

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Design UI/UX

Desain UI/UX memiliki peran penting dalam pengembangan media digital, salah satunya adalah aplikasi. Menurut Deacon (2020), UI dan UX merupakan dua hal penting dari desain digital yang berfokus dalam meningkatkan interaksi pengguna. Dengan masing-masing kegunaannya yang saling melengkapi, UI/UX berperan terhadap bagaimana hasil tampilan desain terlihat sehingga dapat memengaruhi perasaan pengguna saat menggunakan aplikasi (Malewicz, 2021). UI yang merupakan *user interface* lebih mengandalkan tampilan visual dari aplikasi. Sementara itu, UX yang merupakan *user experience* lebih bergantung pada pengalaman pengguna ketika menggunakan aplikasi. Sehingga UI/UX perlu diterapkan pada setiap perancangan media digital yang ada (Hamidli, 2023, h. 2).

2.1.1 User Interface (UI) Design

User Interface (UI) adalah tampilan visual dari sebuah perangkat yang berperan dalam memberikan pengalaman dan interaksi pengguna terhadap media digital dan fitur yang disediakan (Wiwesa, 2021, h.20). *User interface* berperan penting dalam memberikan tampilan antarmuka melalui tata letak *tools* dan fitur pada aplikasi *mobile* (Sitorus et al., 2023, h.2578). Tampilan *interface* mendukung efisiensi dalam berinteraksi pada sebuah perangkat digital untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Dengan menerapkan beberapa aspek desain pada aplikasi *mobile*, tampilan dapat menjadi lebih menarik. Berikut adalah beberapa aspek dari *user interface*.

2.1.1.1 Tipografi

Dalam aspek *user interface* menurut Malewicz (2021), menyebutkan bahwa pemilihan *font* yang sesuai dapat memengaruhi pengalaman pengguna secara signifikan. Dimana *font* tidak hanya fokus pada elemen visual saja tetapi juga dapat membangun gaya, nuansa, dan

pesan dari karya desain aplikasi yang akan kita rancang. *Typography* sendiri terdiri dari dua istilah yaitu *typeface* dan *font*. *Typeface* adalah kumpulan gaya huruf karakteristik tertentu. *Font* adalah variasi spesifik dari gaya tersebut yang meliputi ukuran, gaya, dan ketebalan tertentu. Terdapat tiga tipe tipografi, yaitu *serif*, *sans serif*, dan *decorative*.

Font serif memiliki lekukan di bagian ujung huruf yang memberikan kesan elegan dan klasik. Sering digunakan pada media cetak seperti buku, koran, dan lainnya. *Font sans serif* tidak memiliki lekukan yang sama dengan *serif* pada ujung huruf sehingga lebih memunculkan kesan yang modern, minimalis, dan bersih untuk keterbacaan pada desain media digital, salah satunya aplikasi. *Font decorative* yang menimbulkan kesan kuat dan menarik untuk dilihat karena gaya uniknya. Namun karena mencolok maka *font* tidak disarankan untuk digunakan pada teks yang bersifat panjang.



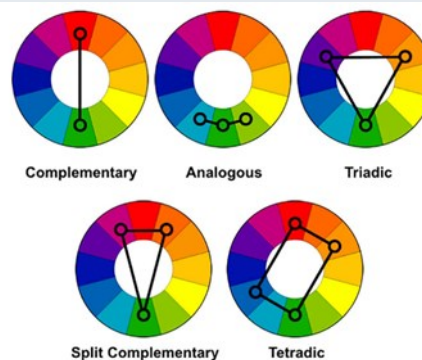
Gambar 2.1 Perbedaan tipografi

Sumber: <https://atomisystems.com/elearning/using-fonts-in-elearning-design/>

Dalam pembuatan aplikasi mobile, skala tipografi dan hierarki visual teks perlu dipertimbangkan dengan beberapa aspek tertentu seperti jenis, berat, *case*, ukuran, spasi, dan tinggi huruf. Dengan itu teks dapat terlihat lebih mudah untuk dibaca. Maksimal kepanjangan baris dalam spasi adalah 80 karakter dalam 1 baris (Mraz, 2022, h.40). Berat huruf juga diatur terkait ketebalannya, agar teks lebih mudah dibaca dengan informasi yang tersampaikan dengan baik.

2.1.1.2 Warna

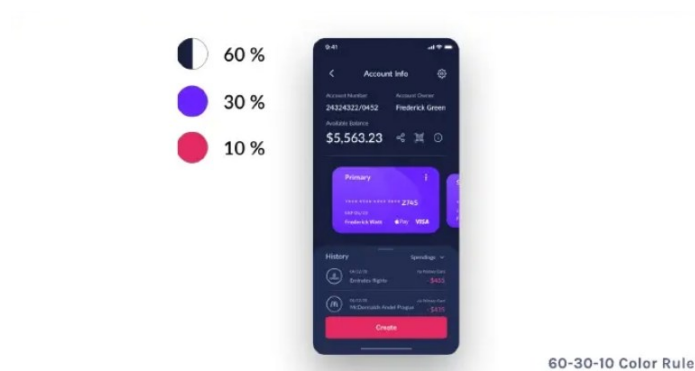
Warna merupakan salah satu aspek penting untuk membuat desain aplikasi *mobile* lebih hidup dan menarik. Manfaat dari warna adalah memberikan sebuah emosi pada tampilan aplikasi mobile (Mraz, 2022, h.47). Terdapat berbagai macam warna diantaranya monokromatis, analogous, komplementer, split komplementer, *triadic*, dan *tetradic*. Dari semua kombinasi warna tersebut, split komplementer yang paling sering digunakan. Hal tersebut dikarenakan warna dengan split komplementer memberikan keseimbangan dan kontras yang bagus pada desain (Sherin, 2015, h.20). Split komplementer memberikan kelompok kombinasi warna yang baik melalui bentuk segitiga dalam *color wheels*.



Gambar 2.2 Skema Warna

Sumber: <https://loveacrylicpainting.com/color-theory-terms/>

Setelah pemilihan palet warna yang akan digunakan dalam aplikasi *mobile*, perlu menerapkan juga prinsip yaitu pola 60-30-10 untuk warna. Dimana warna dominan 60%, warna sekunder 30% dan warna aksen 10%. Penerapan ini digunakan untuk menjaga keseimbangan warna untuk tampilan yang baik, namun bersifat fleksibel dan bisa digunakan sesuai kebutuhan (Mraz, 2022, h.49).



Gambar 2.3 Prinsip Warna
Sumber: (Mraz, 2022)

Gradasi juga merupakan salah satu jenis warna dimana warna digunakan berdekatan dengan warna utama yang dipilih. Dengan teknik pewarnaan gradasi yang menyambung satu sama lain, jadi memberikan efek yang berbeda pada tampilan aplikasi. Gradien sendiri merupakan warna yang sudah lama sedang tren dan memberikan kesan yang lebih modern. Biasanya warna gradien hanya digunakan sekitar 2 sampai 3 warna saja (Mraz, 2022).

Berdasarkan IxDF - Interaction Design Foundation (2017), warna sendiri sangat berhubungan dengan pengalaman pengguna pada sebuah media digital yaitu UX design. Psikologi warna dalam UI/UX design menemukan pentingnya peran warna ini dapat memengaruhi respons emosional dan fisiologis tertentu yang dapat memengaruhi perilaku pengguna. Contohnya warna merah biasanya menandakan urgensi atau kesalahan, biru menyampaikan kepercayaan dan keandalan, hijau menunjukkan keberhasilan atau tindakan positif, dan kuning menarik perhatian atau menunjukkan kehati-hatian.

Menurut jurnal dari Khandelwal dan Chaudhary (2023), warna juga memiliki dampak signifikan pada suasana hati, persepsi, dan bahkan reaksi fisik. Misalnya warna hangat seperti merah dan oranye dikaitkan dengan kegembiraan serta energi membangkitkan rasa urgensi. Warna dingin seperti biru dan hijau dikaitkan dengan ketenangan dan relaksasi

dengan maksud pengguna dapat menyerap informasi dan lebih santai. Disebutkan juga ada beberapa tips penerapan warna pada desain yaitu menggunakan warna cerah dan kontras untuk tombol *call to action* dan menggunakan warna yang lebih lembut untuk elemen yang lebih tidak penting. Memilih warna dengan tepat dapat memaksimalkan efektivitas interaksi pada pengguna, warna kontras dapat menarik pengguna ke elemen penting seperti tombol tertentu atau informasi penting.

2.1.1.3 Icons

Ikon merupakan gambar kecil dari objek sebagai simbol yang dapat mudah dikenali dalam kehidupan sehari-hari yang berfungsi untuk membantu atau menyampaikan informasi terkait fungsi dalam sebuah desain. Ikon membantu terkait navigasi dalam aplikasi *mobile*. Ikon sendiri memiliki banyak jenis, yaitu *linier*, *filled*, *two tone*, *bulk*, dan *broken*. Ikon memainkan aspek yang krusial pada aplikasi karena dapat memudahkan pengguna dalam memahami fungsi tertentu.



