

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kampanye Sosial

Kampanye sosial adalah kampanye yang direncanakan yang bertujuan untuk mengubah sikap, kesadaran, dan perilaku masyarakat tentang masalah tertentu. Prinsip pemasaran komersial diterapkan pada kampanye sosial untuk kepentingan sosial. Menurut Kotler dan Lee (2020), fokus kampanye sosial tidak hanya pada penyebaran informasi tetapi juga bagaimana mendorong audiens untuk melakukan perubahan nyata. Kampanye sosial dalam pendidikan berguna untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya nilai akademik yang jujur dan bersih, termasuk mencegah plagiarisme.

Adanya tujuan sosial yang jelas, penggunaan strategi komunikasi persuasif, dan pemilihan media yang sesuai dengan target audiens adalah ciri khas kampanye sosial. Kampanye sosial, menurut Kotler dan Lee (2020), adalah bentuk komunikasi yang direncanakan untuk mempengaruhi sikap, pengetahuan, dan perilaku masyarakat untuk mencapai tujuan sosial tertentu.. Menurut penelitian terbaru yang dilakukan oleh Ardianto (2021), kampanye yang menggabungkan elemen kognitif (informasi) dan afektif (emosi) lebih efektif dalam membangun hubungan dengan audiens daripada kampanye yang hanya berfokus pada informasi.

Di era digital, relevansi kampanye sosial meningkat karena generasi muda berinteraksi lebih banyak melalui media sosial dan platform visual. Media digital memungkinkan kampanye menjadi lebih interaktif, terlibat, dan mudah mengukur dampak, menurut Rice dan Atkin (2021). Oleh karena itu, untuk mengatasi plagiarisme, kampanye sosial yang kreatif berbasis media visual dapat menjadi sarana yang berguna untuk menggabungkan pesan akademik dengan cara siswa berkomunikasi saat ini. Kampanye sosial menjadi alat untuk perubahan budaya di sekolah juga.

2.1.1 Tujuan Kampanye

Tujuan utama kampanye sosial dapat dibagi menjadi tiga tahapan yang saling berkaitan: *Awareness*, *Attitude*, dan *behavior change*, menurut Kotler dan Lee (2020). Ketiga komponen ini penting untuk memastikan bahwa pesan kampanye tidak hanya diketahui audiens, tetapi juga mempengaruhi pola pikir mereka dan pada akhirnya mendorong perubahan perilaku. Tujuan utama dari kampanye sosial dapat dibagi menjadi tiga tahapan yang saling berkaitan: *Awareness*, *Attitude*, dan *behavior change*, menurut Kotler dan Lee (2020). Ketiga komponen ini penting untuk memastikan bahwa pesan kampanye tidak hanya diketahui audiens, tetapi juga mempengaruhi pola pikir mereka dan pada akhirnya mendorong perubahan perilaku

1. *Awareness*

Pada tahap awal kampanye sosial, dikenal sebagai kesadaran atau kesadaran, fokus kampanye adalah memberi tahu khalayak tentang masalah untuk membuat mereka sadar dan memahami keberadaannya. Kesadaran ini sangat penting karena audiens tidak akan bertindak atau bersikap jika mereka tidak tahu adanya persoalan. Misalnya, mahasiswa harus menyadari bahwa plagiarisme adalah tindakan yang salah, merugikan diri sendiri, dan melanggar etika akademik sebelum memulai kampanye anti-plagiarisme.

2. *Attitude*

Pada tahap kedua, penonton harus dibentuk. Kotler dan Lee (2020) menemukan bahwa selain memberikan informasi, kampanye yang berhasil dapat memengaruhi pemikiran, keyakinan, dan prinsip audiens. Tujuan dari kampanye anti-plagiarisme adalah untuk meningkatkan kesadaran untuk melawan praktik plagiarisme dan memberikan penghargaan yang lebih besar kepada karya original. Audiens akan lebih mudah diarahkan untuk melakukan hal-hal yang benar jika mereka membangun sikap positif

3. *Behavior Change*

Tahap terakhir adalah mengubah cara kita berperilaku. Pada tahap ini, tujuan kampanye adalah untuk mendorong audiens untuk mengikuti

pesan. Kotler dan Lee (2020) menyatakan bahwa perubahan perilaku adalah ukuran tertinggi keberhasilan kampanye sosial. Mahasiswa harus menjunjung tinggi integritas akademik, menulis karya orisinal, melakukan sitasi yang benar, dan menjadi sadar dan bertindak menentang plagiarisme.

2.1.2 Jenis Kampanye

Kampanye sosial dapat dikategorikan berdasarkan tujuan dan strategi yang digunakan, menurut Kotler dan Lee (2020). Tujuan kelompok ini adalah untuk membantu perancang kampanye memilih pendekatan yang paling sesuai dengan kebutuhan audiens dan masalah sosial yang ingin diselesaikan. Berikut adalah penjelasan kampanye persuasi. Kampanye persuasi dilakukan untuk mendorong audiens untuk mengubah pendapat, perspektif, dan keyakinan mereka tentang masalah tertentu. Menurut Kotler dan Lee (2020), pendekatan ini lebih menekankan elemen emosional dan penggunaan pesan persuasif untuk membuat penonton memahami masalah dan menemukan solusi yang mungkin. Kampanye anti-plagiarisme dapat diorientasikan untuk mendorong penghargaan terhadap karya asli dan penolakan plagiarisme.

