

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hewan Terlantar

Tercatat dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 41 tahun 2014 tentang peternakan dan kesehatan hewan pasal 3 ayat 4, dikatakan bahwa hewan peliharaan adalah hewan yang kehidupannya untuk sebagian atau seluruhnya bergantung pada manusia untuk maksud dan tujuan tertentu (RI, 2014). Sedangkan hewan terlantar merupakan hewan yang tidak memiliki tempat tinggal maupun pemilik untuk mengurus mereka. Menurut salah satu organisasi yang mengurus hak asasi hewan dunia yaitu People for the Ethical Treatment of Animals (PETA) mencatat bahwa setidaknya terdapat 70 juta anjing dan kucing terlantar yang berjuang untuk hidup, mereka berasal dari pemilik yang menelantarkan, orang yang menolong mereka pergi atau bahkan karena mereka tidak menginginkan hewan itu lagi (PETA).

2.1.1 Masalah Populasi Berlebihan

Jumlah populasi hewan terlantar yang berlebihan dapat menimbulkan masalah kepada lingkungan sekitar. Pada acara World Animal Day 2021 dengan tema “Overpopulasi mempengaruhi keseimbangan lingkungan dan kesejahteraan hewan” yang diselenggarakan oleh Universitas Gajah Mada, salah satu narasumber yaitu drh. Ida Junyati Masnur mengatakan penyebab dari kelebihan populasi ada beberapa yaitu tingkat kelahiran meningkat, penyebaran yang tidak merata, penurunan tingkat kematian, dan predator yang jumlahnya sedikit. Beliau menyampaikan masalah yang dapat ditimbulkan adalah penyakit yang semakin meningkat dan keseimbangan ekosistem seperti jaring-jaring makanan di alam akan terganggu karena jumlah dari populasi predator dan mangsa yang tidak seimbang (UGM, 2021). Oleh karena itu berikut ini adalah masalah yang ditimbulkan oleh populasi berlebihan hewan terlantar:

1. Kekejaman pada Hewan

Pada bulan Agustus 2022 terjadi penembakan di lingkungan sesko TNI daerah bandung, oknum mengatakan alasan bahwa penembakan dilakukan untuk menjaga kebersihan (detikNews, 2022).

2. Penyakit yang Dapat menular

Menurut penelitian hewan memiliki hubungan dengan manusia hal ini dapat menyebabkan kesehatan terhadap manusia itu sendiri (Scanes & Toukhsati, 2017). Salah satunya adalah penyakit *Zoonosis* penyakit ini telah terjadi di Hongkong dan menurut penelitian penyebabnya adalah hewan peliharaan (Lee & Devlin, 2022).

3. Lingkungan Tempat Tinggal Berpenyakit

Lokasi hewan berkumpul dengan jumlah yang banyak juga dapat menimbulkan penyakit tertentu. Seperti *Virus CDV* yang menular dan menyebabkan wabah, pada penelitian dikatakan virus ini berkembang ditempat berkerumun hewan seperti *tempat penampungan hewan* (Dantzler, 2016). Penelitian lain juga mengatakan bahwa *zoonosis* pada hewan rentan menular kepada manusia (Chakraborty, et al., 2022).

2.1.2 Upaya Membantu Hewan Terlantar

Dengan jumlah hewan terlantar yang banyak dan tidak kunjung diadopsi tidak jarang mereka berakhir dengan *eutanasia*. Tindakan *euthanasia* adalah tindakan yang dilakukan oleh medis untuk mengakhiri kehidupan hewan tersebut secara perlahan. Organisasi PETA mengatakan bahwa lebih dari enam juta anjing dan kucing di Amerika ditangkap, dari jumlah tersebut terdapat dua sampai tiga juta dari mereka harus disuntik mati setiap tahun demi menekan jumlah populasi (Prisca, 2019). Oleh karena itu beberapa upaya dilakukan untuk membantu hewan terlantar seperti melakukan adopsi, donasi, bekerja sukarelawan, dan bahkan menjadi ibu asuh bagi hewan terlantar.

Adopsi Hewan Terlantar

Melakukan adopsi menurut Carolina Fajar yang merupakan Head of Operations Let's Adopt Indonesia kita dapat menyelamatkan dua nyawa yaitu nyawa hewan yang diadopsi dan nyawa hewan yang lain yang mendapatkan kesempatan untuk ditolong (Tedjo, 2022). Memberikan kesempatan kedua bagi

hewan itu sendiri untuk hidup dengan layak. Kegiatan adopsi hewan ini biasanya dilakukan oleh komunitas ataupun perseorangan.

