

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Website*

Website merupakan media informasi berbasis jaringan komputer yang dapat diakses dengan mudah, kapanpun, dan tidak memungut biaya tinggi, yang digunakan sebagai alat untuk menyajikan informasi terutama di kota-kota besar (Firmansyah & Herman, 2023, h.62). Informasi pada halaman *website* berupa teks dapat dilengkapi dengan gambar atau video, sehingga lebih mudah dipahami dan dapat memperkuat informasi yang disajikan (Andriyan et al., 2020, h.80). Desain dan cara penyajian konten dari *website* dapat dibagi menjadi komponen-komponen spesifik seperti desain halaman, navigasi, penggunaan multimedia, *search design*, dan desain URL (Vu et al., 2012, h.1324). Proses desain dari sebuah *website* berada diantara seni, sains, dan *problem solving* yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan masalah (Beaird et al., 2020, h.18-19). Sehingga, tinjauan pustaka mengenai *website*, baik elemen *user experience* maupun *user interface*, hingga elemen *storytelling* dan *webcomic* merupakan hal yang penting untuk diulik demi perancangan *website*.

2.1.1 *User Experience (UX)*

Berdasarkan Mara (2021, h.2), UX atau *User Experince* adalah apa yang dipikirkan, dirasakan, dan apa yang diasosiasikan oleh *user* terhadap produk atau *brand*, dan apa yang dilakukan oleh tim desain untuk meningkatkan pengalaman *user* saat menggunakan suatu produk. UX bertujuan untuk memberikan pengalaman positif kepada *user* untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Penggunaan dari UX membuat perancangan media lebih responsif, dan dengan berfokus pada pembuatan desain yang berorientasi pada keperluan *user* mengakibatkan dampak positif yang berkelanjutan.

2.1.1.1 Miller's Law

Miller's Law berasal dari penulisan yang dipublikasikan pada 1956 oleh seorang psikologi kognitif, George Miller yang berjudul "*The Magical Number Seven, Plus or Minus Two: Some Limits on Our Capacity for Processing Information.*" Miller mendapatkan bahwa rentang memori pada remaja akhir atau dewasa awal terbatas sekitar 7, terlepas dari jenis stimulus yang ada. Berdasarkan Miller's Law, dikatakan bahwa manusia hanya bisa memproses antara 7-9 bagian dari informasi secara bersamaan dalam *short term memory* seseorang (Yablonski, 2024, h.30).

A. Cognitive Load

Berdasarkan Miller's Law dalam Yablonski (2024, h.30), Jumlah dari sumber daya mental yang diperlukan untuk memahami dan berinteraksi dengan sebuah *interface* diketahui sebagai *cognitive load*. Saat berinteraksi dengan layanan atau produk digital, *user* harus terlebih dahulu memahami bagaimana cara produk atau layanan itu bekerja dan kemudian menentukan cara untuk menemukan informasi yang ingin dicari. Memahami cara menggunakan navigasi, memproses *layout* halaman, berinteraksi dengan elemen UI, dan memasukkan informasi ke dalam semua bentuk yang membutuhkan sumber daya mental.

B. Chunking

Chunking adalah teknik pada Miller's Law dalam Yablonski (2024, h.32), yang mengatakan bahwa *short-term memory* dari seorang individu memiliki tempat terbatas untuk menyimpan informasi, dan dengan menggunakan teknik *chunking* informasi dapat tersimpan secara lebih efektif. Dalam desain UX, *chunking* dapat dilakukan dengan cara mengkategorikan konten dan objek dengan menggunakan warna, ukuran, elemen pemisah, dan spasi untuk membuat

kategori-kategori yang berbeda dapat dibedakan oleh *user*. Melalui *chunking*, *user* dapat membaca konten dengan sekilas, dan mengidentifikasi informasi yang sejalan dengan tujuan mereka dengan lebih cepat.

C. The Magical Number Seven

The Magical Number Seven pada Miller's Law dalam Yablonski (2024, h.36-37), seringkali mendapatkan misinterpretasi dimana dianggap jumlah elemen *interface* yang diberikan pada *user* dibatasi hanya berjumlah sekitar 7-9. Namun, sesungguhnya *The Magical Number Seven* mengacu pada desain yang dibuat secara efektif untuk *user* agar dapat cepat mengidentifikasi menu maupun navigasi pada suatu *interface*, terlepas dari jumlah elemen yang ada karena *user* tidak diperlukan untuk menghafal elemen pada *interface*. Jumlah dari informasi yang dapat diterima oleh *user* akan beragam sesuai dengan kemampuan short-term *memory* individu masing-masing dan kompleksitas dari informasi yang disajikan.

2.1.1.2 Information Architecture (IA)

Berdasarkan Mayasari & Heryana (2023, h.14-15), *Information architecture* atau IA merupakan elemen penting dalam desain *User Experience* yang berfokus pada struktur dan pengaturan informasi dalam sebuah media digital. *Information architecture* meliputi penyusunan konten, cara penyajian, dan saling terhubung sehingga *user* dapat menemukan informasi dengan mudah. Secara umum, *Information architecture* berkaitan dengan perancangan navigasi yang intuitif dan jelas. Salah satu konsep utama dari *information architecture* adalah *Taxonomy*, yaitu metode pengelompokan informasi berdasarkan hierarki atau klasifikasi logis.

Selain itu, struktur dari sebuah menu yang berorientasi pada pengaturan navigasi yang memberikan akses kepada berbagai bagian

dari media digital merupakan bagian yang penting dalam IA. Tanda visual yang digunakan merupakan salah satu elemen penting dalam IA. Pemilihan ikon dan gambar yang intuitif dan tepat dapat membantu *user* memahami elemen-elemen yang disajikan. Penggunaan *flowchart* yang baik juga dapat digunakan untuk menggambarkan alur navigasi untuk *user* ketika menggunakan media yang disajikan.

2.1.1.3 User Persona

Berdasarkan Soegaard (2018, h.48), *User Persona* adalah representasi fiktif dari pengguna ideal. *User persona* berfokus pada tujuan dari pengguna, karakteristik yang dimiliki, dan sikap atau perilaku yang ditunjukkan. *User persona* juga berfungsi untuk menganalisis apa yang diharapkan pengguna dari sebuah produk. Membuat *user persona* merupakan bentuk dari *user research* yang menawarkan gambaran mendalam, nyata, dan gambaran hidup yang mudah diingat oleh tim ketika merancang sebuah produk. Setiap *user persona* memiliki nama dan latar belakang. Selain itu, *persona* juga dapat memberikan imajinasi dan menjaga fokus pada pengguna.

2.1.1.4 UX Honeycomb

Berdasarkan Peter Morville, seorang pionir di bidang UX, terdapat tujuh faktor yang menggambarkan pengalaman pengguna. Morville mengelompokkan tujuh faktor tersebut dalam *User Experience Honeycomb* yang merupakan alat populer untuk memahami UX. Tujuh faktor tersebut adalah *Useful*, *Usable*, *Findable*, *Credible*, *Desirable*, *Accessible*, dan *Valuable* (Soegaard, 2018, h.21-22).

A. Useful

Useful mengacu pada kegunaan dari suatu produk, tanpa adanya tujuan pada suatu produk, kemungkinan besar produk tersebut tidak akan mampu bersaing untuk menarik

perhatian di tengah-tengah pasar yang dipenuhi dengan produk-produk berguna dan memiliki tujuan (Soegaard, 2018, h.22).

B. Usable

Usability fokus pada kemampuan *user* dalam mencapai tujuan akhir dengan suatu produk secara efektif dan efisien. Sebagai contoh, sebuah *game* komputer yang membutuhkan tiga set dari control pada kontroler tidak mungkin dapat digunakan karena manusia hanya memiliki dua tangan. Sebuah produk dapat berhasil walaupun tidak ergonomis, namun kemungkinan keberhasilan tersebut lebih kecil (Soegaard, 2018, h.22-23).

C. Findable

Findable mengacu pada konsep bahwa sebuah produk harus mudah ditemukan. Dalam konteks produk digital dan informasi, di mana konten yang disajikan di dalamnya juga harus mudah untuk ditemukan. Alasan sederhana di balik ini adalah jika *user* tidak menemukan konten yang diinginkan dalam sebuah web, maka *user* akan berhenti menggunakannya. Contoh lainnya, jika mengambil sebuah koran dan semua artikel di dalamnya ditempatkan secara acak dan tidak diorganisir, maka individu yang membaca koran itu akan mengalami pengalaman yang membuat frustrasi. Waktu cenderung merupakan hal yang berharga bagi manusia, sehingga dapat dikatakan bahwa findability merupakan hal vital untuk UX dari banyak produk (Soegaard, 2018, h.23).