Gambar 2.4 Jenis Ikon

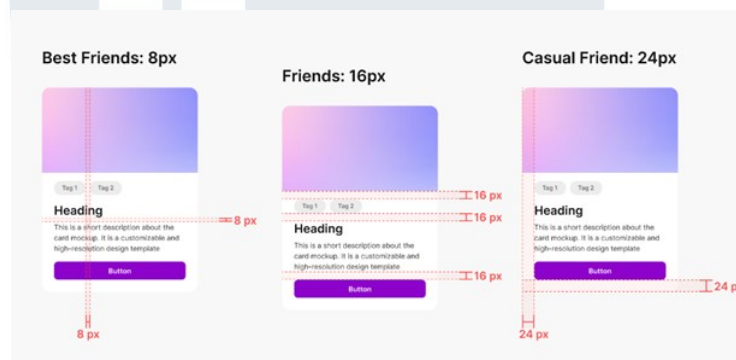
Sumber: <https://www.adhamdannaway.com/blog/icons/free-icon-sets>

Ikon bermanfaat dalam menyampaikan informasi elemen pada aplikasi. Selain itu, ikon dapat memberikan kesan yang menarik secara visual. Penggunaan ikon terkadang dapat menyerupai gambar yang kurang umum, sehingga ada penggunaan ikon yang biasanya disertai juga

dengan label teks. Ikon dengan teks lebih mempermudah pengguna dalam memahami fungsi tersebut secara lebih jelas (Mraz, 2022, h.57).

2.1.1.4 Spacing

Spasi adalah ruang kosong antar elemen, hal ini membuat tampilan aplikasi *mobile* jauh terlihat lebih bersih dan rapi. Spasi yang besar biasanya akan memberikan pengalaman lebih konsisten pada penggunaan aplikasi. Spasi sendiri terdiri dari 2 jenis, yang biasa disebut 8pt atau bilangan genap, kedua yaitu 5 pt. Jenis 8 pt atau bilangan genap merupakan penerapan spasi yang hanya digunakan dalam kelipatan 8. Begitu pula dengan 5 pt yang hanya menggunakan nilai kelipatan 5.



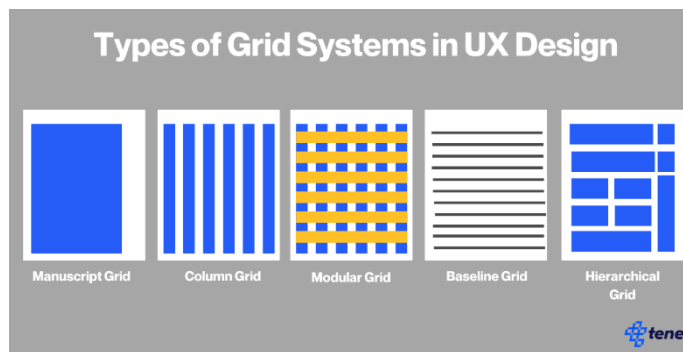
Gambar 2.5 Contoh Spasi

Sumber: <https://designforducks.com/ui-spacing-cheat-sheet-a-complete-guide-2/>

Penting untuk aspek visual ini diterapkan, dengan spasi yang tepat, secara tampilan dapat menciptakan penempatan elemen yang lebih seimbang. Dalam mengimplementasikan spacing yang baik, biasa desainer dan developer menggunakan grid (Mraz, 2022, h.59).

2.1.1.5 Grid

Grid merupakan garis bantu vertikal dan horizontal yang digunakan ketika mendesain. Grid membantu elemen teks maupun objek yang ditampilkan pada aplikasi *mobile* lebih tertata rapi dan seimbang. Penggunaan grid yang ideal adalah dengan kelipatan 4 dan 8, biasanya digunakan oleh dua elemen berdekatan seperti ikon dengan teks labelnya. Namun hal ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan (Mraz, 2022, h.59).



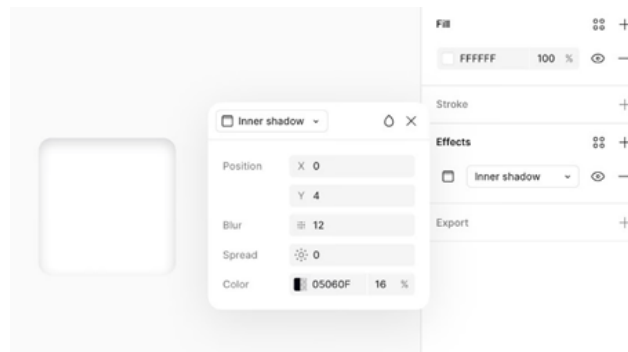
Gambar 2.6 Jenis Grid

Sumber: <https://www.wearetenet.com/glossary/ui-ux/grid-system>

Terdapat beberapa jenis *grid* yaitu, *baseline grid* merupakan garis horizontal membantu penempatan teks agar sejajar. *Column grid* yaitu kolom garis yang membagi suatu halaman menjadi beberapa bidang vertical. *Modular grid* bermanfaat untuk menyusun elemen desain dengan rapi sehingga nyaman dilihat pengguna. *Manuscript grid* merupakan garis khusus yang membantu penempatan paragraf dan objek lain agar terlihat rapi. *Pixel grid* adalah garis menyerupai *pixel* yang membantu penempatan elemen desain secara tampilan terlihat konsisten dan rapi. Terakhir *hierarchical grid* yaitu garis pembantu dalam hierarki elemen desain berdasarkan kepentingannya (Prasetyo, 2024, h.3).

2.1.1.6 Shadows

Shadows berguna untuk mengkomunikasikan seberapa pentingnya elemen terkait interaksi dalam suatu aplikasi *mobile*, hal ini bisa membawa pada visual menjadi lebih menarik. Penggunaan *shadows* yang baik terhadap suatu elemen adalah dengan mengatur nilai warna primer atau aksen. Dapat menggunakan juga warna abu-abu sehingga terlihat seperti bayangan alami, mengatur opasitas warna juga dibutuhkan agar terlihat lebih baik.



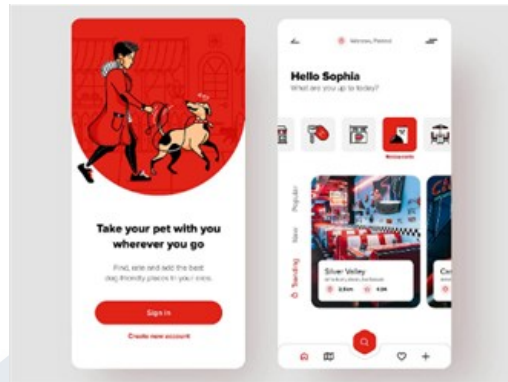
Gambar 2.7 Contoh *Shadows*

Sumber: <https://app.uxcel.com/courses/figma-intro/shadows-blurs-866>

Shadow sendiri memainkan peran yang cukup penting dalam sebuah elemen yang interaktif pada aplikasi *mobile*. Dimana akan membantu memberikan informasi terkait elemen yang bisa pengguna interaksikan. Biasa elemen yang bisa dinteraksikan akan memperlihatkan penggunaan *shadows* tersebut ketika disentuh (Mraz, 2022, h.65).

2.1.1.7 *Illustration & Photos*

Ilustrasi dan foto merupakan elemen visual pada aplikasi yang dapat memperkuat komunikasi pesan dan membantu pemahaman penggunanya terhadap materi. Ilustrasi adalah visual konsep desain yang digunakan untuk mendukung penyampaian informasi yang lebih jelas pada aplikasi *mobile*. Kegunaan lain biasanya agar aplikasi terlihat tidak membosankan, sehingga sentuhan ilustrasi desain dapat meningkatkan kesan yang lebih menyenangkan. Ilustrasi sendiri digunakan dalam banyak hal yaitu materi-materi yang membutuhkan desain untuk informasi dan promosi. Penggunaan ilustrasi ini menarik secara visual sehingga dapat meningkatkan daya tarik pengalaman pengguna.



Gambar 2.8 Contoh Ilustrasi dan Foto

Sumber: <https://fireart.studio/blog/how-ui-illustrations-improve-ux/>

Foto juga serupa dengan ilustrasi, namun kegunaan foto lebih mengarah kepada menginformasikan atau memasarkan suatu hal melalui gambaran asli (Mraz, 2022, h.66). Pemilihan atau penggunaan ilustrasi dan foto pada aplikasi *mobile* sangat mempengaruhi pengalaman pengguna sehingga perlu dipertimbangkan secara baik konsep visual yang akan dibangun sehingga terlihat lebih menarik dibandingkan berantakan (Mraz, 2022, h.71).

2.1.1.8 Logo

Logo merupakan sebuah elemen identitas bagi suatu organisasi, perusahaan, atau individu. Logo juga bisa digunakan untuk kepentingan promosi dalam mewakili sebuah produk. Logo memiliki banyak jenis yaitu, *wordmark*, *lettermark*, *pictorial mark*, *abstract mark*, *combination logo*, dan *emblem logo*. Dimana masing-masing dari jenis logo itu sangat beragam dan dapat digunakan sesuai yang dibutuhkan (Maidens dan Hui, 2016, h.9).