2.2 Adopsi Hewan

Melakukan adopsi hewan atau mengambil tanggung jawab sepenuhnya terhadap hewan tersebut. Menurut People for the Ethical Treatment of Animals (PETA) yang berlokasi di Amerika Serikat mengatakan bahwa melakukan adopsi seperti menolong satu dari 6 juta kucing dan anjing yang saat ini berada di penampungan. PETA sendiri mengatakan bahwa jika memiliki komitmen yang baik terhadap hewan ada baiknya melakukan adopsi jangan membeli melalui *Pet shop* karena itu sama saja dengan mendukung masalah populasi berlebihan (Emily, 2017).

2.2.1 Alasan Adopsi

Sebagai upaya pengurangan resiko dari populasi hewan berlebihan terutama hewan liar adopsi dilakukan dengan berbagai alasan seperti untuk kepentingan hewan itu sendiri. Menurut Carolina Fajar yang merupakan *founder Let's Adopt Indonesia* mengatakan bahwa kegiatan adopsi yang dilakukan memiliki tujuan untuk memberikan kesempatan kedua bagi hewan yang telah ditelantarkan, sakit atau dibuang oleh pemilik sebelumnya (Prisca, 2019).

2.2.2 Prosedur Adopsi

Prosedur adopsi biasanya memiliki persyaratan kepada calon pemilik lebih lengkap dan terperinci ketimbang membeli hewan. Orang yang membuka adopsi atau sebuah lembaga biasanya memiliki prosedur berbeda namun memiliki tujuan yang sama yaitu berharap untuk mereka tidak kembali ke jalanan untuk dua kali. Bersumber dari formulir yang ada di *website* resmi Jakarta Animal Aid Network mengharuskan calon pemilik untuk mengisi mengenai informasi pribadi calon pemilik dan melakukan tanda tangan. Selain itu mereka juga melakukan seleksi untuk memastikan bahwa pemilik memenuhi persyaratan yang mereka miliki. Mengadopsi hewan peliharaan mengharuskan kita untuk mengetahui situasi yang akan dihadapi saat hewan tersebut telah bersama kita. Dimuat dalam *website* Royal Canin mengatakan bahwa tips dalam melakukan adopsi adalah dengan mengenal

hewan yang akan diadopsi dengan cara mengajukan pertanyaan kepada pemilik lama dan meluangkan waktu dengan hewan yang akan diadopsi tersebut (Canin R. , 2018). Pertanyaan yang seharusnya diberikan kepada pemilik sebelumnya adalah mengenai riwayat kesehatan seperti pemberian obat, status steril, dan bahkan sifat hewan yang akan diadopsi (Canin R. , 2023)



Gambar 2. 1 Prosedur adopsi

(sumber: <https://radarsolo.jawapos.com/features/11/07/2022/adopsi-hewan-peliharaan-menyelamatkan-dua-nyawa-sekaligus/>)

2.2.3 Sarana Adopsi

Pada saat ini adopsi dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk mempermudah proses adopsi hewan dan mencari lebih banyak calon pemilik. Kampanye sosial juga dilakukan mengenai *adopt don't buy* dimaksud untuk menyuarakan orang untuk lebih memilih adopsi ketimbang membeli hewan. Perkembangan teknologi saat ini tidak dapat dipungkiri sangat membantu proses adopsi hewan. Berikut ini adalah sarana adopsi hewan terlantar yang ada:

1. Shelter

Tempat penampungan hewan terlantar atau yang biasa disebut *shelter* merupakan rumah bagi hewan-hewan terlantar yang diselamatkan oleh para penolong binatang. Mereka berkumpul dan dirawat dengan layak hingga

mendapatkan pemilik baru yang lebih baik nanti. Shelter di Indonesia sangat banyak seperti Jakarta Animal Aid Network (JAAN), Pejaten Shelter, Rumah Kucing Parung, Rumah Singgah Clow, Pusat Kesehatan Hewan Ragunan, dan masih banyak lagi. Dengan jumlah tempat penampungan hewan yang banyak ini calon adopsi bisa mencari info atau mendatangi mereka untuk mengetahui cara adopsi hewan.