D. Credible

Credibility berkaitan dengan kemampuan *user* untuk mempercayai produk yang disediakan. Tidak hanya karena produk tersebut berfungsi sesuai dengan tujuannya, namun juga karena produk tersebut akan bertahan dalam waktu yang wajar

dan informasi yang disajikan akurat dan sesuai tujuan dan konteks. Dapat dikatakan bahwa jika *user* merasa bahwa pencipta dari produk berbohong dan memiliki niat buruk, akan sulit untuk memberikan *user experience* yang baik, karena jika ini terjadi *user* akan pindah ke tempat lain dan memperingatkan calon *user* lainnya mengenai pengalaman buruk yang telah dialaminya (Soegaard, 2018, h.23).

E. Desirable

Desirability disampaikan pada desain melalui *branding*, *image*, identitas, estetika, dan desain emosional. Semakin menarik sebuah produk, semakin besar kemungkinan *user* yang memilikinya akan pamer ke orang lain dan menciptakan keinginan pada orang-orang tersebut (Soegaard, 2018, h.24).

F. Accessible

Accessibility berkaitan dengan menyediakan pengalaman yang tersedia untuk semua *user*, termasuk untuk mereka yang memiliki keterbatasan tertentu seperti gangguan pendengaran, penglihatan, motorik, atau individu yang memiliki gangguan belajar. Dapat dikatakan ketika membuat desain yang mementikan *accessibility*, produk yang dihasilkan akan menjadi lebih mudah untuk semua orang yang menggunakannya, dan bukan hanya individu yang memiliki keterbatasan (Soegaard, 2018, h.25).

G. Valuable

Sebuah produk harus memberikan nilai atau *value*. Produk tersebut harus memberikan nilai bagi bisnis yang menciptakan dan bagi *user* yang membelinya atau yang menggunakannya. Tanpa *value*, kemungkinan besar kesuksesan awal dari suatu produk akan pada akhirnya meredup. *Value*

merupakan salah satu faktor terkuat yang mempengaruhi keputusan pembelian (Soegaard, 2018, h.25).

2.1.2 User Interface (UI)

Dalam buku UI/UX Design *User Interface* (Aziza et al., 2024, h.1) merupakan tampilan visual produk digital yang berorientasi pada estetika desain dan interaktifitas. Implementasi dari *User Interface* dapat diterapkan pada perangkat digital seperti *website* atau *mobile*.

2.1.2.1 Warna

Warna bukan hanya elemen dekoratif namun dapat digunakan untuk menyampaikan informasi, menggambarkan perasaan, dan menjadi alat *storytelling* yang efektif (Lupton, 2017, h.104). Menurut Hibit (2022, h.157-158), warna memiliki kekuatan untuk memberikan makna terhadap berbagai konteks, seperti dalam *advertising*, budaya, dan seni visual, dan Individu, hal ini juga dapat diartikan sebagai psikologi warna. Warna memiliki beberapa atribut, yaitu *hue*, *value*, *brightness*, *contrast*, dan *saturation*. *Hue* adalah titik spesifik pada spektrum warna, *value* adalah gelap-terangnya sebuah warna, *brightness* menambahkan cahaya atau warna putih pada warna atau gambar, *contrast* adalah ukuran perbedaan antara *value* yang ada penggunaan warna, dan *saturation* adalah tingkat intensitas dari sebuah warna (Schmitt, 2012, h.104).

A. Warm versus Cool

Berdasarkan Landa (2019), warna dapat terlihat warm atau cool berdasarkan seberapa kuat *hue* yang digunakan pada sebuah warna yang dominan. Selain itu, *saturation* dan *value* dari sebuah warna juga dapat mempengaruhi temperatur warna yang terbentuk. Dalam media cetak, temperatur warna juga dapat terpengaruhi oleh warna kertas yang digunakan (h.126).



Gambar 2.1 *Warm vs Cool*

Sumber: <https://www.colorpsychology.org/warm-cool-colors/>

Terdapat beberapa warna yang masuk dalam kategori *warm* dan *cold*. Warna *warm* pada umumnya melingkupi warna-warna hangat seperti merah, oranye, kuning, dan coklat. Sedangkan *cold* merupakan warna-warna dingin seperti biru, hijau, ungu, abu-abu, dan putih (Tidwell et al., 2020, h.260).

B. Dark versus Light Background

Pada layar perangkat digital, terdapat *background* terang yang menggunakan warna putih, krem, dan abu-abu muda. Penggunaan warna terang pada *background* merupakan penggunaan yang lebih umum pada *interface* komputer dan printed screens. Sedangkan *background* berwarna gelap dengan menggunakan hitam atau abu-abu tua terasa lebih *edgy*, suram, dan terkadang lebih energetik, tergantung oleh pengaruh aspek desain lainnya (Tidwell et al., 2020, h.261).



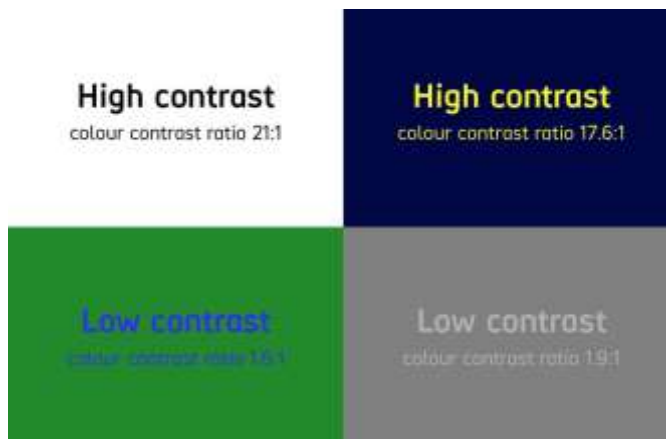
Gambar 2.2 *Dark vs Light Background*

Sumber: <https://alphaefficiency.com/light-mode-vs-dark-mode>

Background gelap atau *dark mode* ditemukan dapat mengurangi kelelahan pada mata *user* dan meningkatkan kenyamanan mata saat malam atau di ruangan gelap. Sebaliknya, background terang atau *light mode* memberikan kontras visual yang lebih tinggi, meningkatkan keterbacaan, yang lebih sesuai untuk media yang memerlukan konsentrasi tinggi atau brightness (Atsani et al., 2025, h.42).

C. High versus Low Contrast

Berdasarkan Malewicz & Malewicz (2021), komponen warna seperti *brightness* dan *saturation* mempengaruhi kontras. Kontras sendiri mempengaruhi keterbacaan dari tulisan atau aset yang ingin ditonjolkan. Sehingga, semakin tingginya warna kontras yang digunakan, akan meningkatnya keterbacaan dan memudahkan *user* (h.98).



Gambar 2.3 *High vs Low Contrast*

Sumber: <https://culturehive.co.uk/resources/colour-contrast-accessibility/>

Penggunaan warna *background* apapun pasti memiliki kontras tinggi atau rendah tergantung dengan elemen sekitarnya. Penggunaan kombinasi warna dengan kontras yang kuat memunculkan ketegangan, kekuatan, dan keberanian. Sedangkan penggunaan kombinasi warna dengan kontras yang rendah akan lebih terasa menenangkan dan santai (Tidwell et al., 2020, h.262).

D. Saturated versus Unsaturated

Menurut Malewicz & Malewicz (2021), Dalam pembuatan *user interface*, saturasi merupakan bagian penting dalam penggunaan warna. Ketika saturasi warna digunakan dengan tinggi dengan display sudah terang, hal ini dapat membuat mata sakit, sehingga sebaiknya menggunakan warna dengan saturasi yang seimbang, mempertimbangkan aksesibilitas dan estetika (h.121).



Gambar 2.4 *Saturated vs Unsaturated*
 Sumber: <https://www.kolenda.io/guides/color>

Warna dengan saturasi tinggi atau warna-warna murni seperti kuning, merah, dan hijau yang menyala akan memicu energi, kejelasan, kecerahan, dan kehangatan. Warna-warna tersebut terlihat berani dan memiliki karakter. Namun, jika digunakan secara berlebihan terutama pada desain *user interface*, hal ini dapat membuat mata lelah sehingga lebih baik menggunakannya secara terbatas. Sedangkan penggunaan warna-warna dengan saturasi rendah, sebagian besar dapat dijadikan sebagai *color palette* UI (Tidwell et al., 2020, h.263).

E. 60-30-10 Rule

Menurut Malewicz & Malewicz (2021), Dalam pembuatan *user interface*, penting untuk menggunakan warna yang seimbang dalam tampilannya. Pendekatan *golden ratio* 60-30-10 digunakan dengan membagi penggunaan warna pada sebuah *user interface* menjadi masing-masing 60%, 30%, dan 10% (h.120).



Gambar 2.5 60-30-10 Rule

Sumber: <https://medium.com/design-bootcamp/the-60-30-10-rule-of-colour->

Berdasarkan Kuleszo (2022), pada aturan ini, penggunaan warna primer mengambil sebesar 60% pada UI, warna netral mengambil 30%, dan warna aksen mengambil 10%. Sebagai contoh, warna primer yang dipilih adalah warna biru yang akan digunakan sebanyak 60% pada desain UI. Warna netral dapat berupa putih, abu, atau hitam, dan akan mengambil sebesar 30% dari *user interface*. Terakhir, sebagai contoh warna oranye yang akan digunakan sebagai warna aksen akan mengambil sebesar 10% pada UI yang didesain (h.39).