2.1.3 Strategi Kampanye

Menurut Kotler dan Lee (2020) dalam bukunya yang berjudul '*Social Marketing : Behavior Change for Social Good*', untuk berhasil mendorong perubahan perilaku, kampanye sosial menggunakan pendekatan pemasaran sosial yang sistematis. Analisis situasi untuk memahami konteks masalah, segmentasi audiens dan penetapan target agar pesan lebih relevan, perumusan tujuan yang terukur, perancangan bauran pemasaran sosial (*social marketing mix*), implementasi program, dan pengawasan dan evaluasi adalah beberapa langkah penting dalam strategi ini. Kampanye sosial yang terarah, terukur, dan berkelanjutan. Untuk penelitian ini, fase strategi kampanye akan menjadi dasar untuk membuat program pendidikan anti-plagiarisme dengan menggunakan media digital inovatif yang sesuai dengan demografi mahasiswa sebagai target audiens.

Analisis situasi adalah tahap pertama dalam membuat strategi kampanye sosial, menurut Kotler dan Lee (2020). Tujuan dari analisis ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang masalah sosial yang akan dibahas. Mengumpulkan data pendukung, menemukan sumber masalah, dan menilai kondisi lingkungan yang memengaruhi perilaku target audiens adalah semua bagian dari analisis situasi. Proses ini biasanya melibatkan observasi lapangan, survei, dan penelitian literatur untuk memastikan bahwa masalah yang diangkat benar-benar relevan dan perlu ditangani segera. Saat program dijalankan, analisis situasi membantu perancang kampanye menemukan masalah dan peluang. Kampanye berisiko gagal karena tidak memenuhi kebutuhan masyarakat jika tidak ada analisis yang akurat. Menilai kesadaran mahasiswa tentang etika akademik, frekuensi plagiarisme, dan faktor yang mendorong perilaku tersebut adalah bagian dari analisis situasi dalam kampanye anti-plagiarisme.

2.1.4 Media Kampanye

Menurut Kotler dan Lee (2020), tujuan dan strategi yang digunakan, kampanye sosial dapat dimasukkan ke dalam berbagai kategori. Tujuan dari kelompok ini adalah untuk memberikan perancang kampanye kemampuan untuk memilih pendekatan yang paling sesuai dengan kebutuhan audiens dan jenis masalah sosial yang ingin diselesaikan.

2.1.4.1 Website

Untuk menjalankan kampanye pemasaran yang efektif, perancangan sebuah website kampanye mencakup banyak elemen penting. Untuk membuat pengalaman pengguna (user experience) yang optimal, struktur website yang baik harus memadukan elemen interaksi, informasi, dan visual, menurut Garrett (2011). Komponen-komponen ini saling terhubung dan bekerja sama untuk membuat pesan kampanye dapat dikomunikasikan dengan baik dengan audiens.

1. Navigasi

Komponen pertama adalah navigasi, yaitu alat yang memungkinkan pengguna menjelajahi isi website dengan mudah.



Gambar 2.1 Navigasi Webiste

<https://share.google/Har7HoaPs00kLp8pE>

Navigasi yang baik harus sederhana, konsisten, dan informatif sehingga pengguna dapat menemukan informasi yang mereka butuhkan tanpa kebingungan.

2. Konten

Konten adalah komponen kedua, yang merupakan inti dari pesan kampanye. Konten dapat berupa teks informatif, ilustrasi, infografis, atau video edukatif yang mendukung tujuan kampanye anti-plagiarisme.



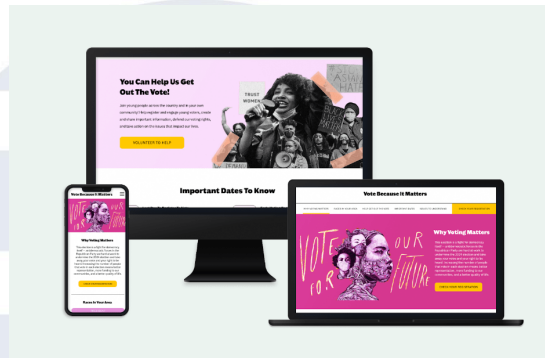
Gambar 2.2 Navigasi Webiste

<https://share.google/IA4nCF5gqyaFKBERw>

Konten harus menarik, ringkas, dan relevan sehingga penonton tertarik untuk membaca dan memahami pesan yang ingin disampaikan.

3. Visual Desain

Komponen ketiga adalah desain visual, juga dikenal sebagai tampilan visual. Desain visual mencakup pembuatan identitas visual kampanye melalui pemilihan warna, tipografi, layout, dan ilustrasi. Menurut Dyer (2020),



Gambar 2.3 *Visual Design Webiste*
<https://share.google/KcNsaSUDU3lJehxeU>

Desain yang tepat dapat meningkatkan daya tarik dan kredibilitas kampanye karena komponen visual dapat menyampaikan pesan emosional dengan cepat dan efektif

4. Interaktivitas

Interaktivitas adalah komponen berikutnya, yang dimaksudkan untuk membangun hubungan dua arah antara pengguna dan pesan kampanye.

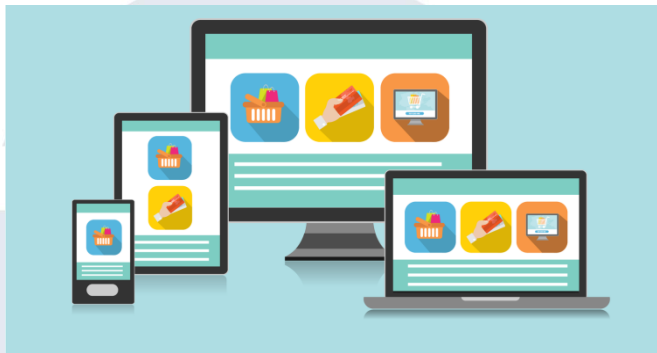


Gambar 2.4 *Interact Webiste*
<https://share.google/b1QApwNNjaC1v0Pt0>

Di dunia digital, elemen interaktif seperti tombol (*button*), formulir partisipasi, dan tautan media sosial dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan memperluas jangkauan kampanye.