2. Media Digital

Saat ini peran media digital terhadap kemudahan melakukan sesuatu sangat besar. Menurut penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya mengatakan bahwa hewan adopsi sulit sampai ke tahap mendapatkan rumah baru dikarenakan jumlah mereka yang terus meningkat karena sedikitnya informasi yang disampaikan dengan baik dan hanya disebarakan melalui sosial media saja tanpa mempromosikan ulang (Dery, 2021). Terdapat penelitian yang mengatakan bahwa adopsi hewan membutuhkan media yang dapat menyatukan informasi dari beberapa pihak dan dapat dijangkau dianggap bisa menjadi solusi (Mulya, Kuntjara, & Sutanto, 2020). Teknologi juga dapat dianggap membantu proses adopsi karena dapat diakses oleh banyak orang dari berbagai lokasi (Nurfitriyani, Aplikasi Mobile Untuk Membantu Binatang Yang Diabaikan, 2019). Teknologi terbukti dapat membantu penyelamatan hewan dan mengatasi masalah pada hewan lebih efektif, hal pernah disampaikan oleh seorang penulis buku *Animal Disaster* yaitu Dr. Dick Green yang memiliki pengalaman mengenai penyelamatan hewan (Green, 2019).

Website

Dikutip dari CNBC menjelaskan bahwa definisi *website* menurut salah satu ahli yaitu Abdullah definisi dari *website* memiliki definisi yaitu laman yang berisikan informasi digital dalam bentuk gambar, teks, audio, musik, dan animasi lainnya dan terkumpul dalam beberapa halaman yang disediakan melalui jalur internet (CNBC, 2022). Tipe tampilan ini memberikan informasi secara terstruktur dan sistematis kepada pengguna karena dapat memudahkan dan mempercepat akses dan navigasi pengguna

kepada tujuan. *Website* memperhatikan aspek estetik untuk memberikan tampilan yang mencolok, menarik, dan juga pembeda yang atraktif dengan mengkombinasikan atribut grafis yaitu tipografi, gambar, animasi, warna, dan lain-lain selain itu mereka memiliki fokus utama yang *usable*. Bahkan menurut buku “Don’t Make Me Think” karya Steve Krug (2014) dan juga “Prioritizing Web Usability” karya Loranger & Nielsen (2006) mengatakan bahwa dalam pembuatan *website* hal yang perlu menjadi bahan pertimbangan adalah *usable* dan estetis (Octavia, Yogasara, Theopilus, & Theresia, 2022).

Mobile Device

Suatu alat yang mudah digenggam oleh tangan dan dapat dibawa kemana-mana serta dapat digunakan dengan mudah dalam mobilitas tertentu biasanya disebut dengan *mobile device*. Keunggulan yang dapat digunakan sehari-hari dan mendukung kehidupan manusia seperti telepon pintar (Octavia, Yogasara, Theopilus, & Theresia, 2022).

2.3 Desain Interaksi

Desain Interaksi dijelaskan sebagai sebuah interaksi antara produk dengan manusia, desain interaksi sendiri memiliki tujuan untuk membuat produk interaktif yang akan membantu pengguna agar mencapai tujuan mereka dengan cara menggunakan produk dengan baik. Selain itu menurut teori yang dikatakan oleh Saffer (2010) mengatakan bahwa aspek sosial dan artistik dari sebuah desain interaksi sebagai suatu seni yang memfasilitasi interaksi antar manusia melalui berbagai produk dan jasa atau layanan yang digunakan. Interaksi manusia dengan komputer merupakan komunikasi antara manusia dengan produk interaktif. Teori menurut Sharp et al. (2019) mengatakan bahwa kita harus membuat asumsi dasar dan klaim mengenai interaksi produk yang akan dirancang untuk memahami interaksi dari suatu produk dan tim pengembang produk.

Asumsi dasar yaitu pernyataan yang dibuat tanpa memiliki dasar yang kuat sehingga harus membutuhkan investigasi yang lebih lanjut sedangkan klaim adalah pernyataan yang dianggap benar meskipun kebenarannya masih diperdebatkan.

Proses asumsi dan klaim ini merupakan bagian dari proses memahami produk dan hal ini berperan penting untuk mendapatkan solusi yang potensial untuk pengembangan suatu produk. Hal penting dalam merancang konsep interaksi yang tepat adalah dengan memahami dan menguasai permasalahan terkait dengan produk yang akan dikembangkan seperti masalah dari perspektif pengguna, konteks penggunaan, dan produk yang sudah ada (Octavia, Yogasara, Theophilus, & Theresia, 2022).

Dalam menggambarkan suatu sistem atau proses tertentu biasanya akan membutuhkan model dan hubungan dengan merancang produk interaktif tertentu itu membutuhkan model konseptual interaksi yang bertujuan untuk menggambarkan bagaimana proses interaksi antar pengguna dengan suatu produk. Model konseptual yang baik harus memiliki sifat jelas dan simpel. Model konseptual yang simpel adalah model yang dapat menggambarkan interaksi efisien untuk mencapai tujuan pengguna, mudah dipahami, dan tanpa mengurangi kejelasan dari model tersebut. Terdapat tiga cara dalam membuat model konseptual yaitu *Human Computer Interaction (HCI) Loop*, *Use Case Diagram*, dan *User Journey Map*.

