

## BAB II

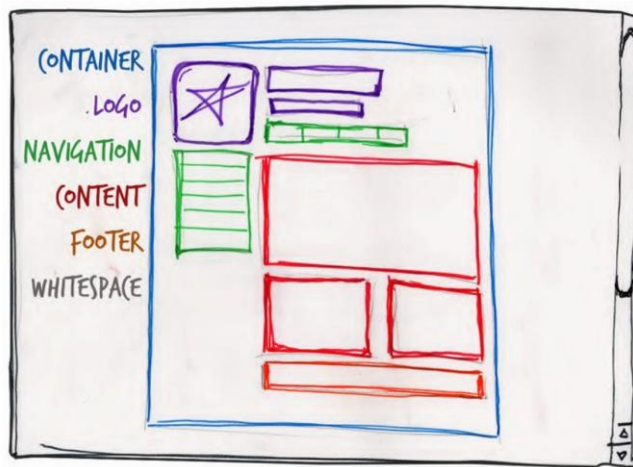
### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 *Website*

*Website* merupakan gabungan dari beberapa halaman yang memiliki keterkaitan dengan satu sama lain, dan disediakan melalui *world wide web* (Landa, 2019). Seluruh halaman tersebut memiliki nama domain unik yang sama, serta dapat ditampilkan dalam *browser web* menggunakan perangkat komputer yang memiliki koneksi internet (Griffey, 2020). *Website* memiliki berbagai fungsi yang menjadikannya sebagai salah satu media informasi berbasis digital yang paling penting dalam era informasi saat ini. Secara umum, fungsi utama dari *website* sebagai media informasi adalah menjadi sarana informasi digital yang mudah diakses, serta mampu menyampaikan informasi yang relevan dan akurat kepada pengguna. Harsha (2020) menyatakan bahwa informasi dalam sebuah *website* informatif harus dibuat secara terorganisir dan dapat dipercaya. Dengan demikian, sebuah *website* dapat membangun kepercayaan pengguna terhadap keakuratan informasi dan sumber yang disajikan. Selain itu, *website* informatif juga berperan besar dalam mendukung edukasi publik dan meningkatkan kesadaran pengguna terkait sebuah materi atau topik tertentu.

##### 2.1.1 Struktur *Website*

Beaird et al. (2020) menyatakan bahwa struktur dalam sebuah *website* terbentuk oleh beberapa komponen dasar. Setiap komponen dalam *website* memiliki ukuran dan fungsi yang berbeda. Sehingga masing - masing komponen harus disusun dalam posisi yang tepat. Berikut merupakan tampilan dari seluruh komponen di dalam *website*. Secara sederhana proses penyusunan komponen *website* dianalogikan oleh Beaird et al. (2020) sebagai proses penyusunan kata pada dinding kulkas. Komponen utama dalam sebuah *website* mencakup *containing block*, *logo*, *navigation*, *content*, *footer*, dan *whitespace*.



Gambar 2.1 Anatomi Website  
Sumber: The Principle of Beautiful Web Design

Berikut merupakan stuktur anatomi *website* berdasarkan buku berjudul The Principle of Beautiful Web Design. Di bagian atas *website* umum ditemukan komponen seperti logo dan *navigation*. Kemudian, diikuti dengan *content* yang berisi informasi dalam bentuk teks, gambar, video, dll. Terakhir, ditutup dengan komponen *footer* di akhir *website*.

### 1. *Containing Block*

*Containing block* merupakan salah satu komponen utama dalam sebuah *website*, yang berperan dalam menampung seluruh konten dan komponen disebuah *website*. Fungsi utama *containing block* adalah sebagai sebuah rumah atau wadah dalam sebuah *website*, agar tidak ada elemen yang keluar dari *window* di *browser*. Komponen ini umum ditemukan dalam bentuk *body*, *section*, atau *div*. Ukuran lebar komponen ini dapat bersifat *fluid* yang selalu mengikuti ukuran *window*, atau *fixed* yang tidak berubah sama sekali (h. 27).

### 2. Logo

Logo dan warna yang digunakan secara konsisten adalah aspek utama dari sebuah identitas visual yang dimiliki perusahaan. Sehingga, komponen logo cenderung diletakkan secara strategis di bagian atas

*website* setiap halaman, supaya identitas sebuah *website* menjadi lebih mudah dikenali (h. 27).

### **3. Navigation**

Komponen navigasi di dalam sebuah *website* umum ditemukan di bagian atas halaman *website*. Komponen navigasi dapat memiliki tampilan dalam bentuk *menu bar* vertikal ataupun horizontal. Hal tersebut disebabkan komponen *navigation* harus mudah ditemukan oleh pengguna dalam sebuah *website* (h. 28).

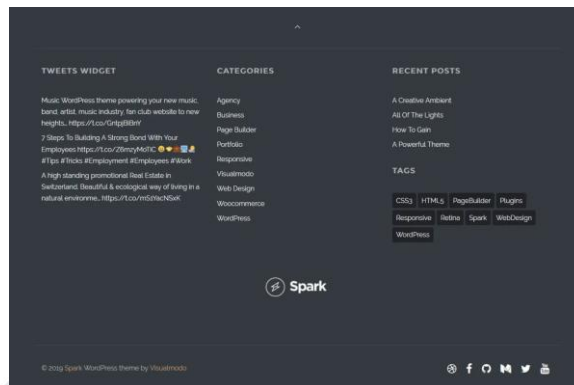
Selain itu, komponen navigasi juga harus mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna. Navigasi yang efektif dalam sebuah *website* berperan besar dalam memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pengguna dalam proses mencari informasi dalam *website*. Navigasi sering ditemukan di bagian atas dan samping sebuah halaman *website* (h. 28).

### **4. Content**

*Content* merupakan salah satu komponen terpenting dalam sebuah *website*. Komponen inilah yang memuat informasi dalam wujud teks, gambar, atau video. Apabila seorang pengguna tidak menemukan konten yang dicari, maka pengguna akan segera pergi. Sehingga, komponen *content* sebaiknya disusun secara strategis sebagai fokus utama sebuah *website*. Dengan demikian, pengguna dapat mengakses dan mengidentifikasi informasi yang dicari secara efisien (h. 28).

### **5. Footer**

Di bagian akhir sebuah halaman *website*, pengguna akan menemukan komponen *footer*. *Footer* berperan sebagai penanda akhir dari sebuah halaman, serta menyampaikan informasi tambahan dalam sebuah *website*. Di dalam *footer* terdapat informasi seperti hak cipta, informasi kontak, informasi legal, dan tahun pembuatan situs (h. 28).



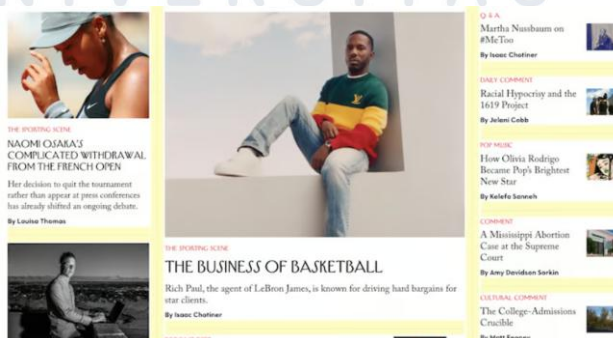
Gambar 2.2 Contoh *Footer Website*

Sumber: <https://medium.com/visualmodo/a-guide-to-website-footer-design-1a3a43a636c4>

Di dalam gambar tersebut, terlihat sebuah contoh komponen *footer* dalam sebuah *website*. Di bagian bawah komponen *footer* terdapat beberapa hal seperti informasi kontak, tahun pembuatan situs, dan informasi legal yang dimiliki *website* tersebut. Kemudian, *footer* dapat digunakan untuk menyampaikan informasi tambahan yang perlu disampaikan dalam sebuah *website*.

## 6. *Whitespace*

Komponen *whitespace* merupakan komponen paling sederhana dalam *website*, yang berupa ruangan kosong tanpa gambar dan teks. Fungsi dari *whitespace* sangat penting yaitu mengarahkan pandangan pengguna, dan menjaga keseimbangan visual dalam *website*. *Whitespace* yang tersusun dengan baik berperan dalam meningkatkan kenyamanan pengguna dalam menavigasi (h. 29).



Gambar 2.3 Implementasi *Whitespace* dalam *Website*

Sumber: <https://elementor.com/blog/white-space-web-design/>

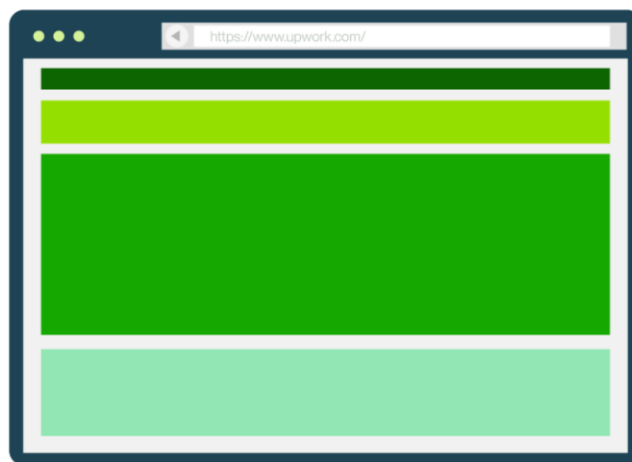
Berikut merupakan penerapan komponen *whitespace* di dalam sebuah *website*. Komponen tersebut dapat disusun secara vertikal ataupun horizontal sesuai dengan kebutuhan dalam mendesain. Kemudian, komponen *whitespace* umum ditemukan diselipkan di antara elemen di sebuah *layout* (h. 29).

### 2.1.2 Grid

*Grid* merupakan garis bantu berbentuk vertikal atau horizontal yang digunakan dalam mendesain, dengan tujuan untuk mempermudah proses penataan elemen - elemen visual di dalam sebuah *layout*. Berdasarkan ukuran *margin*, *grid* dapat dipecah menjadi dua jenis yaitu *grid* simetris dan *grid* asimetris (Anggarini, 2021). *Grid* yang digunakan dalam sebuah desain dapat dibagi menjadi beberapa jenis yaitu *single column grid*, *two column grid*, *multicolumn grid*, *modular grid*, dan *hierarchical grid* (Tondreau, 2019, h. 11).

#### 1. Single Column Grid

*Single column grid* adalah *grid* yang berbentuk paling sederhana di antara berbagai jenis *grid*. *Grid* tersebut ideal digunakan dalam menata berbagai jenis elemen visual di dalam sebuah *website*. Teks yang berjumlah banyak juga dikenal dapat disusun dengan mudah menggunakan *single column grid* (h. 11-12).

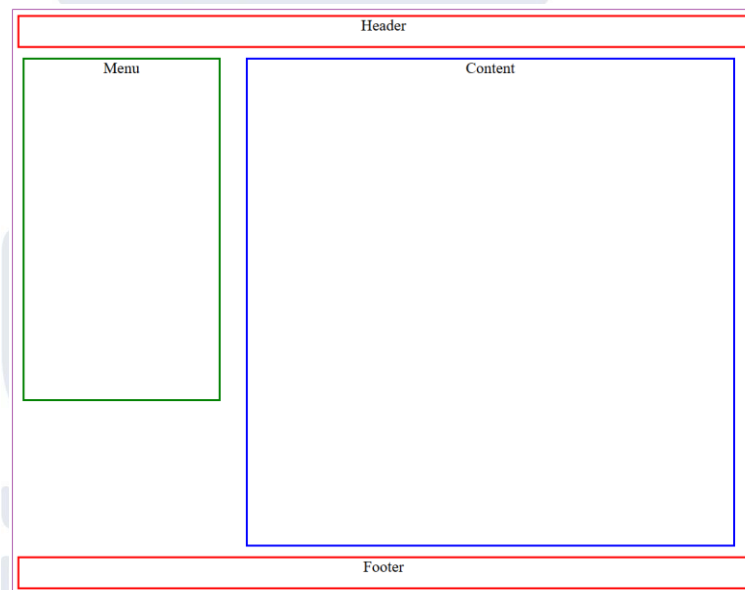


Gambar 2.4 Layout *Single Column Grid* dalam Website  
Sumber: <https://www.upwork.com/resources/web-page-layouts>

Berikut merupakan contoh tampilan penerapan *single column grid* di dalam sebuah *website*. Dimana seluruh komponen dalam sebuah *website* ditata dalam sebuah *column*. *Single column grid* juga sering ditemukan dalam media cetak dan digital yang mencantumkan konten tertulis yang banyak dan detail seperti dalam sebuah buku, esai, atau laporan (h. 11-12).

## 2. Two Column Grid

*Two column grid* cenderung digunakan dalam media yang mengandung teks yang berjumlah banyak atau mengandung jenis informasi yang berbeda dengan sesama. Sehingga teks tersebut dapat dipisahkan, dengan cara dimasukkan ke dalam dua kolom yang terpisah. Ukuran lebar kedua kolom tersebut dapat diatur sesuai dengan kebutuhan desainer (h. 11).

