

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Website Interaktif*

Website adalah kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi berupa teks, gambar, animasi, suara, bahkan kombinasi dari semuanya. Sedangkan Interaktif adalah kegiatan yang memerlukan respon dari dua arah. Oleh sebab itu, *website* interaktif adalah halaman informasi yang dapat merespon secara dua arah (Bekti, 2015).

Berdasarkan Beaird dkk (2024), sebuah *website* terdiri dari prinsip-prinsip yaitu terdiri dari *layout*, warna, tipografi, dan *imagery*. Penjelasan lebih lanjut sebagai berikut:

2.1.1 *Layout*

Layout website adalah sekumpulan elemen yang mendukung *website*. *Layout* sangat penting karena dengan *layout* yang enak akan menarik pengguna untuk membaca *website* dengan mudah. Pada *website*, *layouting* sangatlah penting karena memberikan kesan yang baik, apabila hampa maka tidak ada yang akan menggunakan *website* tersebut (Ningrum, 2023).

Pada *layout website* terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan, contoh komponen anatomi adalah *container*, navigasi, konten, *footer*, dan *whitespace*. Contoh komponen fundamental adalah *grid*, *unity*, *emphasis*. (Beaird dkk, 2024).

1. *Container*

Container pada *layout* adalah bagian badan dari halaman *website* yang berfungsi untuk menaruh bagian dan isi *website*. Dengan *container*, halaman *website* akan terlihat lebih berisi dan isi elemen akan tertata lebih rapi. *Container* juga membantu dalam menyesuaikan ukuran tanpa mengubah saat ukuran halaman berubah (Beaird dkk, 2024, h.18).

2. Navigasi

Navigasi pada *layout* adalah sebuah system navigasi yang memudahkan dalam pencarian dan penggunaan. Navigasi biasa diletakkan pada bagian atas *layout* supaya memudahkan diakses, mau berbentuk *vertical* maupun *horizontal*, contohnya seperti menu utama (Beaird dkk, 2024, h. 19).

Navigasi yang akan digunakan pada perancangan adalah menu yang berada di bagian paling atas secara *horizontal*. Pemilihan ini karena mudah digunakan oleh pengguna dan tidak terlalu makan *space*.

3. Konten

Konten pada *layout* adalah isi dari *website* yang terdiri dari tulisan, gambar, dan video. Konten menjadi hal yang paling kritikal dalam *layout website* karena seberapa mudah pengguna menemukan isi informasi yang dicari yang menentukan apakah pengguna akan masuk atau keluar dari *website* tersebut. Maka konten baik diletakkan pada posisi yang mudah terlihat oleh pengguna yang sedang memeriksa halaman (Beaird dkk, 2024, h. 19).

4. Footer

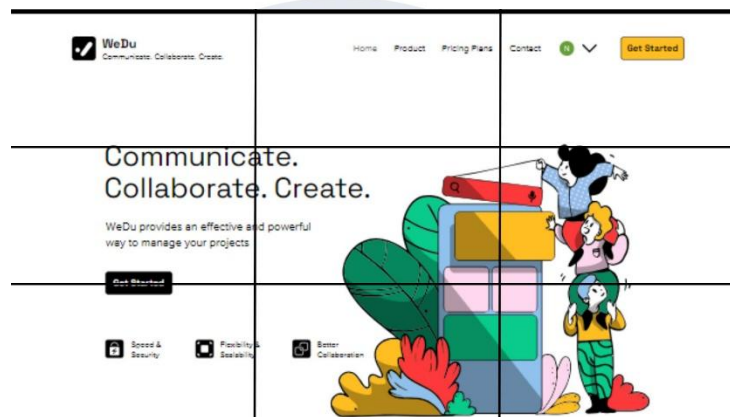
Footer adalah bagian dari *layout* yang biasa berisi informasi formal yang diletakkan pada paling akhir halaman, *Footer* biasa dapat digunakan sebagai tanda bahwa pengguna sudah sampai di akhir halaman (Beaird dkk, 2024, h. 19-20).

5. Whitespace

Whitespace pada *layout* adalah sebuah bagian yang dikosongkan tanpa adanya teks maupun gambar. *Whitespace* berfungsi untuk memberikan rongga untuk desain bernafas agar tidak memenuhi isi *website*. Tanpa menggunakan *whitespace*, *website* akan terasa penuh dan tidak seimbang (Beaird dkk, 2024, h. 20).