2.3.1 User Journey Map

Menurut buku *Desain Interaksi: Fundamental dan proses user journey map* adalah bentuk suatu visualisasi dari perjalanan pengguna saat berinteraksi dengan suatu produk, proses, atau sistem. Biasanya digunakan untuk memetakan perjalanan dari pengguna. Kaitan *user journey map* dengan model konseptual interaksi adalah mereka dapat menggambarkan suatu interaksi pengguna dengan produk ataupun sistem interaktif dari waktu ke waktu. Tujuan dari penggunaan *user journey map* sendiri adalah untuk merancang proses interaksi suatu produk, mencari atau mengidentifikasi suatu masalah, mengetahui kebutuhan pengguna terhadap suatu sistem, dan juga mengevaluasi suatu produk. Pada umumnya terdapat informasi yang dipetakan dalam *user journey map*, yaitu:

1. Perjalanan pengguna (*journey*)
2. Tujuan dan ekspektasi pengguna (*goals & expectation*)

3. Alur proses (*process flow*)
4. Touchpoint
5. Pengalaman (*experience*)
6. Deskripsi pengalaman positif dan negatif
7. Pikiran dan perasaan (*think and feel*)

2.3.2 User Flow

User flow merupakan tahapan yang dilakukan oleh pengguna untuk mencapai suatu tujuan tertentu terhadap suatu produk. Biasanya User flow memiliki fokus terhadap bagaimana cara pengguna berinteraksi terhadap produk tersebut dan bisa saja memiliki alur yang berbeda terhadap pengguna satu dengan yang lain (Auliyaa, 2020).

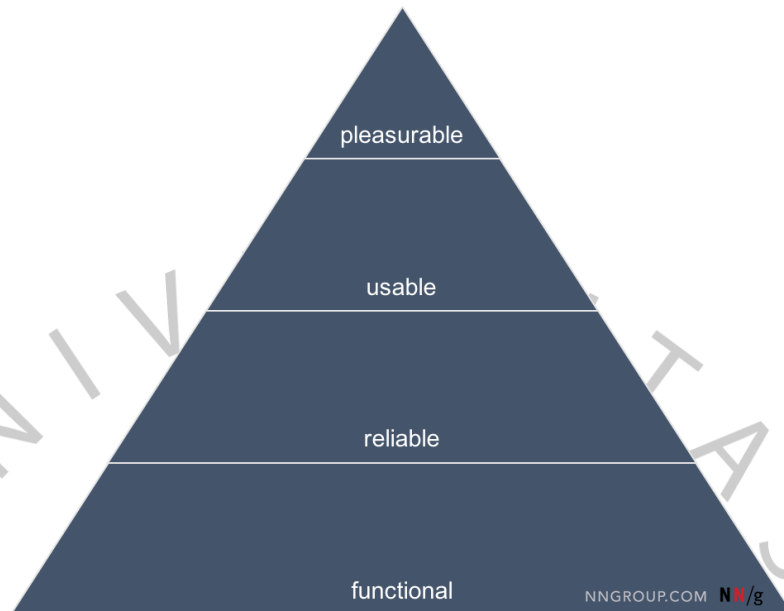
2.3.3 Sitemap

- Sitemap biasanya disebut seperti peta yang menjabarkan halaman website yang kita miliki. Biasanya juga dapat disebut sebagai diagram yang menggambarkan urutan alur yang dapat digunakan pengguna selain itu sitemap membantu pengguna untuk memahami alur website yang ada (Nurfitriyani, 2020).

2.3.2 User Experience

Pada era digital seperti ini suatu perancangan ditantang untuk menghasilkan suatu sistem yang dapat digunakan dengan mudah dan menghasilkan pengalaman yang menyenangkan bagi para pengguna. Pada teori yang dikatakan oleh Aaron Walter dalam buku tulisan berjudul *Designing for Emotion* (2017) mengatakan bahwa hierarki kebutuhan pengguna merupakan cerminan yang berasal dari teori kebutuhan Maslow yaitu motivasi pertama manusia adalah kebutuhan dasar, pada teori ini Aaron memiliki pendapat yaitu kebutuhan superior seperti kesenangan akan didapat setelah kebutuhan yang lebih mendasar seperti fungsionalitas dan kegunaan telah terpenuhi dilihat dari perkembangan zaman saat ini produk tidak hanya cukup fungsional namun harus dapat diandalkan dan dapat digunakan selain itu pengguna menginginkan produk interaktif yang menarik dan menyenangkan saat digunakan (Octavia, Yogasara, Theopilus, & Theresia, 2022).