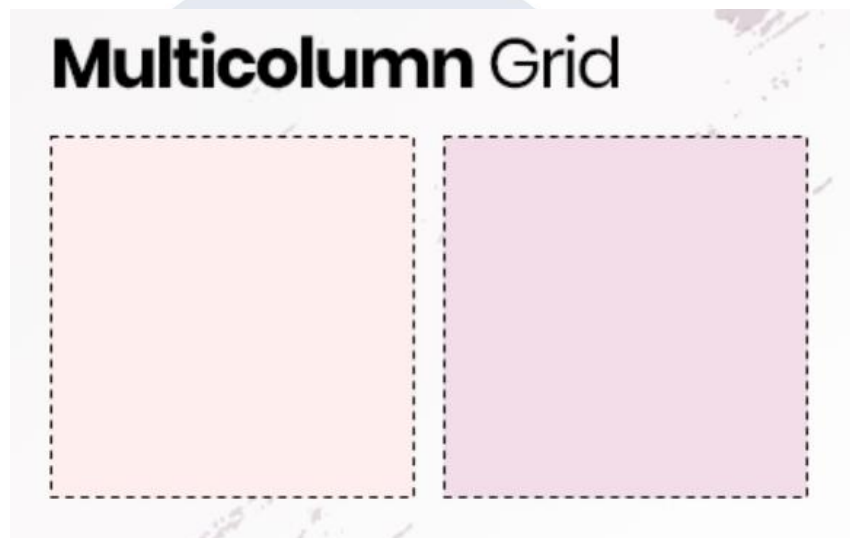


Gambar 2.5 Layout Two Column Grid dalam Website  
Sumber: <https://vanseodesign.com/css/2-column-css-layout/>

Berikut merupakan sebuah *layout website* yang menggunakan *two column grid*. Sehingga, seluruh konten dalam *website* tersebut akan disusun berdasarkan kedua kolom vertikal tersebut. Elemen visual dapat disusun di dalam satu *column*, atau dalam kedua *column*.

### 3. *Multicolumn Grid*

*Multicolumn grid* adalah *grid* yang menggabungkan beberapa kolom vertikal dalam sebuah layout. *Collumn* yang digunakan dapat berukuran sama atau berbeda dengan sesama kolom. Sehingga dapat menghasilkan sebuah panduan penataan elemen visual yang bersifat lebih fleksibel dan variatif (h. 11).

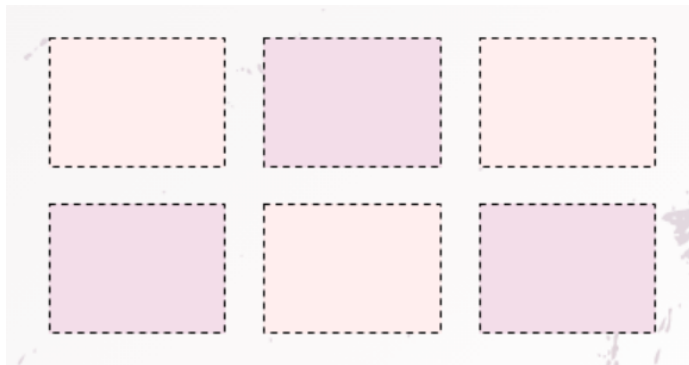


Gambar 2.6 *Layout* yang Mengimplementasi *Multicolumn Grid*  
Sumber: <https://htmlburger.com/blog/grid-layout-website-examples/>

Jenis *grid* ini sering digunakan dalam proses perancangan sebuah *website*. Hal tersebut dikarenakan fleksibilitas yang dimiliki *grid* ini memberi kebebasan, dalam proses penataan berbagai jenis elemen visual dan informasi di dalam sebuah *website*. Elemen visual yang dimaksud mencakup teks, gambar, video, dan iklan (h. 11).

### 4. *Modular Grid*

*Modular grid* merupakan jenis *grid* yang menggabungkan kolom yang tersusun secara vertikal dan horizontal. Ukuran lebar dan tinggi setiap *collumn* dapat diatur tetap atau berbeda dengan sesama. Dengan tujuan untuk menghasilkan sebuah panduan penataan informasi yang bersifat kompleks dan terstruktur (h. 11).

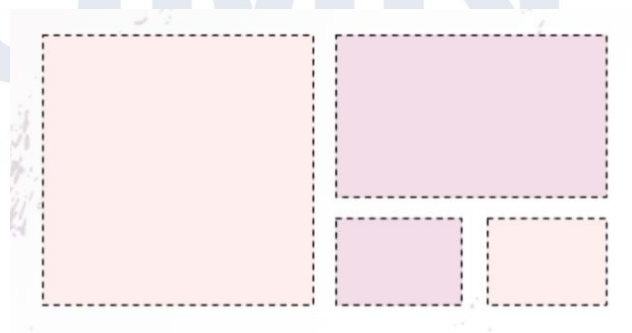


Gambar 2.7 *Layout* yang Mengimplementasi *Modular Grid*  
 Sumber: <https://htmlburger.com/blog/grid-layout-website-examples/>

Berikut sebuah tampilan *layout* yang menggunakan *modular grid*. *Grid* tersebut menggabungkan beberapa kolom vertikal dan horizontal dengan ukuran yang tetap. *Modular grid* umum ditemukan dalam media yang kompleks seperti koran, tabel, dan bagan (h. 11).

### 5. *Hierarchical Grid*

*Hierarchical Grid* adalah sebuah *grid* yang tersusun dari beberapa kolom horizontal. Dengan tujuan untuk membelah halaman menjadi beberapa bagian yang terpisah. Kemudian informasi dan elemen visual akan disusun berdasarkan tingkat kepentingan informasi tersebut. Tingkat kepentingan elemen visual dalam *grid* tersebut cenderung didasarkan pada ukuran (Tidwell et al., 2020).



Gambar 2.8 *Layout* yang Mengimplementasi *Hierarchical Grid*  
 Sumber: <https://htmlburger.com/blog/grid-layout-website-examples/>

Berikut merupakan implementasi *hierarchical grid* di dalam sebuah *layout*. Terlihat bahwa elemen visual yang lebih penting disusun dengan ukuran yang lebih besar dibandingkan elemen lain. *Grid* ini

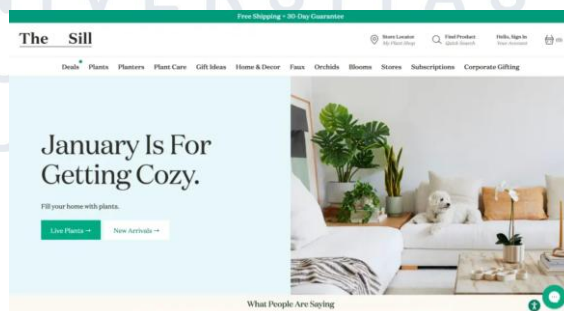
sering diimplementasikan dalam media informasi yang menyampaikan informasi dengan tingkat kepentingan berbeda seperti koran (Tidwell et al., 2020).

### 2.1.3 Prinsip Interaksi Desain

Prinsip desain interaksi merupakan sebuah panduan atau arahan dalam menghasilkan pengalaman pengguna yang bersifat jelas dan mudah dipahami (Preece, 2019). Prinsip tersebut merupakan kombinasi dari beberapa pengalaman, logika, dan teori desain yang sudah pernah ada. Prinsip ini juga akan membantu desainer dalam mengetahui hal yang perlu dihindari dalam sebuah *user interface*. Prinsip desain interaksi mencakup *visibility*, *affordances*, *constraints*, *consistency* (Preece, 2019).

#### 1. *Visibility*

Prinsip *visibility* membahas mengenai kemudahan pengguna dalam menemukan sebuah interaksi atau tindakan dalam sebuah *interface*. Seluruh fungsi dalam *interface* harus ditampilkan dengan jelas kepada pengguna. Dengan tujuan supaya pengguna dapat dengan mudah mengetahui hal yang harus dilakukan dalam navigasi sebuah *interface*. Fungsi yang tersembunyi akan menyebabkan pengguna merasa kesulitan akibat tidak mengetahui apa yang harus dilakukan. Di dalam *website*, prinsip *visibility* dapat ditemukan pada pengimplementasian *button* dan navigasi yang mudah dikenali oleh pengguna (Preece, 2019).



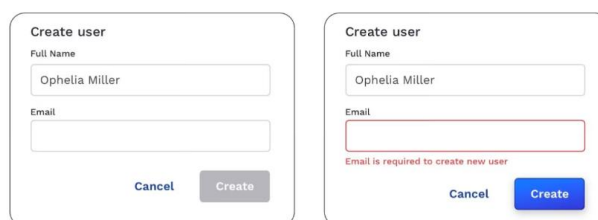
Gambar 2.9 *Visibility* dalam *Website*

Sumber: <https://www.andacademy.com/resources/blog/ui-ux-design/website-ui-design-examples/>

Berikut merupakan tampilan sebuah *interface website* dengan prinsip *visibility* yang jelas. Pengguna dapat melihat dengan jelas elemen navigasi dan *button* yang dapat digunakan untuk mengakses fungsi dalam *website* tersebut. Sehingga, pengguna mengetahui yang harus dilakukan dalam *website* tersebut tanpa kesulitan.

## 2. *Affordances*

Prinsip *affordances* membahas mengenai arahan visual yang ditemukan pada sebuah elemen atau objek, untuk menunjukkan pengguna bahwa hal tersebut dapat digunakan. Dengan tujuan supaya pengguna dapat memahami interaksi yang dapat dilakukan, tanpa membutuhkan penjelasan yang detail. Arahan visual tersebut dapat dalam bentuk kontras yang jelas dari elemen lain, dan *feedback* dari animasi. Dalam media digital *affordance* dapat dilihat pada pemberian *underline* pada *link*, *button* yang menonjol, *slider* yang dapat digerakkan, *toggle button*, dll (Preece, 2019).



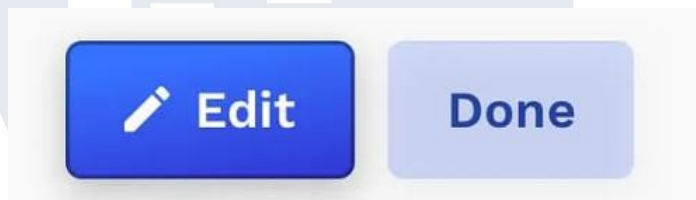
Gambar 2.10 *Affordance* dalam *Interface*  
Sumber: <https://geekyants.com/blog/affordances-in-ui-design>

Berikut merupakan sebuah gambar pengimplementasian prinsip *affordances* dalam *interface*. Prinsip *affordances* pada gambar di sebelah kiri dimatikan karena informasi belum terisi. Hal tersebut bertujuan supaya pengguna mengetahui bahwa tombol tersebut tidak dapat digunakan. Sedangkan, pada gambar di kanan *button* diberikan prinsip *affordances* yang jelas. Sehingga, pengguna mengetahui bahwa *button* tersebut dapat diinteraksi. Prinsip *affordances* pada *button* itu

dapat dilihat dari warna kontras dan penggunaan bayangan atau *drop shadow effect* pada elemen tersebut.

### 3. *Constraints*

Prinsip *constraints* membahas mengenai cara pengguna mengetahui hal yang tidak dapat dilakukan dalam sebuah *interface*. Dengan tujuan untuk mencegah pengguna melakukan kesalahan yang dapat menghasilkan kebingungan. Dalam *interface*, prinsip *constraints* dapat ditemukan pada *button* berwarna berbeda dari *button* yang nyala. Sehingga, pengguna dapat mengetahui bahwa tombol tersebut tidak aktif (Preece, 2019).



Gambar 2.11 *Constraints* pada *Button*

Sumber: <https://uxdesign.cc/button-design-user-interface-components-series-85243b6736c7>

Berikut merupakan sebuah gambar yang menampilkan *button* dengan yang menggunakan dan tidak menggunakan prinsip *constraints*. Pada *button* sebelah kanan, terlihat pengimplementasian prinsip *constraints* untuk menunjukkan bahwa *button* tersebut tidak bisa ditekan oleh pengguna. Hal tersebut dapat terlihat dari warna yang tidak kontras atau menonjol, serta juga tidak menggunakan bayangan. Sehingga, pengguna dapat membedakan tombol yang dapat ditekan dengan yang tidak.

### 4. *Consistency*

Prinsip *consistency* membahas mengenai pola interaksi yang seragam di dalam sebuah *interface*. Dengan tujuan supaya pengguna dapat dengan mudah mengenali interaksi yang menghasilkan hal yang sama. Konsistensi dalam sebuah media digital dapat dilihat seperti pada penggunaan bentuk tombol konsisten, untuk menghasilkan interaksi di

seluruh *interface*. Sehingga, pengguna dapat mudah memahami *button* lainnya dengan memahami sebuah *button* (Preece, 2019).

Berdasarkan teori *website* yang telah dibahas, penulis dapat merancang *website* yang lebih terstruktur dan terorganisir. Dengan mengaplikasikan berbagai komponen yang terdapat dalam sebuah *website* seperti *containing block*, logo, *navigation*, *content*, *footer*, dan *whitespace*. Kemudian, dengan menggunakan *grid* penulis dapat menghasilkan *layout* yang lebih nyaman dalam proses menata berbagai komponen dalam *website*. Prinsip desain interaksi juga akan diimplementasi untuk membantu penulis dalam menentukan hal yang dibutuhkan dan tidak dibutuhkan dalam sebuah tampilan desain *interface website*.

## **2.2 User Interface (UI) dan User Experience (UX)**

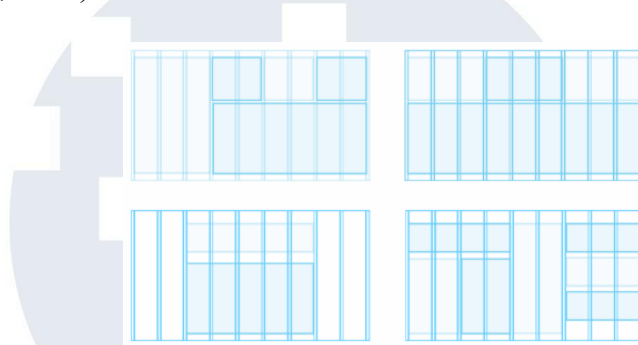
Dalam sebuah *website*, *user interface* (UI) dan *user experience* memiliki peran yang besar dalam pengalaman pengguna. Berdasarkan buku berjudul “Designing User Interfaces”, *user interface* merupakan tampilan visual yang dimiliki sebuah produk visual seperti aplikasi atau *website* (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 16). Sedangkan, *user experience* merupakan pengalaman pengguna dalam proses berinteraksi atau menggunakan sebuah produk (Soegaard, 2018).