6. Grid

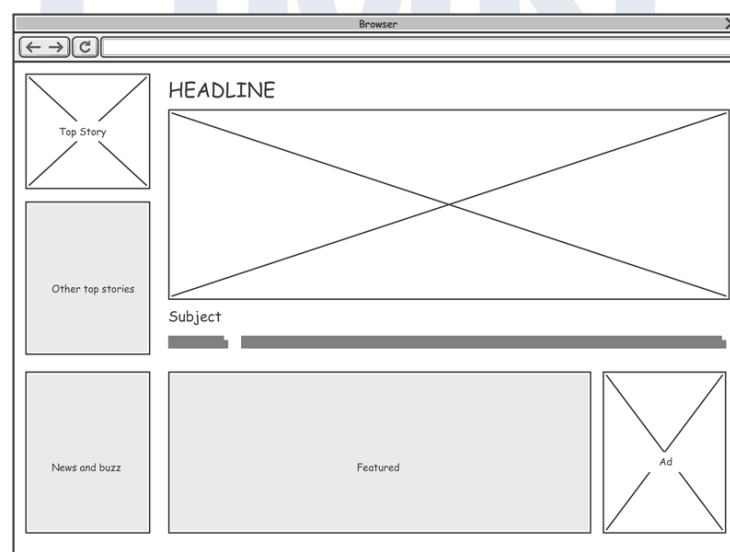
Pada *layout*, terdapat hal penting yang harus diperhatikan. *Grid* termasuk bagian paling penting saat *layouting*. *Grid* digunakan untuk memastikan elemen yang berada pada halaman tersusun rapi dan proposional. Berikut adalah contoh dari gambar *grid* tersebut..



Gambar 2.1 Contoh *Rule of Thirds*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature/article/rule-of-thirds>

Layout yang paling sering digunakan *rule of thirds*. *Rule of thirds* adalah garis yang membelah dua membuat belahan yang sebelah lebih besar dari sebelah lainnya. Dari *rule of thirds* dapat dikembangkan menjadi *wireframe*.



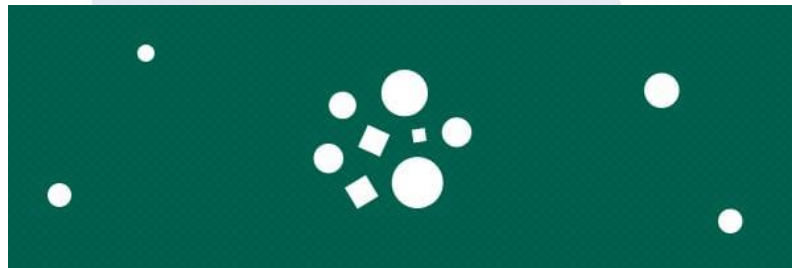
Gambar 2.2 Contoh *Wireframe*

Sumber: <https://www.visual-paradigm.com/learning/handbooks/agile->

Wireframe adalah gambaran *layout* secara kasar yang berbentuk kotak berisi konten sehingga mudah mengatur posisi pada halaman. Oleh sebab itu, *Wireframe* sangatlah berguna untuk dapat memindahkan konten untuk disusun (Beaird dkk, 2024, h. 20-25).

7. *Unity*

Unity pada *layout* terlihat pada keseluruhan elemen dan komposisi pada *website*. *Unity* dibagi menjadi dua yaitu *proximity* dan *repetition*.



Gambar 2.3 Contoh *Proximity*

Sumber: <https://webdesign.tutsplus.com/unity-in-web-design--webdesign-3373a>

Proximity menaruh lokasi elemen terlihat acak namun terlihat titik fokus yang sama. Seperti yang di gambar 2.3, bentuk-bentuk tersusun dengan beda-beda namun mata kita langsung tertuju pada bentuk-bentuk yang merapat ditengah.



Gambar 2.4 Contoh *Repetition*

Sumber: <https://www.datalabsagency.com/2024/06/03/data-design-principles-repetition>

Repetition menggunakan elemen yang sama dan berulang untuk memberikan kesan desain halaman yang professional (Beaird dkk, 2024, h. 35-37).

8. *Emphasis*

Emphasis pada *layout* berfungsi untuk menunjukkan sesuatu yang ingin difokuskan pada pengguna. Hal ini karena *website* perlu sesuatu yang dapat menarik perhatian pengguna, maka harus mengidentifikasi apa yang mau ditonjolkan (Beaird dkk, 2024, h. 38-39).



Gambar 2.5 Contoh *Emphasis*

Sumber: <https://venngage.com/blog/design-principle-emphasis/>

Beberapa cara membuat *emphasis* adalah *placement*, *continuanance*, *isolation*, *contrast*, dan *proportion*.

a. *Placement*

Hal pertama yang harus diperhatikan untuk *emphasis* adalah *placement*. Dari penataan posisi (*placement*) yang benar, dapat memberikan kesan yang mencolok, contohnya bila sebuah elemen jauh dari tengah akan lebih jarang diperhatikan (Beaird dkk, 2024, h. 39).

b. *Continuance*

Continuance sering digunakan untuk membuat *layout* terasa satu. Biasanya dengan sebuah *style* atau elemen yang diujarkan untuk membuat suatu arus yang dapat diikuti pengguna pada halaman (Beaird dkk, 2024, h. 39-40).

c. *Isolation*

Isolation bekerja seperti *proximity*, dengan mengisolasi (*isolation*) sebuah elemen dari yang lain, maka akan memberikan kesan yang kuat dari sekitarnya sehingga mudah untuk diijadikan pusat perhatian (Beaird dkk, 2024, h. 40).