5. Responsivitas

Untuk memastikan bahwa website dapat diakses secara optimal pada berbagai perangkat, seperti komputer, tablet, dan ponsel, responsivitas sangat penting. Website yang responsif akan meningkatkan pengalaman pengguna dan meningkatkan kesan profesional dari kampanye.



Gambar 2.5 *Responsive Webiste*
<https://share.google/CMrEsFqfX3EpBFHgK>

Dengan memperhatikan kelima komponen tersebut, perancangan website kampanye sosial edukasi anti-plagiarisme diharapkan mampu menyampaikan pesan secara informatif, menarik, dan efektif, serta mendorong partisipasi aktif audiens dalam memahami dan menolak tindakan plagiarisme.

Berdasarkan teori tersebut, website dipilih sebagai media utama dalam penelitian ini karena memungkinkan penyampaian informasi, fitur visual, dan interaksi pengguna dalam satu platform digital. Website ini memenuhi tujuan kampanye sosial edukasi anti-plagiarisme, yaitu memberikan informasi yang jelas dan juga mendorong keterlibatan mahasiswa melalui materi interaktif. Oleh karena itu, dirancang dengan struktur navigasi yang sederhana, konten edukatif dan visual yang konsisten, dan fitur interaktif seperti kuis untuk membantu pengguna lebih memahami masalah plagiarisme.

2.1.4.2 Komponen Elemen Visual Website

Dalam perancangan elemen visual website ini, penulis mengacu pada prinsip-prinsip yang dijelaskan oleh Jason Beaird dan James George dalam *The Principles of Beautiful Web Design* (2007–2020). Beaird menjelaskan bahwa desain web yang efektif harus dibangun melalui elemen-elemen visual yang kuat, mencakup tipografi, warna, gambar, ikon, tata letak, serta struktur grid sebagai dasar penyusunan konten. Setiap elemen harus disusun dengan mempertimbangkan keterbacaan, hirarki visual, dan konsistensi agar pengalaman pengguna tetap nyaman dan intuitif. Prinsip-prinsip tersebut juga menekankan pentingnya *whitespace* sebagai ruang jeda visual yang membantu meningkatkan fokus, serta penggunaan button yang jelas dan kontras untuk mendukung interaksi. Dengan mengacu pada teori ini, seluruh komponen visual pada website dirancang secara terpadu untuk memperkuat identitas kampanye, memudahkan navigasi, serta menciptakan pengalaman yang menarik bagi pengguna.

Tipografi adalah komponen visual yang sangat penting untuk identitas visual, hierarki informasi, dan keterbacaan suatu website. Ellen Lupton (2024) menyatakan bahwa tipografi tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga merupakan alat komunikasi visual yang membantu pembaca memahami struktur konten dan memiliki pengalaman membaca yang nyaman. Jenis huruf, ukuran, spasi, dan kontras yang tepat dapat meningkatkan keterbacaan dan memudahkan navigasi dalam media digital. Oleh karena itu, font Roboto dipilih untuk website kampanye anti-plagiarisme karena memiliki karakter yang bersih, kontemporer, dan tingkat keterbacaan yang tinggi pada berbagai ukuran layar, sehingga mampu secara efektif menyampaikan pesan edukatif.

Setiap elemen visual memiliki tujuan yang saling melengkapi untuk menciptakan pengalaman pengguna, berdasarkan prinsip-prinsip desain web tersebut. Oleh karena itu, tipografi yang mudah dibaca, penggunaan warna yang sesuai dengan karakter kampanye, penggunaan

grid untuk menjaga tata letak yang konsisten, dan penggunaan ruang kosong dan tombol yang membuat informasi lebih mudah diakses oleh pengguna adalah semua elemen yang digunakan dalam perancangan situs web penelitian ini.

1. Roboto

Sebuah *sans-serif typeface* modern yang dirancang oleh *Christian Robertson*. Roboto dikenal sebagai font yang dirancang secara khusus untuk tampilan digital, sehingga memiliki tingkat keterbacaan yang sangat baik pada berbagai ukuran layar. Berdasarkan dokumentasi resminya, *Roboto* memiliki karakter huruf yang bersih, geometris, serta memiliki x-height yang tinggi sehingga memudahkan pengguna membaca teks, terutama dalam perangkat mobile.



Gambar 2.6 Roboto Typeface

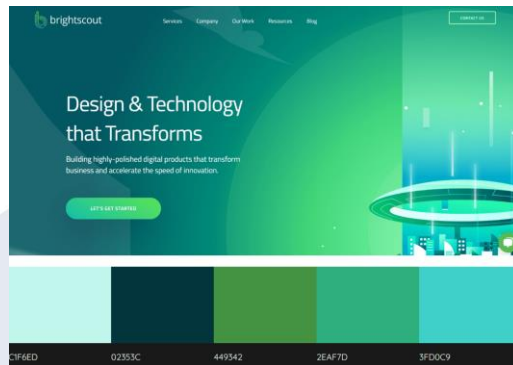
Sumber: <https://fontstyle.org/roboto.php>

Menurut teori Beaird dan George (2007), font Roboto dipilih untuk website karena sangat mudah dibaca di media digital. Selain memberikan tampilan yang modern dan sederhana, tipografi ini juga membuat informasi lebih mudah dipahami oleh pengguna. Ini sesuai dengan karakter website pendidikan yang menampilkan konten tentang plagiarisme.