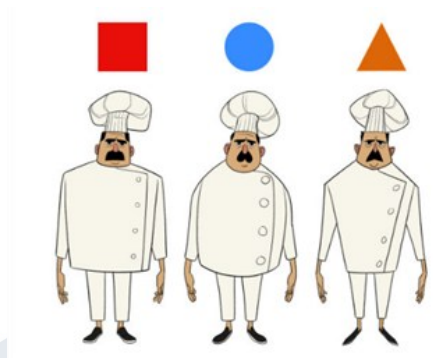
Gambar 2.9 Macam-macam logo

Sumber: <https://www.graphic.co.id/blog/56/jenis-logo-yang-cocok-untuk-bisnis-anda/>

Setiap jenis logo tersebut memiliki karakteristik yang berbeda. Logo *wordmark* adalah logo elemen visual. *Lettermark* yaitu logo berupa inisial nama dari produk. *Pictorial mark* adalah logo yang menggunakan simbol atau ikon sebagai representasi produk. *Abstract mark* adalah logo yang cenderung memiliki bentuk abstrak. *Combination logo* adalah kombinasi antara visual gambar dengan tulisan. Terakhir adalah *emblem logo* yang menyerupai bentuk lambang (Maidens dan Hui, 2016, h.9).

2.1.1.9 Character Design

Desain karakter adalah suatu gambar visual bentuk hewan, manusia, atau bentuk lainnya yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu hal atau menyampaikan informasi tertentu. Karakter sendiri dibuat melalui ilustrasi dan bentuk yang beragam. Karakter visual dapat berupa bentuk hewan, manusia, maupun bentuk lainnya. Bentuk-bentuk tersebut memiliki makna psikologis tertentu (Loish dan Bancroft, 2019, h. 2).



Gambar 2.10 Bentuk Desain Karakter

Sumber: <http://www.21-draw.com/why-is-shape-language-so-important/>

Bentuk memberikan kesan dan karakteristik pada karakter. Seperti bentuk kotak berarti maskulin, bentuk lingkaran cenderung memiliki kepribadian baik hati, dan bentuk segitiga lebih menggambarkan kepribadian karakter yang kuat dan tegas (Loish dan Bancroft, 2019, h. 3). Secara visual, bentuk diterapkan pada sebuah karakter agar lebih menarik dan memiliki kepribadian tersendiri.



Gambar 2.11 Warna Pada Karakter

Sumber: <https://www.pinterest.com/pin/579627414512533385/>

Warna juga memainkan peran penting terhadap sebuah desain karakter. Setiap warna memiliki artinya tersendiri yang memberikan emosi terhadap desain karakter tersebut. Seperti contoh, warna merah melambangkan amarah dan bahaya. Warna kuning melambangkan bahagia dan keceriaan. Warna ungu memberikan kesan yang misterius.

Begitu pula dengan warna-warna lainnya, sehingga pemilihan warna dapat disesuaikan terhadap desain karakter seperti apa yang akan dibuat (Zahra dan Mansoor, 2024, h. 341). Dalam merancang sebuah desain karakter terdapat beberapa prinsip arketipe yang berasal dari sifat dan kepribadian yang dipahami oleh manusia (Tillman, 2011). Terdiri dari 6 arketipe yang dapat menjadi panduan dalam menentukan karakter. Dengan kepribadian seperti apa yang akan digunakan pada karya desain sehingga selaras dengan konsep yang akan dibangun dan informasi tersampaikan dengan jelas.

1. *The Hero*

Hero didefinisikan sebagai tipe sosok yang berani, tidak egois, dan bersedia dalam membantu orang lain apapun itu konsekuensi yang perlu dihadapi. Dengan itu hero disebut sebagai karakter pahlawan yang biasanya dijadikan sebagai karakter protagonis.

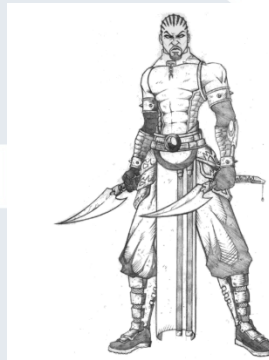


Gambar 2.12 Contoh Karakter *Hero*
Sumber: (Tillman, 2011)

Gambar 2.12 merupakan contoh dari bentuk visual karakter arketipe *hero* atau yang disebut pahlawan. Penggambaran karakter secara busana, penampilan, ekspresi, dan pembawaannya terlihat sangat *heroic*. Membawa kesan yang berwibawa dan berani. Atribut juga disertakan dengan jubah yang sangat identik dengan karakter pahlawan.

2. *The Shadow*

Setelah menciptakan karakter *hero* maka yang dibutuhkan adalah sosok musuh. Musuh disini adalah *shadow* biasa berperan dalam memberikan impact lebih dalam pada suatu alur. Karakter ini digambarkan sebagai sosok yang kejam, misterius, tidak menyenangkan, dan jahat.

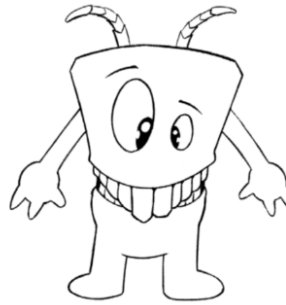


Gambar 2.13 Contoh Karakter *Shadow*
Sumber: (Tillman, 2011)

Gambar 2.13 merupakan gambar karakter shadow atau yang disebut juga sebagai musuh dari karakter hero. Seperti penggambaran sifat karakternya yang tidak baik, contoh ilustrasi visual tipe karakter ini juga memancarkan aura yang jahat dan egois. Memberikan kesan yang berbanding terbalik dengan karakter pahlawan.

3. *The Fool*

Fool merupakan karakter yang cenderung suka kebingungan dan menimbulkan situasi yang tidak diharapkan, biasanya digunakan untuk menguji bagaimana karakter utama bertindak. Karakter ini merupakan sosok yang dapat mendukung karakter lainnya.

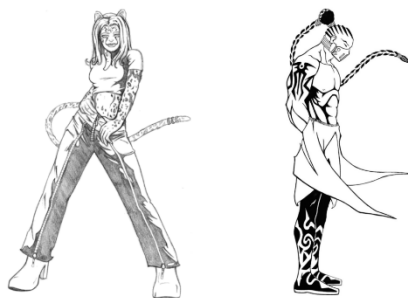


Gambar 2.14 Contoh Karakter *Fool*
Sumber: (Tillman, 2011)

Gambar 2.14 adalah contoh bentuk visual karakter fool dengan artian si bodoh. Merupakan karakter pendukung yang membuat cerita lebih menarik dalam keadaan bingung. Secara ilustrasi gambar visual ini memang sangat memunculkan kesan konyol yang dapat membawa karakter lain pada situasi yang tidak terduga dan diinginkan.

4. *The Anima/Animus*

Jenis karakter yang paling menarik adalah anima dan animus. Anima merupakan sisi feminim dari laki-laki, sementara itu, animus merupakan sisi maskulin dari perempuan. Karakter ini mewujudkan dorongan seksual dari pria dan wanita.



Gambar 2.15 Contoh Karakter *Anima/Animus*
Sumber: (Tillman, 2011)

Gambar 2.15 merupakan contoh bentuk karakter *anima* atau *animus*. Dengan diurutan pertama yaitu

penggambaran karakter *anima* yaitu laki-laki dengan memunculkan aura yang lebih feminim secara berpakaian, ekspresi, tampilan, dan *pose*. Sementara itu, sisi kedua adalah ilustrasi gambaran animus dengan memunculkan kesan yang lebih maskulin atau tomboy pada perempuan secara penampilan dan pakaian.

5. *The Mentor*

Mentor merupakan karakter yang menganggumkan dengan memiliki pengetahuan dan kebijaksanaan. Karakter ini biasanya menjadi sosok penting, dijadikan sebagai kunci utama dari perkembangan karakter utama. Merupakan pendukung penting dalam sebuah cerita.



Gambar 2.16 Contoh Karakter *Mentor*
Sumber: (Tillman, 2011)

Gambar 2.16 adalah bentuk visual karakter mentor yang memberikan kesan sangat misterius dengan ekspresi dan atribut yang digunakan. Namun begitu ilustrasi penggambaran karakter secara detail, mentor terlihat sangat berpengalaman, dapat dipercaya, bijaksana dengan pembawaan yang tenang. Hal ini membawa pada sifat yang dapat diandalkan.

6. *The Trickster*

Trickster cukup membuat kebingungan terhadap kepribadiannya yang baik atau jahat. Menimbulkan perasaan

keraguan terhadap tindakan seperti apa yang akan diambil pada karakter di sekitarnya. Merupakan sosok yang sangat vital dalam sebuah cerita.