2.1.2.2 Ikon

Ikon adalah elemen visual berupa gambar yang digunakan untuk mewakili fungsi menu atau fitur tertentu dalam sebuah produk digital (Aziza et al., 2024, h.26). Pada buku *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*, menurut Rogers et al., (2023, h.213), Icon merupakan salah satu bagian terpenting dari sebuah *interface*.



Gambar 2.6 Ikon

Sumber: <https://uxplanet.org/small-elements-big-impact-types-and-functions-of-ui->

Ikon digunakan untuk merepresentasikan tools (paint 3D), status (konektivitas wifi), indikator perbedaan kategori dalam aplikasi, hingga berbagai aksi seperti *cut*, *paste*, *next*, dan lain-lain. Desain dari sebuah ikon dapat dibuat menyerupai objek atau bentuk abstrak, misalkan ikon berbentuk gunting merepresentasikan aksi cut, atau ikon berbentuk X untuk *delete* atau menghapus sesuatu.

2.1.2.3 Ilustrasi

Dalam buku *21 Draw Illustrator's Guidebook* vol. 2 ((2021) menurut Anderson, Ilustrasi adalah cara untuk bercerita dan mengkomunikasikan suatu ide dengan menggunakan satu gambar. Ilustrasi berfokus pada elemen-elemen seperti komposisi, performa karakter, warna, dan *tone* untuk menyampaikan ide atau cerita dengan baik (h.123). Pada buku *Illustration, A Theoretical and Contextual Perspective ed. 3* oleh Male (2024), Ilustrasi merupakan bentuk dari bahasa yang dapat mengedukasi, memberi informasi, mengandung ilmu, mampu digunakan sebagai media persuasi, periklanan, dan untuk promosi (h.vi). Ilustrasi merupakan satu-satunya ilmu dalam dunia seni visual dan komunikasi yang dapat menjelaskan informasi, dengan bagaimana ilustrasi dapat dilihat secara kontekstual dan sebagai interpretasi keilmuan (h.81). Ilustrasi memiliki berbagai kegunaan,

seperti untuk menyampaikan informasi, ilustrasi fiksi naratif, ilustrasi editorial, ilustrasi persuasif, ilustrasi untuk identitas, dan ilustrasi publik seperti mural (h.75).

A. Ilustrasi untuk Menyampaikan Informasi

Berdasarkan Male (2024), Ilustrasi untuk menyampaikan informasi tidak perlu digambarkan dengan detail dan realistis, namun yang paling penting adalah untuk tetap dapat memperhatikan konteks dan informasi dengan tepat melalui ilustrasi tersebut (h.76). Ilustrasi merupakan media informasi instruksional yang efektif, dengan informasi yang disajikan dalam bentuk ilustrasi, otak dapat menerimanya langsung dalam bentuk visual (h.80). Ilustrasi untuk menyampaikan informasi berguna dalam berbagai bentuk, seperti sebagai penggambaran konstruksi fisik atau performa, struktur arsitektur, penggambaran alat musik yang sedang dimainkan, hingga penggambaran olahraga atau permainan apapun (h.81).



Gambar 2.7 Ilustrasi Informatif

Sumber: <https://knarf.english.upenn.edu/Gifs/leonardo.html>

Terdapat berbagai media yang menggunakan ilustrasi untuk menyampaikan informasi secara cetak, seperti buku non-fiksi, aplikasi spesialisasi, buku ensiklopedia, dan penyampaian informasi melalui outlet digital seperti publikasi referensi teknis khusus, buku anak non-fiksi, untuk perdagangan dan edukasi, dokumenter televisi, majalah, laporan perusahaan, hingga *game* digital interaktif dan edukatif. Selain itu, ilustrasi informatif seringkali digunakan sebagai alat pendukung materi pembelajaran untuk generasi muda (h.81), untuk menyampaikan informasi mengenai sejarah dan subjek budaya (h.87), penggambaran ilmu pengetahuan alam (h.93), ilustrasi medis (h.97), hingga ilustrasi teknis detail seperti yang berhubungan dengan arsitektur dan teknik (h.101).

B. Ilustrasi Fiksi Naratif (*Storytelling*)

Mengacu pada Male (2024), seringkali representasi visual seringkali dianggap sebuah prasyarat ketika menyajikan fiksi naratif, baik dari perspektif historis maupun kontemporer. Sekarang, ilustrasi fiksi naratif terutama ditemukan dalam buku anak-anak, novel grafis, komik strip, dan publikasi khusus yang berisi mitologi, cerita gotik, dan fantasi. Fiksi dewasa dalam konteks kontemporer kemungkinan merupakan genre yang paling kurang terwakili dalam ilustrasi, baik sebagai elemen pendamping maupun intrinsik (h.126).

A. Uniform Grid

Berdasarkan Kuleszo (2022, h.147), *uniform grid* adalah salah satu bentuk dari *layout grid* yang standard. *Uniform grid* memiliki rows dan columns dengan ukuran spasi yang setara, yang melingkupi keseluruhan dari frame. Ukuran dari *uniform grid* dapat diubah sesuai kebutuhan dari desainer. Dikatakan bahwa penggunaan *uniform grid* dapat menjadi terlalu detail untuk pembuatan desain *website*, namun bermanfaat untuk membantu proses desain ikon dan logo.

B. Column Grid

Berdasarkan Kuleszo (2022, h.148), *column grid* memiliki jumlah column yang memiliki spasi yang sama di dalam sebuah frame. Jumlah dari column akan mengikuti kebutuhan dari kompleksitas dari desain dan ukuran frame. Untuk resolusi ukuran *website*, pada umumnya menggunakan 8-12 column, sedangkan untuk ukuran mobile pada umumnya menggunakan 2-6 column. Ukuran dari *grid* dapat meregang dan berubah ukurannya secara responsif berdasarkan frame yang digunakan.

C. Row Grid

Kuleszo (2022, h.149) mengatakan bahwa Row atau Baseline *grid* adalah tipe *grid* horizontal yang memungkinkan desainer untuk memberi jarak pada elemen-elemen desain pada axis vertikal. Row *grid* digunakan untuk desain dashboard, tabel, dan elemen lainnya yang menggunakan beberapa set baris (*row*). Penggunaan jumlah dari row dibebaskan sesuai kebutuhan desain dari *website*.

2.1.2.5 Tipografi

Menurut Kuleszo (2022), Tipografi adalah seni dari mengatur teks untuk mengoptimalkan keterbacaan, kemudahan dalam membaca,

dan aksesibilitas. Tipografi merupakan salah satu faktor utama dari kemudahan navigasi pada *website* dengan memastikan kenyamanan saat membaca dan untuk mengerti konten berbentuk teks (h.99). Setiap teks yang ditampilkan pada layar menggunakan *typeface* yang memiliki dampak terhadap *mood*, *voice*, dan struktur visual dari sebuah *website* (h.101). Terdapat dua jenis utama dari tipografi, yaitu Serif dan Sans Serif, serta jenis *typeface* sekunder lainnya yang digunakan oleh desainer seperti Monospaced, Cursive, Display, dan lain-lain (h.100-101).

A. *Typeface* Serif

Serif merupakan jenis *typeface* yang memiliki ornamen yang menonjol keluar dari garis sebuah huruf, seperti *typeface* Times New Roman dan Sentient.

B. *Typeface* Sans Serif

Sans Serif merupakan huruf yang tidak memiliki ornamen yang menonjol keluar seperti pada *typeface* jenis serif, dan merupakan *typeface* utama yang digunakan untuk media digital, seperti *typeface* Arial dan Roboto.

C. *Typeface* Monospaced

Monospaced merupakan jenis *typeface* yang memiliki ukuran yang sama pada setiap huruf. Monospaced diciptakan ketika mesin ketik populer, dan penggunaannya terbangkitkan lagi karena digunakan oleh para editor teks dan *website* bertema old-school. Salah satu contoh dari *typeface* Monospaced adalah Space Mono.

D. *Typeface* Cursive

Cursive sebagai *typeface* mengimitasi tulisan tangan asli dari manusia. Penggunaan dari *typeface* cursive umumnya digunakan sebagai judul besar dan heading, dan tidak untuk body text karena *typeface* cursive lebih mementingkan estetika

ketimbang keterbacaan. Contoh dari *typeface* cursive adalah Dancing Script.

E. *Typeface Display*

Display font merupakan jenis yang paling besar dan dominan dari *typeface* yang lain dan umumnya digunakan sebagai *heading* utama. Mempertimbangkan kemampuannya untuk menarik perhatian, *Display* merupakan pilihan paling optimal untuk *headline*. Contoh dari *typeface Display* adalah Satoshi Variable.

