

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Karya Terdahulu

Dalam membuat karya website *interactive multimedia storytelling*, penulis melakukan riset terlebih dahulu melalui karya-karya sebelumnya yang sudah dipublikasikan untuk dijadikan acuan bagi penulis dalam pembuatan karya.

2.1.1 Arti Nail Art: Ekspresi Diri Lewat Kuku Cantik

Arti Nail Art: Ekspresi Diri Lewat Kuku Cantik

Hidup Sehat · Ditinjau oleh Redaksi Halodoc 05 Maret 2026

Arti Nail Art: Lebih dari Sekadar Cat Kuku

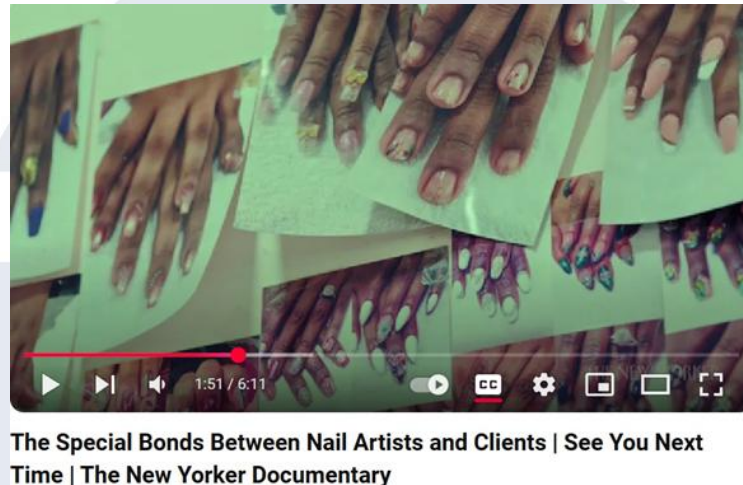
Gambar 2.1 Tangkapan Layar Artikel 'Arti Nail Art: Ekspresi Diri Lewat Kuku Cantik'

Sumber: Halodoc

Artikel tersebut menyajikan informasi singkat mengenai nail art, mulai dari pengertian *nail art*, sejarah dan perkembangannya, jenis dan teknik *nail art*, serta sedikit informasi kesehatan. Artikel tersebut juga menjelaskan bahwa nail art merupakan cara mengekspresikan diri yang menyenangkan. Namun, tidak lupa juga untuk selalu menjaga kesehatan kuku agar terhindar dari penyakit kulit.

Artikel ini menjadi salah satu acuan penulis dalam menjelaskan informasi mengenai *nail art* dan menjadi inspirasi penulis dalam mengembangkan inovasi untuk membuat karya dengan topik serupa dengan informasi atau sub-topik yang lebih lengkap dan dengan format atau konsep *interactive multimedia storytelling* agar audiens lebih bisa menyerap informasi dengan baik dan terasa menyenangkan, serta terlihat menarik.

2.1.2 The Special Bonds Between Nail Artists and Clients | See You Next Time | The New Yorker Documentary



Gambar 2.2 Tangkapan layar dokumenter 'The Special Bonds Between Nail Artist and Clients'

Sumber: *The New Yorker Documentary*

Video tersebut merupakan video dokumenter singkat bagaimana kehidupan para karyawan *nail artist* yang setiap hari melayani para konsumen dan proses pembuatan *nail art* pada jari-jari konsumen. Video tersebut juga memperlihatkan bagaimana suasana yang ada di dalam studio *nail art* dan ikatan komunikasi antara *nail artist* dan para konsumen yang sedang mereka layani. Selain itu, video ini juga memperlihatkan alat dan bahan yang digunakan oleh *nail artist* sebagai senjata mereka dalam mencari nafkah dan menjelaskan alasan para *nail artist* ingin bekerja menjadi *nail artist*.

Relevansi karya tersebut pada karya penulis adalah memiliki topik yang sama dan cara pembuatan video singkat untuk dimasukkan ke dalam karya nantinya. Video tersebut juga menjadi salah satu acuan bagi penulis dalam pembuatan video, tetapi cara penulis membuat konsep video dalam penentuan alur, teknik merekam video, dan pembawaan wawancara kepada narasumber akan berbeda dengan video tersebut. Penulis akan membawa alur dan konsep video lebih menyenangkan untuk ditonton oleh audiens.