Aarron Walter's Hierarchy of User Needs



Gambar 2. 2 Hierarki kebutuhan pengguna.

(Sumber: <https://www.nngroup.com/articles/theory-user-delight/>)

Suatu produk interaktif yang baik dapat dirancang dengan User Experience yang baik adalah dari kegunaan suatu produk, oleh karena itu aspek ini dibagi menjadi enam sasaran berikut secara lebih spesifik:

1. Dapat digunakan secara efektif
2. Penggunaan lebih efisien
3. Dapat digunakan secara aman
4. Baik dalam daya guna
5. Dapat dipelajari secara mudah
6. Dapat diingat dengan mudah cara penggunaannya

2.3.3 User Interface

Definisi dari *User Interface* (UI) atau tampilan antarmuka adalah bagian dari program komputer yang menangani output suatu program dan input dari orang yang menggunakan suatu program (MYERS, 1995). Dalam perancangan tampilan dibutuhkan data yang komprehensif untuk memastikan perancangan memenuhi kebutuhan dari pengguna. Selain itu aspek hierarki visual menjadi salah satu bagian

dalam perancangan UI karena proses ini menjadi penentu pengguna dapat melakukan suatu proses yang mereka inginkan dengan cepat dan tepat atau tidak.

Hierarki Visual

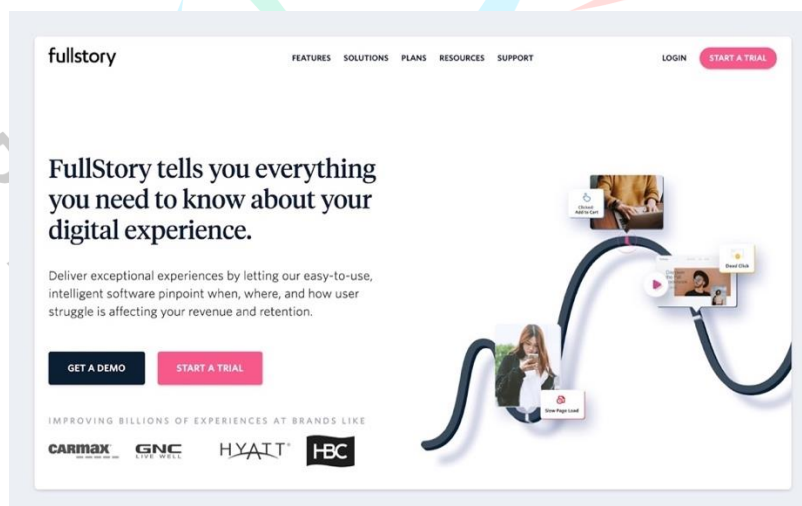
Hierarki visual adalah bagaimana menempatkan suatu elemen berdasarkan peringkat yang ingin dilihat terlebih dahulu oleh pengguna dengan mengatur kontras, skala, keseimbangan dan lainnya. Dengan mengatur hierarki visual akan membantu pengguna dalam melakukan navigasi saat mencari info yang diberikan (Kingston, 2020). Berikut adalah beberapa cara dalam menekan hierarki visual:

1. Menggunakan ukuran untuk menekan fokus pengguna

Dengan membuat beda ukuran suatu elemen akan membuat pengguna tertarik dengan hal tersebut, harus diperhatikan jumlah elemen yang menggunakan ukuran berbeda.

2. Menggunakan warna untuk membuat kontras dan lebih terlihat

Penggunaan warna pada suatu elemen juga memberikan kesan yang berbeda dan menonjolkan objek tersebut. Warna yang lebih cerah biasanya akan menarik perhatian, biasanya warna cerah digunakan dalam satu objek seperti sebuah tombol untuk tindakan atau CTA.



Gambar 2. 3 Contoh penggunaan warna

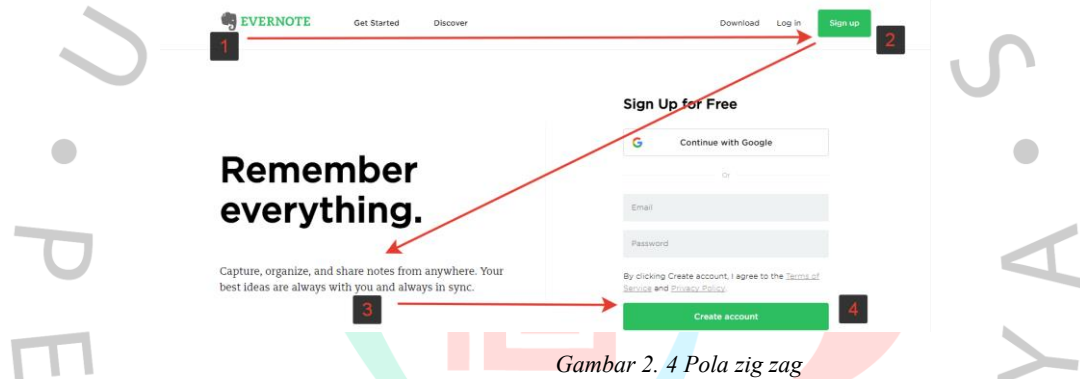
(Sumber: <https://xd.adobe.com/ideas/process/information-architecture/visual-hierarchy-principles-examples/>)