2.1.3 *Multimedia Storytelling*

Pada buku *Multimedia Storytelling On The Web*, Samčović, (2022), *Multimedia Storytelling* adalah salah satu bagian dari *digital storytelling* dengan gaya penyampaian cerita berbasis web yang menggunakan lebih dari satu media, dengan menggabungkan berbagai elemen teks, gambar, animasi, audio, hingga video, yang merupakan media yang efektif dalam penggambaran emosi dan untuk membangun empati (h.144). *Multimedia Storytelling* berbasis *website* merupakan platform ideal untuk distribusi dan penyajian konten berdasarkan *Digital Storytelling* (h.145).

Menurut Rogers et al., (2023), contoh dari penggunaan multimedia adalah interaktivitas ketika menekan sebuah link di dalam gambar atau teks dapat memicu media lain untuk keluar seperti animasi atau video. Salah satu fitur lainnya dari penggunaan multimedia adalah kemampuan untuk memfasilitasi akses cepat ke berbagai informasi, sehingga terdapat banyak ensiklopedia berbasis multimedia dan perpustakaan digital yang memanfaatkan hal ini, menggunakan audio dan visual bersamaan untuk menyampaikan informasi (h.216). Sekarang, penerapan multimedia telah berkembang untuk memenuhi kebutuhan edukasi, latihan, dan hiburan (h.217).

2.1.3.1 *Multimedia Storytelling Melalui Teks*

Salah satu penyampaian informasi terlama melalui *website* adalah berbentuk teks, yang awalnya digunakan untuk bertukaran

informasi akademis namun dengan berkembangnya teknologi, fungsi dari penggunaan *website* melalui teks semakin banyak. Sebagai contoh, *storytelling* melalui teks berbasis *website* adalah blog, artikel, dan bahkan *e-book*. Teks merupakan salah satu alat paling efektif untuk mengembangkan cerita (Samčović, 2022, h.146).

2.1.3.2 Multimedia Storytelling Melalui Gambar dan Teks

Gambar merupakan salah satu bentuk komunikasi manusia terdahulu, dari zaman gambat di dinding goa hingga zaman digital. Sebuah gambar dapat mendukung sebuah *storytelling* dari cerita dengan penggambaran yang tepat. Dalam *multimedia Storytelling*, terdapat empat cara berbeda dalam penggunaan gambar, yaitu gambar *header*, *background*, gambar konten, dan infografis. Penggunaan gambar yang paling digunakan adalah gambar header dalam desain *website*. Gambar yang digunakan merupakan elemen dekoratif dari *website* namun dapat menjadi bagian dari konten informasi. Gambar *header* dapat digunakan bersebelahan dengan teks atau bahkan menjadi gambar *background* untuk *website* yang diletakkan di belakang teks pada *website* (Samčović, 2022, h.147-148).

2.1.3.3 Multimedia Storytelling Melalui Video

Seiring dengan berkembangnya teknologi web, penggunaan dan integrasi video pada *website* menjadi jauh lebih mudah. Penggunaan video pada *website multimedia storytelling* dapat dijadikan dukungan emosional. Video tidak menceritakan sejarah secara mandiri, namun merupakan bagian dari sejarah tersebut. Sebagai contoh, video sering diletakkan di *background* dari sebuah *website*, untuk menciptakan dunia visual untuk memicu dan memunculkan emosi. Dengan menggunakan gerakan, sebuah *website* mendapatkan elemen pendukung baru dan membuatnya kurang statis dan lebih dinamis di mata *user* (Samčović, 2022, h.148-149).

2.1.3.4 Storytelling

Storytelling merupakan media yang pada dasarnya memanfaatkan imajinasi dan emosi sebagai elemen utama (Amangeldiyeva et al., 2020). *Storytelling* sebagai media penyampaian informasi memiliki sebuah permulaan, pertengahan, dan akhir dari sebuah cerita yang dapat menangkap imajinasi, memiliki cerita dinamis yang saling berkaitan, dan memiliki elemen kejutan yang dapat membuat cerita menarik bagi audiens (Dahlström, 2019, h.1-2).



Gambar 2.9 Freytag's Pyramid
Sumber: <https://writers.com/freytags-pyramid>

Salah satu rumus *storytelling* yang paling umum adalah *Narrative Arc* atau *Freytag's pyramid*, yang memiliki lima bagian yaitu, *Exposition*, *Rising action*, *Climax*, *Falling action*, dan *Denouement* atau *Resolution* (Lupton, 2017, h.22-24). *Exposition* adalah bagian dimana cerita dimulai dengan pengenalan karakter dan latar dari cerita. *Rising action* merupakan bagian cerita yang mulai memunculkan masalah pada cerita. *Climax* adalah bagian puncak dari cerita yang memiliki tingkat konflik tertinggi. *Falling action* adalah tahap dimana konflik meredup karena adanya solusi. Pada bagian terakhir yaitu *Denouement* atau *Resolution*, yaitu terjadinya akhir dari cerita yang muncul akibat solusi pada tahap *falling action*.

A. Peran *Storytelling*

Storytelling memiliki peran penting dalam bercerita, terutama yang berhubungan dengan sejarah manusia. Berikut adalah peran penting *storytelling* sepanjang sejarah (Dahlström, 2019, h.4):

- 1) *Storytelling* sebagai cara untuk menghubungkan dan menyampaikan informasi, serta dilakukan antar generasi agar sejarah, fakta, dan budaya tidak menghilang.
- 2) *Storytelling* sebagai alat untuk membentuk rasa kebersamaan dengan orang lain untuk saling bercerita, memberikan gambaran kepada orang lain mengenai apa yang telah terjadi dan berbagi pemikiran dan keyakinan.
- 3) *Storytelling* sebagai cara untuk menekankan nilai moral, menggunakan *storytelling* sebagai alat untuk mengajarkan pelajaran tentang kehidupan dan meningkatkan empati.

B. Karakter

Dalam *Storytelling*, plot dan karakter merupakan elemen yang penting dalam sebuah cerita. Tanpa adanya karakter yang kuat dan menarik untuk diikuti, sebuah cerita belum bisa dikatakan utuh. Motivasi dan tekad dari karakter merupakan faktor yang mendorong perkembangan cerita, namun dikatakan bahwa kelemahan dari seorang karakter membuat audiens peduli dan berempati. Dengan adanya ikatan emosional dengan seorang karakter adalah faktor pendorong untuk mengikuti sebuah cerita hingga akhir (Dahlström, 2019, h.159-165). Berikut adalah peran karakter dalam *storytelling*, yaitu:

- 1) Menyamakan pengertian dan pemahaman antara karakter dengan audiens, membuat audiens memiliki pemikiran yang sama dengan karakter saat mengikuti cerita.

- 2) Membentuk rasa empati, memperlihatkan apa yang dilihat, dipikirkan, dan dirasakan dari karakter merupakan cara yang kuat untuk menggapai perasaan audiens ketika mengikuti cerita yang diikuti.
- 3) Membentuk pengalaman naratif melalui karakter dapat membuat cerita menjadi lebih nyata dan menarik untuk diikuti oleh pembaca.

C. Latar dan Konteks

Latar dan konteks dalam *Storytelling* merupakan salah satu elemen utama dari sebuah cerita. Konteks berhubungan dengan cara penyajian cerita, *backstory*, dan detail-detail lainnya yang disisipkan pada cerita utama (Dahlström, 2019, h.224-226). Berikut adalah penggunaan latar dan konteks penting dalam *storytelling*, yaitu:

- 1) Mengembangkan dunia atau *world-building*, memberikan aturan dari bagaimana dunia pada cerita bekerja membuat cerita lebih imersif untuk audiens.
- 2) Menentukan *Setting* dan *Set* yang sesuai dengan alur cerita untuk mendukung *storytelling*. *Setting* merupakan waktu dan tempat dari cerita, sedangkan *Set* berupa latar pemandangan *world-building* dari cerita.

2.1.3.5 Webcomic

Webcomic merupakan komik berbentuk format digital yang dibuat, disebar, dan dibaca secara online. *Webcomic* dibuat secara khusus sebagai komik yang disajikan untuk layar digital melalui komputer, tablet, atau *smartphone*, yang disebarluaskan melalui internet (Benatti, 2024, h.6). *Webcomic* berupa beragam sesuai dengan kebutuhan dan tujuan dari pembuatnya. Pada umumnya, terdapat bentuk *comic strip* dengan 4 panel, *page-by-page* seperti komik cetak, komik

vertical-scroll, dan bentuk lainnya sesuai dengan kreativitas dan keinginan dari pembuat (Prichard, 2023, h.13).

Platform dari *webcomic* beragam, terdapat menggunakan platform Webtoon, Tapas, hingga menggunakan *website* buatan pribadi (Reko, 2025). *Webcomic* dapat membantu audiens untuk merasionalkan informasi hingga untuk menyampaikan sebuah konsep, bahkan dapat memberikan rasa ketenangan hati terhadap individu dengan kondisi mental seperti *anxiety*, perasaan sedih, hingga depresi, membuat pembaca merasa tidak sendiri dengan mengonsumsi informasi dengan cara yang lebih menyenangkan dan *relatable* (Bakri & Cob, 2020). Berikut adalah beberapa unsur-unsur dari *webcomic* yang akan digunakan dalam perancangan ini.