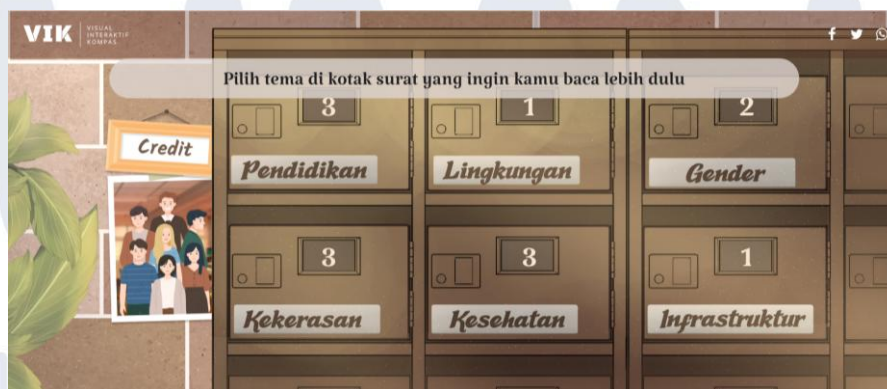
2.1.3 Dear, Pak Presiden: Surat Anak NTT untuk Presiden Indonesia



Gambar 2.3 Tangkapan layar Visual Interaktif Kompas 'Dear, Pak Presiden'

Sumber: Kompas Id

Artikel interaktif tersebut memiliki konsep yang unik yaitu surat untuk Presiden Indonesia dari anak-anak NTT dengan berbagai topik di dalamnya. Artikel tersebut memiliki konsep desain UI/UX yang membagi sebuah topik menjadi berbagai bagian yaitu Pendidikan, Lingkungan, Gender, Kekerasan, Kesehatan, dan Infrastruktur yang dapat dibaca oleh audiens secara terpisah agar audiens dapat lebih mudah memahami masalah yang terdapat di NTT. Artikel tersebut menggunakan tombol yang menjadi penuntun audiens untuk membaca semua topik yang disediakan.



Gambar 2.4 Tangkapan layar Visual Interaktif Kompas 'Dear, Pak Presiden'

Sumber: Kompas Id

Artikel tersebut akan menjadi acuan penulis dalam membuat desain UI/UX dalam karya penulis karena sesuai dengan yang diinginkan penulis karena penulis

akan mengangkat sebuah topik seni menghias kuku yang akan dibagi menjadi beberapa bagian yaitu Sejarah, Kesehatan (penyakit kuku, cara merawat kuku, bahan yang berbahaya, jenis kuku), dan Bisnis (jenis *nail art*, alat & bahan, cara membangun bisnis) sehingga konsep UI/UX tersebut masuk kedalam karya artikel penulis yang akan dirilis. Dengan konsep visual yang unik, penulis berharap dengan desain UI/UX tersebut, audiens dapat memahami semua topik yang dituangkan kedalam artikel yang nantinya dirilis.

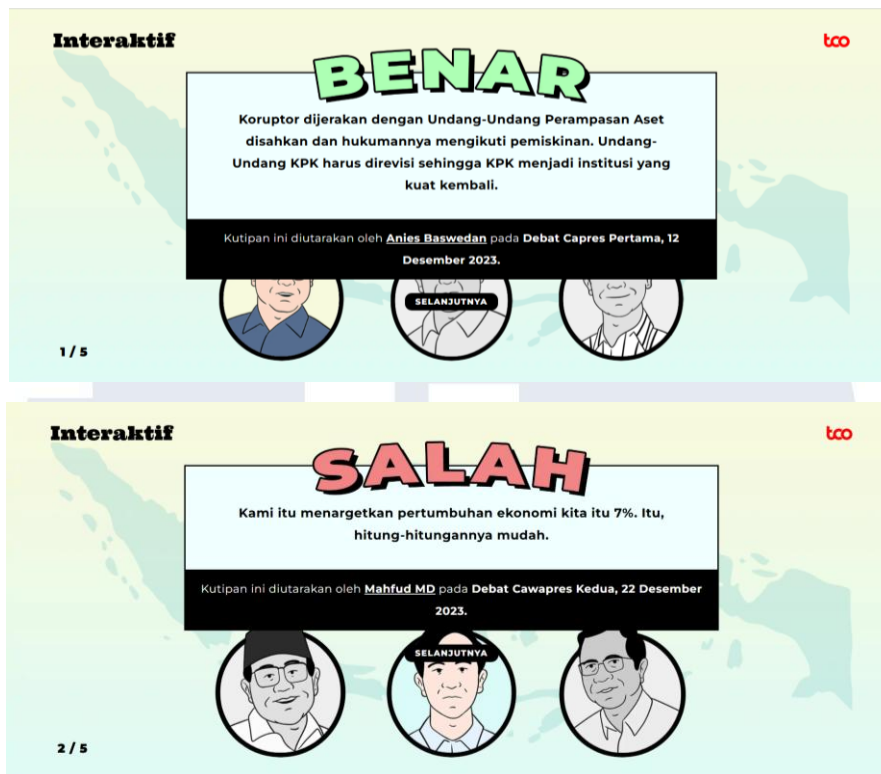
2.1.4 Siapa Bilang Apa?