### **2.2.1 User Interface**

*User interface* (UI) berdasarkan buku berjudul “Designing User Interfaces”, merupakan tampilan visual yang dimiliki sebuah produk visual seperti aplikasi atau *website* (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 16). Peran utama yang dimiliki *user interface* adalah sebagai penghubung pengguna atau *user* dengan fungsi yang dimiliki dari sebuah produk seperti *website* atau aplikasi. Pengguna dapat mengakses fungsi *website* atau aplikasi, dengan cara berinteraksi dengan *user interface* yang terbentuk dari elemen visual seperti teks, gambar, grafik, foto, dll (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 16). Malewicz & Malewicz (2020) menyatakan bahwa dalam proses perancangan sebuah *user interface*, terdapat beberapa elemen dasar yang terlibat.

## 1. *Layout*

*Layout* merupakan proses penataan elemen visual di dalam struktur yang dapat dipahami dengan mudah. *Layout* tersusun atas *grid* yang berperan dalam membangun hierarki antara elemen visual. Dengan tujuan untuk mempermudah pengalaman pengguna dalam proses membaca dan memahami informasi (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 56).



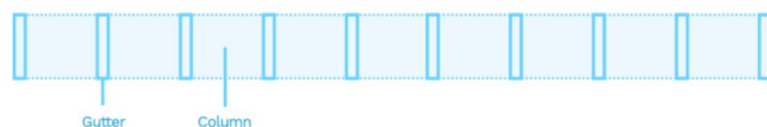
Gambar 2.12 Contoh Layout dalam Grid

Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

*Grid* atau struktur garis yang digunakan dalam sebuah *layout*, berperan dalam meningkatkan kecepatan dan konsistensi dalam proses mendesain. Kemudian, penerapan *grid* juga menghasilkan penataan elemen yang terstruktur dan terorganisir. Terdapat dua jenis *grid* yaitu horizontal *grid* dan vertical *grid* (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 56).

### a. *Horizontal Grid*

*Horizontal grid* adalah jenis *grid* yang disusun oleh beberapa kolom vertikal. Dengan jarak di antara kolom vertikal yang disebut sebagai *gutter*. Ukuran lebar dari kolom vertikal dan *gutter* dapat ditetapkan secara *fixed* atau *fluid*. Hal tersebut dapat disesuaikan dengan kebutuhan dalam mendesain (h. 59).



Gambar 2.13 *Horizontal Grid*

Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Berikut merupakan sebuah tampilan sederhana dari *horizontal grid*. Kolom vertikal dan *gutter* tersusun dan berjarak secara rapi, dengan ukuran lebar yang *fixed*. *Grid* tersebut dapat digunakan dengan baik sebagai panduan penataan elemen visual secara *horizontal* (h. 59).

#### **b. Vertical Grid**

*Vertical grid* adalah jenis *grid* yang disusun atas beberapa kolom horizontal. Hal tersebut cenderung diterapkan untuk menentukan tinggi elemen visual, memisah bagian, dan juga menentukan jarak antar elemen menggunakan *whitespace*. *Vertical grid* ini lebih jarang diterapkan dibandingkan *horizontal grid*. (h. 59).



Gambar 2.14 *Vertical Grid*

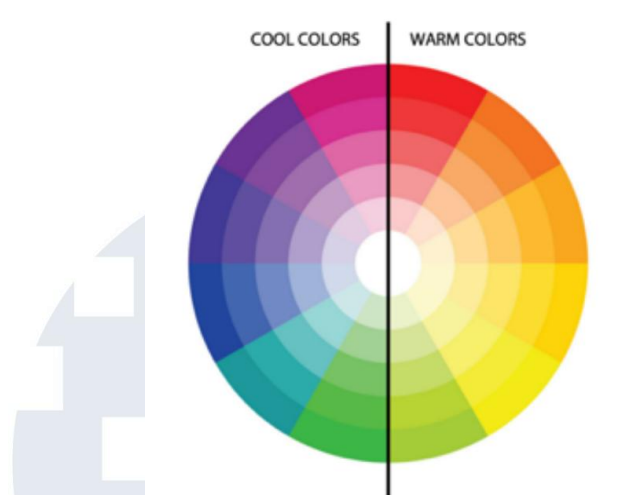
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

*Grid* tersebut cenderung ditemukan tepat untuk kebutuhan dalam media *blog* atau *berita*. Hal tersebut disebabkan *grid* tersebut memberikan kenyamanan bagi pengguna dalam proses menjelajahi konten informasi. Dengan alasan *grid* tersebut membangun dan menjaga alur pembacaan informasi bagi pembaca (h. 59).

## **2. Warna**

Dalam perancangan sebuah *interface*, penetapan warna merupakan tahap yang sangat penting. Hal tersebut dikarenakan elemen warna memiliki dampak yang sangat besar terhadap persepsi dan perilaku pengguna di dalam seluruh jenis media (Griffey, 2020, h. 127). Warna yang digunakan dalam sebuah media berperan untuk membangun gaya, menciptakan suasana, dan membuat sebuah identitas

visual. Sehingga sebuah *website* dapat diingat dengan mudah oleh pengguna (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 112-114).



Gambar 2.15 Jenis Warna Dingin & Hangat Dalam *Color Wheel*  
Sumber: (Griffey, 2020)

Warna yang digunakan dalam sebuah karya sebaiknya dipilih berdasarkan tujuan dari karya tersebut. Hal tersebut dapat dilihat dari pesan utama yang ingin disampaikan, ataupun target yang ditujukan karya tersebut. Dengan memilih warna yang tepat, karya yang dihasilkan akan memiliki keselarasan dan identitas yang kuat dalam desainnya (Griffey, 2020, h.127). Dalam mencapai hal tersebut, seseorang desainer dapat menggunakan beberapa jenis pengelompokan warna untuk menemukan warna yang tepat. Warna dapat dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan *color wheel* seperti warna analog, komplementer, dan triadik (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 112-114).

#### **a. Warna Analog**

Warna analog dapat diartikan sebagai sekelompok warna dengan posisi yang bersebelahan atau berdekatan di dalam sebuah *color wheel*. Warna jenis analog menghasilkan suasana yang lebih tenang dan ringan dalam sebuah desain. Hal

tersebut disebabkan karena keseimbangan dan kontras yang sangat rendah di antara seluruh warna tersebut (h. 112).



Gambar 2.16 Warna Analog  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Warna biru, ungu, dan ungu muda yang berdekatan pada gambar tersebut merupakan contoh dari jenis warna analog. Menggabungkan seluruh warna tersebut akan menghasilkan suasana yang tenang dan seimbang. Namun, kekurangan dari kelompok warna tersebut merupakan kontras yang rendah antara sesama warna. Sehingga, penggunaan tingkat keterangsan dan kegelapan warna yang berbeda akan sangat membantu dalam menghasilkan kontras antar warna (h. 112).

#### **b. Warna Komplementer**

Warna komplementer diartikan sebagai sekelompok warna dengan posisi yang berlawanan atau berseberangan di dalam sebuah *color wheel*. Warna jenis komplementer membangun suasana yang lebih semangat di dalam sebuah desain. Hal tersebut disebabkan karena kontras kuat yang dimiliki antar kedua warna yang berseberangan (h. 113).



Gambar 2.17 Warna Komplementer  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Warna biru dan kuning yang berseberangan di dalam *color wheel* merupakan contoh dari warna komplementer. Menggabungkan kedua warna tersebut menghasilkan kontras tinggi yang tetap harmonis dalam sebuah desain. Dalam menggunakan warna komplementer, usaha untuk menurunkan saturasi warna menjadi kurang dari 85%. Hal tersebut dilakukan untuk mencegah pengguna merasa tidak nyaman saat melihat sebuah tampilan (h. 113).

#### c. Warna Triadik

Warna triadik dapat diartikan sebagai sekelompok tiga warna dengan posisi yang membentuk segitiga di dalam *color wheel*. Warna jenis triadik menghasilkan suasana yang lebih cerah dan menyenangkan dibandingkan jenis warna lain. Hal tersebut disebabkan oleh penggunaan tiga warna dengan kontras yang seimbang dan jarak teratur yang berbentuk segitiga dalam *color wheel*.



Gambar 2.18 Warna Triadik  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Jenis warna triadik umum digunakan dalam membangun komposisi warna yang seimbang di dalam sebuah desain. Hal tersebut disebabkan dalam pembuatan warna triadik, dibutuhkan satu warna sebagai warna utama terlebih dahulu. Kemudian, dua warna berikutnya ditetapkan sesuai dengan bentuk segitiga dengan warna utama tersebut pada *color wheel*. Dengan tujuan untuk menemukan sepasang warna yang seimbang dalam mendukung warna utama. Dalam menggunakan warna triadik, komposisi warna cenderung dibagi menjadi tiga proporsi berbeda. Warna utama digunakan sebanyak 60%, warna kedua 30%, dan terakhir warna ketiga 10% (h. 114).

### 3. Tipografi

Tipografi dalam desain merupakan sebuah topik yang sangat luas. Dari segi *user interface*, penggunaan *font* berdampak kepada hal yang dirasakan pengguna dalam hasil akhir desain. Sebuah *font* mempengaruhi gaya, nuansa, serta pesan yang dirasakan pengguna dari

sebuah tampilan atau *interface*. Sehingga, penggunaan *font* yang tepat merupakan hal yang sangat penting dalam perancangan *interface* (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 140).

**a. Font Sans-Serif**

*Font sans-serif* merupakan jenis *font* yang berbentuk tidak berujung atau bergaris kecil di sudut karakter. Hal tersebut memberikan nuansa yang sederhana dan modern pada tampilan. Bentuk *font sans-serif* yang sederhana juga mempermudah pengguna dalam proses membaca teks atau informasi dalam jumlah yang banyak (h. 153).



Gambar 2.19 Font Sans-Serif  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

*Font* jenis *sans-serif* juga sering ditemukan dalam media digital. Hal tersebut disebabkan karena bentuk *font* yang tidak kompleks, terlihat lebih jelas oleh pengguna saat dilihat dari berbagai jenis layar dengan ukuran yang sering berbeda. Kemudian, *font* ini juga bermanfaat dalam *title*, *heading*, dan *button* dikarenakan bentuknya yang mudah diidentifikasi oleh pengguna (h. 153).

**b. Font Serif**

*Font serif* merupakan jenis *font* yang berujung atau bergaris kecil di sudut karakter. Hal tersebut membangun suasana yang berkesan formal dan serius dalam sebuah tampilan (h. 154). *Font* jenis ini juga berkesan lebih tradisional, dibandingkan dengan *font* jenis *sans-serif*.



Gambar 2.20 Font Serif

Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

*Font* ini sering ditemukan pada teks di dalam media percetakan yaitu buku dan majalah. Hal tersebut disebabkan karena informasi atau teks panjang yang menggunakan font jenis serif, nyaman untuk dibaca oleh pengguna. Pada media digital, font serif sering digabungkan dengan font sans-serif untuk membangun hierarki teks menggunakan kontras dari kedua bentuk font tersebut (h. 154).

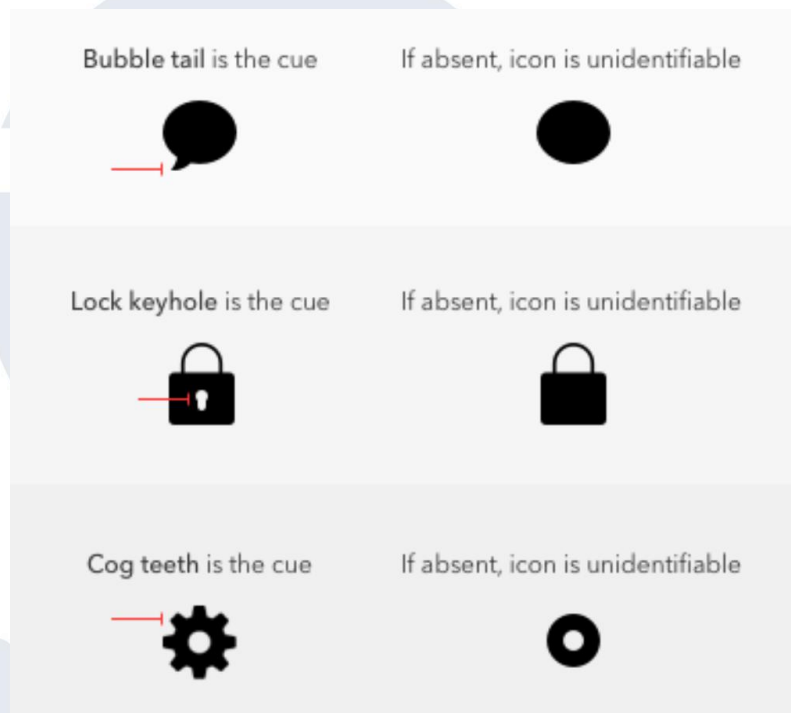
#### 4. Ikon

Elemen ikon merupakan sebuah tanda yang berfungsi untuk merepresentasikan sesuatu secara visual. Namun, setiap orang dapat menginterpretasikan sebuah ikon secara berbeda. Ikon cenderung berbentuk sederhana, sehingga dapat diberikan teks pendukung untuk menyampaikan pesan dengan jelas. Pengguna yang berasal dari budaya berbeda yang juga dapat menjadi faktor dalam persepsi pengguna terhadap sebuah ikon (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 168-170).

##### a. *Consistency*

Dalam sebuah *website*, seluruh ikon harus memiliki gaya yang konsisten untuk menghasilkan tampilan *website* yang terarah dan selaras. Ikon yang diterapkan secara tidak konsisten akan membuat sebuah tampilan *website* berkesan tidak terarah dan berantakan bagi pengguna. Hal yang berperan dalam membangun gaya ikon yang konsisten di sebuah *website* merupakan *level of detail*, *fill & outline*, *roundness*, *weight*, dan *level of serious* (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 168-173).