A. Format *Vertical-scroll*

Format *vertical scroll* pada *webcomic* merupakan format yang digunakan untuk membuat pengalaman membaca melalui perangkat digital lebih mudah (h.78). Pada umumnya format ini menampilkan satu panel pada layar dan dinavigasi dengan cara *scroll* layar ke bawah. Penggunaan spasi atau bagian kosong memegang peranan penting dalam format ini, dengan penggunaan spasi, pembaca akan diberikan waktu lebih untuk berpikir diantara panel. Sebaliknya, penggunaan panel yang besar akan membuat pembaca memperhatikan konten panel lebih seksama. (Prichard, 2023, h.78).



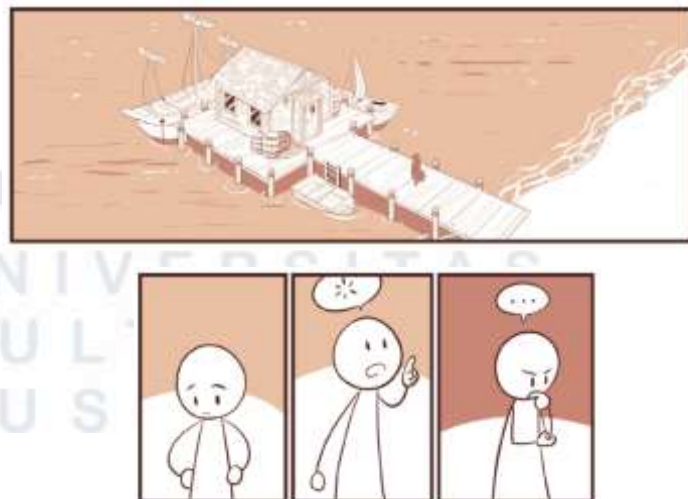
Gambar 2.10 *Vertical Scroll Screen*

Sumber: <https://tips.clip-studio.com/en-us/articles/4891>

Namun, penggunaan jumlah panel tetap menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pembuat, sehingga tidak terbatas hanya memperlihatkan satu panel dalam sekali *scroll*, dan dapat menggunakan paneling klasik seperti komik cetak. Ketika pembaca melalui panel yang panjang dan besar, komik dengan cerita pendek akan terasa panjang, sehingga penggunaan format *vertical scroll* meningkatkan imersifitas pembaca terhadap cerita (Reko, 2025, h.12-13).

B. Panel

Menurut Prichard (2023), Panel adalah penggambaran aksi atau situasi pada plot cerita yang bergantung pada aksi yang sedang terjadi. Paneling termasuk pada rangkaian dari *sequential images*. Satu panel pada komik menggambarkan satu aksi yang sedang terjadi. Sebagai contoh, karakter yang sedang berdiri, mengambil buku dari rak, membaca buku, dan menaruh buku dalam rak lagi tidak dapat disatukan dalam satu panel, sehingga harus dipisah memiliki panel masing-masing (h.61).



Gambar 2.11 *Paneling*
Sumber: How to *Webcomic* (Prichard, 2023)

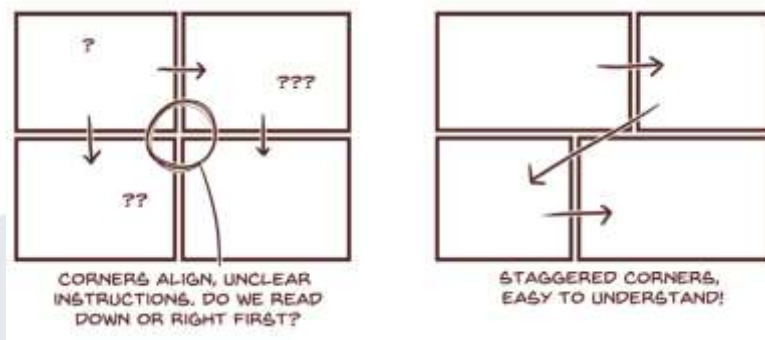
Ukuran dari sebuah panel menentukan pacing dari cerita. Dengan menggunakan panel berukuran besar, pembaca akan melihat dan membaca panel tersebut lebih lama. Sebaliknya, jika panel berukuran kecil, konten yang diberikan akan dibaca dengan lebih cepat, singkat, dan tidak akan terasa penting. Panel berukuran besar seringkali digunakan untuk menggambarkan hal-hal penting dan emosional dengan berbagai detail, dan panel berukuran kecil dapat dimanfaatkan untuk gerakan kecil, fokus pada detail kecil, perubahan ekspresi, dan lain-lain (h.69). Berikut adalah beberapa bentuk dari *paneling* dalam *webcomic*.

- 1) Extreme close up, yaitu jenis panel yang berfokus pada detail sebuah objek atau ekspresi detail dari karakter.
- 2) Close up, yaitu jenis panel yang digunakan untuk fokus pada ekspresi muka atau sesuatu yang penting.
- 3) Medium Shot, yaitu jenis panel yang digunakan untuk fokus pada bahasa tubuh atau gerakan.
- 4) Long shot, yaitu jenis panel yang digunakan untuk memberikan emhasis pada *environment* atau aksi besar yang sedang terjadi.
- 5) Extreme Long shot, yaitu jenis panel yang digunakan untuk menetapkan gambaran dari lingkungan atau *environment*.
- 6) Point of View, yaitu jenis panel yang memperlihatkan situasi dari sudut pandang karakter.
- 7) Over the Shoulder, yaitu jenis panel yang pada umumnya digunakan ketika adanya percakapan antar karakter.
- 8) Dutch Angles, atau *tilted camera* yang merupakan jenis panel yang digunakan untuk memberikan rasa gelisah atau

ketakutan, dan untuk memberikan penggambaran *action* yang lebih dinamis.

C. Alur Panel

Berdasarkan Prichard (2023), alur panel merupakan unsur yang digunakan untuk memandu mata pembaca ketika membaca komik. Panel flow dari sebuah komik tergantung dari asal dan bahasa asli dari komik, sebagai contoh komik berbahasa Inggris menggunakan alur pembacaan kiri ke kanan, namun untuk komik Jepang menggunakan sebaliknya (h.71). Tidak terdapat aturan tetap untuk menentukan jumlah panel yang ditampilkan dalam satu halaman atau dalam layar, namun sebaiknya mengikuti aturan 3x3, yaitu tidak lebih dari tiga panel ke-atas, dan tidak lebih dari tiga panel ke-bawah (h.69).



Gambar 2.12 Alur Panel
Sumber: *How to Webcomic* (Prichard, 2023)

Alur dari panel dapat digunakan dengan memanfaatkan komposisi dan karakter pada cerita untuk memandu mata pembaca (h.71). Jika penggambaran panel dilakukan dengan berlebihan, pembaca dapat merasa bingung sehingga lebih baik diatur dengan baik. Pada penggunaan panel, sebaiknya garis dari setiap panel tidak sejajar untuk menghindari pembaca merasa bingung ketika membaca karena alur yang kurang jelas (h.72).

D. Lettering

Prichard (2023) mengatakan, *Lettering* merupakan bagian penting dalam *webcomic* untuk pembaca membaca cerita. Pemilihan font dan typeface dari lettering dalam *webcomic* penting untuk dipikirkan dan sebaiknya menggunakan typeface yang mudah dibaca oleh pembaca. Ketika menggunakan lettering, sebaiknya membuat teks dalam *speech bubble* pendek, membatasi sekitar 1-2 kalimat. Jika teks yang dimasukkan terlalu banyak dalam satu *speech bubble*, pembaca akan kesulitan untuk membaca dan mencerna naratif.



Gambar 2.13 *Speech bubble 1*
Sumber: How to *Webcomic*, Prichard

Salah satu solusi untuk teks panjang adalah dengan memecah kalimat-kalimat panjang tersebut dalam beberapa *speech bubble* yang berbeda. Penggunaan dari setiap *speech bubble* dapat digunakan untuk memperlihatkan pemikiran yang berbeda-beda walaupun dalam satu dialog yang sama. Kemudian, penting diketahui untuk ukuran *speech bubble* dibuat dengan tidak terlalu panjang secara vertikal maupun horizontal, karena hal ini akan membuat teks yang disajikan lebih sulit untuk dibaca (h.112).



Gambar 2.14 *Speech bubble 2*
Sumber: How to *Webcomic* (Prichard, 2023)

Terdapat berbagai bentuk dari *speech bubble* yang dapat digunakan untuk menggambarkan perasaan yang berhubungan dengan teks yang ditampilkan, seperti jika dialog penuh dengan perasaan kekhawatiran, penggambaran garis pada *speech bubble* dapat terlihat tidak stabil, dan jika teks memperlihatkan seorang karakter berteriak, bentuk dari *speech bubble* dapat berbentuk besar dengan sudut-sudut tajam (h.113).