Gambar 2.5 Tangkapan Layar Tempo Interaktif 'Siapa Bilang Apa?'

Sumber: Tempo

Karya yang dirilis oleh Tempo ini merupakan *news game* yang mengangkat topik Debat Pemilu tahun 2024. Karya ini menyajikan beberapa pernyataan calon presiden dan wakil presiden untuk ditebak oleh audiens, siapa yang melontarkan pernyataan tersebut. Audiens dapat memilih jawaban saat memainkan *news game*. Apabila salah, maka akan muncul siapa yang sebenarnya mengutarakan pernyataan tersebut dan kapan pernyataan tersebut dilontarkan. Setelah selesai, audiens akan mendapatkan skor akhir dan diberikan akses *platform* untuk mengetahui informasi yang kredibel agar terhindar dari hoaks.



Gambar 2.6 Tangkapan Layar Format News Game 'Siapa Bilang Apa?'

Sumber: Tempo

Relevansi karya tersebut adalah format *news game* yang dibuat. *News game* tersebut memiliki UI/UX yang mudah dinavigasi, mudah dimainkan, mudah dipahami. Format *news game* ini akan diimplementasikan oleh penulis ke dalam karya sebagai bentuk pemahaman setelah menerima informasi seputar *nail art* yang sudah disajikan sebelumnya. Format dari karya ini akan dijadikan acuan penulis dalam pembuatan *news game* terkait informasi mengenai *nail art*. Penulis akan menyajikan pertanyaan dan akan ada tiga pilihan jawaban seperti pilihan ganda.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

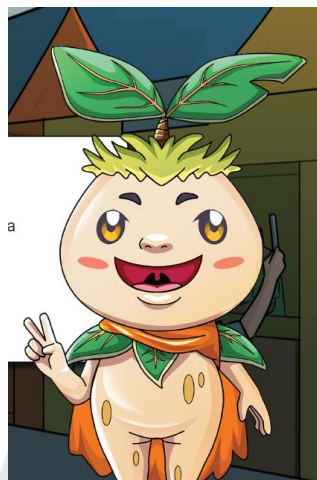
2.1.5 Maskot 'Foogie' dalam *News Game Pangan Versus Energi: Makan atau Dimakan*



Gambar 2.7 Tangkapan layar news game 'Pangan Versus Energi: Makan atau Dimakan'

Sumber: KataData Green

“Pangan Versus Energi: Makan atau Dimakan” merupakan artikel interaktif yang dikemas dalam bentuk *news game* agar terlihat lebih menarik dan menyenangkan yang menjelaskan informasi tingkat konsumsi beras, minyak goreng, dan bahan bakar energi yang dapat menyebabkan peningkatan lahan sawah dan pohon sawit yang mengakibatkan kerusakan lingkungan karena penebangan hutan ekstrem.



Gambar 2.8 Tangkapan layar 'Foogie'

Sumber: KataData Green

Pada artikel interaktif tersebut terdapat sosok ‘Foogie’ yang merupakan maskot yang memiliki bentuk seperti lobak yang memberikan informasi kepada audiens sebagai bentuk interaksi dengan audiens agar artikel tersebut terlihat menarik sehingga audiens dapat menyerap informasi dengan baik dan terkesan menyenangkan.



Gambar 2.9 Tangkapan layar ‘Pangan Versus Energi: Makan atau Dimakan’

Sumber: KataData Green

Relevansi dari sosok ‘Foogie’ dengan karya penulis adalah karya penulis juga akan menampilkan sosok maskot yang seolah-olah memberikan informasi kepada audiens mengenai topik karya penulis dan sebagai salah satu bentuk interaksi dengan audiens agar informasi yang disampaikan terlihat menarik sehingga audiens dapat menyerap informasi dengan baik dan terkesan menyenangkan.

Tabel 2.1 Referensi Karya Terdahulu

	Referensi Karya 1	Referensi Karya 2	Referensi Karya 3	Referensi Karya 4	Referensi Karya 5
Judul Karya Terdahulu	Arti Nail Art: Ekspresi Diri Lewat Kuku Cantik	The Special Bonds Between Nail Artists and Clients See You Next Time The New	Dear, Pak Presiden: Surat Anak NTT untuk Presiden Indonesia	Siapa Bilang Apa?	Pangan Versus Energi: Makan atau Dimakan