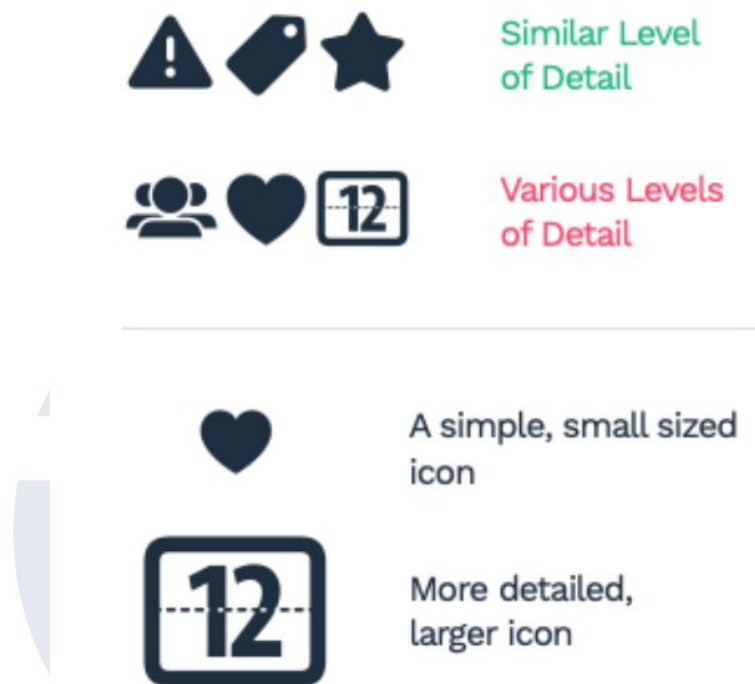
Tingkat detail atau *level of detail* dalam sebuah ikon dibutuhkan untuk menghasilkan perbedaan antara ikon. Semakin tinggi detail dalam sebuah ikon, semakin mirip ikon tersebut dengan hal yang direpresentasikan. Tingkat detail yang konsisten membantu pengguna dalam memahami hubungan antar ikon (h. 172-173).



Gambar 2.21 Tingkat Detail pada Ikon

Sumber: [uxmovement.com/mobile/solid-vs-outline-icons-which-are-faster-to-recognize/](http://uxmovement.com/mobile/solid-vs-outline-icons-which-are-faster-to-recognize/)

Dalam gambar tersebut terlihat perbedaan yang dimiliki antara ikon dengan tingkat detail yang sedikit, dengan yang memiliki tingkat detail banyak. Terlihat jelas bahwa semakin besar tingkat detail yang dimiliki ikon, semakin serupa ikon tersebut dengan gambar yang diwakilinya. Sehingga pengguna juga dapat lebih mudah memahami informasi yang ingin disampaikan ikon tersebut (h. 172).



Gambar 2.22 *Consistency* pada *Level of Detail*  
 Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

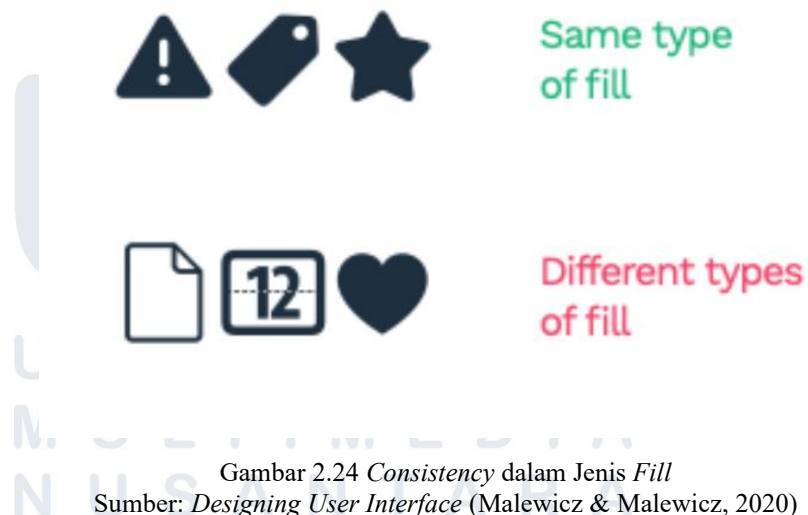
Dalam sebuah *website*, tingkat detail pada ikon harus diperhatikan oleh desainer supaya konsisten dan terarah dalam desain tampilan. Dengan tambahan, ikon yang berukuran kecil sebaiknya memiliki tingkat detail yang rendah. Sedangkan ikon yang besar dapat memiliki detail yang tinggi. Hal tersebut bertujuan supaya semua ikon dapat dilihat dengan jelas oleh pengguna dalam sebuah *website* (h. 173).

Sebuah ikon dapat bertampil *solid* atau *outline*, apabila badan ikon diisi dengan warna. Ikon jenis *fill* dapat memiliki ruang kosong di dalamnya, untuk menunjukkan detail dari hal yang direpresentasikan. Namun, dalam ikon jenis *fill* tidak ditemukan garis yang terlihat jelas dengan ruangan kosong di dalamnya (h. 172).



Gambar 2.23 Ikon *Fill* dan *Outline*  
 Sumber: [uxmovement.com/mobile/solid-vs-outline-icons-which-are-faster-to-recognize/](http://uxmovement.com/mobile/solid-vs-outline-icons-which-are-faster-to-recognize/)

Sedangkan, ikon yang tidak diisi dengan warna dan terlihat garis dengan ruang kosong yang jelas disebut sebagai *outline icon*. Tingkat ketebalan garis pada ikon jenis *outline icon* dapat bervariasi. Kedua jenis ikon tersebut dapat diberikan warna atau bayangan yang sesuai dengan kebutuhan tampilan *user interface* (h. 172).

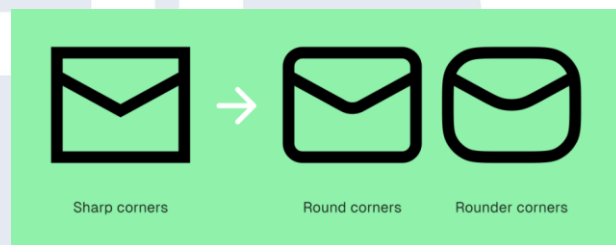


Gambar 2.24 *Consistency* dalam Jenis *Fill*  
 Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Untuk menjaga konsistensi dalam sebuah tampilan *website*, ikon jenis *fill* dan *outline* sebaiknya tidak digunakan secara bersamaan. Hal tersebut dapat membuat *website* terlihat berantakan. Namun, hal tersebut dapat diterapkan untuk

menunjukkan jenis atau status ikon yang berbeda dari jenis ikon yang digunakan secara konsisten (h. 173).

Sudut pada ikon dapat diatur tingkat *roundness* untuk menghasilkan kesan yang berbeda. Semakin besar *roundness* dari sebuah ikon, semakin bulat sudut ikon tersebut terlihat. Sedangkan semakin kecil *roundness* ikon, semakin tajam sudut ikon tersebut. Kedua bentuk tersebut memiliki kesan yang berbeda. Ikon yang bulat memberi kesan ramah dan santai. Sedangkan, ikon tajam memberi kesan tegas dan serius (h. 172).



Gambar 2.25 Tingkat Kebulatan Ikon yang Berbeda  
Sumber: <https://blog.streamlinehq.com/stroke-of-genius/>

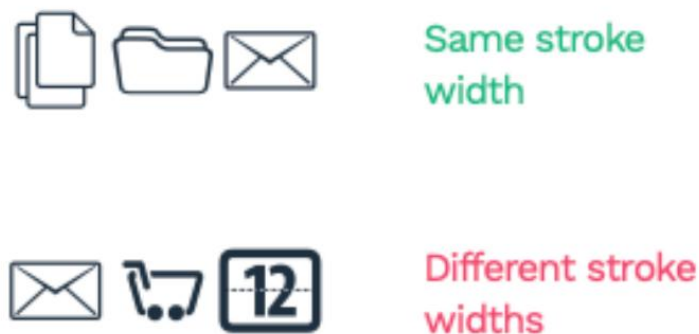
Pada gambar tersebut terlihat sebuah ikon surat dengan tingkat *roundness* yang berbeda. Semakin tinggi tingkat *roundness*, maka ikon tersebut menjadi terlihat lebih bulat dan berkesan lebih ramah atau santai. Sedangkan semakin rendah tingkat *roundness*, maka ikon tersebut menjadi terlihat lebih tajam dan berkesan lebih tegas (h. 172).



Gambar 2.26 Consistency dalam Jenis Sudut  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Untuk menjaga konsistensi dalam sebuah tampilan *website*, jenis sudut pada ikon sebaiknya ukuran sudut yang sama. Kemudian, hindari penggunaan ikon dengan sudut bulat dengan tajam secara bersamaan. Hal tersebut dapat membuat *website* terlihat tidak terarah dan berantakan (h. 173).

Dalam menggunakan ikon jenis *outline*, desainer dapat menentukan tingkat ketebalan garis atau tingkat *weight* pada ikon tersebut. Garis yang semakin tebal akan berkesan lebih berat dan padat. Sedangkan, garis yang lebih tipis akan berkesan lebih ringan dan kosong (h. 174).

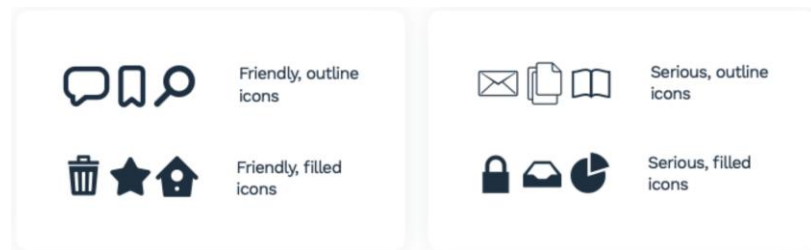


Gambar 2.27 Consistency dalam Line Weight  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Ketebalan garis pada penggunaan ikon jenis *outline* harus diusahakan konsisten dan tidak berubah. Penggunaan ketebalan garis yang tidak konsisten dapat membuat ikon berkesan memiliki berat yang berbeda dengan sesama. Hal tersebut dapat membuat ikon dalam *website* terlihat tidak nyaman oleh pengguna (h. 174).

Bentuk sudut dan ketebalan garis pada ikon mempengaruhi *level of seriousness* yang mengatur kesan yang dimiliki dari sebuah ikon. Ikon dengan sudut yang bulat dan garis yang tebal, memberikan kesan kepada pengguna yang lebih

ramah. Sedangkan ikon dengan sudut yang tajam dan garis yang tipis, memberikan kesan kepada pengguna yang serius dan formal (h. 174).



Gambar 2.28 *Consistency* dalam *Level of Serious*  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Hindari penggunaan ikon dengan *level of serious* yang berbeda dengan sesama. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap konsistensi gaya visual pada ikon di seluruh tampilan website. Hal tersebut juga dapat membuat pengguna tidak nyaman saat melihat ikon dalam website tersebut (h. 174).

#### **b. Legibility**

Seluruh ikon dalam sebuah tampilan *website* harus dipastikan dapat terlihat secara jelas oleh pengguna. Terdapat beberapa jenis ikon yang dapat mudah dipahami dan sulit dipahami, berdasarkan ukuran dan tingkat detail pada ikon tersebut. Ikon dengan tingkat detail yang tinggi dan berjenis *outline*, akan lebih sulit dikenali oleh pengguna pada ukuran yang kecil. Sedangkan, ikon dengan tingkat detail rendah dan berjenis *fill* akan lebih mudah dikenali oleh pengguna (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 175).

*Simple* dan *filled* ikon memiliki tingkat detail yang sangat rendah atau sederhana, dengan jenis *fill* yang dipenuhi dengan warna. Hal tersebut akan terlihat jelas oleh pengguna dalam berbagai ukuran. Sehingga, ikon jenis tersebut dapat digunakan di layar yang kecil dengan baik (h. 175).



Gambar 2.29 *Simple + Filled Icons*  
 Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Terlihat bahwa ikon dengan tingkat detail rendah dan berjenis *fill*, masih terlihat jelas oleh pengguna walaupun ukuran menjadi lebih kecil. Hal tersebut disebabkan tidak terdapat detail kecil yang menghilang. Kemudian, juga tidak terdapat garis tipis yang sulit dilihat.

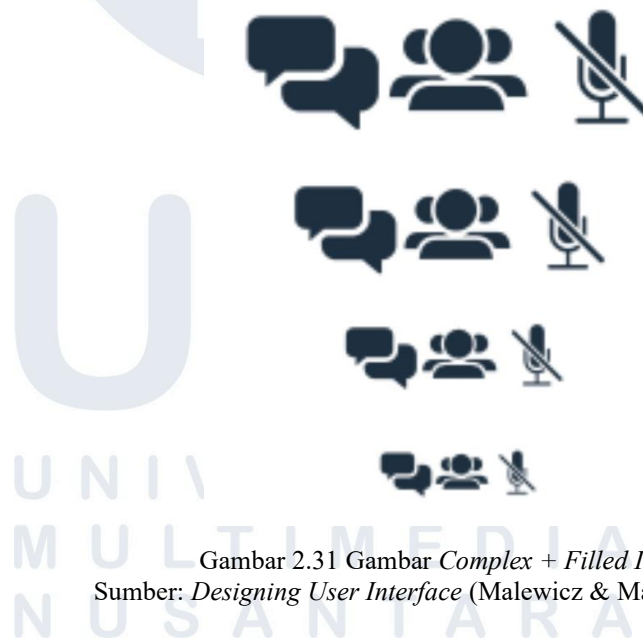
*Simple* dan *outline* ikon memiliki tingkat detail yang rendah atau sederhana, dengan jenis *outline* yang kosong di bagian dalam. Hal tersebut akan terlihat jelas oleh pengguna dalam beberapa ukuran. Namun, banyak detail dapat menghilang apabila terlalu kecil. Sehingga, perhatikan supaya garis tetap terlihat tebal dan jelas (h. 175).



Gambar 2.30 Gambar *Simple + Outline Icons*  
 Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Terlihat bahwa ikon dengan tingkat detail rendah dan berjenis *outline*, masih terlihat jelas oleh pengguna walaupun ukuran menjadi lebih kecil. Namun, terlihat juga bahwa beberapa detail yang kecil mulai menjadi tidak terlihat dengan jelas semakin kecil ukuran ikon tersebut. Ikon tersebut tetap dapat digunakan pada ukuran kecil, selama ketebalan garis diperhatikan dengan baik oleh desainer.