Gambar 2.15 *Sound Effects*
Sumber: How to *Webcomic* (Prichard, 2023)

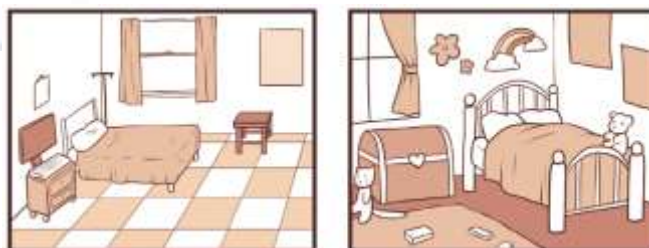
Dalam *lettering*, terdapat teks *sound effect* yang digunakan untuk membantu menggambarkan situasi yang sedang terjadi. *Lettering* jenis ini dijadikan representatif dari suara yang ada pada skenario kepada pembaca, dan merupakan representasi dari suara dan bukan aksi yang terjadi pada cerita. *Lettering* jenis ini hanya berfungsi untuk mendukung ilustrasi visual yang ada, bukan untuk menggantikan fungsi visual tersebut (h.116).

E. Desain Karakter

Berdasarkan Prichard (2023), desain dari sebuah karakter memegang peranan penting dalam cerita. Dalam pembuatan komik, sebaiknya desain karakter dibuat mudah untuk digambar, karena karakter tersebut akan digambar berulang-ulang kali dalam pembuatan komik. Sehingga karakter desain yang rumit dan memiliki banyak detail-detail kecil bukan merupakan desain karakter yang ideal pada proses pembuatan komik. Bentuk yang beragam dari karakter yang ada pada komik merupakan poin penting untuk memudahkan pembaca membedakan karakter-karakter yang ada. Seperti membuat *silhouette* atau bayangan yang beragam pada karakter sehingga satu sama lain dapat dibedakan dan membuat variasi yang berbeda-beda pada bentuk muka (h. 83-84).

F. Background

Menurut Prichard (2023), *Background* merupakan bagian penting dalam pembuatan komik. *Background* sama pentingnya dengan karakter untuk menyampaikan cerita dari komik kepada pembaca. Tidak semua *background* pada setiap panel dari komik perlu digambarkan dengan detail, namun cukup untuk memberikan informasi dari situasi kepada pembaca (h.91). Saat mendesain sebuah *background* untuk *webcomic*, penting untuk mengetahui tujuan dan ide utama dari lingkungan atau ruangan tersebut.



Gambar 2.16 *Background*

Sumber: How to *Webcomic* (Prichard, 2023)

Hal ini dilakukan dengan mendekorasi dan memberikan berbagai barang yang sesuai untuk menggambarkan latar dan lingkungan pada komik. Sebagai contoh, barang dan objek yang ada pada sebuah ruangan rumah sakit akan berbeda dengan apa yang ada dalam kamar anak-anak. Perlu dipikirkan juga siapa, atau karakter seperti apa yang tinggal pada ruangan tersebut untuk membantu pembuatan background (h.96).

2.1.3.6 Personifikasi

Menurut Sutrisno et al. (2022), Personifikasi adalah ketika makhluk yang merupakan benda mati atau *non-human* diberikan karakteristik dan bentuk manusia. Sifat kemanusiaan seperti ciri-ciri bentuk fisik, karakter, watak atau sifat, tingkah laku verbal dan nonverbal, diberikan kepada objek atau benda, membentuk karakter personifikasi dari objek tersebut. Objek lainnya yang merupakan *non-human* yang dapat dijadikan personifikasi adalah hewan, tumbuhan, konsep abstrak, dan lain-lain (h. 293).

2.1.3.7 Karakter Desain

Pada buku *Fundamentals of Character Design* (2020), karakter desain merupakan faktor penting dalam menyampaikan sebuah cerita dan membuat storytelling dari sebuah kisah menjadi lebih hidup (h.12). Saat mendesain sebuah karakter, perlu diketahui latar belakang yang dapat mempengaruhi penampilan hingga sifat dari karakter tersebut, membuat desain dari karakter berkesan dan mampu diingat lama oleh audiens (h.16). Faktor-faktor yang mempengaruhi pembuatan karakter adalah siapa mereka, bagaimana mereka menanggapi sebuah peristiwa atau situasi, bagaimana mereka membuat keputusan, *timeline* dari lingkungannya, dan lokasi mereka (h.18). Kemudian terdapat *shape language* yang digunakan untuk mengkomunikasikan arti dari sebuah desain karakter. Berikut adalah beberapa contoh *shape language*.

A. Persegi

Bentuk persegi dari sebuah desain karakter merepresentasikan fisik yang kuat dan berat. Bentuk persegi dalam sebuah desain karakter digunakan untuk menunjukkan stabilitas, disiplin, kekuatan, percaya diri, hingga kesan yang membuat karakter yang dapat dipercaya dan diandalkan. Namun, disaat yang bersamaan dapat merepresentasikan kebosanan, kesan kaku, dan kebodohan (h.54).

B. Lingkaran

Bentuk lingkaran dari sebuah desain karakter menggambarkan pergerakan, dinamis, hidup, dan energi. Bentuk lingkaran memberikan kesan utuh, konektivitas, dan kesederhanaan. Menggunakan bentuk lingkaran dalam sebuah karakter desain memberikan kesan kepolosan, murni, dan rapuh, atau untuk membuat sebuah karakter lebih ramah, dan memberikan rasa aman (h.54).

C. Segitiga

Bentuk segitiga dari sebuah desain karakter digunakan untuk merepresentasikan energi, antusiasme, dan kesan berbahaya. Bentuk segitiga dapat dimanfaatkan untuk menggambarkan perasaan amarah, ketegangan, dan pergerakan. Umumnya, bentuk segitiga digunakan pada karakter antagonis, namun dapat digunakan sebagai simbol kekuatan dan percaya diri (h.54).

2.2 Memory Loss

Menurut Budson & Kensinger (2023), *Memory loss* atau *Memory Impairment* adalah sebuah terminologi luas yang digunakan untuk mendeskripsikan sindrom umum yang berkaitan dengan berbagai kondisi gangguan otak seperti penurunan kognitif subjektif, gangguan kognitif ringan, demensia, dan kondisi

lainnya (h.168). Terdapat dua jenis *memory loss* yang dapat terjadi yaitu *retrograde amnesia* yang merupakan gangguan dalam mengingat memori lama, dan *anterograde amnesia* yang merupakan gangguan yang terjadi ketika otak berusaha untuk menyimpan memori baru (Markowitsch & Staniloiu, 2016, h.420). Terdapat beberapa jenis *memory loss* dan *memory impairment* yang beresiko dapat terjadi untuk individu yang memendam emosi, maka dari itu penting untuk diketahui demi perancangan *website*.

2.2.1 Short-term Memory Loss

Short-term memory loss atau *short-term memory impairment* adalah ketika terjadinya gangguan dalam *short-term memory*, *primary*, atau *active memory*. *Short-term memory* merupakan fungsi otak untuk mengingat informasi terbatas yang umumnya tersimpan selama 30 detik, yang berasal dari sensori yang diproses melalui perhatian (*attention*) dan pengenalan (*recognition*). Kondisi terjadinya *short-term memory loss* dapat memunculkan berbagai implikasi dalam kehidupan seorang individu, seperti melupakan janji, melupakan perbincangan yang sudah dilakukan, dan penurunan dalam komunikasi dengan teman atau keluarga, menjauhkan diri dari komunitas yang dapat membantu. Tingkat *short-term memory loss* yang lebih kronis mengacu pada perilaku yang dapat membahayakan diri seperti lupa mematikan kompor, tersesat di tempat familiar, dan tidak dapat menemukan jalan pulang (Asuncion & Al Khalili, 2024).

2.2.2 Long-term Memory Loss

Long-term memory loss atau *long-term memory impairment* adalah kondisi ketika seorang individu mengalami gangguan dalam mengingat informasi dari *long-term memory*. *Long-term memory* mencakup memori *Explicit* (deklaratif) dan *Implicit* (non-deklaratif). *Implicit memory* terdiri atas *procedural memory* atau *muscle memory*, *classical conditioning* (*pavlov's conditioning*) yaitu ketika otak menyimpan memori karena asosiasi antara stimulus yang memicu respons, dan *priming* yaitu memori yang tersimpan dan diambil dari bawah tingkat kesadaran. Sementara *explicit memory* mencakupi

episodic memory yaitu kumpulan memori yang tersimpan seperti *episode-episode* dari kehidupan, seperti peristiwa hidup penting atau apa yang telah terjadi di hari kemarin, dan kemudian terdapat *semantic memory* yaitu jenis memori untuk menyimpan fakta dan informasi seperti fakta mengenai hewan, fungsi alat, dan kosakata bahasa yang pernah dipelajari sebelumnya (Budson & Kensinger, 2023).