		Yorker Documentary			
Media Publikasi	<i>Halodoc</i>	<i>The New Yorker Documentary</i>	<i>Kompas Id</i>	<i>Tempo</i>	<i>KataData Green</i>
Isi Karya Terdahulu	Menyajikan informasi mengenai pengertian <i>nail art</i> seperti pengertian <i>nail art</i> , sejarah dan perkembangannya, jenis dan teknik <i>nail art</i> , dan kesehatan. Artikel ini juga menjelaskan bahwa <i>nail art</i> merupakan salah satu cara untuk mengekspresikan diri.	Menceritakan bagaimana <i>nail artist</i> (karyawan) melakukan pekerjaan mereka, menyajikan proses pembuatan <i>nail art</i> , dan bagaimana mereka berkomunikasi dengan konsumen, serta perasaan mereka saat bekerja.	Berisi tentang surat-surat yang ditulis oleh anak-anak di Nusa Tenggara Timur (NTT) kepada Presiden dengan berbagai topik diantaranya adalah pendidikan, lingkungan, gender, kekerasan, kesehatan, dan infrastruktur.	Permainan berbasis jurnalistik yang menginformasikan pernyataan calon presiden dan wakil presiden pada saat Debat Pemilu tahun 2024 dengan pertanyaan.	Foogie adalah maskot yang memiliki bentuk seperti lobak yang memberikan informasi kepada audiens mengenai informasi penambahan lahan sawah dan sawit yang menyebabkan penebangan pohon pada hutan.
Output Karya	Artikel	Video Dokumenter	Artikel Interaktif	<i>News game</i>	Maskot
Relevansi Karya	Memiliki topik yang serupa dengan yang akan diangkat dan sub-topik yang akan dibahas diantaranya adalah sejarah dan perkembangan nya, jenis dan	Memiliki topik yang serupa dengan yang akan diangkat dan pengambilan angle yang serupa juga untuk penyajian video pada karya ini.	Memiliki format UI/UX yang sesuai dengan sub-topik yang akan dibahas. Selain itu, karya ini juga memiliki tombol interaktif yang dapat dikontrol	Memiliki salah satu format dalam <i>interactive multimedia storytelling</i> yaitu <i>newsgame</i> yang akan diimplementasikan ke dalam karya.	Memiliki kesamaan karakter maskot yang akan memberikan informasi kepada audiens.

	teknik <i>nail art</i> , dan kesehatan.		oleh pembaca sehingga pembaca dapat memilih sub-topik yang ingin dipilih.		
Gap Karya	Artikel tersebut bukan artikel interaktif. Informasi yang disajikan kurang lengkap dan hanya secara singkat. Media tersebut merupakan media kesehatan, tetapi informasi kesehatan yang disajikan sangat singkat.	Hanya berfokus pada satu <i>angle</i> yaitu dari komunikasi karyawan dengan konsumen saja, belum menjelaskan mengenai tren yang sedang berlangsung, tantangan mereka selama bekerja dan solusi untuk menangani tantangan yang mereka hadapi selama bekerja.	Visual dari karya ini masih kurang, seperti elemen foto, audio, video, gambar, dan infografis untuk membuat audiens lebih tertarik. Selain itu, topik dari karya ini berbeda dengan topik yang akan diangkat.	Hanya memiliki 5 pertanyaan dan tidak memberikan penjelasan atau klip video di mana sang calon presiden melontarkan pernyataan yang disebutkan dalam <i>game</i> .	Tidak ada pengenalan maskot dengan jelas, hanya berupa nama saja. Desain dan bentuk maskot yang berbeda karena topik yang disajikan juga berbeda, sehingga tentu saja maskot yang akan dibuat akan berkesinambungan dengan topik karya yang diangkat.

2.2 Konsep yang Digunakan

Untuk memproduksi karya penulis, penulis membutuhkan referensi dari dasar teori sebagai acuan dalam pembuatan karya agar hasil karya yang akan dihasilkan dapat maksimal dan sesuai dengan konsep fundamental yang ada.

2.2.1 Multimedia Interaktif

Multimedia merupakan perpaduan dari teks, animasi, infografis, gambar, video, dan audio, yang kemudian disatukan menjadi bentuk

komponen interaktif untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens. Hal ini juga merupakan salah satu kelebihan dari multimedia dalam menyampaikan informasi (Munir, 2012). Definisi multimedia secara terminologis adalah kombinasi dari berbagai media yaitu teks, gambar, suara, animasi, video, dan lainnya secara menyatu dan menguatkan melalui peralatan elektronik untuk mencapai tujuan tertentu. Setiap komponen multimedia harus diolah dan dipadukan secara digital menggunakan perangkat komputer atau sejenisnya. Dalam multimedia tidak harus meliputi semua aspek tersebut, tetapi minimal harus memiliki dua jenis media misalnya teks dan gambar. Namun, dua jenis media tersebut harus menghubungkan dan menguatkan dalam menjelaskan suatu konsep tertentu. Dalam penggunaan multimedia, tentu akan terjadi aktivitas yang membuat pengguna berinteraksi dengan multimedia yang dimaksud seperti mengklik tombol navigasi (*next, back, home*), mengklik menu, memilih alternatif jawaban, menulis teks, menggeser objek, dan lainnya (Surjono, 2017).