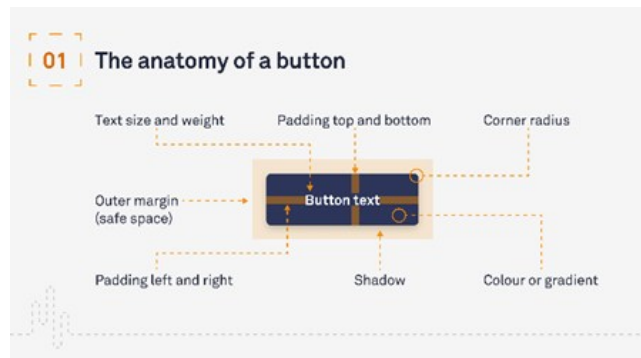


Gambar 2.17 Contoh Karakter *Trickster*
Sumber: (Tillman, 2011)

Gambar 2.17 merupakan bentuk visual dari karakter tipe trickster atau disebut penipu. Dengan sifatnya yang membuat kebingungan, maka secara penggambaran visual juga terlihat cukup cerdas dan susah ditebak. Namun satu hal yang trickster selalu usahakan adalah membawa suatu hal menjadi menguntungkan atau menguntungkan dirinya sendiri.

2.1.1.10 Buttons

Buttons adalah objek dalam aplikasi *mobile* yang digunakan pengguna sebagai tombol untuk berinteraksi. Tombol merupakan aspek yang penting pada aplikasi sebagai arahan interaktivitas. Penggunaan tombol akan lebih baik digunakan pada aplikasi di penempatan yang gampang ditemui oleh pengguna. Begitu juga dengan tampilan yang harus divisualisasikan dengan jelas bahwa itu merupakan tombol yang dapat menghasilkan interaksi (Mraz, 2022, h. 74).



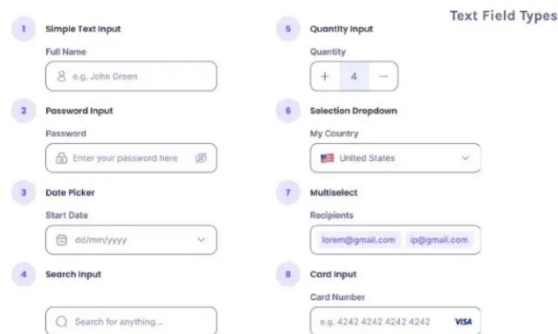
Gambar 2.18 Struktur *Buttons*

Sumber: <https://makeitclear.com/ux-ui-tips-a-guide-to-creating-buttons/>

Struktur dari *button* dapat disesuaikan dengan aplikasi dan interaksi yang ingin dirancang. Terdapat jenis dari tombol yang sering digunakan yaitu *Call to Action (CTA)*, dimana tombol ini sesuai namanya yaitu cenderung menarik perhatian penggunaannya untuk melakukan suatu aksi dalam aplikasi. Hal ini biasa juga dapat di dukung dengan penggunaan teks untuk memberikan kejelasan fungsi pada tombol. Secara penggunaan warna, bentuk, penempatan, ukuran, dan teks disarankan untuk lebih dipertimbangkan agar dapat menghasilkan tombol yang mencolok atau menarik perhatian pengguna dengan gampang (Mraz, 2022, h. 80).

2.1.1.11 *Form & Inputs*

Form dan *inputs* merupakan kolom teks yang berisi informasi dalam bentuk teks untuk menyampaikan suatu interaksi atau informasi dalam aplikasi. Kolom teks biasa digunakan dalam aplikasi mobile untuk mengisi nama pengguna, *password*, *email*, dan sebagainya. Kolom teks harus dibuat dengan baik dan mudah dipahami sehingga pengguna dapat mengisi kolom dengan benar (Mraz, 2022).

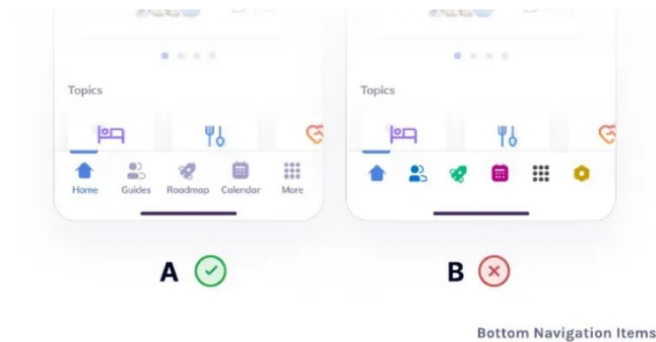


Gambar 2.19 Contoh *Forms and Inputs*
Sumber: (Mraz, 2022)

Struktur dari kolom teks berupa ukuran dapat disesuaikan dengan panjang teks, dengan kata lain ia lebih fleksibel namun tetap menerapkan spasi 8pt pada tampilan layer. Pada kolom teks tertentu terdapat tampilan yang menunjukkan kesalahan akan format yang diisi pengguna, sehingga diperlukan pembuatan informasi akan hal itu dengan memberikan tanda seperti warna yang mencolok yaitu merah. Disertai juga tanda jika format sudah diisi dengan benar (Mraz, 2022, h. 84).

2.1.1.12 *Navigation*

Navigasi adalah bagaimana pengguna mengeksplorasi informasi dari halaman ke halaman lainnya yang ada pada aplikasi. Navigasi yang baik adalah dengan mengatur jumlah interaksi pengguna dalam menemukan sesuatu yang dicari pengguna dalam aplikasi. Navigasi sendiri berguna untuk memberikan informasi terkait keberadaan pengguna di halaman tertentu dalam aplikasi (Mraz, 2022, h. 89). Dalam aplikasi, biasanya hal ini dapat disebut navigation bar.



Gambar 2.20 Contoh *Navigations*
Sumber: (Mraz, 2022)

Navigation bar hadir untuk memberikan efektivitas pengguna dalam aplikasi dan biasanya terletak di bagian bawah tampilan halaman. Sehingga lebih gampang ditemukan dan dijangkau oleh para pengguna. Navigasi bar biasanya tidak boleh memiliki lebih dari 5 tujuan sehingga tidak terlihat penuh dan berantakan. Terdapat navigasi lain *tab* yang mengatur navigasi ke dalam sebuah kelompok. Berbeda dengan bar, *tab* sendiri cenderung jauh lebih muat banyak tujuan dan biasanya disusun secara *horizontal* juga ditempatkan di bagian atas tampilan halaman (Mraz, 2022, h. 95).

Berdasarkan penjelasan teori dari *UI Design* yang telah dijelaskan, beberapa elemen tersebut dijadikan sebagai landasan penulis dalam proses merancang tampilan visual aplikasi. *UI Design* merupakan *user interface* yang fokus pada tampilan yang dapat mendukung pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi. Hal ini dapat memandu penulis dalam menghasilkan tampilan dalam sisi branding kuat, sehingga konsep aplikasi tersebut dapat tersampaikan dengan jelas kepada target.

2.1.2 *User Experience (UX) Design*

Dalam sebuah aplikasi *mobile*, terdapat *user experience design* yang merupakan perancangan fokus pada pengalaman pengguna. UX ini merupakan salah satu bagian penting yang biasanya digunakan sebagai kerangka dalam melakukan proses desain. *UX design* yang akan penulis terdiri dari 2 teknik

dengan masing-masing kegunaannya diterapkan untuk mencapai perancangan desain yang maksimal terhadap pengalaman pengguna.



Gambar 2.21 *UX Honeycomb*

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

Pertama adalah *User Experience Honeycomb* yang merupakan model diagram sarang lebah, fokus pada pengembangan aspek sebagai kerangka yang membentuk desain dengan pengalaman pengguna yang baik. Kedua adalah prinsip dasar UX yang digunakan sebagai teknik proses untuk mencari tahu atau mempelajari langsung dari pengguna untuk membuat desain dengan alur navigasi yang baik. Teknik-teknik tersebut dapat mendukung perancangan desain lebih baik, mudah dimengerti dan digunakan oleh pengguna. Hal ini berperan sebagai *guideline* selama proses desain sehingga perancangan dapat berjalan dengan lancar dan baik (Mraz, 2022, h. 16).

2.1.2.1 *User Experience Honeycomb*

Berdasarkan situs dari Semantic Studios (2004), *UX Honeycomb* adalah kerangka kerja desain yang dikembangkan oleh Peter Morville pada tahun 2004. Diagram berbentuk sarang lebah menggambarkan tujuh aspek atau nilai pengalaman pengguna. Alat visualisasi berupa diagram ini berguna untuk membantu menjelaskan desain UX kepada klien. Model ini dapat digunakan juga sebagai alat untuk mendesain aplikasi untuk mengetahui atau memahami kebutuhan pengguna yang mendefinisikan prioritas. Memahami aspek-aspek

penting terhadap bagaimana menciptakan sebuah desain yang menarik dan mudah diakses.

1. *Useful*

Useful fokus pada aspek kegunaan karya yang akan kita rancang. Kita harus dapat mendefinisikan solusi inovatif yang berguna, memanfaatkan sisi kreativitas dan pengetahuan kita dalam menyelesaikan masalah desain yang dimiliki oleh pengguna. Membuktikan sebuah karya tersebut dapat membantu pengguna dalam memenuhi kebutuhannya.

2. *Usable*

Usability fokus pada kemudahan pengguna dalam menggunakan produk tersebut. Pada sisi desain, aspek ini penting pada sisi pengguna terhadap efektivitas pengguna dalam mencapai kebutuhannya. Desain yang baik adalah desain yang sederhana dan mudah digunakan untuk pengguna mencapai kebutuhannya sehingga mereka memunculkan pemikiran untuk menggunakannya lagi.

