan anak dan fitur yang dapat digunakan untuk penyimpanan data. Hasil dari olahan data yang telah dilakukan juga dapat dilihat langsung oleh orang tua.	Kebaruan yang ditemukan di dalam penelitian ini adalah pencatatan indikator perkembangan anak secara digital. Hal ini menghasilkan sebuah sistem informasi mengenai perkembangan anak yang dapat diakses oleh orang tua.
2.	Pengembangan Aplikasi Pencarian Tempat Penitipan Anak berbasis Android	Mahendra Yuda Tama, Lutfi Fanani, Adam Hendra Brata	Penelitian ini dilakukan untuk membantu orang tua dalam mencari layanan <i>baby daycare</i> berdasarkan jarak dan harga. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah aplikasi pencarian	Kebaruan yang ditemukan di dalam penelitian ini adalah penciptaan media digital interaktif untuk pencarian <i>baby daycare</i> .

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
			<i>baby daycare</i> , namun ada banyak keterbatasan secara desain yang mengakibatkan aplikasi menjadi tidak efisien.	
3.	Identifikasi Kualitas Layanan Taman Penitipan Anak Ditinjau Dari 4 Aspek Kebutuhan Dasar	Diantifani rizkita, Selly Rosilia Marlina	Hasil dari penelitian ini memperlihatkan meningkatnya kebutuhan akan layanan <i>baby daycare</i> . Penelitian ini menganalisis kebutuhan informasi yang menjadi pertimbangan orang tua bekerja ketika mencari layanan <i>baby daycare</i> .	Kebaruan yang ditemukan di dalam penelitian ini adalah identifikasi informasi yang dibutuhkan orang tua mengenai <i>baby daycare</i> .

Berdasarkan analisis penelitian relevan yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa penggunaan aplikasi dan *website* telah banyak digunakan untuk pencatatan informasi mengenai layanan *baby daycare* dan perkembangan anak. Fitur-fitur interaktif yang dikembangkan membantu pencarian layanan yang paling sesuai untuk anak. Sementara itu, informasi yang telah ditemukan dapat membantu penciptaan media dengan informasi yang sesuai dengan kebutuhan orang tua. Hal ini memperlihatkan maraknya penggunaan media digital untuk membantu orang tua mencari tempat pengasuhan anak dan memberikan edukasi mengenai *parenting* atau *baby daycare* yang baik.