Menurut Silva & Anzur (2011), multimedia memiliki kelebihan dalam penyampaian pesan dan informasi yang lebih efektif karena melibatkan audiens dalam proses pembuatan dan pengaksesannya. Multimedia merupakan kombinasi dari berbagai macam nilai praktis jurnalisme yang baik dan sebagai alat visualisasi modern yang berguna untuk menciptakan informasi yang lebih menarik. Hofstetter (2001) menjelaskan bahwa konsep multimedia dalam ranah digital memiliki beberapa komponen sendiri yang memengaruhi beberapa faktor untuk mengumpulkan, memproses, dan mengomunikasikan informasi dengan ide secara interaktif. Tanpa adanya salah satu komponen tersebut, maka sebuah produk belum bisa dikatakan sebagai produk multimedia.

Secara garis besar, terdapat dua jenis multimedia menurut Munir (2012) yaitu multimedia linier dan multimedia interaktif. Multimedia jenis linier tidak dilengkapi oleh berbagai alat pengontrol yang dapat

dioperasikan secara manual oleh audiens, tetapi biasanya tersusun berurutan yang berjalan sesuai alurnya yang mengartikan bahwa jenis multimedia ini membuat audiens tidak bisa mengontrol alur dan bagian yang ingin dilihat terlebih dahulu sehingga dapat dikatakan sifatnya pasif. Pada karya ini, penulis menggunakan jenis multimedia interaktif yang dilengkapi oleh alat pengontrol yang membuat audiens dapat memilih yang ingin dilihat dan lakukan untuk proses selanjutnya yang mengartikan bahwa jenis multimedia ini membuat audiens tidak hanya menjadi penerima dari informasi yang disampaikan, tetapi juga dapat berpartisipasi dalam membuat, mengubah, atau mengakses informasi yang ada dalam produk multimedia tersebut.

Menurut Munir (2012), multimedia interaktif adalah suatu tampilan multimedia yang dirancang oleh desainer agar tampilannya memenuhi fungsi dalam menginformasikan pesan dan memiliki interaktivitas kepada penggunaanya (*users*). Salah satu ciri multimedia interaktif adalah ketika pengguna memiliki keleluasaan dalam mengontrol multimedia tersebut. Multimedia juga memiliki keuntungan dalam pembelajaran di antaranya lebih inovatif, menumbuhkan kreativitas, dan penyatuan elemen gambar, audio, dan visualisasi yang relevan dapat meningkatkan motivasi dan memudahkan pemahaman informasi.

Menurut Soerjono (2017), multimedia interaktif memiliki lima elemen yaitu teks, gambar video, audio, dan animasi yang masing-masing berperan penting dalam menyajikan informasi dan minimal terdapat tiga sampai empat elemen untuk disebut sebagai multimedia interaktif. Namun, penulis hanya akan menggunakan elemen yang berikut untuk menyampaikan informasi pada karya yang dibuat:

1. Teks

Teks merupakan elemen dasar paling utama dalam sebuah multimedia interaktif yang berfungsi untuk menyajikan informasi

utama, penjelasan menu dalam website, dan menjelaskan elemen lain seperti gambar yang digunakan.

2. Gambar

Gambar seperti ilustrasi atau foto umumnya digunakan untuk memvisualisasikan informasi yang disampaikan agar pembaca dapat membayangkan atau melihat secara langsung visual dari informasi yang disampaikan. Elemen gambar dapat membuat pembaca lebih mudah memahami informasi yang disampaikan.

3. Suara

Suara yang dimaksud dalam multimedia interaktif dapat berupa narasi secara langsung dari penulis, *soundbites* wawancara, latar musik, dan efek suara. Elemen suara dapat menghasilkan pengalaman akses multimedia interaktif lebih imersif bagi pembaca.

4. Video

Hasil rekaman video suatu kejadian yang dilengkapi dengan audio akan menyita tempat penyimpanan atau data yang paling besar jika diterapkan dalam sebuah website multimedia interaktif.

2.2.2 Gamifikasi

Menurut Anshori & Bashir (2024), gamifikasi menawarkan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kemampuan literasi digital audiens. Gamifikasi merupakan penerapan elemen-elemen dalam game atau video game dalam konteks bidang edukasi untuk meningkatkan motivasi dalam memahami informasi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberi peran penting dalam meningkatkan penggunaan gamifikasi dalam pembelajaran. Implementasi gamifikasi yang bersifat interaktif menjadi lebih mudah dan fleksibel karena adanya *platform* pembelajaran online, aplikasi mobile, dan perangkat lunak (Herlina et al., 2025).