3. *Desirable*

Desirable merupakan aspek yang mengandalkan estetika dari produk tersebut. Karya akan semakin efisiensi diimbangi dengan identitas, merek, dan elemen desain emosional lainnya. Melihat dari sisi pengguna, apakah secara emosional mereka bisa benar-benar tertarik dan senang ketika menggunakan produk atau karya desain kita.

4. *Findable*

Dalam merancang sebuah karya atau produk, salah satu aspek yang sangat penting untuk dipertimbangkan adalah aspek kemudahan dalam menemukan objek. Efisiensi pengguna dalam mencapai kebutuhannya tentunya adalah dengan menemukan objek tersebut. Sehingga kita harus

memikirkan perancangan karya yang dapat mudah dinavigasi untuk memandu pengguna dalam menemukan objek tersebut.

5. *Accessible*

Accessible berarti mudah diakses oleh pengguna. Aspek ini perlu kita pikirkan dengan mempertimbangkan kondisi pengguna sehingga dapat digunakan oleh semua orang. Hal ini juga dimaksudkan untuk kita dapat merancang karya atau produk yang dapat diakses oleh penyandang disabilitas dengan baik.

6. *Credible*

Pada aspek kredibel berarti kita harus dapat memahami dan menerapkan elemen desain apa yang perlu dirancang agar dapat memengaruhi kepercayaan pengguna dalam menggunakan produk kita. Memastikan kita dapat memberikan layanan dan hasil yang baik sehingga mereka yakin bahwa penggunaan produk atau karya kita tepat.

7. *Valueable*

Valuable berarti produk atau karya yang kita hadirkan adalah bernilai. Dimana bisa dianggap bernilai bagi pengguna, memberikan pengalaman dan kebutuhan yang baik pada pengguna. Sehingga mereka dapat memperoleh keuntungan dan kepuasan yang maksimal terhadap produk atau karya kita.

2.1.2.2 User Persona

User Persona adalah salah satu tahapan yang paling sering digunakan dengan tujuan mengidentifikasi target pengguna dalam perancangan. *User persona* berisi penjelasan target sebagai pengguna atau yang mewakili kelompok target. Biasa mencakup foto, nama, informasi pribadi, motivasi, keterampilan, harapan, dan lainnya.



Gambar 2.22 *User Persona*

Sumber: <https://qontak.com/blog/contoh-template-user-persona-gratis/>

User persona dapat efektif ketika kita dapat menggambarkan terkait informasi pengguna secara akurat melalui preferensi, ketertarikan, atau lainnya. Dalam memperoleh informasi terkait pengguna biasanya akan dilakukan wawancara, diskusi kelompok, atau *card sorting* (Mraz, 2022, h. 102). Dilakukan perolehan informasi tersebut kemudian dapat membantu kita dalam pembuatan *user persona*.

2.1.2.3 *User Journey*

User Journey merupakan gambaran pengguna terhadap pengalamannya berinteraksi dalam aplikasi dari awal hingga akhir ketika sudah mencapai tujuan yang ingin dicapai. Biasa melalui *user journey* dapat kita lihat secara jelas terkait kesulitan dan kebutuhan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Dengan itu kita dapat meningkatkan *journey user* agar mereka tidak terhambat dalam melakukan interaksi pada aplikasi (Mraz, 2022, h. 105).



Gambar 2.23 *User Journey*

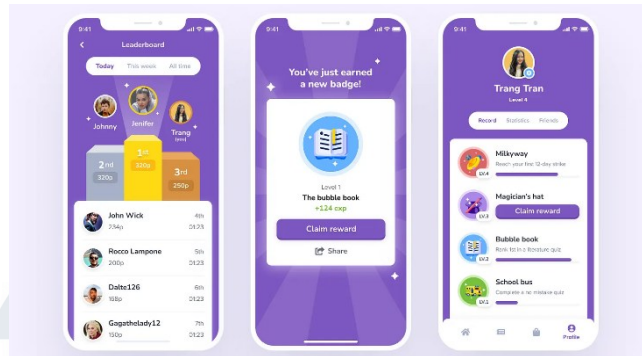
Sumber: <https://www.justinmind.com/ux-design/user-journey-map>

User journey dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai keseluruhan proses pengguna ketika berinteraksi dalam aplikasi. Memperoleh informasi terkait kekurangan dan peluang dari masing-masing tahap pengguna dalam menggunakan aplikasi. Tahap ini dapat membantu penulis dalam menemukan aspek tersebut untuk kemudiann dapat dikoreksi dan memenuhi ekspekstasi pengguna menjadi lebih baik dalam menggunakan aplikasi (Mraz, 2022, h.105).

2.1.2.4 Gamifikasi

Menurut Dana Kachan (2021), gamifikasi merupakan komponen yang membantu sebuah karya desain untuk membangkitkan emosi pengguna, dengan kata lain hal ini dapat memberikan peluang yang lebih besar memunculkan reaksi dari pengguna tersebut. Komponen desain UX ini dapat menjadi solusi yang baik pada sebuah aplikasi dalam memberikan pengalaman yang menyenangkan. Saat ini, dunia telah dipenuhi oleh konsumen game dan banyak sekali pengguna yang senang dengan elemen game ini jika ditemukan dalam sebuah aplikasi. Game biasanya juga melibatkan ilustrasi atau animasi yang baik untuk mendukung aspek UX tersebut. Jenis mekanisme permainan dalam desain UX sendiri sangat beragam. Dengan masing-masing mekanisme ini bertujuan dalam meningkatkan keterlibatan pengguna, loyalitas, dan mempertahankan pengguna dalam aplikasi. Terdiri dari 5 jenis

mekanisme permainan yaitu *badges and stickers*, *leaderboard*, *challenge*, *points*, *journey*, dan *constraints*.



Gambar 2.24 Contoh Gamifikasi

Sumber: <https://dribbble.com/shots/16108018-Gamification-education-app>

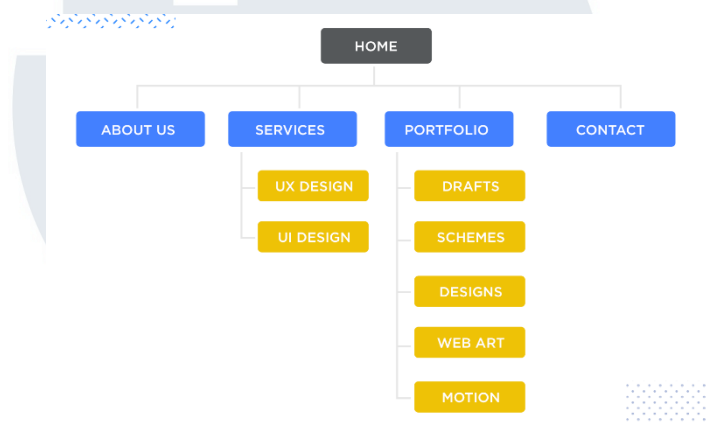
Badges and stickers biasa digunakan dalam bentuk penghargaan ketika mengumpulkan poin dalam aplikasi. *Leaderboard* dapat memotivasi pengguna dalam menggapai posisi teratas sebagai pemimpin, memunculkan unsur. Dalam *challenge*, biasanya tantangan melibatkan kita sebagai pengguna untuk menghadapi dan belajar mengatasinya. Memotivasi dalam mencoba hal-hal baru yang penuh petualangan dan keseruan. *Points* merupakan sistem yang digunakan untuk menunjukkan kemajuan pemain, biasanya dapat mendorong mereka untuk menyelesaikan misi atau tugas tertentu dalam mengukur keberhasilan pengguna. *Journey* merupakan mekanisme yang lebih fokus pada perjalanan pengguna dalam aplikasi, meningkatkan interaksi pengguna langkah demi langkah. *Constraints* adalah batasan yang biasanya berupa hitungan waktu untuk mendorong pengguna dalam bereaksi dan mengambil tindakan lebih cepat. Dengan tujuan menyelesaikan level atau tugas tertentu dalam waktu terbatas.

Gamifikasi merupakan komponen penting yang dapat diimplementasikan dalam desain aplikasi. Meningkatkan interaksi dan pengalaman pengguna yang secara spesifik juga terhubung dengan emosi mereka. Menciptakan pengalaman yang menarik dan menyenangkan.

Biasa hal ini bisa membawa pada kesuksesan atau keberhasilan perancangan desain tersebut menjadi tidak terlupakan.

2.1.2.5 Information Architecture

Information Architecture merupakan tahap dalam mengkategorikan konten-konten yang akan digunakan pada aplikasi. *Information Architecture* sendiri terdiri dari 3 aspek yaitu *user*, *context*, dan *content*. Pembuatan ini perlu diperhatikan melalui *sitemap* yang merupakan struktur hierarki pada aplikasi (Mraz, 2022, h.106).