3. Bermain dengan *perspective*

Membuat ilusi jarak terhadap satu elemen ke elemen lain dengan cara membuat ukuran berbeda dalam satu elemen lalu menambahkan efek lain seperti *blur*, lapisan latar belakang atau yang lainnya untuk terlihat bahwa mereka lebih dekat atau seperti efek bergerak.

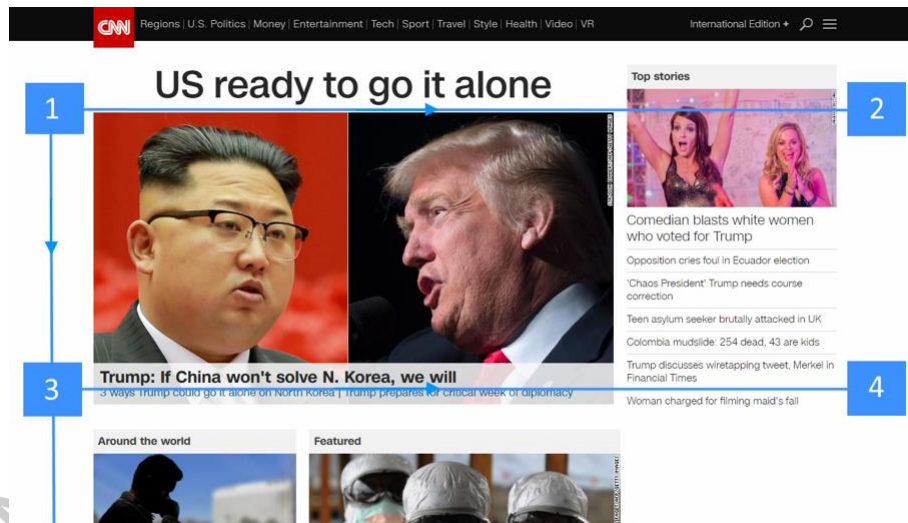
4. Menggunakan pola

Pola seseorang dalam membaca suatu informasi, terdapat dua pola yang sering digunakan yaitu F dan Z. Pola membaca akan memberikan pengalaman baik bagi pengguna. Pola Z merupakan yang paling baik digunakan karena mengalir dalam membaca.



(Sumber: <https://uxplanet.org/z-shaped-pattern-for-reading-web-content-ce1135f92f1c>)

Pola F biasanya digunakan jika memiliki lebih banyak tulisan. Pola ini membantu pengguna dalam memindai tampilan gambar dan juga tulisan yang diberikan.