Gamifikasi merupakan salah satu metode interaktif dalam pembelajaran yang memiliki beberapa kelebihan diantaranya rasa ketertarikan dan kesenangan, penawaran untuk terlibat aktif agar tidak bosan dalam proses pembelajaran, serta menguatkan ikatan emosional dan memori dalam informasi yang sudah disampaikan (Srimuliyani, 2023). Peran motivasi yang aktif, imersif, dan dispersonalisasi dalam pembelajaran melibatkan siswa dalam konteks gamifikasi dan interaktivitas dalam konteks digital sangat penting dalam meningkatkan pembelajaran yang mendukung interaksi sosial dan kolaborasi yang merupakan hal mendasar untuk keterlibatan dalam lingkungan digital (Aashmi & Reddy, 2025).

Elemen interaktif dalam gamifikasi merupakan salah satu fitur penting untuk mengubah siswa yang pasif menjadi aktif dalam proses pendidikan. Elemen tersebut menjadi alat untuk latihan, masukan, refleksi, dan keterlibatan dinamis dalam pembelajaran. Salah satu elemen interaktif dalam gamifikasi adalah quiz. Quiz dapat menguji pemahaman siswa secara real time. Dengan menjawab pertanyaan yang ada pada quiz, siswa bisa secara langsung menerima masukan dan refleksi tentang informasi pengetahuan yang harus ditingkatkan (Aashmi & Reddy, 2025).

2.2.3 Digital Storytelling

Menurut Ohler (2013), *storytelling* atau bercerita adalah sebuah dinamika sosial antar manusia, terutama antara pencerita dan pendengar, yang dibangun atas dasar kepercayaan kesepakatan yang tidak dibicarakan. Konsep ini merupakan metode komunikasi dengan perpaduan elemen verbal dan visual untuk menghadirkan informasi, edukasi, dan hiburan kepada audiens (Spanjaard, Garlin, & Hossain, 2023). *Digital storytelling* dapat dikatakan sebagai bentuk baru dari salah satu kegiatan tertua yang sudah dilakukan sejak zaman dahulu yaitu bercerita. Para pencerita mempercayai bahwa mereka akan diberikan perhatian dari pendengarnya dan tidak akan diganggu selama proses bercerita, sedangkan pendengar

mempercayai bahwa mereka akan disuguhkan dengan cerita yang menarik dan menghibur sebagai ganti waktu mereka (Ohler, 2013).

Menurut Skouge & Rao (2009), digital *storytelling* merupakan produk multimedia yang dilengkapi dengan elemen foto, video, audio, dan musik. Hal ini merupakan sebuah konsep seni bercerita dengan menggabungkan berbagai elemen multimedia (gambar, audio, dan video). Hal tersebut dapat memberikan pengaruh pada daya serap audiens. Digital *storytelling* membuat informasi yang tersampaikan menjadi lebih emosional dan menemukan makna yang lebih dalam (Zuana, 2018), serta lebih menarik karena terdapat elemen multimedia didalamnya (Wang & Zhan, 2010).

Tidak hanya dapat membuat penyampaian cerita lebih menarik, digital *storytelling* efektif untuk mengembangkan literasi digital, terutama dalam mengasah keterampilan bercerita, komunikasi lisan dan tulisan, berpikir kritis, serta keterampilan produksi dalam merancang cerita dan memahami dampak dari cerita yang dibuat (Dunford & Jenkins, 2015; Alexandra, 2008). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Najah (2025), menunjukkan bahwa digital *storytelling* terbukti efektif sebagai metode pembelajaran untuk memahami, mengenali, dan mengekspresikan emosi dasar karena memberikan pengalaman yang menyenangkan dan bermakna melalui narasi visual dan audio yang terintegrasi.