d. *Contrast*

Contrast adalah teknik yang paling sering digunakan untuk memberi *emphasis* di *layout*, dengan menaruh berbagai macam elemen yang berbeda untuk menguatkan kontras (*contrast*) antar elemen dan sekitarnya. Biasa dibuat dengan menggunakan warna, ukuran, bentuk yang berbeda (Beaird dkk, 2024, h. 41-42).

e. *Proportion*

Proportion dapat membantu memberi *emphasis* dengan membedakan ukuran dari elemen. Dari proporsi (*proportion*) dapat memfokuskan suatu elemen dengan perbedaan yang dapat menyebabkan elemen tersebut terlihat janggal (Beaird dkk, 2024, h. 42-43).

Kesimpulan dari *layout*, *layout* dapat digunakan sebagai memastikan kerapian dari *website*. Dengan menggunakan *container* dapat memastikan isi konten tersusun dengan rapi, *navigasi* dapat memastikan pengguna tidak tersesat pada *website*, konten yang digunakan dapat membantu pengguna lebih mengerti tentang *website*, *footer* membantu pengguna dalam mengetahui akhir halaman dan melanjutkan halaman lebih mulus, *grid* merapikan posisi dari *website*, *unity* memberikan *website* kesamaan tema dan harmonis, *whitespace* menciptakan *layout* yang tidak terlalu penuh dan rapi, *emphasis* membantu pengguna fokus pada hal yang ingin difokuskan.

2.1.2 Warna

Warna adalah elemen visual yang dapat terlihat sehari-hari yang dapat memberikan emosi dan arti pada suatu. Warna terbentuk dari suatu

cahaya putih yang spektrum terbelah menjadi berbagai macam. Warna terdiri dari warna yang hangat dan warna dingin. Warna hangat terdiri dari merah, jingga, kuning sedangkan warna dingin terdiri dari hijau, biru, ungu. Warna-warna ini memiliki persepsi dan psikologi warna berbeda-beda (Paksi, 2021).

Skema warna yang akan digunakan untuk perancangan adalah *analogous*. *Analogous* adalah warna yang terdiri dari warna yang berdekatan pada roda warna. Kunci membuat warna *analogous* adalah dengan memastikan warna yang diambil tidak terlalu banyak (Beaird dkk, 2024, h. 91-92).

Contoh warna *analogous* yang diambil adalah merah, jingga, dan kuning yang berada pada roda warna bersebelahan. Merah digunakan untuk memberikan Kesan penting dan menarik perhatian. Lalu jingga digunakan warna pendukung. Kemudian kuning digunakan untuk memfokuskan pada elemen topik. Putih akan digunakan sebagai warna *background*.

Kesimpulan dari warna, warna dapat memberikan arti dan keunikan dari *website*. Skema warna yang digunakan adalah *analogous* warna hangat terdiri merah, jingga, kuning, dan putih. Merah untuk menarik perhatian, jingga untuk mendukung kedua warna merah dan kuning, kuning untuk *highlight*, putih untuk *background*.

2.1.3 Tipografi

Tipografi adalah teknik mengatur huruf sehingga efektif dibaca. Tipografi penting dalam *website* karena dapat membangun identitas merek, menciptakan hierarki visual, meningkatkan keterbacaan, menentukan nada dan suasana, dan meningkatkan aksesibilitas. Hal yang harus diperhatikan dalam tipografi adalah pilih font dengan bijak, menggunakan kontras untuk hierarki, perhatikan spasi, pertimbangkan konteks penggunaan, ciptakan minat visual, dan uji dan iterasi (Prasatya, 2025).

Typeface Entire family of fonts (of different weights) Helvetica	Font Member of a typeface Helvetica Regular <i>Helvetica Oblique</i> Helvetica Light <i>Helvetica Light Oblique</i> Helvetica Bold <i>Helvetica Bold Oblique</i>
---	---

Gambar 2.6 Contoh *Typeface* dan *Font*
Sumber: <https://typolog.uph.edu/2021/10/13/typeface-vs-font/>

Pada tipografi, terdapat elemen bernama *typeface* dan *font*. *Typeface* adalah sebuah visual pada huruf, angka, dan tanda baca yang seirama. Contohnya seperti *typeface* Times New Roman dan Arial. *Font* adalah sebuah gaya beragam yang terdapat pada suatu *typeface*. Contohnya seperti *font* Cascadia Code Light dan Cascadia Code SemiBold (Brian, 2021).

Sans Serif adalah tipografi yang hurufnya terlihat simpel sehingga terasa kasual. Sans serif sering digunakan dalam website karena memberikan kesan yang sederhana dan santai dibaca. Contoh sans serif yang sering digunakan adalah Arial, Futura, dan Roboto (Zainudin, 2021, h. 85).

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z À Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É
h i j k l m n o p q r s t u v w x y z à á
é & 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 (\$ % ' , . ! ?)