2. Warna

Warna adalah komponen visual yang sangat penting untuk menciptakan suasana, menarik perhatian, dan meningkatkan identitas visual suatu media. Menurut Gavin Ambrose dan Paul Harris (2021),

warna dapat memengaruhi persepsi, emosi, dan cara orang mendengarkan informasi.



Gambar 2.7 website color scheme blue green

<https://share.google/iSrPpqR5HuoWl1CwS>

Pemilihan kombinasi warna yang tepat juga dapat membantu menciptakan kontras, keterbacaan, dan hierarki visual yang lebih jelas dalam desain. Oleh karena itu, warna biru dan hijau mint dipilih untuk membuat situs web kampanye anti-plagiarisme terlihat segar, terpercaya, dan edukatif, yang sesuai dengan demografi target audiens mahasiswa.

Menurut teori Beaird (2007) dan Lidwell et al. (2010) warna, kombinasi warna biru dan hijau dipilih karena mampu memberikan kesan profesional, terpercaya, dan edukatif. Diharapkan kombinasi warna ini juga akan mendukung citra kampanye sosial anti-plagiarisme dan membuat mahasiswa merasa nyaman untuk belajar di internet.

3. *Icon*

ikon adalah elemen visual yang dapat membantu pengguna memahami informasi dan navigasi secara cepat tanpa harus membaca teks yang panjang Menurut Google Material Design (2024). Ikon yang efektif harus mudah dikenali, konsisten, dan mampu merepresentasikan fungsi atau informasi secara jelas sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan efisiensi interaksi pengguna.



Gambar 2.8 Icon

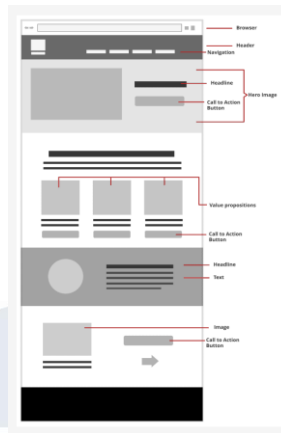
<https://share.google/iSrPpqR5HuoWl1Cw>

Penggunaan ikon yang konsisten juga membantu membangun antarmuka yang lebih mudah digunakan dan mudah digunakan. Oleh karena itu, ikon seperti "ide", "larangan", dan "kreativitas" digunakan pada situs web kampanye anti-plagiarisme untuk memfasilitasi penyampaian pesan visual kepada pengguna dan membuat kategori informasi lebih jelas

Berdasarkan teori Google Material Design (2024), penggunaan ikon pada website tidak hanya berfungsi sebagai elemen dekoratif, tetapi juga membantu pengguna mengenali fungsi menu dan informasi secara lebih cepat. Ikon yang konsisten diharapkan dapat meningkatkan kemudahan navigasi sehingga pengalaman pengguna menjadi lebih efektif.

4. *Layout*

Layout adalah cara elemen disusun dalam sebuah halaman. Beaird (2007) menyatakan bahwa layout harus mengutamakan keseimbangan, ritme, dan hierarki untuk memandu perhatian pengguna, sementara Garrett (2011) mengatakan bahwa struktur rencana mengatur bagaimana informasi disusun sehingga pengguna dapat memahami alurnya dengan jelas. Layout yang baik meningkatkan pengalaman pengguna, terutama pada situs web edukasi.

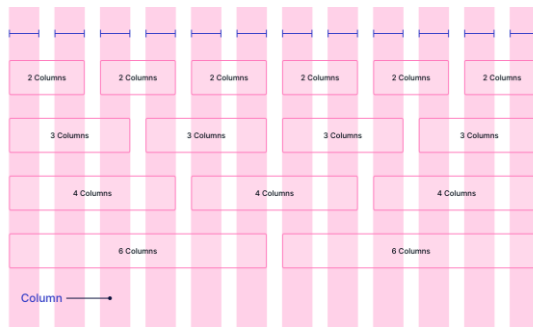


Gambar 2.9 Layout Website
<https://share.google/jPqGgtRs6k4BrMtAt>

Menurut teori Beaird (2007) dan Garrett (2011), penyusunan elemen pada situs web dirancang dengan memperhatikan hierarki visual agar pengguna dapat mengikuti alur informasi secara sistematis. Penerapan layout yang terstruktur juga membantu pengguna membedakan informasi utama dan pendukung, sehingga proses penyampaian materi pelajaran menjadi lebih efektif.

5. Grid Theory

Teori grid Jason Beaird, yang ditemukan dalam *The Principles of Beautiful Web Design* (2007), digunakan. Grid merupakan kerangka visual yang membantu desainer menata komponen website secara konsisten, terorganisir, dan mudah dipahami oleh pengguna. Dengan sistem 12 kolom, halaman web dapat menyesuaikan diri dengan berbagai ukuran layar tanpa mengorbankan keterbacaan atau navigasi, Aird menekankan bahwa grid modern pada desain web umumnya menggunakan sistem 12 kolom karena struktur ini sangat fleksible dalam membagi ruang,



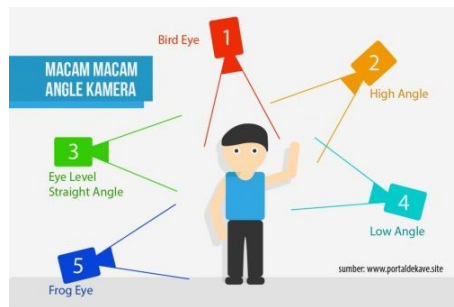
Gambar 2.10 Grid *The Principles of Beautiful Web Design* (2007)
<https://share.google/Q73Qe26hiCYUuUs3q>

Membuat variasi layout, dan mengatur keseimbangan visual. Beard juga menjelaskan bahwa penggunaan grid dapat menciptakan ritme, keselarasan, serta hierarki visual yang jelas sehingga pengguna dapat memindai konten dengan lebih cepat dan nyaman. Dengan demikian, penerapan grid tidak hanya berfungsi sebagai alat estetika, tetapi juga sebagai fondasi penting dalam mendukung pengalaman pengguna (UX) yang efektif pada website tersebut.