Gambar 2.25 *Information Architecture*

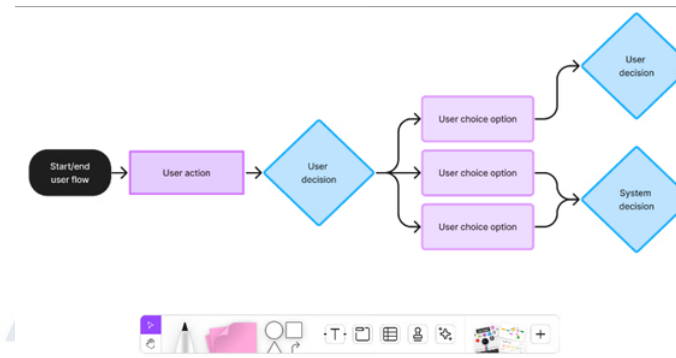
Sumber: <https://www.justinmind.com/wireframe/information-architecture-ux-guide>

Terdapat 4 langkah dalam membuat *information architecture*, yaitu dengan menentukan konten yang cocok untuk target pengguna, kemudian melakukan *card sorting*, dan terakhir yaitu dengan membuat navigasi. Dimana navigasi ini penting untuk membuat peta yang mengkoneksikan fitur, hal ini berkaitan dengan interaktivitas pengguna dalam aplikasi *mobile* dan berpengaruh pada pengalaman pengguna.

2.1.2.6 User Flows

User Flows merupakan alur pengguna berbentuk diagram yang digambar untuk menentukan tindakan target pengguna dalam aplikasi mobile, memperlihatkan sebanyak apa tindakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan pengguna (Mraz, 2022, h. 109). Dalam artian, alur ini merupakan perkiraan pergerakan *user* dalam menggunakan aplikasi dari

tahap awal hingga akhir mereka menggunakan aplikasi dan berhasil mencapai tujuan mereka.



Gambar 2.26 User Flows

Sumber: <https://www.figma.com/resource-library/user-flow/>

User flows ini penting dibuat untuk menentukan alur yang baik untuk target pengguna dalam menggunakan aplikasi. Sehingga pengalaman menggunakan aplikasi dapat lebih terarah, tidak membuat bingung yang dapat membawa pengalaman mereka jadi tidak enak. Selain itu, *user flow* juga membantu desainer dalam menganalisa hambatan yang dapat dialami oleh pengguna (Mraz, 2022, h. 110).

2.1.2.7 Usability

Usability adalah ketika pengguna dapat mencapai tujuan tertentu dalam sebuah aplikasi yang dirancang, mengacu pada kegunaan suatu produk dalam memecahkan masalah. Terdapat 5 aspek *usability* pada elemen *user experience design*, diantaranya yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, dan *user satisfaction*.



Gambar 2.27 Jenis *Usability*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/usability>

Learnability adalah kemudahan *user* dalam memahami fungsi dan penggunaan pada suatu aplikasi. *Efficiency* adalah kemudahan *user* dalam menyelesaikan masalah dalam aplikasi tanpa ada hambatan. *Memorability* adalah kemudahan *user* dalam mengingat fungsi dalam aplikasi. *User satisfaction* adalah kepuasan pengguna setelah menggunakan aplikasi (Mraz, 2022, h. 110).

2.1.2.8 UX Strategy

UX Strategy akan difokuskan pada *delivery* yang merupakan sebuah peluncuran hasil produk yang telah kita rancang. Pada tahap ini sebagai desainer tentu ingin mendapatkan hasil *experience* yang baik untuk digunakan pada pengguna. Hal ini menjadi sebuah kekhawatiran untuk menghadirkan produk atau merilis layanan tersebut kepada pengguna. Namun sebenarnya untuk kita dapat yakin akan kualitas produk adalah dengan menunjukkan hasil produk tersebut, dibandingkan dengan terus-menerus menetapkan target yang terlalu tinggi dan tidak merilis apa pun.

Menurut Leppanen (2022) dalam situs UX Magazine, menyebutkan beberapa hal yang dapat dipelajari. Pertama adalah dengan mempelajari mengenai proses *delivery* terhadap apa yang dibutuhkan untuk merilis desain. Merilis dengan cepat untuk melihat bagaimana interaksi dan *feedback* yang diberikan pengguna. Agar dapat mengetahui

bahwa hasil desain kita baik untuk diluncurkan maka perlu membuktikan bahwa desain yang dibuat memang bermanfaat untuk pengguna.

Dari penjelasan teori desain UI dan UX yang telah dijabarkan, elemen-elemen yang tertera tersebut akan diterapkan sebagai kerangka atau panduan dalam menjalankan proses perancangan desain. Beberapa elemen UI dan UX tersebut akan digunakan pada aplikasi yang bermanfaat dalam membantu kita menghasilkan karya yang baik secara konten atau informasi, estetika tampilan visual, dan interaktivitas. Dengan menerapkan sesuai dengan elemen teori yang ada, kita dapat menciptakan perancangan karya yang efektif dan relevan pada target.

2.2 Batik Larangan

Menurut Saputra dan Prasetyo (2023), batik sendiri telah diakui sebagai salah satu warisan budaya dunia oleh Educational Scientific and Cultural Organisation (UNESCO) pada 2 Oktober 2009, menjadikan tanggal tersebut diperingati sebagai Hari Batik Nasional. Melalui situs Universitas Negeri Surabaya oleh Tim PPK Ormawa HMP BK UNESA (2023), Batik merupakan gabungan dari 2 kata bahasa Jawa yaitu “Amba” dan “Titik”. Dimana “Amba” diartikan sebagai luas yaitu kain untuk membatik luas, dan “Titik” yaitu memberi motif pada kain yang luas tersebut. Batik adalah teknik penggambaran motif pada kain dengan cara menggoreskan cairan lilin menggunakan alat bernama canting dan cap.

Di zaman globalisasi ini, batik tetap berkembang namun unsur dari batik tersebut semakin memudar. Dimana batik sekarang lebih mengejar nilai estetis keindahan saja dan mengabaikan unsur-unsur pembelajaran nilai kekayaan yang dimiliki. Dapat diketahui bahwa budaya batik sendiri sangat luas dengan masing-masing sejarah dan nilai tertentu. Batik memiliki teknik dan tata cara pembuatan serta pemakaian dalam acara khusus. Namun tidak semua batik dapat digunakan oleh orang biasa dengan santai, ada batik yang memiliki aturan dan ketentuan tersendiri sesuai dengan filosofi yang ada.

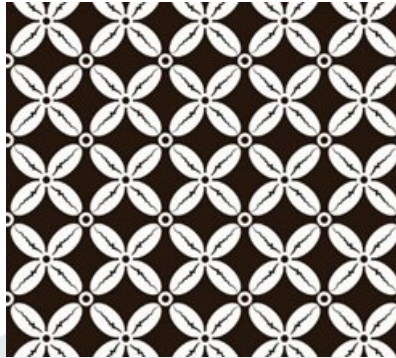
Menurut artikel dari Museum Sonobudoyo Yogyakarta, batik larangan merupakan motif batik dari Jawa Tengah tepatnya Yogyakarta dan Surakarta

(Solo). Larangan pada nama “Batik Larangan” artinya dilarang pakai sembarangan dan hanya kalangan tertentu yang dulunya boleh menggunakan. Batik larangan sendiri disebutkan mempunyai aura reiligijs dan magis, hal ini yang membuat batik larangan mempunya filosofi tinggi. Awisan Dalem merupakan istilah resmi di dalam keraton Yogyakarta. Aturan ini ditetapkan pertama kali tahun 1785 oleh Sri Sultan Hamengku Buwono I. Batik ini kemudian terus berkembang menjadi berbagai variasi dengan masih berlakunya aturan tersebut. Sampai pada era globalisasi ini, semua orang masih tidak boleh memakai batik larangan tersebut secara bebas ketika mengunjungi are keraton. Namun diluar itu, sudah banyak sekali masyarakat yang menggunakannya secara bebas.

Dalam jurnal Suharson (2021), menyebutkan bahwa batik larangan hanya bisa digunakan oleh mereka yang memiliki status tinggi seperti raja, ratu, atau keluarga raja pada zaman dahulu sebagai tanda habitus tinggi. Tanda habitus tinggi adalah tanda status sosial sebagai penanda eksklusif. Hal ini membuktikan bahwa batik memang kebudayaan Indonesia yang kaya dan menarik untuk terus dilestarikan. Dengan masing-masing motif mempunyai makna bermoral. Informasi ini membuktikan bahwa batik larangan dapat menjadi topik utama awalan yang baik untuk memperkenalkan batik kepada anak SD. Selain mengenal batik larangan, makna dari motif tersebut dapat menjadi manfaat yang baik sebagai pesan komunikasi terhadap nilai moral yang dapat mendukung pendidikan karakter anak.

2.2.1 Batik Kawung

Berdasarkan Bunardi (2025) dalam situs Mandalas, Batik Kawung merupakan salah satu jenis batik larangan yang pertama kali dikenal pada abad 13 di pulau Jawa. Batik kawung memiliki pola geometris empat dengan bentuk elips yang mengelilingi satu pusat. Keunikan motif ini adalah keindahan dari pola itu sendiri, pola kawung bisa dibilang cukup simpel namun penataan desain terlihat minimalis karena tersusun rapi dan simetris. Pola motif kawung terinspirasi dari irisan buah aren atau biasa disebut kolang-kaling.