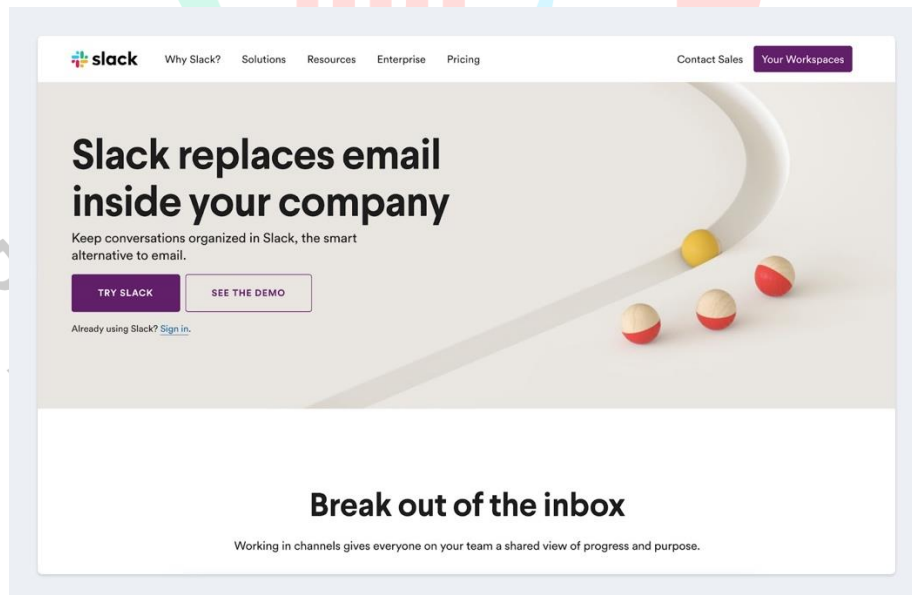


Gambar 2. 5 F-shaped Pola

Sumber <https://uxplanet.org/f-shaped-pattern-for-reading-content-80af79cd3394>

5. Memanfaatkan penggunaan tipografi

Pemilihan *typeface* akan memberikan kesan yang berbeda dan menampilkan seberapa penting informasi tersebut. Ukuran dan bobot font dapat menjadi pembeda mengenai konten.

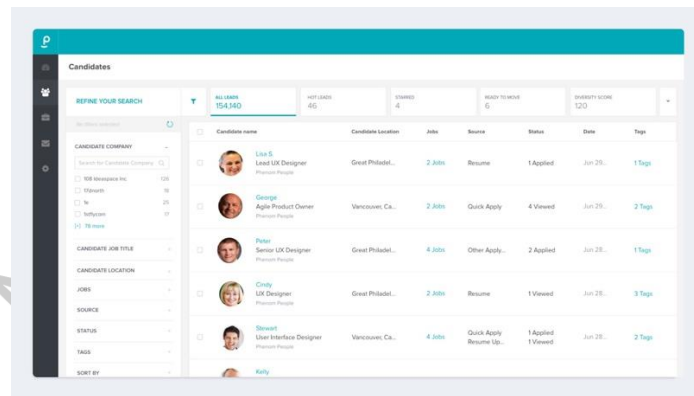


Gambar 2. 6 Contoh pemanfaatan tipografi

(Sumber: <https://xd.adobe.com/ideas/process/information-architecture/visual-hierarchy-principles-examples/>)

6. Garis bantu pada desain

Saat mengatur desain seperti memberikan tampilan yang selaras, hal tersebut dapat membuat desain seperti menyelaraskan data yang diberikan. Tanpa ada bantuan garis bantu, desain akan terlihat seperti satu kesatuan karena bentuknya yang sejajar.



Gambar 2. 7 Contoh pemanfaatan garis bantu

(Sumber: <https://www.behance.net/pardha>)

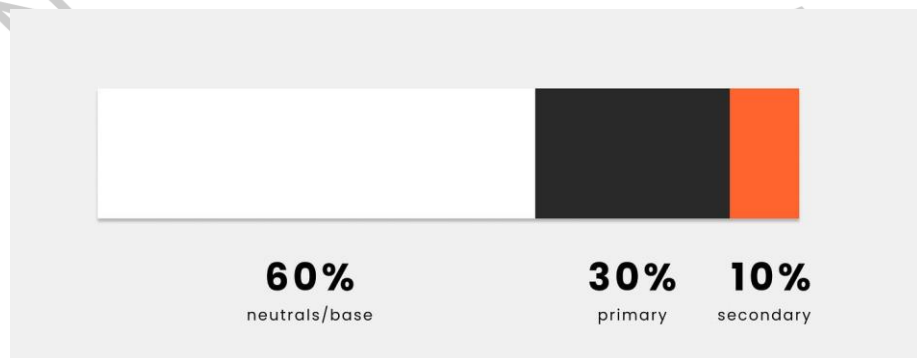
Design System

Dalam sebuah *UI* menurut Hanlim dalam pembahasan *principles of design* mengatakan bahwa sebuah tips penting adalah dengan membuat panduan karya untuk melihat warna, typography, buttons, ikon, dan ilustrasi. Karena idealnya panduan karya dimiliki untuk memastikan keseragaman.

1. Warna

Warna sendiri memiliki fungsi yaitu fungsi identitas yang membuat orang mengenal melalui warna seperti seragam, fungsi isyarat yaitu warna yang dapat memberikan isyarat seperti merah melambangkan panas, fungsi psikologis adalah saat warna memberikan kesan terhadap orang yang melihat seperti hijau pada rumput yang menyegarkan dan fungsi alamiah yaitu warna yang memang berasal dari objek itu seperti tomat yang berwarna merah (Monica & Luzar, 2011). Dalam *UI* biasanya menggunakan kode warna HEX. Menurut Shutterstock HEX adalah cara mempresentasikan warna dari berbagai model warna dengan hexadecimal yaitu dengan mengikuti format #RRGGBB (Shutterstock, 2019).