Untuk memastikan tata letak yang konsisten pada setiap halaman web, sistem grid dua belas kolom diterapkan. Penerapan grid membuat tampilan lebih mudah disesuaikan dengan berbagai ukuran perangkat sehingga website tetap responsif dan nyaman digunakan.

6. *Photography*

Fotografi adalah kombinasi elemen visual dalam sebuah gambar untuk menghasilkan pesan yang jelas dan menarik. Foto yang baik tidak hanya menampilkan objek, tetapi juga dapat menyampaikan pesan melalui komposisi yang terarah, seperti sudut pandang yang tepat, aturan rule of thirds, keseimbangan visual, dan subjek yang relevan (Freeman, 2022).



Gambar2.11 Angle Photography

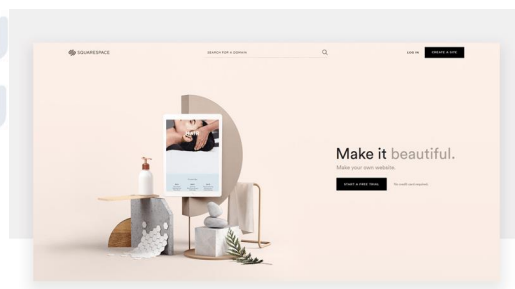
<https://share.google/FJtzW0Q5rdZc2tMRP>

Akibatnya, penggunaan fotografi dalam media digital dapat membantu memperkuat konteks informasi, meningkatkan daya tarik visual, dan membuat pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami audiens.

Menurut teori (Freeman, 2022), penggunaan fotografi pada situs web bertujuan untuk meningkatkan penyampaian pesan kampanye melalui visual yang terkait dengan kehidupan akademik mahasiswa. Foto juga membuat halaman lebih menarik, membuat informasi lebih mudah dipahami pengguna.

7. Whitespace

Dalam suatu desain, area kosong yang disebut "ruang kosong" digunakan untuk memberikan ruang antar komponen. Menurut Johnson (2020), whitespace yang tepat dapat meningkatkan keterbacaan, membantu pembaca memindai dokumen dengan lebih efisien, dan membuat hierarki visual antarmuka lebih jelas.



Gambar 2.11 Whitespace

<https://share.google/8UTAnEYG5pAHQKqi5>

Selain itu, ruang putih dapat memberikan pengalaman visual yang lebih nyaman dan mengurangi beban pikiran pengguna, menurut Lidwell et al. (2010). Oleh karena itu, whitespace sangat penting pada situs web pendidikan untuk membantu pengguna memahami konten dengan lebih baik.

Teori Lidwell et al. (2010) mengatakan bahwa ruang kosong digunakan untuk memberikan jeda visual sehingga tampilan web tidak terlihat padat. Ini juga membuat pengguna lebih fokus pada informasi penting dan membuatnya lebih nyaman membaca konten akademik

8. *Ilustrasi*

Ilustrasi adalah representasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan, ide, atau informasi kepada audiens melalui gambar. Dalam desain komunikasi visual, ilustrasi berfungsi untuk menarik perhatian audiens, memperjelas pesan, dan membuat informasi lebih mudah dipahami oleh audiens. Karena informasi visual diproses lebih cepat dibandingkan teks, komunikasi visual dapat meningkatkan pemahaman dan keterlibatan audiens, menurut Balliett (2020).



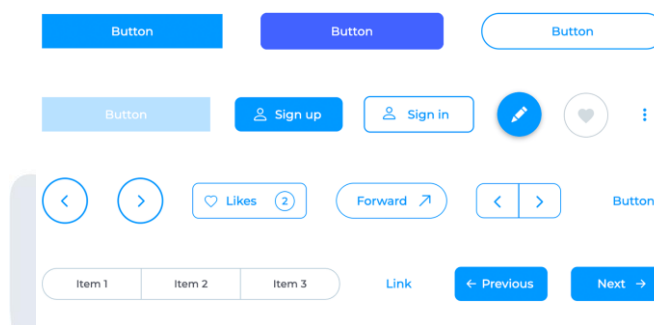
Gambar 2.12 Ilustrasi

<https://share.google/52NOoteU7TrfLy3R6>

Karena informasi visual diproses lebih cepat dibandingkan teks, komunikasi visual dapat meningkatkan pemahaman dan keterlibatan audiens, menurut Balliett (2020).

9. *Button*

Button adalah komponen antarmuka pengguna (UI) yang memungkinkan orang berinteraksi dengan sistem digital untuk melakukan tindakan atau perintah tertentu. Menurut Setproduct (2023), tombol harus mudah dikenali, memiliki hierarki visual yang jelas, dan dapat memberi tahu pengguna apa yang harus dilakukan. Akibatnya, pada desain tombol tersebut harus mempertimbangkan bentuk, ukuran, warna, dan penempatan yang tepat agar tombol mudah ditemukan dan digunakan. Penggunaan warna yang kontras pada tombol juga dapat membantu menarik perhatian pengguna dan mengarahkan mereka ke fitur-fitur penting di website kampanye, seperti kuis dan artikel pendidikan.