Gambar 2.7 Contoh *Font* Oswald
Sumber: <https://www.dafontfree.co/oswald-font/>

Font yang akan digunakan untuk perancangan adalah Oswald. *Font* Oswald dipilih karena *font* ini memiliki kepribadian yang tegas dengan

bentuk huruf yang tebal dan *condensed* sehingga dapat menyalurkan informasi secara jelas dan efektif.

Kesimpulan dari tipografi, tipografi dapat mempermudah membaca isi dengan hirarki dan nada yang sesuai pada *website*. Pada tipografi, terdapat *typeface* yang merupakan visual dari tipografi dan *font* yang merupakan gaya dari *typeface*. Bentuk tipografi yang terlihat simpel dan sederhana adalah sans serif.

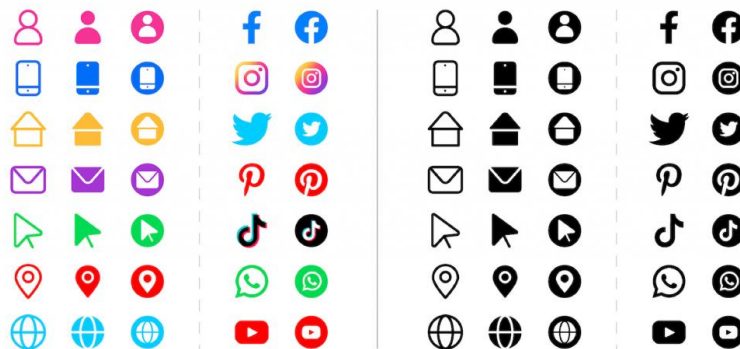
2.1.4 Imagery

Imagery adalah visual yang terdapat pada *website* untuk memperindah dan memudahkan komunikasi pengguna. *Imagery* biasa terdiri dari fotografi, ilustrasi, ikon, infografik, *background*. Grafik dalam *imagery* biasa suka digayakan sehingga dapat lebih terlihat sifat dari ide yang ingin dibuat tanpa harus bergantung pada teks. *Imagery* sangat penting dalam *website*, hal ini karena dari desain dapat langsung memberitahu pengguna tentang apa isi *website* tersebut (Sy, 2025).

Terdapat beberapa tipe *imagery* yang diperlukan *website* seperti ikon, infografik, ilustrasi, *animated*, dan gambar vektor. Penjelasan tipe-tipe seperti berikut:

1. Ikon

Ikon adalah elemen desain yang membantu menjelaskan ide, petunjuk, dan isi. Ikon membantu pengguna mengidentifikasi informasi secara ringkas. Ikon juga bisa menjadi navigasi yang berguna untuk memandu pengguna ke bagian penting *website*. Cara memaksimalkan kerja ikon adalah memilih ikon yang mudah dikenal sekali lihat, menggunakan gaya, ukuran, dan warna yang seragam supaya terlihat bersambungan, menaruh ikon dibagian penting, memberi teks kecil untuk memaksimalkan pengertian ikon, dan sebaiknya tidak menggunakan terlalu banyak ikon (Sy, 2025).



Gambar 2.8 Contoh Ikon

Sumber: <https://logomakerr.ai/blog/difference-between-symbols-and-icons/>

Contoh ikon yang dapat digunakan pada perancangan adalah ikon kaca pembesar, ikon tersebut sudah sering diartikan *search* atau *zoom* tergantung konteks. Ikon ini mempermudah pengguna untuk menjelajahi *website*.

2. Infografik

Infografik adalah data, informasi, dan konsep yang divisualisasikan untuk memudahkan pembacaan. Biasanya infografik tersusun dari teks, gambar, dan grafik untuk mempermudah penyampaian data sekali dilihat (Sy, 2025).



Gambar 2.9 Contoh Infografik

Sumber: <https://www.detik.com/bali/berita/d-6484222/mengenal-infografis>

Cara mengimplentasikan infografik ke *website* dengan baik adalah dengan membuat desain yang bersih sesuai alur dan hirarki, menggunakan warna dan *font* yang konsisten, dan fokuskan pada visual

informasi dibandingkan teks. Dengan ini infografik akan terlihat rapi dan mudah dimengerti (Sy, 2025).

3. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada *website* sebaiknya original secara Gambaran tangan maupun digital. Alasannya agar *website* terasa unik dan tidak generik (Sy, 2025).



Gambar 2.10 Contoh Ilustrasi

Sumber: <https://www.imural.id/blog/gambar-ilustrasi-mural-brawijaya/>

Hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan ilustrasi pada *website* adalah ilustrasi harus dapat memperkuat *storytelling* yang ingin dilihat, ilustrasi menggunakan warna yang selaras dengan warna *website*, dan menaruh ilustrasi pada bagian yang penting (Sy, 2025).

4. *Animated*

Animated adalah visual yang dapat bergerak atau memberikan respon terhadap input pengguna di *website*. Dengan *animated*, visual terlihat hidup dan menarik sehingga membantu meningkatkan pengalaman pengguna (Sy, 2025).