Menurut Robin (2011), terdapat tiga tipe digital *storytelling* yaitu cerita dari kisah pribadi seseorang, cerita dari hasil dokumentasi suatu peristiwa, dan cerita yang dibuat untuk memberi informasi. Pada karya ini, tipe yang digunakan adalah cerita yang dibuat untuk memberikan informasi. Terdapat tujuh elemen yang terdapat dalam digital *storytelling* menurut Robin (2011):

1. *Point of view*: menghadirkan perspektif dari penulis

2. *A dramatic question*: sebuah pertanyaan yang akan dijawab pada akhir cerita
3. *Emotional content*: melibatkan aspek emosional dalam memahami makna yang tersurat maupun tersirat dalam isi cerita
4. *The gift of your voice*: cara untuk personalisasi cerita agar membantu pemustaka memahami konteks
5. *The power of the soundtrack*: musik atau audio yang mendukung alur cerita
6. *Economy*: mempertimbangkan unsur ekonomi/efisiensi
7. *Pacing*: seberapa cepat atau lambat cerita tersebut berlangsung

2.2.4 Jurnalisme Digital

Jurnalisme digital didefinisikan sebagai semua bentuk jurnalisme yang menggunakan sumber daya digital yang sudah tersebar di internet atau jaringan internet *mobile*, televisi digital, dan radio digital. (Salaverria, 2019). Tidak hanya itu, Kawamoto (2003) menjelaskan terdapat beberapa teknologi digital lainnya seperti website, digital *audio recorder*, dan *weblog*. Jurnalisme digital dapat dicirikan oleh beberapa pola seperti keterlibatan interaktif kolaborasi antara pembaca dan penulisnya, publikasi yang digabungkan oleh media yang bersifat multimedia, pengaruh yang lebih luas dari pola penyebaran konten yang aktual, dan jangkauan yang lebih global karena faktor terhubung dengan jaringan internet (Franklin & Eldridge, 2017).

Kawamoto (2003), menyoroti bahwa jurnalisme digital merupakan bentuk praktik lama dalam konteks baru atau lebih spesifiknya sebagai sebuah sintesis dari tradisi dan inovasi. Satria et al. (2026), juga menyoroti peralihan format media konvensional menuju format digital mendorong inovasi dalam proses peliputan, pengolahan, penyajian, penyampaian, dan penerimaan informasi berita. Informasi berita yang sebelumnya disampaikan melalui cetak dan elektronik, kini ditampilkan secara digital

yang dilengkapi dengan visualisasi dan fitur interaktif yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah. Format ini membuka ruang jurnalis untuk mendapatkan respons audiens yang tidak dapat dilakukan oleh media konvensional.

Melakukan publikasi melalui jaringan internet sudah menjadi tanda adanya jurnalisme digital. Hal ini mencakup pemahaman bahwa perusahaan media saat ini cenderung menyebarkan informasi ke jejaring media secara *multiplatform* dengan memanfaatkan dan menyatukan beberapa jenis medium seperti blog, *podcast*, video digital, dan galeri foto ke dalam situs multimedia (Franklin & Eldridge, 2017).

2.2.5 Desain Web

Desain web adalah sebuah teknik desain dengan materi dan tampilan halaman pada situs internet atau suatu jenis desain grafis untuk perkembangan informasi internet dengan menyediakan fitur dengan kualitas estetika untuk membuat situs web dengan teknik grafis (Hassanudin & Adityawan, 2023). Proses tersebut meliputi membangun elemen yang pada situs web, seperti struktur dan tata letak, gambar, warna, *font*, dan grafik. Terdapat banyak komponen yang bekerjasama dalam menciptakan pengalaman akhir sebuah situs web yang meliputi desain grafis, *User Interface (UI)*, *User Experience (UX)*, dan pembuatan konten. (Putri et. al., 2022).

Menurut Putri et. al. (2022), desain web berfungsi untuk memecahkan masalah komunikasi antar pengguna dan informasi halaman web. Oleh karena itu, memperhatikan *User Interface (UI)* & *User Experience (UX)* menjadi solusi yang dapat dilakukan dalam membangun desain web (Saraswati, 2020).

User Interface (UI) merupakan tampilan desain visual sebuah sistem yang menyajikan alat-alat yang tepat dalam membantu pengguna mencapai

tujuannya. Hal tersebut meliputi *layout*, tampilan informasi, penggunaan ikon dan tombol. Salah satu tahap awal dalam pembuatan desain web adalah riset desain dan membuat *wireframe* sebagai panduan pembuatan website. *User Interface (UI)* berfungsi untuk menjaga keseimbangan antara estetika dan interaktivitas yang membuat pengguna nyaman saat menggunakan laman (Saraswati, 2020; Ikhlās & Zukhri, 2022).

User Experience (UX) merupakan pengalaman dan kesan yang didapatkan pengguna saat membuka laman yang dibuat. Hal ini meliputi interaksi pengguna dengan *User Interface (UI)* yang disediakan. Oleh karena itu, sistem komponen yang dibuat harus sesuai dengan kebutuhan pengguna yang akan mengakses laman. Komponen *User Experience (UX)* yang dimaksud adalah fitur yang disediakan pada laman. Berbagai fitur tersebut akan menentukan kemudahan dan kenyamanan pengguna saat menggunakan laman yang tersedia (Saraswati, 2020; Ikhlās & Zukhri, 2022).