Gambar 2.13 Button Design

<https://share.google/p2hQW94T0Z6pKuGEJ>

Penggunaan warna yang kontras pada tombol juga dapat membantu menarik perhatian pengguna dan mengarahkan mereka ke fitur-fitur penting di website kampanye, seperti kuis dan artikel pendidikan.

Berdasarkan teori Setproduct (2023), tombol dibuat agar mudah dikenali oleh pengguna dengan ukuran, warna, dan kontras yang jelas. Tujuan dari penerapan tombol yang berkelanjutan adalah untuk membuat navigasi dan interaksi dengan berbagai fitur yang tersedia pada website lebih mudah bagi pengguna.

2.1.4.3 Prinsip Desain Website

Prinsip desain sangat penting saat merancang situs web untuk membuat antarmuka yang efektif, mudah digunakan, dan nyaman diakses. Prinsip-prinsip ini membantu desainer mengatur elemen visual, mengatur struktur informasi, dan membuat pengalaman pengguna yang mudah dipahami. Dalam *The Principles of Beautiful Web Design (2007–2020)*, Jason Beaird dan James George mengatakan bahwa desain website yang baik didasarkan pada beberapa elemen utama seperti *layout*, warna, tipografi, tekstur, dan gambar, yang semuanya harus bekerja sama dengan baik untuk mendukung tujuan situs dan pesan yang ingin disampaikan. Steve Krug (2014) menekankan bahwa website yang efektif adalah yang tidak memaksa pengguna untuk "berpikir keras" saat mencari informasi atau navigasi. Selain itu, Garrett (2011) mengatakan bahwa prinsip desain website harus mendukung tampilan visual, struktur informasi, dan interaksi pengguna sehingga semua elemen, mulai dari navigasi hingga estetika, dapat bekerja sama dengan baik.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip desain website tersebut, proses perancangan dapat berjalan secara lebih terarah dan berfokus pada kebutuhan pengguna. Setiap prinsip—mulai dari keterbacaan, hierarki visual, konsistensi, kesederhanaan, navigasi intuitif, keseimbangan visual, whitespace, hingga responsivitas—berfungsi saling melengkapi dalam menciptakan antarmuka yang efektif, informatif, dan menarik. Prinsip-prinsip ini memastikan bahwa tampilan visual bukan hanya estetis, tetapi juga mendukung tujuan utama website sebagai media edukasi dan kampanye sosial anti-plagiarisme. Dengan demikian, keseluruhan desain yang dihasilkan tidak hanya mudah diakses dan nyaman digunakan, tetapi juga mampu menyampaikan pesan secara jelas, engaging, dan relevan bagi target audiens remaja.

2.1.4.4 User Experience dan Website Design

Dalam perancangan sebuah website, aspek *User Experience (UX)* dan *Website Design* memiliki peran penting untuk memastikan

bahwa pengguna tidak hanya memahami informasi yang disampaikan, tetapi juga merasa nyaman, tertarik, dan mudah berinteraksi dengan antarmuka. UX berfokus pada bagaimana pengguna merasakan dan berinteraksi dengan sistem, sementara website design berfokus pada bagaimana tampilan visual dan struktur mendukung pengalaman tersebut. Keduanya bekerja secara sinergis untuk menciptakan produk digital yang efektif dan bermakna.

1. *User Experience (UX)*

User Experience (UX) adalah aspek yang berfokus pada bagaimana pengguna merasakan, memahami, dan berinteraksi dengan sebuah website. Menurut Jesse James Garrett (2011), UX dibangun melalui lima lapisan atau *planes*—yakni *strategy*, *scope*, *structure*, *skeleton*, dan *surface*—yang bersama-sama membentuk pengalaman pengguna dari tingkat perencanaan hingga tampilan visual akhir. Setiap lapisan memastikan bahwa website memiliki tujuan yang jelas, fitur yang relevan, alur navigasi yang logis, serta konten yang mudah dipahami. Don Norman (2013) menambahkan bahwa kualitas UX sangat dipengaruhi oleh *discoverability* dan *feedback*, yaitu sejauh mana pengguna dapat mengenali fungsi sebuah elemen dan mendapatkan respons yang jelas setelah melakukan tindakan. Dengan demikian, UX bukan hanya tentang tampilannya, tetapi juga bagaimana website bekerja secara keseluruhan. Dalam konteks kampanye anti-plagiarisme, penerapan UX berperan penting dalam mengatur alur pembelajaran dari pengenalan materi hingga kuis, memastikan informasi dapat dipelajari secara bertahap dan tidak membingungkan bagi audiens mahasiswa

2. *Website Design (User Interface / UI)*

Website Design atau *User Interface (UI)* berfokus pada bagaimana elemen visual disusun untuk menciptakan tampilan yang menarik, jelas, dan mudah digunakan. Beaird & George (2007–2020) menjelaskan bahwa UI mencakup pengelolaan elemen desain seperti warna, tipografi, ikonografi, ilustrasi, fotografi, *whitespace*, layout, dan

grid. Semua elemen tersebut bekerja secara terpadu untuk membangun identitas visual dan memandu pengguna memahami isi website. UI yang baik harus menonjolkan hierarki visual, kontras, konsistensi, serta keseimbangan agar pengguna dapat memindai informasi dengan mudah. Norman (2013) juga menegaskan bahwa antarmuka visual harus memfasilitasi interaksi pengguna melalui tanda visual (*signifiers*) yang jelas dan *affordance* yang mudah dikenali, sehingga pengguna dapat memahami bahwa sebuah tombol dapat diklik atau sebuah elemen dapat digulir. Dalam perancangan website kampanye anti-plagiarisme, UI berperan menyajikan informasi edukatif dengan cara yang lebih ramah, menggunakan warna yang kredibel, layout berbasis grid yang rapi, dan ilustrasi yang membantu menjelaskan konsep secara lebih ringan bagi mahasiswa

Dengan memisahkan aspek UX dan UI, perancangan website dapat dilakukan secara lebih terarah. UX memastikan alur, fungsi, dan kebutuhan pengguna terpenuhi, sementara UI memastikan website tampil menarik, mudah dipahami, dan konsisten secara visual. Integrasi kedua aspek ini memungkinkan website kampanye anti-plagiarisme bekerja secara efektif sebagai media edukasi yang interaktif dan komunikatif bagi target audiens.