Gambar 2.11 Contoh *Animated*

Sumber: <https://afxanimators.co.uk/what-is-onion-skinning/>

Hal yang bisa digunakan dalam memasukan *animated* ke website adalah *animated* digunakan pada elemen penting untuk menarik perhatian, memastikan *animated* tidak mendistrak isi dari *website*, dan test apakah *animated* berfungsi pada semua *platform* yang digunakan. *Animated* harus digunakan secukupnya saja dan tidak berlebih karena akan memakan banyak memori yang memperlambat kerja *website* (Sy, 2025).

5. Gambar Vektor

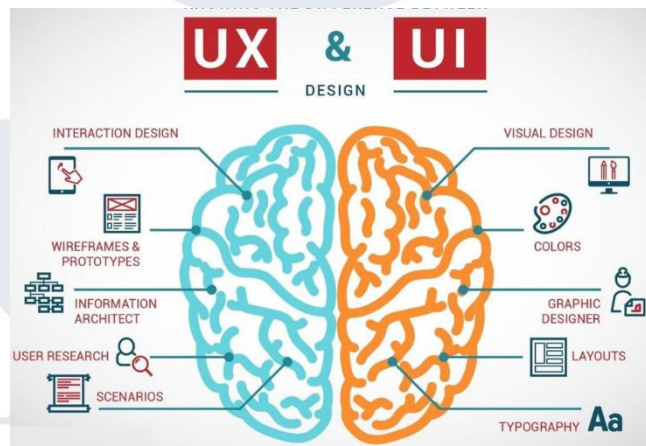
Gambar vektor dapat memberikan visual yang fleksibel pada *website*. Vektor sangat berguna karena memberikan kebebasan mengatur ukuran dan warna tanpa adanya kualitas yang menurun (Sy, 2025).

Kesimpulan dari *imagery*, *imagery* dapat digunakan sebagai visualisasi komunikasi terhadap isi teks pada *website*. Pada *imagery*, ikon digunakan untuk mempermudah navigasi dan mengidentifikasi informasi, infografik untuk membantu menyampaikan informasi dalam format yang mudah dibaca, ilustrasi untuk memberikan identitas pada *website* dan memperkuat *storytelling* yang ingin disampaikan, *animated* untuk menarik perhatian pengguna, dan gambar vektor yang memberikan visual tambahan pada *website*.

2.1.5 UI/UX

UI dan UX merupakan bagian terpenting pada perancangan *website*. UI adalah sebuah tampilan visual dari *website*. Bagian dari UI terdapat warna, tipografi, tombol, ikon, *layout*, menu navigasi, dan animasi. UX adalah sebuah pengalaman pengguna saat menggunakan *website*. Hal yang harus diperhatikan dari UX yaitu mengetahui apakah *website* mudah dimengerti, berapa langkah yang diperlukan untuk sampai tujuan, dan apakah pengguna nyaman dan puas dengan *website* (Faros, 2026).

UI dan UX saling berkebutuhan, namun terdapat beberapa perbedaan seperti UI berfokus pada visual sedangkan UX berfokus pada pengalaman pengguna, UI mengatur warna, tipografi, tombol, dan *layout* sedangkan UX mengatur alur, kenyamanan, dan kemudahan, UI membuat *website* terlihat menarik sedangkan UX membuat *website* mudah digunakan, UI berkaitan dengan apa yang dilihat sedangkan UX berkaitan dengan apa yang dirasakan (Faros, 2026).



Gambar 2.12 Contoh UI dan UX

Sumber: <https://ideoworks.id/mengenal-ux-ui-dan-mengapa-anda-butuh-keduanya/>

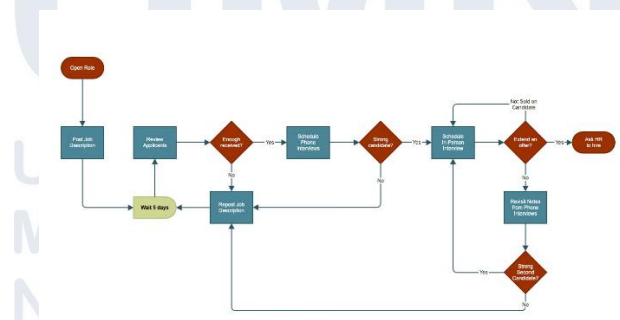
Prinsip dasar pada UI dan UX adalah konsistensi, sederhana, mudah dipahami, cepat dan efisien, dan berpusat pada pengguna. Konsistensi diperlukan oleh UI dan UX untuk memastikan pengguna merasa menggunakan *website* yang sama pada setiap halamannya. Sederhana pada UI dan UX mengurangi rasa bingung pengguna saat menggunakan *website*. UI dan UX

mudah dipahami dengan menggunakan kata dan simbol yang familiar untuk mempermudah pengertian pengguna terhadap *website*. Kecepatan dan efisien pada UI dan UX memberikan pengalaman pada pengguna lebih baik dengan tidak perlu melakukan langkah yang berlebihan pada *website*. UI dan UX dibuat berpusat pada pengguna untuk kenyamanan dan kebutuhan dari pengguna sehingga pengguna dapat menggunakan *website* dengan nyaman (Faros, 2026).