2.2.3 Dissociative Amnesia

Berdasarkan Mangiulli et al., (2022, h.2), *Dissociative Amnesia* adalah ketidakmampuan seseorang untuk mengingat informasi yang telah dialami yang menyebabkan tekanan signifikan dalam aspek sosial, pekerjaan, atau bidang penting lainnya dalam kehidupan individu yang terdampak. Berdasarkan Budson & Kensinger (2023, h.202), Dampak paling umum dari terjadinya amnesia disosiatif adalah pengalaman traumatis seperti kekerasan, bencana, atau meninggalnya orang tersayang. Selain itu dampak lainnya adalah konflik internal yang tinggi dan permasalahan pribadi yang belum terselesaikan. Seringkali, amnesia disosiatif bersifat selektif, berkaitan dengan ketidakmampuan individu untuk mengingat kembali sebuah kejadian atau beberapa kejadian yang bersambungan. Amnesia disosiatif dapat muncul dalam tiga jenis yaitu:

A. Localized Amnesia

Bentuk Localized dari Amnesia disosiatif mengacu pada hilangnya ingatan dalam rentang waktu yang terbatas, misalkan peristiwa traumatis atau penuh stres yang dialami pada masa kecil atau remaja (Mangiulli et al., 2022, h.2). Ditemukan bahwa *localized amnesia* merupakan bentuk amnesia disosiatif yang paling umum diantara jenis lainnya (Mangiulli et al., 2022, h.7).

B. Selective Amnesia

Amnesia disosiatif berbentuk selektif mengacu pada kondisi ketika seseorang dapat mengingat bagian-bagian dari peristiwa traumatis atau penuh stres, namun tidak mengingat keseluruhan dari

peristiwa traumatis tersebut (Mangiulli et al., 2022, h.2). Berdasarkan Marsh dalam Tytgat & Panagiotou (2026), ditemukan individu yang mengalami amnesia disosiatif melakukan pemendaman secara hiperaktif terhadap peristiwa yang menyebabkan stres (h.11).

C. *Generalized Amnesia*

Bentuk *Generalized* dari Amnesia disosiatif merupakan amnesia yang dianggap jarang terjadi dan mengacu pada hilangnya seluruh ingatan mengenai riwayat hidup diri dan seringkali berkaitan dengan kehilangan informasi atas identitas diri (Mangiulli et al., 2022, h.2). Selain itu, individu yang mengalami *generalized amnesia* dapat melupakan kemampuan dan ilmu yang sudah dipelajari sebelumnya (Budson & Kensinger, 2023, h.202).

2.2.4 *Suppressed Memories*

Suppressed memories adalah hilangnya ingatan tentang pengalaman hidup yang biasanya menyakitkan, traumatis, atau sangat emosional, yang didorong keluar secara aktif dari kesadaran sebagai mekanisme pertahanan psikologis. Memori yang dipendam secara sadar dan sengaja disingkirkan dari kesadaran, biasanya dilakukan untuk menghindari rasa tidak nyaman dan untuk melupakan kejadian traumatis atau penuh stres yang pernah dialami. Seiring waktu, ingatan tersebut bisa menjadi lebih sulit untuk diingat kembali (Gagnepain et al., 2014).

2.2.5 *Mild Cognitive Impairment*

Mild Cognitive Impairment atau gangguan kognitif ringan adalah sebuah kondisi dimana terjadinya penurunan dalam berpikir atau penyimpanan memori yang disadari oleh seorang individu, keluarga, atau dokter. Individu yang terdampak seringkali menjalani kesehariannya dengan normal, namun beberapa aktivitas dapat memerlukan usaha lebih yang berhubungan dengan mengingat atau berpikir. Dikatakan bahwa sekitar 50% dari individu yang memiliki *mild cognitive impairment* akan mengalami penurunan dalam fungsi memori dan mengalami demensia sekitar 5%-15% per tahun, dan ditemukan

50% sisa dari individu yang memilikinya dapat pulih dan membaik (Budson & Kensinger, 2023, h.168-169).

2.2.6 Memory Fragmentation

Akibat trauma atau stres, seorang individu dapat mengalami *Memory Fragmentation*, atau sebuah kondisi dimana memori dari sebuah kejadian menjadi tidak terorganisir atau hilang yang berkaitan dengan kejadian paling buruk dari pengalaman yang telah dialami. Individu yang mengalaminya dapat tetap mengetahui secara kasar apa yang telah terjadi, namun mengalami kesulitan untuk mengingat kembali peristiwa yang terjadi (Budson & Kensinger, 2023, h. 209). *Fragmentation* mengacu pada kurangnya aliran lengkap narasi dalam memori, terdiri atas repetisi, pikiran yang tidak selesai, dan *speech fillers* (Brewin, 2016, h.4).

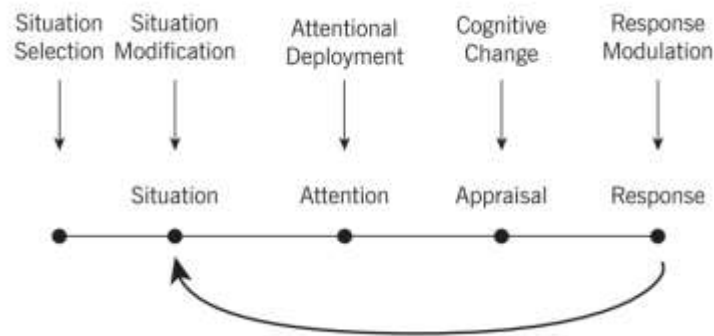
2.2.7 Hippocampus

Individu yang melakukan pemendaman berlebih menghasilkan kortisol (hormon stres) yang tinggi (Roos et al., 2018, h.7), yang dapat menurunkan kemampuan otak, terutama *hippocampus* dalam membentuk dan menyimpan ingatan (Dharmawan et al., 2023, h.49). *Hippocampus* memiliki peran besar dalam menyimpan *short-term* dan *long-term memory*, sehingga dapat dikatakan bahwa kerusakan dalam *hippocampus* dapat menyebabkan terjadinya *Memory loss* (Husain, 2024, h.2593-2594).

2.3 Regulasi Emosi

Regulasi emosi memiliki pengaruh signifikan terhadap kondisi psikologis, dalam pembentukan kesehatan mental, kualitas hubungan dengan orang lain, dan kesejahteraan fisiologis manusia (Mansi, 2025). Regulasi emosi merupakan kemampuan yang sangat penting karena emosi tidak hanya berdampak pada pengalaman subjektif seorang individu, namun juga perilaku interpersonal, performa saat bekerja, saat mengambil keputusan, dan hubungan sosial (Periana & Fridari, 2025, h.1598). Terdapat dua jenis dari regulasi emosi, yaitu regulasi emosi adaptif dan maladaptif. Regulasi emosi adaptif merupakan strategi yang pada

umumnya menghasilkan dampak positif. Sementara, regulasi emosi maladaptif seperti memendam dan merenung merupakan strategi yang seringkali memberikan resiko negatif seperti stres psikologis dan perilaku agresif (Jiang & Yin, 2025, h.6).



Gambar 2.17 Model Proses Regulasi Emosi J.J Gross
Sumber: Handbook of Emotion Regulation (Gross, 2014)

Berdasarkan model regulasi emosi Gross (2014, h.7-10), terdapat lima poin utama dari proses terjadinya regulasi emosi, yaitu *situation selection*, *situation modification*, *attentional deployment*, *cognitive change (reappraisal)*, dan *response modulation*. *Situation selection* mengacu pada perilaku mengambil aksi untuk menghindari atau mengonfrontasi situasi tertentu untuk mengurangi emosi intens. *Situation modification* adalah mengubah aspek dari sebuah situasi untuk mengurangi dampak emosional. *Attention deployment* merujuk pada mendistraksi diri dari situasi yang memberikan tingkat emosional tinggi. *Cognitive change* atau *reappraisal* mengacu pada mengubah pola pikir dan persepsi dari sebuah situasi untuk mengurangi dampak negatif dari sebuah emosi yang dirasakan. Terakhir, *response modulation* merujuk pada perilaku yang secara aktif memanipulasi emosi, salah satu bentuk umum yang dilakukan adalah *expressive suppression*, bentuk negatif lainnya seperti mengonsumsi minuman keras, rokok, serta narkoba, dan perilaku positif berbentuk latihan pernafasan dan olahraga.

2.3.1 Expressive Suppression

Berdasarkan buku *Handbook of Emotion Regulation* (Gross, 2014), *Expressive Suppression* atau memendam emosi adalah strategi regulasi emosi yang dilakukan seorang individu secara sadar dengan cara. Perilaku memendam emosi merupakan strategi regulasi emosi yang maladaptif dan

tidak efektif dalam mengurangi emosi negatif (h.417). *Expressive suppression* dilakukan terhadap emosi negatif maupun positif yang sedang berlangsung (h.10). *Expressive suppression* secara efektif dapat mengurangi tingkat ekspresif emosi pada wajah, namun upaya untuk memendam emosi, mengganggu fungsi memori, memicu respons otonom, dan dapat memiliki efek negatif terhadap interaksi sosial (h.33).