Gambar 2.28 Motif Batik Kawung

Sumber: <https://budaya.jogjaprovo.go.id/berita/detail/1152-batik-kawung>

Dengan tampilan motif yang simpel namun indah, kawung memiliki makna kesempurnaan, kemurnian, dan kesucian. Larangan dari batik kawung dibatasi dengan penggunaannya oleh para raja dan punakawan yaitu abdi dalam atau penasihat raja yang bijaksana. Penggunaan disimbolkan sebagai keadilan dan keperkasaan yang didasarkan pada hati nurani.

2.2.2 Batik Parang

Motif batik parang merupakan batik larangan pertama yang memiliki bentuk pola garis melengkung yang dipecah dalam berbagai ragam, salah satunya yaitu Parang Klithik. Kata “Parang” sendiri berasal dari Bahasa Jawa yang diartikan sebagai “Pedang”. Motif batik parang digunakan secara eksklusif oleh para bangsawan kerajaan pada masa Kesultanan Mataram di abad ke-16. Motif menggambarkan kekuatan, keberanian, dan semangat juang.



Gambar 2.29 Motif Batik Parang

Sumber: <https://sonobudoyo.jogjaprovo.go.id/id/tulisan/read/sejarah-batik-parang>

Dengan banyaknya jenis motif dari batik parang ini, terlihat dari pola bahwa desain cukup kompleks sehingga proses pembuatan batik parang perlu memiliki keterampilan yang tinggi. Teknik penggambaran batik parang ini yaitu berulang dengan ukuran yang panjang namun tetap teratur dan rapi. Maka dari itu, pola parang kekuatan yang konsisten.

2.2.3 Batik Parang Rusak

Motif batik parang rusak merupakan salah satu batik larangan. Motif ini memiliki bentuk pola garis melengkung menyambung berbentuk huruf “S”. Dengan pola yang menyambung, maka motif ini tidak boleh putus dan akan digambarkan menyambung sepanjang penyesuaian kain yang dibuat. Motif parang rusak juga sangat serupa dengan batik parang.



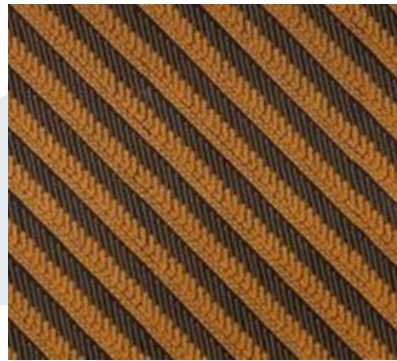
Gambar 2.30 Motif Batik Parang Rusak
Sumber: <https://www.gramedia.com/best-seller/batik-parang/>

Dengan pola yang serupa dengan parang biasa, yang membedakan adalah penggambaran makna itu sendiri yang cenderung lebih mengartikan kemampuan seorang pemimpin untuk dapat melawan, mengayomi, dan menyusun apa yang berantakan jadi kembali satu, pedang kembali satu. Motif batik parang rusak ini lebih elegan dibandingkan dengan parang biasa. Namun polanya tampak lebih terputus (Batik: Fabled Cloth of Java, 1984).

2.2.4 Batik Cemukiran

Menurut situs Karaton Ngayogyakarta Hadiningrat (2018), cemukiran merupakan salah satu batik larangan dengan motif berbentuk lidah

api atau sinar. Dari bentuk gambarannya, sudah terlihat bahwa motif batik ini menggambarkan kesan yang kuat. Dengan makna api yaitu kesaktian, keberanian, dan ambisi. Sinar dilambangkan sebagai pancaran matahari yang diartikan dengan kehebatan dan keagungan.

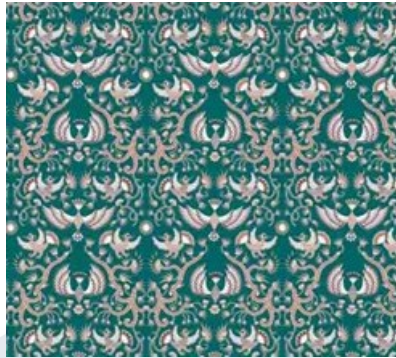


Gambar 2.31 Motif Batik Cemukiran
Sumber: <https://fitinline.com/>

Sementara itu ketika digabungkan, dalam konsep Jawa, api dan sinar tersebut dimaknai sebagai *mawateja* atau bersinar seperti wahyu, yang merupakan salah satu kriteria yang perlu dimiliki seorang raja saat itu. Serupa dengan motif lainnya, penggunaan ini juga dibatasi dengan raja dan putra mahkota. Dengan pemakaian sebagai penanda status sosial jaman itu.

2.2.5 Batik Sawat

Menurut buku *Batik Fabled Cloth of Java*, menyebutkan bahwa batik sawat yang merupakan salah satu motif batik larangan. Batik sawat ini cukup berbeda dengan motif batik larangan lainnya. Keunikan yang dimiliki adalah pada gambar pola yang memberikan kesan yang kuat.

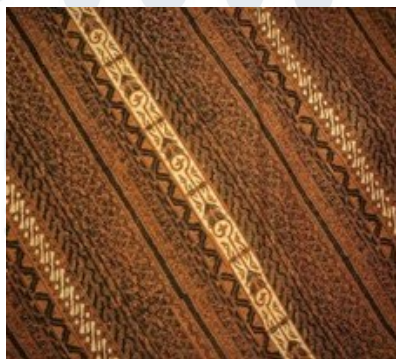


Gambar 2.32 Motif Batik Sawat
Sumber: <https://batikfractal.com/2020/04/09/sawat/>

Motif memiliki arti sayap yang besar atau *large wings*. Sayap yang besar atau *large wings* ini merujuk pada motif sawat sendiri yang berbentuk menyerupai sayap seekor burung. Motif batik sawat ini dipercaya merepresentasikan garuda karena gambaran pola dari sayap itu sendiri. Namun motif tetap digambar dengan pola yang tidak begitu menyerupai bentuk aslinya terlalu jelas atau realis.

2.2.6 Batik Udan Liris

Udan Liris merupakan salah satu batik larangan yang disebut dengan motif gabungan dari berbagai desain dan bentuk yang beragam dengan garis diagonal. Simbol dari motif ini sendiri adalah agrikultur. Dengan memiliki beragam jenis motif berbentuk garis-garis sejajar seperti lidah api, setengah kawung, banji sawut, mlinjon, tritis, ada-ada, dan untu walang.



Gambar 2.33 Motif Batik Udan Liris
Sumber: <https://id.pinterest.com/beraskesit/batik-udan-liris/>

Dengan keindahan dan kedetailan motif batik ini, udan liris sendiri dimaknai sebagai hujan gerimis yang dapat memberi keberuntungan sebagai pembawa kesuburan bagi tumbuhan dan ternak dengan membawa kesan yang menenangkan dan penuh kedamaian. Batik ini dilambangkan sebagai kesabaran untuk mencapai tujuan. Batik udan liris juga hanya digunakan oleh keluarga kerajaan saat itu (Batik: Fabled Cloth of Java, 1984).

2.2.7 Batik Semen

Menurut situs Karaton Ngayogyakarta Hadiningrat (2018), batik semen adalah salah satu batik larangan berkonotasi “Semi” dan “Tumbuh” yang memiliki arti berkembang atau makmur dalam konteks kehidupan. Batik semen dimaknai sebagai kesuburan, kemakmuran, dan alam semesta. Keunikan dari motif semen adalah pola desain yang sangat bebas dicakupi dengan gambar gunung atau *meru*, garuda, sayap, candi, atau naga.



Gambar 2.34 Motif Batik Semen

Sumber: http://www.jogjasiana.net/index.php/site/karya_seni_arsitektur/handycrafts-6

Serupa dengan motif lainnya, batik semen juga hanya bisa digunakan oleh orang-orang tertentu di lingkungan keraton Yogyakarta. Makna dari motif semen ini sangat positif. Penggunaan motif ini biasa diharapkan dapat menjadi pemimpin yang bisa melindungi bawahannya.

2.2.8 Batik Alas-alasan

Batik Alas-alasan merupakan salah satu batik larangan yang desainnya serupa dengan batik semen. Motif ini merepresentasikan binatang

dan tanaman. Gambar dari flora dan fauna dari batik ini diartikan sebagai motivasi terhadap produktivitas dan perlindungan tanaman.



Gambar 2.35 Motif Batik Alas-alasan

Sumber: <https://armendasyifa.wordpress.com/2011/10/27/a-z-motif-batik-solo/>

Motif ini cukup unik dengan gambar gabungan binatang dan tanaman, namun digambarkan secara cukup simpel dan tidak kompleks. Dengan kata lain desain tidak bersifat realis, namun dibentuk sebagai simbol yang menyerupai bentuk aslinya. Motif ini biasanya di aplikasikan pada busana dengan garis gambar berwarna emas (Batik: Fabled Cloth of Java, 1984).