*Complex* dan *filled* ikon memiliki banyak detail dan berjenis *fill* yang dipenuhi dengan warna. Hal tersebut akan kurang terlihat dengan jelas oleh pengguna dalam ukuran yang kecil. Detail yang berukuran kecil akan menjadi kurang jelas bagi pengguna. Namun, *fill* atau warna dalam ikon akan membuat ikon tetap dapat dikenali pengguna (h. 175).



Gambar 2.31 Gambar *Complex + Filled Icons*  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Terlihat bahwa ikon dengan tingkat detail banyak dan berjenis *fill*, dapat menjadi sulit terlihat dengan jelas oleh pengguna. Hal tersebut disebabkan banyak detail kecil yang menghilang karena terlalu kecil. Kemudian, juga ada detail kecil yang menyatu dengan warna *fill* atau detail lainnya pada ikon.

*Complex* dan *outline* ikon memiliki tingkat detail yang tinggi dengan jenis *outline* yang kosong di bagian dalam. Hal tersebut akan sulit terlihat atau dikenali pengguna pada berbagai ukuran. Berbagai detail dan garis akan menjadi sulit dikenali saat ikon tersebut diperkecil. Sehingga, usahakan untuk menghindari ikon jenis tersebut dalam tampilan *website* (h. 175).



Gambar 2.32 Gambar *Complex + Outline Icons*  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Terlihat bahwa ikon dengan tingkat detail banyak dan berjenis *outline*, sangat sulit terlihat dengan jelas oleh pengguna pada ukuran kecil. Hal tersebut disebabkan banyak detail menghilang karena terlalu kecil. Kemudian, juga banyak garis yang terlihat buram akibat efek *anti-aliasing* (h. 175).

## 5. *Button*

*Button* merupakan elemen interaktif yang digunakan dalam sebuah *interface* untuk melakukan sebuah aksi atau interaksi. Aksi atau interaksi tersebut mencakup mengunduh, mengirim, menyimpan,

membeli, dll. Dalam sebuah *website*, *button* berperan penting sebagai penghubung antara pengguna dengan fungsi dalam sebuah *website*. Sehingga, desain *button* sebaiknya diusahakan agar mencolok, jelas, dan mudah diidentifikasi oleh pengguna. Kemudian, hindari *button* yang mirip dengan elemen visual lainnya supaya lebih mudah dikenali oleh pengguna (h. 179).



Gambar 2.33 Variasi *button*  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Penerapan *button* buruk dalam sebuah *user interface* dapat merusak pengalaman pengguna dalam berinteraksi di sebuah tampilan. Secara umum, tombol berbentuk *rectangle* atau persegi panjang yang bersudut membulat. Hal tersebut cenderung diketahui pengguna sebagai sebuah tombol secara *general* yang bisa diinteraksi (h. 181).

#### a. *Call to Action* (CTA)

*Call to Action* berarti sebuah *button* harus lebih menonjol dibandingkan elemen lain. Hal tersebut bertujuan supaya pengguna dapat dengan mudah mengenali *button* tersebut sebagai sebuah ajakan. Ukuran umum dari sebuah *call to action* merupakan 40-60 poin, ditemani dengan jarak yang sesuai kebutuhan. Terakhir, informasi dan teks dalam sebuah *call to action* harus jelas dan menarik. Sehingga, pengguna akan termotivasi untuk berinteraksi dengan *button* tersebut sebagai *call to action* (h. 186).



**DOWNLOAD THE BOOK!**

Gambar 2.34 *Call to Action Button*  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Terlihat bahwa *button* dibuat menonjol dengan huruf yang semua kapital dan penggunaan tanda seru. Hal tersebut bertujuan supaya pengguna dapat dengan mudah mengenali *button* tersebut. Kemudian juga termotivasi untuk berinteraksi dengan *button* tersebut sebagai *call to action* (h. 186).

#### **b. Building a Button**

Desain sebuah *button* harus searah dengan elemen lainnya, identitas visual dari sebuah *website*, atau *interface*. Sehingga pengguna dapat mengenal *website* tersebut berdasarkan identitas visual yang kuat. Kemudian, *padding* dapat digunakan dalam mendesain *button* untuk menentukan ruang aman dan proporsi *button* yang tepat. Hal tersebut dapat dalam bentuk pemberian *margin* yang lebih besar, dibagian *button* yang dekat dengan elemen visual lainnya (h. 182).

#### **c. Alignment**

Teks atau informasi dalam sebuah *button* di tampilan *website* harus berada dengan rapi di tengah *button*. Dengan menggunakan ukuran margin yang sama pada bagian kiri dengan kanan, dan atas dengan bawah. *Button* dengan *alignment* yang buruk akan membuat tampilan dari sebuah *website* terlihat sangat berantakan dan tidak profesional (h. 183).



Gambar 2.35 *Alignment* pada *Button*  
 Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

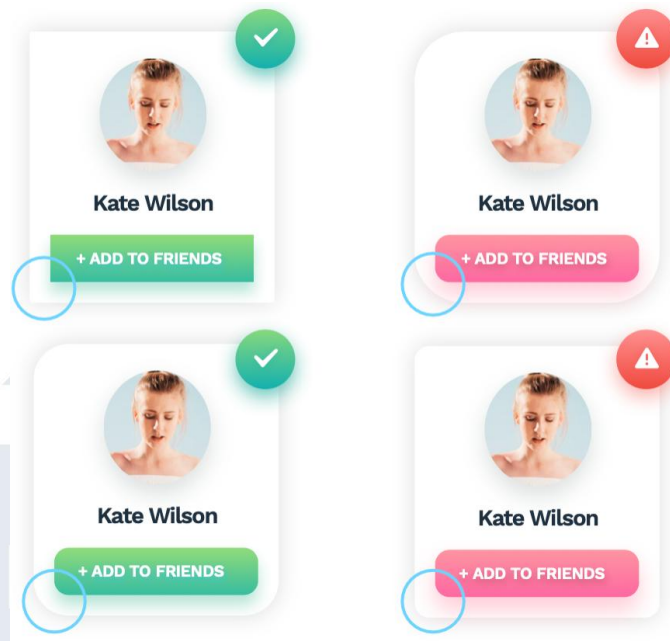
Terlihat bahwa *button* tersebut menggunakan ukuran margin yang sama pada bagian kiri dengan kanan. Kemudian, juga terdapat jarak yang sama pada bagian atas dengan bawah. Kedua hal tersebut memastikan dengan jelas bahwa informasi berada di tengah *button* dengan rapi (h. 183).

#### d. *Size*

Teks atau informasi dalam sebuah *button* di tampilan *website* harus berada dengan rapi di tengah *button*. Dengan menggunakan ukuran margin yang sama pada bagian kiri dengan kanan, dan atas dengan bawah. *Button* dengan *alignment* yang buruk akan membuat tampilan dari sebuah *website* terlihat sangat berantakan dan tidak profesional (h. 183).

#### e. *Figure to Background*

Ukuran sudut dari sebuah *button*, harus seukuran dengan sudut elemen yang terdapat di belakang *button* tersebut. Jika di belakang *button* terdapat *card* dengan sudut membulat, maka *button* juga harus memiliki sudut yang membulat. Jika hal tersebut tidak diterapkan, maka tampilan *website* akan terasa tidak rapi dan tidak seimbang (h. 185).



Gambar 2.36 *Figure to Background* pada *Button*  
 Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Terlihat bahwa ukuran sudut yang tepat pada *button*, merupakan ukuran sudut elemen yang terdapat di belakang *button*. Pada elemen yang bersudut tajam, maka *button* sebaiknya bersudut tajam juga. Kemudian, jika sudut di belakang *button* bulat, maka *button* juga sebaiknya bersudut bulat. Penerapan *figure to background* yang tepat akan membuat *user interface* terasa seimbang (h. 185).

## 6. *Cards*

*Cards* merupakan sebuah elemen pada *user interface* yang cenderung diimplementasikan dengan tujuan untuk menampilkan sebuah informasi. Tujuan dari elemen *card* adalah untuk mempermudah pengguna dalam membaca atau berinteraksi dalam sebuah *user interface*. Informasi yang dapat disampaikan melalui sebuah *card* sangat luas seperti teks, *button*, *icon*, *image*, *video*, *product*, dll. *Cards* dapat dibagi menjadi beberapa jenis berdasarkan peletakannya (h. 204).

#### **a. *Horizontal Cards***

*Cards* disusun secara horizontal dalam menyampaikan informasi. *Cards* jenis ini juga sering digunakan dalam membuat sebuah tampilan *carousel*. Dalam *carousel*, pengguna dapat menggeserkan *cards* atau konten lainnya secara horizontal. Kartu jenis ini juga efektif untuk menampilkan beberapa informasi yang ingin dilihat secara cepat (h. 205).



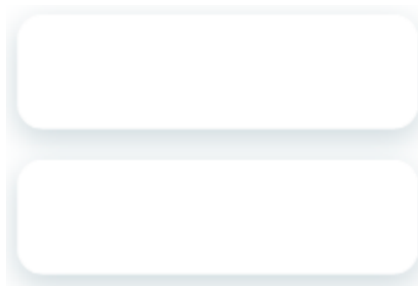
Gambar 2.37 *Horizontal Cards*

Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Berikut merupakan tampilan *horizontal cards* yang dapat digunakan dalam sebuah *user interface*. Semua kartu tersusun secara horizontal dengan jarak yang *fixed*. Informasi yang disampaikan akan terlihat rapi, dan dapat dilihat dengan cepat oleh pengguna.

#### **b. *Vertical Cards***

*Cards* juga dapat disusun secara vertikal dalam proses menyampaikan berbagai informasi. Jenis kartu ini cocok digunakan dalam menyampaikan informasi yang banyak dan detail. Jenis kartu ini sering ditemukan dalam katalog produk dalam aplikasi (h. 205).

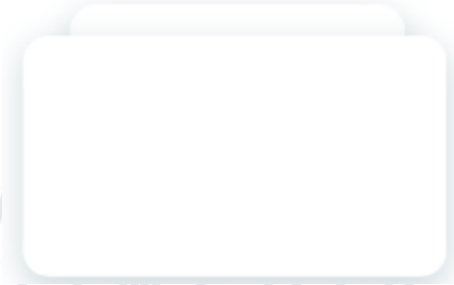


Gambar 2.38 *Vertical Cards*  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Berikut tampilan *vertical cards* yang dapat digunakan dalam sebuah *user interface*. Semua kartu tersusun secara vertikal dengan jarak yang *fixed*. Sehingga cocok digunakan untuk menyampaikan informasi yang banyak dan detail.

#### c. *Stack Cards*

*Cards* dapat disusun secara bertumpuk atau *stacked* dalam menyampaikan informasi. Jenis ini cenderung digunakan pada informasi yang terdapat interaksi seperti menggeserkan kartu untuk membuang kartu atau melihat kartu di belakang. Kartu jenis ini cenderung ditemukan di dalam aplikasi, yang membutuhkan tindakan cepat dari pengguna (h. 205).



Gambar 2.39 *Stacked Cards*  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Berikut merupakan sebuah tampilan *stack cards* yang dapat digunakan dalam sebuah *user interface*. Kartu tersusun secara tertumpuk dengan sesama, dan saling menutupi. Sehingga cocok digunakan untuk ditambahkan interaksi seperti menggeserkan kartu.

#### d. *Grid Cards*

*Cards* dapat disusun mengikuti sebuah *grid* untuk menyampaikan secara informasi. Susunan kartu dapat bersifat teratur maupun tidak teratur untuk membangun hierarki dalam kartu yang ditampilkan. Kartu jenis ini sering ditemukan dalam media yang menyampaikan banyak informasi yang perlu dibaca seperti berita, e-commerce, dll (h. 205).



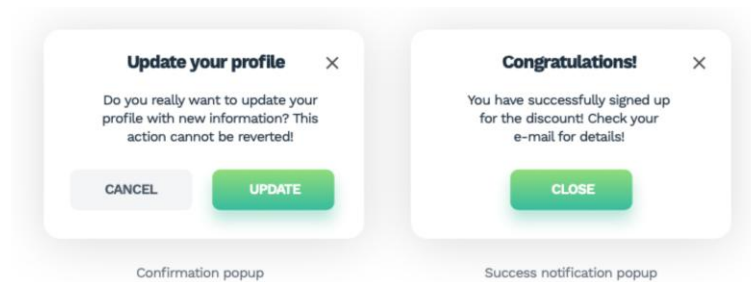
Gambar 2.40 *Grid Cards*

Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Berikut merupakan tampilan *grid cards* yang dapat digunakan dalam sebuah *user interface*. Kartu tersusun mengikuti *grid* yang digunakan. Kemudian, kartu dapat disusun sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan. Sehingga cocok digunakan untuk menyampaikan informasi yang banyak dan berkepentingan berbeda.

### 7. *Modals & Popups*

Di dalam sebuah *user interface*, informasi dapat disampaikan menggunakan elemen *interface* yaitu modal & *popup* yang muncul di atas sebuah tampilan. Informasi yang cenderung ditemukan dalam *modals* merupakan informasi, opsi, atau konfirmasi tambahan, yang sebaiknya dilihat pengguna sebelum lanjut menjelajahi sebuah *user interface*. Elemen UI ini sangat mengambil perhatian dan fokus pengguna kepada sebuah informasi. Sehingga jika diimplementasikan secara berlebihan dan tidak tepat, pengguna dapat merasa terganggu dan tidak nyaman (h. 262).