2.2 Plagiarisme

Plagiarisme merupakan tindakan menggunakan ide, kata, karya, atau hasil pemikiran orang lain tanpa memberikan pengakuan atau mencantumkan sumber yang jelas, sehingga karya tersebut dianggap sebagai hasil karya sendiri. Plagiarisme melanggar prinsip kejujuran akademik dan dapat merugikan pencipta karya asli. Menurut Elsevier (2022), plagiarisme adalah tindakan menggunakan atau menyalin karya, ide, atau data orang lain tanpa memberikan atribusi yang sesuai, yang dapat menyesatkan pembaca mengenai kepemilikan asli suatu karya. Selain itu, Turnitin (2023) menyatakan bahwa plagiarisme merupakan tindakan

mengambil dan mengklaim karya intelektual orang lain tanpa memberikan kredit yang tepat kepada pemilik aslinya.

Sementara itu, International Center for Academic Integrity (ICAI, 2021) menjelaskan bahwa plagiarisme merupakan bentuk pelanggaran integritas akademik yang terjadi ketika seseorang menggunakan karya atau ide orang lain tanpa memberikan pengakuan yang benar dan sesuai. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa plagiarisme adalah tindakan menggunakan karya, ide, atau pemikiran orang lain tanpa mencantumkan sumber yang jelas, sehingga melanggar etika akademik dan prinsip kejujuran dalam berkarya.

2.3 Anti Plagiarisme

Dalam dunia pendidikan tinggi, plagiarisme adalah masalah yang mengancam kredibilitas akademik. Park (2020) mengatakan plagiarisme adalah menggunakan ide, kata, atau karya orang lain tanpa memberikan kualitas yang tepat, membuat pembaca tertipu. Perilaku ini sering muncul dalam tugas, laporan penelitian, hingga skripsi mahasiswa. Jumlah kasus plagiarisme yang tinggi menunjukkan bahwa kesadaran akan pentingnya orisinalitas dalam karya ilmiah masih rendah.

2.3.1. Tujuan dan Manfaat Anti-Plagiarisme

Upaya anti-plagiarisme mendorong integritas akademik, keterampilan berpikir kritis, dan penciptaan karya original. Menurut Sutherland-Smith (2019), pencegahan plagiarisme menghasilkan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang lebih kompetitif, inovatif, dan kreatif. Perguruan tinggi dapat mempertahankan reputasi dan akreditasi mereka melalui budaya anti-plagiarisme.

2.3.2. Jenis Plagiarisme

Ada berbagai jenis plagiarisme, yang dapat terjadi secara sengaja maupun tidak sengaja. Sangat penting bagi mahasiswa untuk memahami jenis plagiarisme agar mereka lebih waspada dan dapat menghindarinya. Turnitin (2020) menyatakan bahwa berbagai jenis plagiarisme sering terjadi di dunia

akademik. Pertama, plagiarisme langsung, juga dikenal sebagai plagiarisme langsung, terjadi ketika seseorang menyalin kalimat, paragraf, atau teks dari sumber lain tanpa memberikan atribut atau sitasi yang membuatnya mudah diidentifikasi.

Selain itu, menurut (Eaton 2021) plagiarisme parsial, juga dikenal sebagai mosaik atau plagiarisme parsial, terdiri dari menyalin sebagian kalimat atau frasa dari berbagai sumber dan kemudian menyusunnya menjadi tulisan baru tanpa memberikan sitasi yang memadai. Lalu plagiarisme diri adalah ketika seseorang menggunakan kembali karya orang lain, seperti esai, makalah, atau skripsi, tanpa memberi tahu orang lain tentang hal itu. Keempat, plagiarisme tidak sengaja, juga dikenal sebagai plagiarisme tidak sengaja—biasanya terjadi karena siswa tidak memahami aturan sitasi dan parafrase yang benar, sehingga mereka tidak menyadari melakukan plagiarisme. Kelima, plagiarisme ide, juga dikenal sebagai plagiarisme ide—terjadi ketika ide, gagasan, atau konsep digunakan tanpa pengakuan dari orang lain.

2.3.3 Gejala Plagiarisme

Ada beberapa tanda yang muncul pada karya tulis dan tugas mahasiswa yang menunjukkan adanya plagiarisme. Ketidakkonsistenan gaya bahasa dalam satu tulisan adalah gejala yang paling umum, menurut Al Fatta (2021). Misalnya, beberapa paragraf menggunakan bahasa akademik formal, sementara yang lain lebih sederhana atau bercampur gaya populer, yang menunjukkan bahwa ada bagian yang disalin dari berbagai sumber. Penggunaan istilah atau kosakata yang tidak sesuai dengan pemahaman penulis, membuat bagian tersebut terlihat seperti olah pikir asli.

Selain itu, menurut Sarah Elaine Eaton (2021) seringkali terjadi ketidaksesuaian antara daftar pustaka dan kutipan dalam teks. Ini dapat terjadi karena orang menyalin kutipan tanpa mencantumkan sumbernya atau karena mereka mencantumkan sumber yang tidak pernah dikutip. Ada kemungkinan plagiarisme terjadi ketika tulisan tiba-tiba menggunakan gagasan atau argumen kompleks tanpa memberikan penjelasan yang masuk akal.