Dari seluruh informasi motif batik larangan yang telah dikumpulkan, penulis mendapatkan bahwa batik larangan ini terbagi menjadi 8 motif yang masing-masingnya memiliki gambaran pola yang cukup beragam satu sama lainnya. Ada gambaran yang menggunakan simbol tumbuhan, bintang, bangunan, atau alat seperti pedang. Namun keunikan motif batik larangan ada pada makna filosofis dari pola motif itu tersendiri yang dapat dilambangkan sebagai hal yang bagus ketika digunakan oleh kerajaan-kerajaan pada zaman Keraton Yogyakarta. Dengan makna simbolik yang bagus pada setiap motifnya, hal ini dapat menjadi pembelajaran utama yang bagus pula untuk mengenalkan batik larangan ini ke anak. Aspek ini dapat menjadi landasan yang kuat sebagai jembatan anak-anak dalam mengetahui batik larangan dengan mengajarkan nilai karakter yang ada.

2.3 Karakteristik Anak

Dalam tahap ini, penulis mengidentifikasi karakteristik dan kemampuan anak untuk membantu perancangan agar tetap relevan. Kelompok anak SD

dikatakan memiliki proses perkembangan yang sangat cepat, hal ini mencakup perkembangan kognitif, fisik, emosi, bahasa, sosial, agama, dan juga moral (Dewi et al., 2020). Karakteristik anak sekolah dasar sendiri yang diketahui adalah pertama mereka cenderung menyukai aktivitas bermain. Sehingga dalam aspek pendidikan sangat disarankan untuk dikolaborasikan dengan unsur permainan. Kedua adalah suka beraktivitas yang melibatkan anak dalam pergerakan. Ketiga dalam aspek perkembangan sosial, anak dapat mudah menyesuaikan diri dalam lingkungan sosial. Anak yang sebelumnya cenderung mementingkan kepentingan diri sendiri mulai berkembang menjadi individu yang lebih kooperatif dan mampu mengutamakan kepentingan bersama. Keempat, senang mempraktikkan atau melakukan suatu hal secara mandiri (Syahriana dan Santoso, 2021).

Dalam aspek kemampuan belajar anak SD sudah mampu memahami pengetahuan yang lebih kompleks terhadap sejarah dan makna filosofi batik (Aninditto et al., 2023). Namun tingkat anak mencapai tahap perkembangan itu dapat berbeda, sehingga hal ini harus diperhatikan terkait usia dan karakteristik anak sesuai kemampuannya. Disebutkan bahwa perkembangan anak usia SD kelas 1 hingga 3 yaitu siswa kelas rendah sudah dapat menyimpan pengetahuan dan mengklasifikasikan suatu hal dengan baik dan mulai berpikir logis namun harus menggunakan suatu hal atau benda yang konkret (Agustina et al., 2021).

Sementara itu menurut penelitian Ramadhani et al. (2025), anak pada teknologi digital sudah sangat memengaruhi dalam aspek kehidupan dan dunia pendidikan. Di era globalisasi ini, anak-anak sekolah dasar sudah tumbuh dan sangat mengadaptasi perangkat digital seperti *handphone*, tablet, atau komputer. Penggunaan perangkat digital tersebut menjadi sesuatu yang tidak bisa di kontrol oleh anak (Setiadi et al., 2024). Rata-rata waktu yang anak SD habiskan selama 3,73 jam sehari adalah dengan menggunakan gadget (Faradianti, 2025). Dengan menonton video, menggunakan sosial media, atau bermain gim. Namun menggunakan media digital secara berlebihan dapat berdampak negatif dalam mengurangi interaksi sosial serta melemahkan semangat belajar. Tetapi dapat berdampak secara positif juga seperti mempermudah komunikasi, menambah

wawasan seperti aplikasi edukatif dan platform pembelajaran digital yang bersifat informatif, interaktif, dan menyenangkan dapat meningkatkan motivasi anak dalam belajar (Riyandani, 2025). Disebutkan bahwa anak-anak di kota besar Indonesia terbiasa dengan visual yang dinamis dan interaktif. Tertarik dengan sebuah media bacaan yang tidak hanya menggabungkan teks tetapi juga visual ilustrasi yang menarik (Wirakusumah, 2025).

2.4 Penelitian yang relevan

Dalam tahap ini, penulis menganalisis beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan bersifat relevan dengan perancangan aplikasi pengenalan batik larangan untuk anak. Hal ini dilakukan untuk penulis dapat mengidentifikasi terlebih dahulu kelebihan atau kekurangan yang dapat penulis tingkatkan dalam perancangan. Dengan itu, tahap ini menjadi landasan penting dalam menghasilkan perancangan aplikasi pengenalan batik larangan yang lebih efektif dan relevan untuk anak.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Identifying Batik Motifs in Early Childhood Art Learning: Developing Creativity and Cultural Awareness	Tiwi Afwanni dan Joko Pamungkas	Penelitian ini menunjukkan bahwa batik merupakan budaya yang cocok untuk dikenalkan ke anak-anak. Dengan seni yang telah lama menjadi bagian integral dari pendidikan anak dalam	Penelitian difokuskan pada anak-anak untuk melestarikan batik sebagai warisan budaya. Dimana hal ini juga bermanfaat untuk anak-anak dapat lebih mencintai budaya sendiri dengan pengalaman

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
			menumbuhkan kreativitas, imajinasi, dan pengembangan keterampilan motorik mereka. Sehingga motif batik memiliki nilai pendidikan yang baik untuk dapat dieksplorasi. Batik dapat menumbuhkan kesadaran serta apresiasi mereka terhadap budaya dan warisan Indonesia.	belajar yang menyenangkan yaitu beragam motif, warna, dan teknik batik sebagai tahap perkembangan mereka.
2.	PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI BATIK LARANGAN SEBAGAI ARTEFAK KEBUDAYAAN DARI	Aprilia Nur Saputri, Mochamad Fauzie, dan Qisthi Maghfiroh	Hasil dari penelitian ini adalah dengan menyediakan media berupa buku ilustrasi untuk memberi pemahaman	Penelitian ini difokuskan pada batik larangan untuk mengenalkan informasi-informasi yang belum diketahui

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
	YOGYAKARTA		edukasi terkait batik larangan Yogyakarta lebih dalam. Buku ilustrasi dibuat dengan sejarah dan nilai filosofis batik larangan yang belum diketahui orang banyak karena hanya berdasar pada alasan suka tanpa memahami peruntukannya,	oleh banyak orang untuk tetap mendukung perkembangan kerajinan batik tradisional di masyarakat. Media buku ilustrasi sebagai sarana pengenalan batik menggunakan gaya ilustrasi kartun dengan skema warna yang hangat, aman, dan nyaman yaitu yang mengandung unsur bumi. Ilustrasi digunakan sebagai elemen untuk menerangkan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
				cerita dan informasi yang diangkat.
3.	PERANCANGAN APLIKASI GAME EDUKASI BATIK CIREBON BERBASIS ANDROID	Luthfi Indriyani dan Reja Kristiyawan	Hasil penelitian ini adalah dengan menyelesaikan masalah masyarakat yang semakin berkurang minatnya bahkan hanya untuk mengenal saja, maka perancangan aplikasi edukasi dibuat dengan memperkenalkan Batik Cirebon yang ditargetkan ke anak-anak dan orang tua. Media aplikasi didorong sebagai sarana memperkenalkan batik karena dapat	Keunggulan dari penelitian ini adalah penerapan fitur pada aplikasi yang sangat dipertimbangkan dengan baik yaitu belajar, game, puzzle batik, suara, dan lainnya. Fitur interaktivitas pada aplikasi ini menjadi pendukung media dalam mengenalkan batik pada anak-anak maupun orang tua dengan lebih efektif dan menyenangkan.

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
			menerapkan unsur game yang dapat berperan sebagai sarana penghibur atau kata lain yaitu belajar dengan cara yang menyenangkan.	

Melalui analisis penelitian ini penulis ada menemukan beberapa topik yang relevan dengan perancangan. Seperti penelitian pertama yang fokus dalam pembahasan psikologis anak terhadap budaya Indonesia batik, sehingga belum ada solusi media yang dapat digunakan oleh anak itu sendiri. Penelitian kedua membahas seputar batik larangan yang dapat dijadikan sebagai topik pengenalan batik larangan yang menyenangkan, namun pendekatan media dan target masih belum disesuaikan dengan baik. Terakhir penelitian ketiga, membahas penggunaan aplikasi sebagai media game pembelajaran batik Cirebon dengan fitur-fitur menarik yang ada. Namun aplikasi tidak sepenuhnya ditujukan pada anak-anak karena masih tidak ada elemen pendukung yang dapat menarik perhatian dan meningkatkan pengalaman belajar mereka. Melalui seluruh penelitian relevan yang telah dianalisa ini, perancangan diharapkan dapat memahami kekurangan atau kelebihan yang ada dan dapat menjadi landasan yang kuat dalam meningkatkan kebaruan media informasi pengenalan batik larangan yang efektif, menarik, relevan dan menyenangkan untuk anak serta orang tua sebagai pendamping anak.