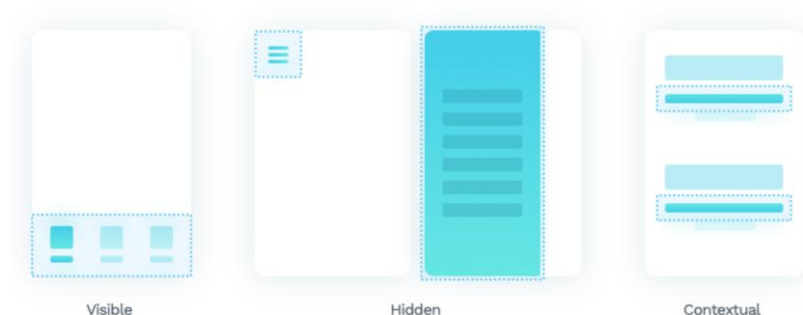


Gambar 2.41 Modal & Popup  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Berikut tampilan sebuah *popup* yang dapat digunakan dalam sebuah *user interface*. Elemen tersebut memaksa pengguna untuk membacanya dan untuk berinteraksi dengan elemen tersebut. Sehingga, cocok untuk menyampaikan informasi penting yang harus diketahui pengguna. Namun, harus diperhatikan supaya tidak membuat pengguna tidak nyaman (h. 262).

## 8. Navigasi

Navigasi merupakan elemen yang sangat penting dalam sebuah *user interface*. Hal tersebut membantu kemudahan pengguna dalam mencari informasi yang dibutuhkan dalam sebuah tampilan. Terdapat tiga jenis *navigasi* yang dapat membantu pengguna yaitu navigasi terlihat, navigasi tersembunyi, dan navigasi kontekstual. Setiap jenis navigasi wajib digunakan sesuai dengan kebutuhan, dan dibuat mudah dipahami pengguna (h. 281).

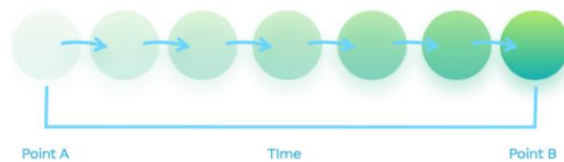


Gambar 2.42 Tiga Jenis Navigasi  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Berikut terdapat beberapa jenis navigasi yang dapat digunakan dalam sebuah *user interface*. Navigasi *visible* selalu terlihat dalam tampilan *user interface*. Sedangkan, navigasi jenis *hidden* hanya terlihat setelah melakukan sebuah interaksi. Seluruh jenis navigasi tersebut dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan desainer. Dengan catatan harus memenuhi tujuannya yaitu mempermudah pengguna dalam menavigasi *website*.

## 9. Animasi

Animasi dalam *user interface* berperan penting dalam meningkatkan daya tarik dan proses penyampaian sebuah informasi. Malewicz & Malewicz (2020) menyatakan bahwa animasi merupakan perubahan status yang terjadi selama waktu bergerak. Perubahan status tersebut dapat dalam bentuk perubahan *size*, *position*, *shape*, dan *rotation* pada sebuah elemen (h. 300).



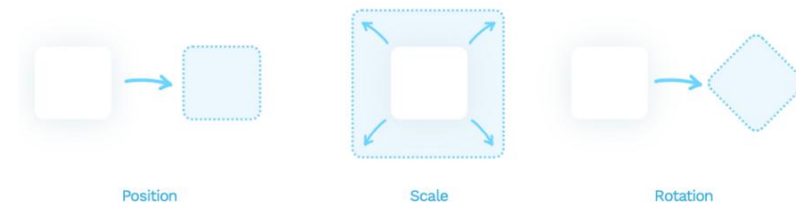
Gambar 2.43 Animasi Perubahan Posisi  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Dengan tujuan untuk mengindikasikan secara visual, perubahan pada elemen dalam *user interface*. Animasi berperan besar dalam mempermudah pengguna dalam menavigasi, dan menjadi elemen tambahan yang meningkatkan ketertarikan pengguna. Terdapat beberapa jenis animasi yang dapat diimplementasikan dalam sebuah *user interface* (h. 300).

### a. *Transitions*

Transisi atau *transitions* merupakan perubahan status elemen yang terjadi pada waktu tertentu. Terdapat tiga jenis *transition* umum digunakan yaitu perubahan *position*, perubahan

*scale*, dan perubahan *rotation*. Transisi juga dapat terjadi dalam bentuk perubahan bentuk, warna, transparansi, gradasi, dan bayangan (h.301).

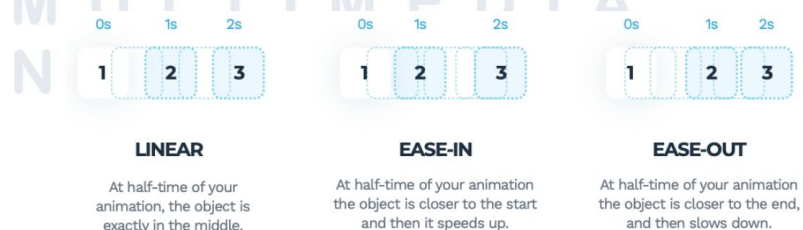


Gambar 2.44 *Transitions*  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Pada gambar tersebut terlihat tiga jenis *transition* umum digunakan. Hal tersebut mencakup yaitu perubahan *position*, perubahan *scale*, dan perubahan *rotation* pada elemen atau objek. Animasi transisi yang digunakan dalam *user interface* dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang dimiliki (h.301).

#### b. *Easing*

*Easing* merupakan pergerakan pada elemen dengan kecepatan animasi yang berubah dengan berjalannya waktu. Sebuah gerakan tanpa *easing* berarti objek berpindah posisi dengan kecepatan yang tetap atau *linear*. Dengan *easing*, elemen atau objek bergerak dengan kecepatan yang berbeda di bagian awal atau akhir pergerakan. Hal tersebut memberi kesan yang dinamis dan halus kepada pengguna yang melihatnya (h. 302).



Gambar 2.45 *Easing*  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Pada gambar tersebut terlihat posisi sebuah objek di detik yang berbeda, untuk menunjukkan perbedaan gerakan *linear* dengan *easing*. Pada gerakan *linear*, objek bergerak dengan jarak yang sama pada setiap detik. Sedangkan pada gerakan *easing*, objek bergerak lebih lambat di bagian awal atau akhir gerakan tersebut. (h. 302).

### c. *Bounce*

*Bounce* merupakan sebuah pergerakan pada elemen atau objek yang memberikan kesan elemen tersebut dapat memantul. *Bounce* sering digunakan dalam menampilkan batas dari sebuah tampilan *user interface*. Sehingga, ketika pengguna *scroll* ke bagian yang sudah selesai. Maka, pengguna akan memantul ke posisi awal pergerakan tersebut. Hal tersebut memberi kesan yang dinamis dan halus kepada pengguna yang melihatnya (h. 304).



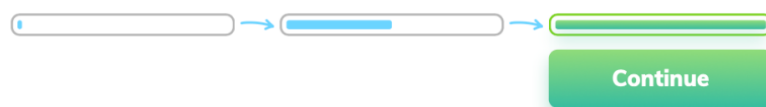
Gambar 2.46 *Bounce*

Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Pada gambar tersebut terlihat gerakan *bounce* yang umum ditemukan. Di kiri terdapat gerakan *bounce* secara linear, di mana objek mundur sedikit menuju arah datang, setelah mencapai ujung terjauh dari gerakan. Kemudian, juga terdapat gerakan *bounce* ukuran, di mana objek mengecil sedikit setelah mencapai ukuran terbesar. Tujuan dari gerakan mundur dari kedua gerakan tersebut adalah untuk memberikan kesan memantul yang dinamis kepada pengguna (h. 304).

#### d. *Progress Bars*

*Progress bar* merupakan animasi yang menunjukkan secara visual kemajuan atau *progress* dari sebuah proses. Proses tersebut yang dimaksud adalah saat *website* atau *aplikasi* melakukan proses *loading data*. Sehingga pengguna dapat melihat *progress*, dan menunggu proses tersebut selesai tanpa terjadinya kebingungan (h. 305).



Gambar 2.47 *Progress Bars*  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Bentuk umum *progress bar* merupakan sebuah persegi panjang yang di dalamnya berisi warna dari ujung kiri ke kanan. Pergerakan warna tersebut cenderung menggunakan animasi *linear* atau *bounce*. *Progress bar* cenderung memiliki tiga *state* yaitu kosong, terisi setengah, dan penuh.

#### e. *Micro Interactions*

*Micro interactions* merupakan animasi yang sangat penting dalam perancangan sebuah *user interface*. Hal tersebut disebabkan *micro interaction* memberikan *feedback* kepada pengguna, terkait interaksi yang telah mereka lakukan. *Micro interaction* memberikan *feedback* kepada pengguna dengan cara menggunakan animasi untuk memvisualisasikan perubahan status sebuah objek. Sehingga, pengguna lebih mudah berinteraksi dan navigasi dalam sebuah *website* (h. 307).



Gambar 2.48 *Micro Interactions*  
Sumber: *Designing User Interface* (Malewicz & Malewicz, 2020)

Animasi *micro interactions* cenderung terlihat pada *icon* dan juga *button*. Di mana elemen tersebut berubah saat ditekan atau berada di bawah *cursor*. Animasi tersebut juga sering terlihat dalam *toggle switch* saat berubah status dari *on* menjadi *off* (h. 307).

Berdasarkan teori *user interface* yang telah dibahas, penulis akan mengimplementasikannya ke dalam *website* interaktif “Truth of Treats”. *Grid* akan digunakan dalam menghasilkan *layout* desain yang terstruktur. Berbagai elemen *interface* yang telah dibahas juga akan diaplikasikan dalam halaman *website* seperti *icon*, *button*, *cards*, *popups & modals*, animasi, dan navigasi. Dalam menghasilkan identitas *website* yang kuat, elemen *interface* seperti warna dan tipografi harus diperhatikan untuk diterapkan secara konsisten.

### 2.2.2 User Experience

Di dalam bukunya yang berjudul *The Basics of User Experience Design* yang ditulis oleh Soegaard (2018). *User experience* adalah pengalaman yang dirasakan pengguna dalam proses berinteraksi atau menggunakan sebuah produk atau layanan. Produk dan layanan yang dimaksud cenderung media berbasis digital sebagai *website* atau aplikasi. Fokus utama *user experience* terletak pada fungsi dan kemudahan pengguna dalam pengalaman menggunakan produk atau layanan.



Gambar 2.49 UX Honeycomb  
Sumber: *The Basics of User Experience Design* (2018)

Hal tersebut terlihat dari segi pengalaman yang nyaman, menyenangkan, efisien, bebas hambatan, dan mudah dipahami bagi pengguna (h. 6). *User experience* yang dirancang dengan baik dapat memastikan produk atau layanan yang dirancang sesuai dengan kebutuhan pengguna (h. 7). Terdapat beberapa hal yang dibutuhkan dalam proses perancangan sebuah *website*, untuk menghasilkan pengalaman yang berkualitas dan nyaman bagi pengguna (Soegaard, 2018, h. 6-7).

### **1. Faktor *User Experience***

Berdasarkan *UX Honeycomb*, terdapat tujuh faktor yang harus diperhatikan dalam perancangan *user experience*. Dengan menerapkan ketujuh prinsip tersebut, *user experience* yang dihasilkan akan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal tersebut mencakup *useful*, *usable*, *findable*, *credible*, *desirable*, *accessible*, dan *valuable* (Soegaard, 2018, h. 22-25).

#### **a. *Useful***

Prinsip *useful* membahas manfaat yang dimiliki dari sebuah produk. Sebuah desain atau produk wajib memiliki kegunaan, serta manfaat dan tujuan yang jelas untuk pengguna. Produk tersebut harus dapat membantu pengguna dalam memenuhi kebutuhan mereka. Kemudian, harus diingat bahwa istilah bermanfaat bersifat subjektif. Sehingga, setiap pengguna memiliki persepsi yang berbeda. Maka dari itu, sebuah produk tidak berguna bagi pengguna tidak akan menarik perhatian pengguna (h. 22).

#### **b. *Usable***

Prinsip *usable* membahas cara pengguna menggunakan sebuah produk. Sebuah desain atau produk wajib dapat digunakan dengan mudah oleh pengguna dalam mencapai tujuan mereka. Produk yang disediakan harus diusahakan terstruktur dan tidak membingungkan saat digunakan oleh

pengguna. Sehingga pengguna akan tertarik dan nyaman saat menggunakan produk tersebut (h. 22).

**c. *Findable***

Prinsip *findable* membahas cara pengguna mencari atau menemukan sebuah produk. Sebuah produk atau desain wajib dapat ditemukan oleh pengguna yang ditujukan dengan mudah. Media yang sulit ditemukan berarti semakin sedikit pengguna yang akan menggunakan produk tersebut. Kemudian, hal tersebut juga berlaku terhadap informasi atau interaksi dalam sebuah produk. Jika pengguna mengalami kesulitan mencari hal yang mereka butuh, maka pengguna akan dengan cepat meninggalkan produk tersebut (h.23).

**d. *Credible***

Prinsip *credible* membahas tingkat kepercayaan pengguna terhadap suatu produk. Dalam membangun sebuah *user experience*, sebuah produk harus menyediakan kebutuhan pengguna yang bersifat kredibel dan bisa dipercaya. Prinsip ini sangat penting dalam menentukan apakah pengguna akan menggunakan sebuah produk atau tidak. Jika sebuah produk bersifat tidak kredibel, maka pengguna akan segera pergi (h. 23).

**e. *Desireable***

Prinsip *desirable* membahas mengenai daya tarik yang dimiliki sebuah produk. Sebuah produk yang memiliki daya tarik yang tinggi, akan membuat pengguna tertarik menggunakan sebuah produk dalam jangka waktu yang lama. Daya tarik tersebut dapat berasal dari visual, emosional, dll. Beberapa hal yang berdampak terhadap daya tarik visual adalah warna, gambar, gaya visual, dll. Daya tarik pada produk yang tinggi juga akan membuat pengguna menyebarkannya kepada pengguna lain (h.24).