Expressive suppression berkaitan dengan respons stres yang meningkat, seperti kadar kortisol dan tekanan darah yang meningkat selama dilakukannya pemendaman emosi. Hal ini mencerminkan adanya disregulasi pada sistem saraf. Dalam konteks budaya, *expressive suppression* masih dianggap kurang merugikan karena sejalan dengan norma pengendalian emosi di kalangan masyarakat (Mansi, 2025, h.704). *Expressive suppression* diketahui dapat mengakibatkan lebih banyak dampak negatif ketimbang positif, seperti meningkatnya perasaan kesepian dan rasa kurang puas terhadap hubungan sosial (Jiang & Yin, 2025, h.6).

2.3.2 Regulasi Emosi Adaptif

Regulasi Emosi Adaptif mengacu pada proses yang melibatkan penggunaan strategi yang efektif dan fleksibel untuk memenuhi kebutuhan konteks atau tujuan spesifik, yang biasanya dikaitkan dengan strategi yang memberikan hasil positif. Berikut adalah bentuk-bentuk dari regulasi emosi adaptif. Terdapat beberapa strategi regulasi emosi adaptif, yaitu *reappraisal* yang berhubungan dengan *well being* psikologis, meningkatkan interaksi sosial seperti *emotional expression*, *acceptance*, dan *problem solving* (Jiang & Yin, 2025, h.6).

2.3.2.1 Emotional Expression

Dalam penelitian dari Aghatabay et al., (2022), *Emotional expression* adalah jenis dari regulasi emosi adaptif penting yang diekspresikan secara verbal maupun nonverbal dengan mengkomunikasikan perasaan dan emosi seseorang ke orang lain. *Emotional expression* meningkatkan rasa validasi dan lega terhadap

individu yang mengkomunikasikan emosinya kepada orang lain (h.2). Mengekspresikan emosi memiliki fungsi untuk mengingat dan merasakan kembali situasi emosional yang dirasakan dan dapat meningkatkan pengalaman emosional positif. Salah satu bentuk lain dari *emotional expression* adalah melalui *expressive writing* atau dengan menulis pengalaman emosional yang dirasakan oleh seorang individu (Cameron & Overall, 2018).

2.3.2.2 Reappraisal

Reappraisal adalah salah satu bentuk strategi regulasi emosi yang digunakan untuk merubah dampak emosional yang dialami dengan mengganti makna dari situasi tersebut. *Reappraisal* telah digunakan sebagai strategi pencegahan dan intervensi masalah emosional (Li et al., 2021). Tingkat efektivitas dari *reappraisal* didefinisikan dari sejauh apa upaya *reappraisal* berhasil dalam mengurangi emosi negatif atau yang tidak diinginkan. Di kalangan orang dewasa, penggunaan dari *reappraisal* sering dikaitkan dengan kesehatan psikologis dan *well being*, termasuk perubahan positif dalam diri, kepuasan dalam hidup semakin tinggi, hubungan interpersonal yang lebih baik, dan gejala psikopatologi yang lebih sedikit (Willner et al., 2022, h.1).

2.3.2.3 Mindfulness and Acceptance

Mindfulness adalah keadaan mental ketika seseorang individu membuka diri sepenuhnya untuk sadar akan momen yang terjadi dengan pikiran terbuka, tanpa menghakimi, serta menerima setiap pengalaman batin yang muncul. Tingkat efektivitas *mindfulness* dalam mengatasi permasalahan psikologis berkaitan dengan kemampuan dalam meningkatkan regulasi emosi. *Mindfulness* membantu individu untuk menyadari pengalaman emosional tanpa langsung memberi respons secara impulsif. *Mindfulness* memberikan jeda antara stimulus dan respons, sehingga individu mendapatkan kesempatan untuk memahami dan menilai situasi dengan lebih tenang dan konstruktif. Melalui

mindfulness, individu dapat belajar untuk lebih menyayangi diri sendiri, meningkatkan fleksibilitas kerja otak, dan membangun kemampuan untuk tetap fokus pada momen yang berlangsung tanpa terbawa oleh pengalaman emosional di masa lalu (Periana & Fridari, 2025, h.1598).

2.3.2.4 Problem Solving

Problem solving adalah strategi regulasi emosi aktif untuk mengatasi stres yang memicu emosi, yang mengakibatkan hasil psikologis positif ketika efektif. *Problem solving* berkaitan dengan tingkat depresi dan kecemasan yang lebih rendah, karena mendorong individu untuk mengelola emosi negatif secara proaktif. Sebagai strategi regulasi emosi adaptif, *problem solving* mengakibatkan tingkat kortisol yang lebih rendah selama stres (Mansi, 2025, h.705).

2.3.2.5 Breathing Exercise

Breathing exercise merupakan salah satu teknik relaksasi diri dengan menggunakan pendekatan *mindfulness*, salah satu bentuk dari strategi regulasi emosi adaptif. Teknik ini disebut sebagai teknik pernapasan yang efektif dalam menstabilkan dan meregulasi emosi dengan sehat. Dengan melakukan *breathing exercise* sebagai latihan pernafasan dalam, teknik ini akan membantu seseorang untuk dapat menjadi tenang kembali (Syaharani et al., 2024, h.2525).

2.3.2.6 Self-Care

Self-care merupakan salah satu bentuk dari strategi regulasi emosi yang membuat individu fokus dan memprioritaskan diri sendiri, mengembangkan kreativitas, membuat batasan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi (*Work-Life Balance*), spiritualitas, *mindfulness* (kesadaran diri), dan kondisi psikologi positif. Terdapat beberapa bentuk dari *self-care* yang dapat dilakukan, yaitu menjaga diri dengan olahraga rutin, pola makan yang sehat, kualitas tidur yang baik, menjalin hubungan sosial dengan orang lain, hingga *mindfulness* untuk menjaga kesehatan mental diri (Dorociak et al., 2017).

2.4 Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan merupakan kumpulan penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan topik perancangan yang dibahas, yaitu *memory loss* yang disebabkan oleh memendam emosi untuk remaja akhir. Studi penelitian yang relevan akan dilakukan terhadap beberapa jurnal yang fokus pada pembahasan *memory loss*, fungsi otak, dan pemendaman emosi. Maka dari itu, didapatkan hasil penelitian berikut.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Suppress to feel and remember less: Neural correlates of explicit and implicit emotional suppression on perception and memory	Katsumi & Dolcos	Penelitian menyatakan bahwa memendam emosi menyebabkan gangguan terhadap aktivitas otak dan proses penyimpanan memori.	Menjadikan penelitian sebagai salah satu sumber informasi dalam perancangan <i>website</i> namun dikemas dengan bahasa yang lebih sederhana dan mudah dimengerti.
2.	Emotion Regulation and Memory: The Cognitive Costs of Keeping One's Cool	Richards & Gross	Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kecenderungan untuk memendam emosi dalam kehidupan sehari-hari mengakibatkan penurunan memori	Menjadikan penelitian sebagai salah satu acuan informasi untuk menjelaskan proses terjadinya

			terhadap peristiwa emosional.	<i>memory loss</i> akibat memendam emosi.
3.	The Effects of Expressive and Experiential Suppression on Memory Accuracy and Memory Distortion in Women with and Without PTSD	Moore & Zoellner	Penelitian ini menemukan bahwa memendam emosi meningkatkan gangguan emosional dan menurunkan tingkat ekspresi emosi.	Perancangan ini berfokus pada informasi mengenai bagaimana masalah ini bisa terjadi, dampaknya, dan penanganannya.
4.	Pengembangan <i>Website</i> Edukasi Interaktif Pengenalan Kesehatan Mental Bagi Remaja	Rachmadya nshah & Khairunisa	Penelitian ini menemukan bahwa terdapat sedikit <i>website</i> informasi mengenai kesehatan mental yang tersedia untuk remaja, sehingga dilakukan perancangan mengenai topik tersebut. Perancangan dari <i>website</i> ini menghasilkan <i>website</i> informasi yang	Menjadikan hasil penelitian sebagai inspirasi untuk kebaruan perancangan <i>website</i> dengan menggunakan pendekatan penyampaian informasi yang berbeda, melalui <i>storytelling</i> dan

			berisikan teks artikel yang panjang.	minim teks panjang.
--	--	--	--------------------------------------	---------------------

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian yang relevan, ditemukan persamaan dimana memendam emosi yang dapat disebut sebagai *expressive suppression* atau *emotional suppression* mengakibatkan penurunan memori, penurunan fungsi otak terutama dalam proses penyimpanan memori, dan meningkatkan gangguan emosional. Pembaruan dari penelitian pengembangan *website* edukatif kesehatan mental untuk remaja akan lebih berfokus pada *memory loss* sebagai salah satu dampak dari memendam emosi, dan pendekatan yang digunakan akan berbentuk *storytelling*. Informasi yang didapatkan dari hasil temuan dijadikan acuan dan akan dilakukan kebaruan untuk perancangan *website*, dari gaya bahasa yang digunakan, cara pendekatan media, hingga apa yang dapat disampaikan kepada target audiens.