Kesimpulan dari UI dan UX adalah UI berfokus pada tampilan visual dari *website* sedangkan UX berfokus pada pengalaman pengguna pada *website*. UI tercakup warna, tipografi, ikon, *layout*, menu navigasi dan animasi *website* sedangkan UX tercakup pengertian, langkah, dan kenyamanan pengguna. Kedua UI dan UX memiliki prinsip sederhana, mudah dipahami, cepat dan efisien, dan berpusat pada pengguna.

2.1.6 Flowchart

Flowchart adalah suatu diagram dari *user flow* yang memudahkan analisis interaksi pengguna pada *website*. Pada dasarnya, *flowchart* berbentuk visual untuk mempermudah menunjukkan awal hingga akhir dari interaksi yang dilakukan pengguna dalam *website* (Interaction Design Foundation, 2026).



Gambar 2.13 Contoh *Flowchart*

Sumber: <https://www.gliffy.com/blog/common-flowchart-templates-flowcharting>

Bagian dari *flowchart* adalah simbol dan konvensi. Simbol yang digunakan adalah bentuk-bentuk yang mempresentasikan tahap proses,

keputusan, *input* dan *output*. Konvensi yang digunakan memberikan alur data yang ditampilkan (Interaction Design Foundation, 2026).

2.2 Maskot

Maskot adalah sebuah karakter yang menggambarkan identitas dari *brand* tersebut. Pada umumnya, maskot dapat berbentuk manusia, hewan, dan juga barang sesuai dengan keperluan, memberikan keberuntungan dan positif. Maka maskot yang terkenal memiliki desain yang positif dan juga mengikat perasaan target. Maskot digunakan untuk mempromosikan suatu acara, misal untuk acara olahraga maupun edukasi. Selain itu, maskot dapat dibuat sebagai *merchandise* yang membangun mempromosikan suatu acara dengan maskot tersebut (Yalanska, n.d.).



Gambar 2.14 Contoh Maskot

Sumber: <https://www.goal.com/id/daftar/pssi-perkenalkan-maskot-baru-timnas-indonesia>

Maskot berfungsi untuk meningkatkan komunikasi, personafikasi yang fleksibel, mudah diingat dan dikenal, menjadi tanda visual yang konsisten, dan pembawa perasaan. Dengan hadirnya maskot, komunikasi dapat ditingkatkan dikarenakan dari ekspresi, aktifitas, dan *mood* maskot memberitahukan kepada target apa yang ingin diberitahukan seperti maskot dengan *speech bubbles* memberitahukan selamat atas pencapaian target. Lalu maskot dapat mempersonafikasi secara fleksibel dikarenakan maskot dijadikan sebagai gambaran dari apa yang ingin ditawarkan kepada target dengan memberikan sifat dan bentuk yang menarik dan terlihat hidup. Hal yang membuat maskot mudah diingat dan dikenal dengan memiliki desain yang mencolok sehingga memudahkan target untuk

mengingatnya secara langsung saat dilihat. Demikian, maskot menjadi tanda visual yang konsisten dikarenakan berada pada keseluruhan desain pada *brand* tersebut sehingga mudah untuk mengetahui apakah barang tersebut dari *brand* itu atau tidak. Terakhir, maskot membawa perasaan target dengan memberikan bahasa dan metode yang mendekatkan maskot kepada targetnya (Yalanska, n.d.).

Maskot sangat membantu berada pada suatu *website* untuk menghidupkan interaksi pada *website* tersebut. Dengan memasukkan maskot, dapat membantu menggambarkan sebuah interaksi tanpa menambahkan teks yang memenuhi halaman. Selain itu, maskot dapat membantu *layout* dan *whitespace* pada *website* (Yalanska, n.d.).

Kesimpulan dari maskot, maskot digunakan oleh suatu brand untuk dapat memberikan kesan yang positif terhadap target yang dituju. Maskot memiliki fungsi untuk meningkatkan komunikasi, personifikasi yang fleksibel, mudah diingat dan dikenal, menjadi tanda visual yang konsisten, dan pembawa perasaan. Maskot pada *website* memudahkan memberikan gambaran interaksi sekaligus menyusun *layout* dan *whitespace* pada *website* tersebut.

2.3 Interaktivitas

Interaktivitas berfokus pada respon dari pengalaman pengguna saat menggunakan teknologi. Tujuannya untuk dapat meningkatkan pengertian pengguna mengenai apa yang dapat dilakukan secara efektif terhadap teknologi tersebut. Interaktivitas terdiri dari faktor yang wajib diperhatikan seperti *discoverability*, *feedback*, *affordance*, *signifier*, *mapping*, *constraint* (Norman, 2013, hal 5).