**f. Accessible**

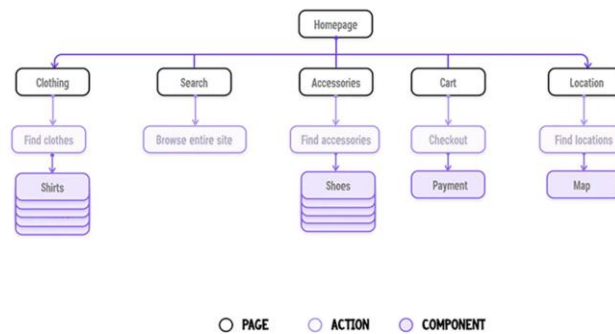
Prinsip *accessible* membahas pengguna yang akan menggunakan produk tersebut. Sebuah produk harus dapat digunakan oleh semua pengguna, termasuk yang memiliki disabilitas. Produk yang mengabaikan aksesibilitas kepada penyandang disabilitas, akan menyampingkan sekitar banyak potensi pengguna. Penerapan prinsip aksesibilitas juga meningkatkan kenyamanan semua pengguna dalam menggunakan sebuah *user experience* pada produk. Hal yang dapat membuat aksesibel mencakup teks alternatif, *voice over*, dan mode gambar kontras tinggi (h. 25).

**g. Valuable**

Prinsip *valuable* membahas manfaat yang diterima pengguna dari sebuah produk. Sebuah produk harus memberikan manfaat kepada pengguna serta pengembang produk tersebut. Kemudian, dalam menghasilkan sebuah produk dibutuhkan uang. Sehingga, produk yang dihasilkan harus berharga dan bermanfaat untuk tidak menyebabkan kerugian produksi (h. 25).

**2. Information Architecture**

*Information architecture* (IA) merupakan struktur atau penyusunan konten yang berada di dalam sebuah media. Konten tersebut disusun berdasarkan tingkat kepentingan atau hirarki, dari setiap konten yang akan dimasukkan ke dalam media tersebut. Teknik tersebut diterapkan untuk memperjelas elemen informasi di dalam sebuah layanan atau produk, kepada desainer ataupun pengguna (Landa, 2024).

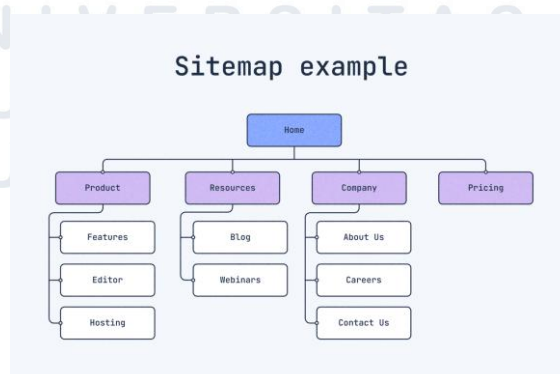


Gambar 2.50 Contoh *Information Architecture Website*  
 Sumber: [justinmind.com/wireframe/information-architecture-ux-guide](https://justinmind.com/wireframe/information-architecture-ux-guide)

Gambar tersebut merupakan *Information architecture* (IA) dari sebuah *website e-commerce* pakaian. Dalam *website* tersebut terlihat bahwa dari *homepage*, pengguna dapat mencari informasi dan interaksi yang dibutuhkan dengan mudah. Informasi yang terdapat mencakup kategori produk, keranjang, dan lokasi toko. Sedangkan, terdapat juga interaksi seperti *search* dan *shopping cart* untuk membeli produk pada *homepage*.

### 3. Sitemap

*Sitemap* merupakan sebuah kerangka dari *website* yang berisi halamannya. Hal tersebut berfungsi dalam memvisualisasikan navigasi antar halaman di dalam sebuah *website*. *Sitemap* juga dirancang untuk memperoleh pemahaman kerumitan, navigasi, *control* antar halaman *website* yang dibutuhkan oleh pengguna (Panzarella, 2022).



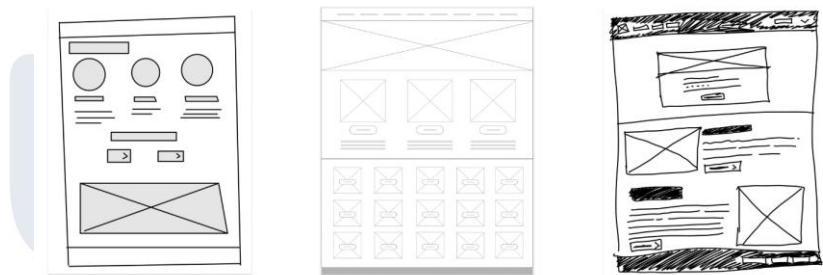
Gambar 2.51 *Sitemap Website*  
 Sumber: <https://slickplan.com/blog/how-to-create-a-sitemap>

#### 4. Wireframe

Dalam perancangan sebuah *website* berbasis digital, *wireframe* merupakan salah satu tahap awal dalam perancangannya. *Wireframe* berfungsi dalam mempermudah proses penyusunan informasi, konten, dan elemen visual di dalam sebuah *website*. Hal tersebut juga mempermudah penyusunan informasi ke dalam struktur dan hierarki yang membantu proses pemahaman pengguna. Terdapat dua jenis *wireframe* yaitu *low fidelity* dan *high fidelity* (Segara, 2019).

##### a. Low Fidelity

*Low fidelity wireframe* merupakan rancangan kasar dari sebuah *website*, yang berbentuk sangat sederhana. *Wireframe* tersebut berfungsi menetapkan jumlah halaman dan tujuan dari setiap halaman *website* yang akan dirancang. Dalam proses membangun struktur kasar elemen dalam *website*, *low fidelity wireframe* juga cenderung menggunakan *typeface*, warna, *button*, atau logo (Segara, 2019).



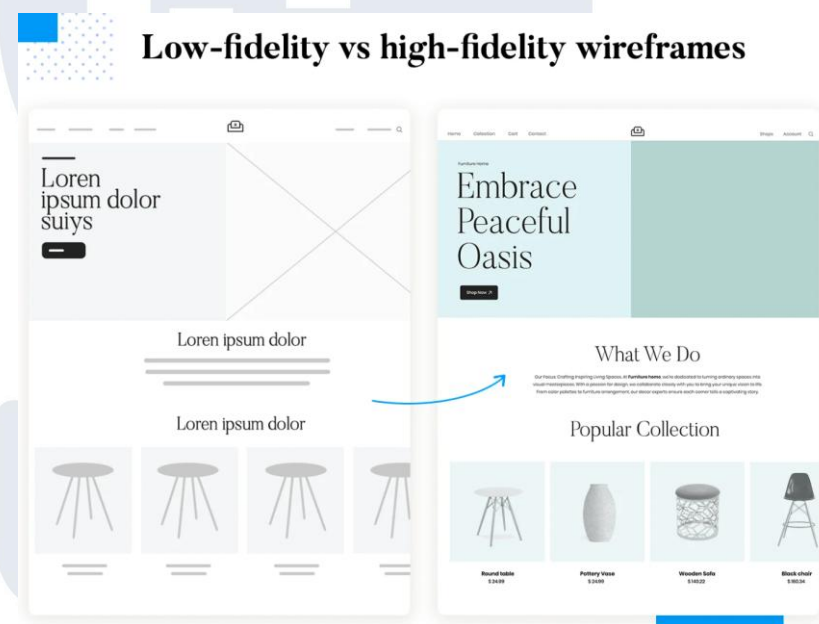
Gambar 2.52 Low Fidelity Wireframe untuk Website  
Sumber: [www.almsolutions.com/blog/lo-fi-wireframes-an-overlooked-step-in-the-design-process](http://www.almsolutions.com/blog/lo-fi-wireframes-an-overlooked-step-in-the-design-process)

Berikut merupakan beberapa tampilan *low fidelity wireframe* dalam perancangan *website*. Terlihat dengan jelas penataan elemen visual dan konten informasi yang akan dimasukkan ke dalam *website* tersebut. Kemudian, dapat dilihat bahwa *low fidelity wireframe* tidak memiliki gaya perancangan yang pasti. Sehingga, wujud dari *low fidelity wireframe* dapat

disesuaikan dengan yang dibutuhkan dalam perancangan *layout* kasar sebuah *website*.

#### b. *High Fidelity*

*High fidelity wireframe* merupakan wujud *low fidelity wireframe* yang sudah diselesaikan. *Wireframe* ini sudah terisi dengan seluruh elemen visual yang dibutuhkan dalam sebuah *website*. Sehingga sudah dapat ditemukan *typeface*, warna, gambar, dan foto yang sudah *final* dalam desainnya. *Wireframe* ini juga sudah siap digunakan untuk kegiatan *user testing* untuk memperoleh *feedback* dari pengguna (Segara, 2019).



Gambar 2.53 *High Fidelity Website*

Sumber: [www.justinmind.com/wireframe/low-fidelity-vs-high-fidelity-wireframing-is-paper-dead](http://www.justinmind.com/wireframe/low-fidelity-vs-high-fidelity-wireframing-is-paper-dead)

Berikut merupakan sebuah tampilan *high fidelity wireframe* dalam perancangan *website*. Terlihat perbedaan utama *low fidelity* dengan *high fidelity* yaitu tingkat persiapan yang dimilikinya dalam melakukan *user testing*. Pada *high fidelity wireframe* seluruh informasi dan elemen visual seperti

konten, gambar, *typeface*, warna, *button*, dll sudah dimasukkan ke dalam *wireframe* tersebut.

## 5. User Persona

*User persona* merupakan representasi target penelitian yang bersifat fiktif dan tidak asli. Hal tersebut dibuat untuk memahami lebih dalam kebutuhan, tujuan, dan perilaku target penelitian di dalam sebuah skenario penggunaan produk atau layanan. Dengan itu, penulis dalam proses perancangan dapat memvisualisasikan sudut pandang pengguna. Sehingga perancangan yang dilakukan lebih terarah dan relevan dengan kebutuhan pengguna (Nielsen, 2019, h. 9).

**UX Research Tools: User Persona**

| Personal Details                                                                                                                                                                                                                                   |                        | Tech Exposure                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Demographics                                                                                                                                                                                                                                       | Family, language, HHI  | 1 Low 2 Medium 3 High                                                                                                                                                                                                                                   |
| Work Experience:                                                                                                                                                                                                                                   | Years, training, staff |                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Devices:                                                                                                                                                                                                                                           | Phone, browser, IoT    |                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>About</b>                                                                                                                                                                                                                                       |                        |                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Include a short description of your user persona. Summarize who they are and how they're connected to your experience. Treat it like an elevator pitch and avoid adding imaginary details you haven't observed first-hand.                         |                        |                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Patterns &amp; Behaviours</b>                                                                                                                                                                                                                   |                        | <b>Goals &amp; Motivations</b>                                                                                                                                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Patterns are UX-relevant habits</li><li>• They can be physical or digital</li><li>• They are typified by "desire lines"</li><li>• Look for shortcuts, common phrases and other relevant reflexes</li></ul> |                        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Goals are the most important aspect</li><li>• And should always be actionable</li><li>• Motivations are what drive personas</li><li>• Akin to personal KPIs</li><li>• Be careful to avoid assumptions</li></ul> |

Gambar 2.54 *User Persona*

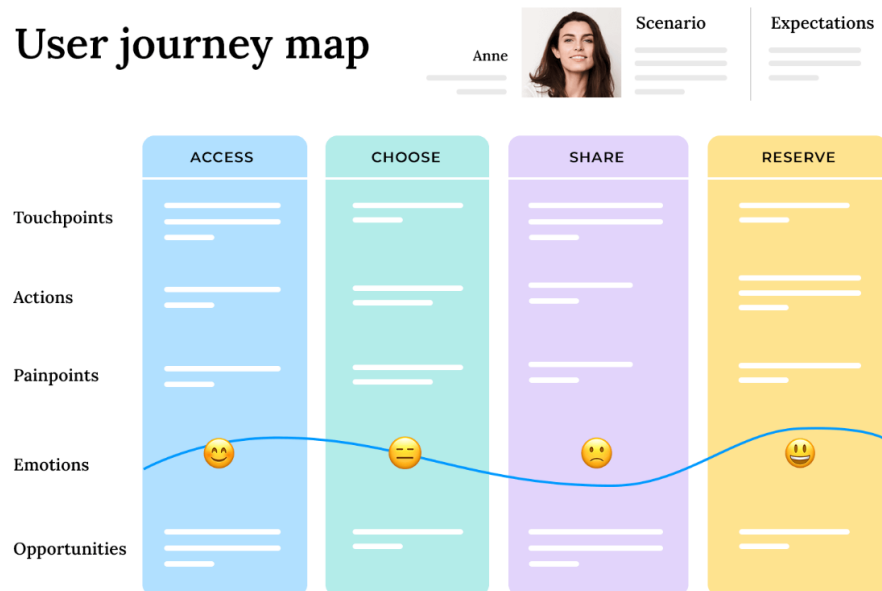
Sumber: [www.konrad.com/research/user-persona](http://www.konrad.com/research/user-persona)

Dalam *user persona* akan dirancang sebuah identitas target penelitian yang bersifat fiktif, dari nama hingga perilaku dalam sehari-hari. Kemudian, *user* fiktif tersebut akan dimasukkan ke dalam sebuah skenario yang relevan dengan kebutuhan peneliti. Dengan itu, peneliti dapat memahami lebih dalam kebutuhan pengguna dalam skenario tersebut. Skenario fiktif tersebut juga akan bermanfaat dalam memahami lebih dalam dampak perancangan yang akan dibuat (h. 16).

## 6. User Journey

*User journey* merupakan sebuah visualisasi skenario yang dialami pengguna, dalam berinteraksi dengan sebuah produk atau layanan dari awal hingga akhir. Dengan hal tersebut perancang dapat memperoleh pemahaman lebih dalam terkait kebutuhan dan perilaku pengguna dalam sebuah skenario pengalaman. *User journey* juga bermanfaat dalam memastikan solusi yang dirancang sesuai dengan kebutuhan pengguna (Nielsen, 2019, h. 92).