2.3.4 Pencegahan Plagiarisme

Langkah penting untuk menjaga integritas akademik dan kualitas karya ilmiah adalah mencegah plagiarisme. Menurut Siregar (2020), mendapatkan pemahaman yang baik tentang etika penulisan dapat membantu mencegah. Ini terutama berlaku untuk memberikan sitasi yang tepat pada sumber referensi. Penulis dan mahasiswa harus dilatih dalam teknik parafrasa, kutipan langsung, dan penyusunan daftar pustaka sesuai dengan kaidah penulisan akademik. Selain itu, lembaga pendidikan bertanggung jawab untuk menyediakan layanan pendukung seperti akses literatur yang memadai, pelatihan dalam penulisan ilmiah, dan penggunaan perangkat lunak untuk mengidentifikasi plagiarisme seperti Turnitin dan Thenticate. Meningkatkan kesadaran akan pentingnya kreativitas dan orisinalitas dalam pembuatan karya dapat membantu mencegah hal ini terjadi.

Sebagai pembimbing, dosen bertanggung jawab untuk memberikan arahan, bimbingan, dan evaluasi yang mendorong mahasiswa untuk mengembangkan ide-ide mereka sendiri daripada hanya meniru apa yang dikatakan orang lain. Kejujuran ilmiah di lingkungan akademik dapat diperkuat dengan kesadaran individu, fasilitas pendukung, dan kebijakan akademik yang tegas.

2.3.5 Solusi Anti-Plagiarisme

Solusi anti-plagiarisme berkonsentrasi pada pencegahan dan pembentukan budaya akademik yang bersih dan jujur. Seperti yang dinyatakan oleh Wibowo (2021), salah satu cara terbaik untuk mengatasi masalah ini adalah meningkatkan kesadaran tentang pentingnya membuat karya unik melalui pendidikan berkelanjutan, yang dapat dicapai melalui kampanye sosial, seminar, dan sosialisasi di kampus. Menggunakan media digital juga dapat membantu siswa belajar tentang bahaya dan konsekuensi plagiarisme. Ini juga memberi mereka panduan praktis untuk menulis karya ilmiah. Selain itu, lembaga pendidikan harus menerapkan kebijakan tegas dan sanksi yang jelas terhadap plagiarisme.

Oleh karena itu, plagiarisme harus dihindari karena dapat merusak reputasi akademik, menurunkan kualitas karya ilmiah, dan menghambat kreativitas dan kemampuan berpikir kritis seseorang. Seseorang dapat melakukan plagiarisme secara sengaja atau tidak sengaja jika mereka tidak memahami etika penulisan, teknik sitasi, dan pentingnya orisinalitas. Jika situasi ini terus berlanjut, akan menurunkan kejujuran akademik dan kredibilitas institusi pendidikan. Oleh karena itu, diperlukan pencegahan melalui pendidikan, penggunaan teknologi yang dapat mendeteksi plagiarisme, dan kampanye yang mendorong siswa untuk membuat karya yang unik dan bertanggung jawab.

Berdasarkan berbagai teori tentang bagaimana mencegah plagiarisme dan mencegahnya, pendidikan adalah salah satu metode pencegahan yang paling penting untuk meningkatkan kualitas akademik mahasiswa. Oleh karena itu, desain situs web kampanye berpusat pada penyebaran informasi tentang jenis, efek, dan cara mencegah plagiarisme dengan menggunakan pendekatan visual yang lebih menarik dan interaktif.

2.4 Penelitian yang Relevan

Penelitian mengenai plagitarisme dan kampanye edukasi sudah banyak dilakukan sebelumnya, baik dalam ranah akademik maupun praktis. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.4 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Strategi Pencegahan Plagiarisme di Perguruan Tinggi melalui Edukasi Integritas Akademik	Sari, Novita(2022)	Penelitian ini menunjukkan bahwa edukasi mengenai integritas akademik dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap plagiarisme dan mengurangi	penelitian ini terletak pada penggunaan website sebagai media kampanye visual interaktif untuk mengedukasi mahasiswa mengenai plagiarisme, bukan hanya melalui edukasi

			tindakan plagiarisme.	konvensional.
2	Pengaruh Penggunaan Turnitin terhadap Kesadaran Mahasiswa terhadap Plagiarisme	Putra, Rizky Aditya(2023)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan tools pendeteksi plagiarisme dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya orisinalitas karya	Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan kampanye melalui website dengan perancangan UI dan UX untuk meningkatkan awareness, bukan hanya melalui tools pendeteksi plagiarisme.
3	Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Website untuk Meningkatkan Pemahaman Integritas Akademik Mahasiswa	Wijaya, Daniel(2021)	Penelitian ini menghasilkan media pembelajaran berbasis website yang efektif dalam meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai integritas akademik.	penelitian ini terletak pada fokus kampanye sosial anti-plagiarisme dengan pendekatan komunikasi visual dan strategi kampanye digital, bukan hanya sebagai media pembelajaran.

Berdasarkan hasil analisis penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pembahasan plagiarisme dari sisi kebijakan akademik, edukasi melalui sosialisasi, maupun penggunaan perangkat pendeteksi plagiarisme. Sementara itu, penelitian yang mengembangkan media edukasi berbasis website dengan pendekatan Desain Komunikasi Visual masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan melalui perancangan media informasi yaitu berupa website yang mengintegrasikan prinsip komunikasi visual, pengalaman pengguna (user experience), serta fitur interaktif seperti artikel, kuis, dan library untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai pentingnya orisinalitas karya.