2.3.1 Discoverability

Discoverability adalah suatu penemuan yang ditemukan dari menanyakan 5W + 1H. *Discoverability* membantu manusia untuk dapat mengenali apa yang harus dilakukan, dengan begitu dapat dirancangnya sebuah panduan untuk memperdalam pengertian dari fungsi barang tersebut (Norman, 2013, hal 3).

2.3.2 Feedback

Feedback adalah balasan dari tindakan yang dilakukan. *Feedback* harus bersifat langsung, jika ditunda maka manusia akan malas dan lupa apa yang pernah dilakukan dulu. *Feedback* berfungsi untuk mendapatkan masukan apa yang masih kurang pada barang tersebut (Norman, 2013, hal 23-24).

2.3.3 Affordances

Affordances adalah sebuah hubungan antara barang dan manusia. *Affordances* biasa digunakan untuk dapat menentukan bagaimana barang dapat digunakan sehingga dapat menentukan kualitas barang tersebut apakah memudahkan atau menyusahkan saat berhubungan dengan manusia. (Norman, 2013, hal 11).

2.3.4 Signifiers

Signifiers adalah sebuah tanda yang berfungsi sebagai indikator komunikasi suatu kebiasaan kepada manusia. *Signifiers* menjadi alat komunikasi yang sangat penting, karena tanpa harus diperhatikan pun bakal sangat terlihat dan mudah dimengerti (Norman, 2013, hal 14-17).

2.3.5 Mapping

Mapping adalah konsep mendesain dan menyusun untuk kontrol dan tampilan barang. *Mapping* membantu memudahkan untuk mengetahui cara kerja barang yang dikontrol oleh tata letak kontrol. Maka *mapping* yang baik dapat merencanakan dan mengerti kebiasaan manusia (Norman, 2013, hal 20-21).

2.3.6 Constraints

Constraints adalah sebuah batasan untuk membatasi interaksi sebuah barang. Hal ini dilakukan supaya tidak membingungkan kegunaan dari barang sehingga dapat mudah dimengerti (Norman, 2013, hal 73).

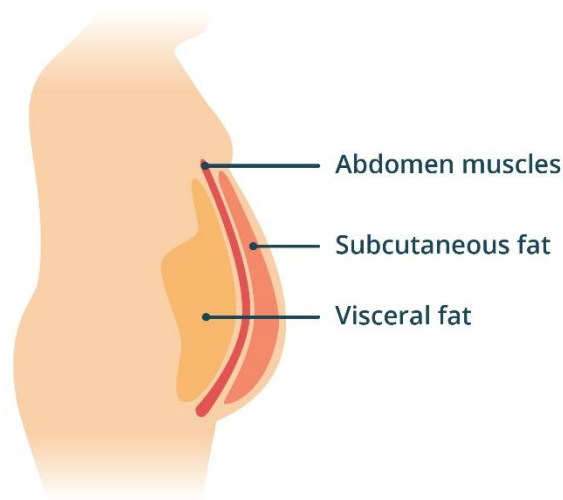
Kesimpulan dari interaktivitas, interaktivitas dapat membantu proses perancangan berjalan lebih rapi dan fungsional pada *website*. Faktor dari interaktivitas, *discoverability* membantu menentukan alur dan navigasi dari *website*,

Feedback untuk mendapatkan masukan untuk meningkatkan kualitas *website* lebih baik lagi, *affordances* menguji coba apakah *website* sudah sesuai dengan yang diperlukan, *signifiers* memberikan petunjuk interaktivitas pada *website*, *mapping* untuk interaktivitas telah cocok dengan alur pada *website*, dan *constraints* memberikan batasan pada interaktivitas untuk tidak mengganggu fokus pengguna pada *website*.

2.4 Visceral Fat

Visceral fat merupakan lemak tersembunyi yang membungkus organ penting. *Visceral fat* dapat ditemukan pada perut, hati, usus, pembuluh arteri darah, dan beberapa organ lainnya (Umi, 2023). *Visceral fat* yang tinggi dapat memicu penyakit jantung, stroke, diabetes tipe 2, kolesterol tinggi, kanker, dan penyakit lainnya (Frysh dkk, 2024). Hal ini karena *visceral fat* dapat mengeluarkan zat kimia peradangan dan hormon berlebihan (Priliana, 2025).

Penyebab *visceral fat* tinggi berbeda pada gender. Pada perempuan bisa terjadi saat menopause sehingga massa otot perempuan menurun dan lemak bertambah. Jika pada laki-laki bisa terjadi jika sering mengonsumsi alkohol. Namun keduanya sama-sama diakibatkan oleh makanan yang dikonsumsi banyak kalori dan lemak, kurang olahraga, usia, dan juga keturunan (Umi, 2023).