### User journey map



Gambar 2.55 *User Journey*  
Sumber: [www.justinmind.com/ux-design/user-journey-map](http://www.justinmind.com/ux-design/user-journey-map)

Berikut merupakan tampilan dari sebuah *user journey* yang dapat digunakan dalam perancangan *user experience*. Di dalam *user journey*, terlihat sebuah proses atau skenario yang dilalui pengguna untuk mencapai sebuah tujuan. Proses tersebut dimulai dari menemukan kebutuhan, menemukan produk, menggunakan produk, hingga mencapai tujuan yang dimiliki pengguna. Dalam proses tersebut seluruh aspek seperti *touchpoints*, *actions*, *pain points*, *emotional curves*, dan *opportunities* yang dialami pengguna akan dianalisis. Sehingga dengan sebuah *user journey*, peneliti dapat memahami lebih

dalam pengalaman pengguna dalam mencapai sebuah tujuan, dari sebelum menemukan produk atau *user experience* yang akan dirancang.

Dengan mengaplikasikan teori *user experience* yang telah dibahas, penulis dapat menghasilkan *user experience* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam interaksi *website* interaktif “Truth of Treats”. Prinsip *desirable* dan *accessible* akan diterapkan dalam *interface* halaman *website*. Dengan tujuan untuk memastikan tampilan *website* yang dihasilkan menarik dan nyaman dilihat oleh pengguna. Kemudian, prinsip *usable* dan *findable* akan menghasilkan pengalaman navigasi yang mudah digunakan. Terakhir, prinsip *useful* dan *valuable* digunakan untuk menghasilkan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

### **2.3 Dry Food pada Kucing**

*Dry food* adalah pakan kucing jenis kering yang cenderung mengandung kandungan karbohidrat yang tinggi sekitar 45% (Salaun et al., 2017), dengan kadar air rendah yaitu sekitar 10% (Meeks, 2021). Sedangkan komposisi diet yang disarankan untuk kucing peliharaan mengutamakan kandungan protein 52%, diikuti dengan lemak 46%, dan karbohidrat yang sedikit yaitu sekitar 3% (Saavedra et al., 2024). Ketidakseimbangan nutrisi yang ditemukan dalam *dry food* dibandingkan dengan diet alami kucing, dapat menyebabkan gangguan kesehatan kepada kucing jika dikonsumsi secara tidak seimbang. Komposisi dalam *dry food* yang harus diperhatikan adalah komposisi air yang rendah dan karbohidrat yang tinggi. Konsentrasi karbohidrat yang tinggi tersebut dapat menyebabkan gangguan kesehatan pada kucing peliharaan seperti gangguan kulit (Clark & Hoenig, 2021), obesitas, gangguan saluran kemih, dan penyakit ginjal (Saavedra et al., 2024).

#### **2.3.1 Urolithiasis**

Urolithiasis pada kucing merupakan pembentukan batu mineral atau kristal pada ginjal atau saluran kemih kucing, yang diakibatkan oleh oversaturasi pada urin kucing. Salah satu faktor utama penyebab terjadinya penyakit urolithiasis pada kucing merupakan pakan yang dikonsumsi.

Berdasarkan hasil studi, kucing yang mengonsumsi pakan secara berlebihan tanpa mengikuti rekomendasi takaran pada instruksi, dan tidak mengonsumsi air yang cukup untuk memenuhi kebutuhan air harian. Kucing tersebut akan mengalami peningkatan risiko mengalami penyakit urolithiasis. Hal tersebut terjadi karena terjadinya konsumsi protein yang berlebihan dalam pola makan, yang tidak diimbangi dengan air yang cukup (Anggera et al., 2023).

Sehingga konsumsi jenis pakan kering atau dry food yang berlebihan dapat menyebabkan urolithiasis pada kucing, terutama apabila kucing tersebut tidak mengonsumsi air yang cukup. Hal tersebut dikarenakan kandungan air dalam dry food hanya sekitar 5-10%, sehingga kucing yang sering makan *dry food* harus minum lebih banyak air untuk memenuhi kebutuhan air hariannya. Namun, hal tersebut tidak dapat menjamin kebutuhan air harian kucing dapat terpenuhi dengan maksimal (Triakoso, 2016).

### 2.3.2 FLUTD

*Feline lower urinary tract disease* (FLUTD) merupakan gangguan kesehatan yang ditemukan di sistem saluran kemih bagian bawah yang dimiliki oleh seekor kucing. Penyakit tersebut ditandai dengan terjadinya kesulitan buang air kencing, kencing darah (hematuria), kencing jumlah kecil dengan frekuensi tinggi (pollakiuria), dan *over grooming* di daerah sekitar alat kelamin kucing. Penyebab utama dari penyakit ini mencakup urolithiasis dan sistitis idiopati. Penyakit *feline lower urinary tract disease* berhubungan erat dengan konsumsi air yang cukup pada kucing peliharaan (Triakoso, 2016).

### 2.3.3 Obesitas

Secara global, sebesar 63% dari kucing yang dipelihara telah mengalami kelebihan berat badan dan obesitas. Obesitas pada kucing terjadi apabila seekor kucing memperoleh berat badan kelebihan yang melebihi 20% - 30% berat badan ideal kucing (Saavedra et al., 2024). Kucing yang mengalami obesitas dapat mengalami dampak yang serupa dengan manusia seperti penyakit ortopedi, masalah kulit non-alergi, neoplasia, dan diabetes mellitus. Jika dibandingkan dengan kucing berbadan ideal, kucing yang

obesitas memiliki peluang 2-4 kali lipat lebih besar dalam mengalami diabetes. Hal tersebut berhubungan dengan resistensi insulin yang dialami oleh kucing obesitas (Clark & Hoenig, 2021).

#### 2.3.4 Diabetes Mellitus

Diabetes merupakan penyakit yang terjadi akibat pankreas gagal memproduksi hormon insulin yang dibutuhkan dalam tubuh kucing, atau tubuh kucing yang tidak bereaksi secara wajar terhadap hormon insulin dalam tubuh. Hal tersebut mengakibatkan gula darah dalam tubuh kucing meningkat, dan menyebabkan berbagai gejala pada tubuhnya. Kucing yang terkena diabetes akan mengalami buang air kecil yang terlalu sering atau berlebihan (poliuria), lebih sering makan dan minum, serta mengalami penurunan berat badan (International Cat Care, 2024).

#### 2.3.5 Sembelit

Kucing yang tidak mengonsumsi air secara cukup, dan tidak memenuhi kebutuhan air hariannya dapat mengalami sembelit atau konstipasi. Konsumsi *dry food* yang berlebihan berkontribusi dalam terjadinya sembelit pada kucing (Alodokter, 2024). Hal tersebut diakibatkan kandungan air dalam *dry food* hanya 5-10%, sehingga kucing yang sering makan *dry food* harus minum lebih banyak air untuk memenuhi kebutuhan air hariannya (Triakoso, 2016). Kucing yang terkena penyakit sembelit akan mengalami kesusahan dalam membuang air besar, dikarenakan air besar yang terlalu kering (Alodokter, 2024).

Seluruh risiko dampak negatif yang dimiliki *dry food* terhadap kesehatan kucing akan dimasukkan ke dalam konten *website* interaktif “Truth of Treats”. Informasi terkait risiko penyakit dari *dry food* akan ditampilkan dalam konten halaman dampak konsumsi *dry food* yang tidak tepat. Kemudian, informasi terkait komposisi nutrisi *dry food* akan ditampilkan dalam halaman kenalan dengan *dry food*. Terakhir, informasi terkait pencegahan kucing mengalami dampak negatif tersebut akan ditampilkan dalam halaman cara memberikan *dry food* yang tepat.

## 2.4 Penelitian yang Relevan

Penelitian relevan akan dilakukan oleh penulis dengan tujuan untuk memperkuat dan menemukan kebaruan dalam penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian - penelitian tersebut akan dijabarkan berdasarkan judul, hasil, dan kebaruan dari penelitian tersebut. Berikut merupakan beberapa penelitian yang relevan dengan topik penelitian penulis :

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

| No. | Judul Penelitian                                                                                        | Penulis                | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Kebaruan                                                                                                                                                                                 |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | <i>Overweight and obesity in domestic cats: epidemiological risk factors and associated pathologies</i> | Saavedra et al. (2024) | Penelitian tersebut menunjukkan bahwa jumlah kucing yang mengalami kelebihan berat badan dan obesitas akibat mengonsumsi <i>dry food</i> secara rutin ( $\geq 75\%$ dari total makanannya), 2,4 kali lebih banyak dari kucing yang mengonsumsi <i>wet food</i> secara rutin ( $\geq 75\%$ dari total makanannya). Ditemukan juga bahwa kucing berusia dini yang mengonsumsi <i>dry food</i> yang melebihi 50% makanan hariannya, memiliki risiko hingga 79% untuk mengalami kelebihan berat badan dan obesitas. Hal tersebut disebabkan kandungan karbohidrat yang tinggi di | Secara langsung menguraikan hubungan antara konsumsi <i>dry food</i> dengan risiko <i>overweight</i> dan obesitas pada kucing, serta faktor-faktor yang berperan dalam kondisi tersebut. |

|    |                                                                          |                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                             |
|----|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                          |                           | dalam <i>dry food</i> , dibandingkan dengan karbohidrat dalam diet alami kucing.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                             |
| 2. | Pakan dan Kucing. Kesehatan dan Risiko Penyakit Akibat Pakan pada Kucing | Nusdianto Triakoso (2016) | <p>Penelitian tersebut menunjukkan bahwa komposisi nutrisi dalam <i>dry food</i> yang berbeda dengan komposisi nutrisi dalam diet alami kucing dapat menyebabkan berbagai gangguan kesehatan. Komposisi air yang dalam <i>dry food</i> sangat sedikit yaitu sekitar 5-10%, sedangkan dalam <i>wet food</i> dan pakan alami kucing mengandung sekitar 60-80% air. Sehingga kucing yang mengonsumsi <i>dry food</i> perlu konsumsi air lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan air harian. Ditemukan juga bahwa kucing yang mengonsumsi <i>dry food</i> menjadi minum lebih banyak, namun air yang diminum hanya separuh dari yang mengonsumsi <i>wet food</i>.</p> | Secara langsung menjelaskan hubungan antara perbedaan komposisi nutrisi dalam <i>dry food</i> dibandingkan dengan diet alami kucing, terhadap risiko gangguan kesehatan yang dapat terjadi. |

|    |                                                                    |                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                           |
|----|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                    |                                  | Hal tersebut dapat menyebabkan berbagai gangguan kesehatan pada kucing seperti diare, dehidrasi, gangguan saluran kemih, dan gangguan ginjal. Penelitian ini juga menjelaskan berbagai dampak dan risiko lainnya yang ditimbulkan dari konsumsi <i>dry food</i> pada kucing peliharaan. |                                                                                                           |
| 3. | Perancangan Kampanye Pencegahan Obesitas pada Kucing Dewasa        | Thalia Sandra Soe (2023)         | Perancangan kampanye tentang cara mengatur pola makan kucing peliharaan.                                                                                                                                                                                                                | 1. Media penelitian yang dihasilkan kampanye<br>2. Ditujukan kepada pemelihara kucing berusia 20-35 tahun |
| 4. | Perancangan Kampanye Sosial tentang Pentingnya Pencegahan Penyakit | Salsabila Hanifa Nasution (2025) | Perancangan kampanye sosial mengenai pentingnya pencegahan penyakit FLUTD pada kucing.                                                                                                                                                                                                  | 1. Media penelitian yang dihasilkan merupakan                                                             |

|    |                                                                                                     |                            |                                                                                                          |                                                                                                                                  |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | FLUTD pada Kucing                                                                                   |                            |                                                                                                          | kampanye sosial<br>2. Ditujukan kepada pemelihara kucing berusia 20-30 tahun                                                     |
| 5. | Perancangan <i>Mobile Website</i> Mengenai <i>Raw Diet</i> untuk Hewan Peliharaan Anjing dan Kucing | Amanda Yofanka Lauw (2025) | Perancangan <i>mobile website</i> yang menyediakan informasi raw diet untuk peliharaan anjing dan kucing | 1. Media penelitian yang dihasilkan merupakan <i>Mobile Website</i><br>2. Ditujukan kepada pemelihara kucing berusia 22-28 tahun |

Dari berbagai penelitian relevan tersebut, telah ditemukan berbagai informasi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis. Ditemukan bahwa komposisi nutrisi dalam *dry food* yang sangat berbeda dengan komposisi nutrisi dalam pakan alami kucing, dapat menyebabkan berbagai gangguan kesehatan pada kucing peliharaan. Kandungan karbohidrat yang tinggi dalam *dry food* dapat meningkatkan risiko kucing mengalami obesitas, diabetes, gangguan kulit, dll. Sedangkan konsentrasi air yang rendah dapat menyebabkan dehidrasi, konstipasi, diare, gangguan ginjal, dan gangguan saluran kemih pada kucing peliharaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumsi jenis *dry food*

memiliki risiko lebih tinggi menyebabkan gangguan kesehatan kucing dibandingkan makanan jenis lainnya.

Kemudian dari hasil penelitian relevan lainnya, dapat dilihat bahwa ditemukan berbagai kebaruan dalam penelitian yang telah dilakukan. Kebaruan tersebut terletak pada perancangan media persuasif untuk mencegah penyakit pada kucing seperti obesitas dan FLUTD. Kemudian, juga terdapat kebaruan dalam perancangan media informasi untuk menginformasikan mengenai *raw food* kepada pemelihara kucing. Sehingga, dari seluruh penelitian itu dapat dilihat kebaruan dalam penelitian yang sedang dilakukan penulis. Hal tersebut mencakup penelitian sebelumnya belum ada yang berfokus pada menginformasikan dampak konsumsi *dry food* bagi kesehatan kucing. Kemudian, penelitian sebelumnya belum ada yang mengangkat topik perancangan media informasi yang bersifat interaktif, untuk meningkatkan ketertarikan pemelihara kucing.