2.2.6 Maskot

Berdasarkan penelitian Christstefannie, Budiarjo, & Riqqoh (2018), maskot merupakan identitas dari sebuah brand dalam berbagai wujud atau karakter yang dapat mencerminkan sifat dan ciri khasnya. Maskot berperan sebagai elemen komunikasi kepada masyarakat dan media promosi yang efektif dalam konteks memperkenalkan suatu brand untuk jangka pendek dan membangun loyalitas untuk jangka panjang. Maskot yang efektif dapat membawa visi dan misi, serta filosofi dari sebuah brand atau perusahaan yang diwakilinya. Oleh karena itu, desain karakter maskot juga melibatkan pemilihan elemen seperti bentuk tubuh, wajah, warna, atribut, dan gaya ilustrasi yang sesuai dengan konsep dan pesan yang ingin disampaikan (Putri & Abidin, 2024).

Maskot dapat ditampilkan dalam bentuk identitas utama dan pendukung. Maskot memiliki kecenderungan untuk mengajak berinteraksi,

maka dari itu maskot harus memiliki bentuk visual yang unik dan lucu agar dapat menarik perhatian. Maskot bersifat universal sehingga dapat dengan mudah dikenali dan diterima oleh semua kalangan, hadirnya maskot juga mampu mencairkan suasana karena memiliki kedekatan emosional dalam kehidupan manusia (Christstefannie, Budiarjo, & Riqqoh, 2018).

Menurut Syarif & Putra (2023), maskot memiliki relevansi komersil yang luar biasa karena memiliki kapasitas dalam memicu ingatan atau membentuk konektivitas antar berbagai elemen yang lebih fundamental dari otak. Terdapat juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Kharismanata, Swandi, & Ranta (2024), yang mengatakan bahwa maskot dapat memicu respons emosional secara dasar maupun tidak sadar. Hal ini dapat memicu khalayak dalam mudah menyerap dan memahami informasi yang ingin disampaikan melalui elemen visual yang kuat. Maskot dapat berfungsi sebagai pendongeng dan mewakili nilai inti yang ingin disampaikan dengan tepat sesuai sasaran (Nurannisaa et al., 2024).

2.2.7 Lifestyle Journalism

Menurut Hanusch (2013), *lifesytle journalism* muncul pada tahun 1950-an dan 1960-an ketika munculnya budaya konsumen membaca berita ringan yang menyoroti seperti topik perjalanan, mode, gaya, kesehatan, kebugaran, hiburan, rekreasi, gaya hidup, makanan, musik, seni, teknologi pribadi, berkebun, dan kehidupan. Konsep *lifestyle journalism* tidak hanya mementingkan berita informatif, tetapi juga menghibur dan menginspirasi.

Lifestyle journalism ada karena dibutuhkan banyak khalayak untuk menemukan tren dan budaya gaya hidup terkini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *lifestyle journalism* merupakan bidang jurnalistik yang tujuan pada audiens sebagai konsumen dalam memberikan informasi dan saran faktual dengan cara yang menghibur. Hal tersebut merupakan bagian individual pada surat kabar, majalah, program radio atau televisi, bahkan

situs web khusus. *Lifestyle journalism* dipengaruhi dengan cara yang mirip dengan jenis jurnalisme lainnya oleh perkembangan yang lebih luas, seperti kebangkitan jurnalisme partisipatif. (Hanusch, 2013).

Sebelum *lifestyle journalism* hadir untuk khalayak, media massa hanya fokus pada pemberitaan isu berat dan kontroversial saja, seperti politik, pemerintahan, dan ekonomi. Namun, karena adanya revolusi dan perkembangan teknologi dan media massa, beberapa media mulai memberitakan informasi mengenai *lifestyle* yang dapat diaplikasikan dalam dunia nyata dengan istilah “*news you can use*” yang diartikan dengan berita yang dapat Anda gunakan yang memiliki makna berita yang dapat diterapkan oleh audiens dalam kehidupan mereka. (Hanusch, 2013).

Dalam konteks tersebut, *lifestyle journalism* memiliki gaya persamaan dengan *service journalism* yang mungkin sulit untuk dibedakan yang digambarkan sebagai “*the way the news media provide their audiences with information, advice and help about the problems of everyday life*” yang diartikan dengan cara media menyediakan informasi saran atau bantuan mengenai kehidupan sehari-hari. Sesuai yang sudah dijelaskan, terdapat kaitan dengan jurnalisme yang digerakkan oleh pasar secara luas, “terwujudnya berita *infotainment* dan *lifestyle journalism* yang mencontohkan kecenderungan untuk memadukan informasi dengan panduan saran serta dengan hiburan dan relaksasi” (Hanusch, 2013).