Gambar 2.15 Lokasi *Visceral Fat* dan Lemak Subkutan

Sumber: <https://www.healthdirect.gov.au/how-to-reduce-excess-internal-body-fat-visceral-fat>

Berbeda dengan *visceral fat*, lemak subkutan lebih sering diketahui. Lemak subkutan adalah lemak yang berada di bawah kulit, seperti pada pinggang, bokong, paha, dan perut. Karena lemak ini dibawah kulit maka dapat dicubit, berbeda dengan *visceral fat* yang berada di dalam banget sehingga tidak bisa dicubit. Berat badan manusia terdiri dari 90% lemak subkutan dan 10% visceral fat (Frysh dkk, 2024).

Terdapat cara untuk dapat mengetahui apakah *visceral fat* tinggi seperti salah satunya BMI. Dari penelitian oleh European Journal of Cardiovascular (2024), jika seseorang memiliki BMI yang tinggi, apalagi obesitas, maka ada kemungkinan besar bahwa orang tersebut memiliki *visceral fat* yang tinggi, namun belum tentu seseorang yang memiliki BMI yang rendah tidak memiliki *visceral fat* yang tinggi. Dari sini dapat disimpulkan bahwa *visceral fat* tinggi dapat dimiliki siapapun, muda maupun lanjut usia, sehingga sangat penting untuk diketahui (Mewada dkk, 2024).

Solusi untuk menjaga *visceral fat* adalah dengan olahraga, batasi asupan gula dan minuman berkalori, kurangi stress, makan yang sehat, kurangi alkohol, banyak mengonsumsi protein, dan tidur yang cukup (Kurniasanti, 2020).

Kesimpulan dari *visceral fat*, *visceral fat* terdapat pada daerah perut yang membungkus organ penting. Organ yang sering dibungkus *visceral* adalah hati, usus, jantung, pankreas, pembuluh darah, dan organ lainnya. *Visceral fat* hanya buruk jika berlebihan, seperti dapat memicu penyakit seperti jantung, stroke, diabetes tipe 2, kanker, dan penyakit lainnya.

2.4 Penelitian yang Relevan

Dalam pembuatan tugas akhir ini, diperlukan beberapa penelitian yang dapat mendukung topik yang diangkat. Oleh karena itu telah dikumpulkan penelitian yang relevan dengan topik perancangan ini sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Pengembangan <i>Website</i> Edukasi	Yuyun Khairunisa	Penelitian ini menghasilkan	Memiliki fitur yang dapat

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
	Interaktif Pengenalan Kesehatan Mental Bagi Remaja	(2019)	sebuah <i>website</i> yang memiliki meditasi dalam tampilan resolusi <i>smartphone</i> .	mempengaruhi aktivitas fisik.
2.	<i>Website-Based Interactive Learning Media to Improve Students' Critical Thinking Abilities on Body Defense System Material Class XI High School</i>	Evy Yulianti dan Dzikry Arrahim (2025)	Penelitian ini menghasilkan sebuah <i>website</i> yang interaktif mengajarkan daya tahan tubuh.	Menjadikan <i>website</i> interaktif pembelajaran yang bisa menambah berpikir kritis.
3.	<i>Effects of Visceral Fat Accumulation Awareness on a Web-Based Weight-Loss Program: Japanese Study of Visceral Adiposity and Lifestyle Information—Utilization and Evaluation (J-VALUE)</i>	Naoki Sakane, Seitaro Dohi, Koichi Sakata, Shin-ichi Hagiwara, Toshihisa Morimoto, Takano Uchida, Mitsuhiro Katashima, Yoshiko	Penelitian ini memberikan hasil dari program penurunan berat badan melalui <i>web</i> tentang penurunan berat badan dan dengan bantuan ahli untuk meningkatkan	Dengan kerja sama ahli dan <i>web</i> penurunan berat badan dapat membantu program penurunan dengan baik.

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
		Yanagisawa, Takeshi Yasumasu, J- VALUE <i>Study Group</i> (2013)	Kesehatan peserta program ini.	

Berdasarkan penelitian relevan yang pertama, kebaruan yang didapatkan dalam penelitian tersebut adalah pada *website* memiliki fitur untuk meditasi secara fisik. Selanjutnya dalam penelitian relevan yang kedua, kebaruan yang didapatkan dalam penelitian tersebut adalah *website* dapat mengembangkan pikiran kritis dalam belajar terhadap pengguna. Lalu terakhir, penelitian relevan yang ketiga, kebaruan yang didapatkan dalam penelitian tersebut adalah menggabungkan *web* dan ahli untuk dapat membantu program penurunan dengan baik.

Dari tiga penelitian relevan di atas, dapat disimpulkan bahwa ketiga penelitian tersebut memiliki kesamaan. Kesamaannya adalah *website* merupakan solusi untuk memecahkan masalah. Kebaruan yang mereka berikan berupa dapat mempengaruhi kegiatan fisik dengan fitur dan arahan yang diberikan. Oleh sebab itu, fitur kegiatan fisik dapat dimasukan pada proses perancangan *website* interaktif.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A