Dalam desain *UI* campuran warna paling banyak digunakan adalah 3 jenis warna dan cara pemilihan warna adalah dengan *RGB color wheel* yaitu teknik campuran warna *monochromatic*, *analogous*, *complementary* dan *split complementary*. Pemilihan warna ini dapat dieksplorasi dengan mengatur *hue*, *tint*, *shade* dan *tone*. Dalam penggunaan warna *UI* biasanya menggunakan aturan warna 60,30,10 untuk distribusi warna. Untuk base 60%, primary warna 30% dan 10% untuk warna secondary (Vallaure, 2021).



Gambar 2. 8 Distribusi Warna

(Sumber: <https://uxplanet.org/ultimate-guide-to-color-in-ux-ui-design-de8eb104b5d3>)

Pemilihan warna untuk *UI* dipikirkan pula untuk *error system*, *success*, *warning* dan *information*. Kontras warna dapat dilihat melalui beberapa *website* seperti yang disediakan oleh Adobe (Vallaure, 2021).

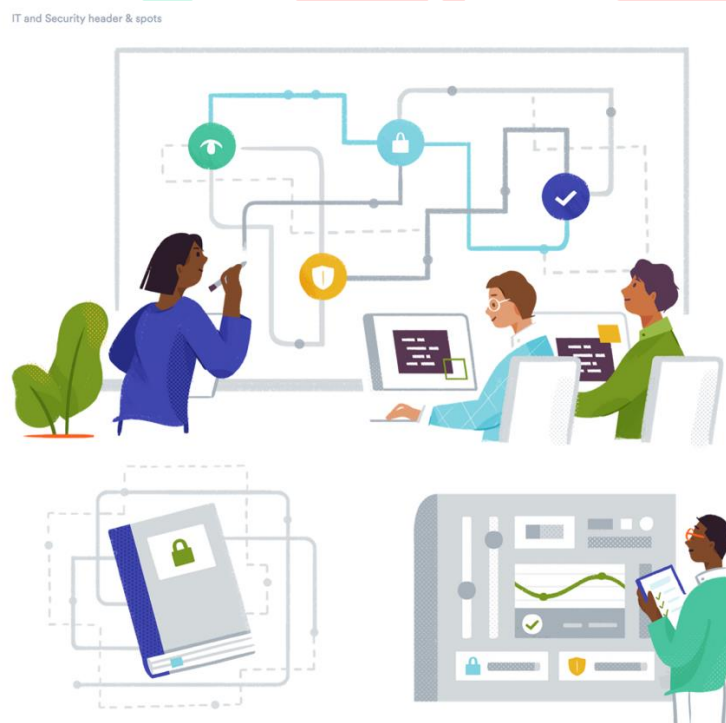
2. Ruang Kosong

Ruang kosong atau *negative space* adalah bagian pada desain yang tidak memiliki unsur apapun. Pemberian ruang kosong pada desain akan membuat desain lebih nyaman untuk dilihat ketimbang penuh dan tampak berantakan. *Negative space* membantu fokus pada suatu konten yang ingin ditampilkan dalam desain tersebut. Penggunaan *negative space* yang efektif akan memberikan cara yang fleksibel untuk mengontrol hierarki visual seperti menekankan dan membedakan primer, sekunder dan informasi tersier (Lee D. H., 2007). Kesan kosong yang ditampilkan akan membuat desain lebih baik karena memberikan

kesan fokus pada suatu objek dan dapat dimengerti pengguna dengan mudah.

3. Ilustrasi

Ilustrasi dibentuk untuk visualisasi ide dan konsep agar mudah dipahami dengan memberikan tampilan secara visual (Witabora, 2012). Penggunaan ilustrasi dapat memberikan identitas visual selain itu ilustrasi juga memberikan pengalaman berbeda pada pengguna. Penggunaan ilustrasi pada halaman situs dimaksud untuk menjelaskan konten yang ada di halaman tersebut. Pengalaman Alice Lee dalam membuat ilustrasi untuk Slack menceritakan pengalamannya tentang menciptakan ilustrasi yang memberikan kesan hangat, ramah dan berbeda. Tahapan yang pertama dilakukan adalah mencari referensi, membuat konsep dan sketsa (Lee A. , 2017). Saat ini tampilan ilustrasi Slack memberikan identitas visual tersendiri untuk aplikasi tersebut.

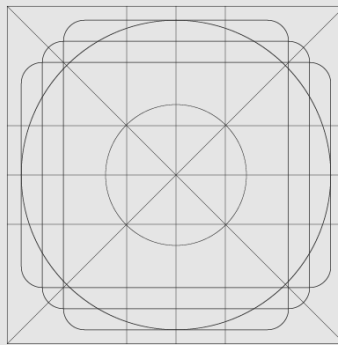


Gambar 2. 9 Ilustrasi pada Slack

(Sumber: <https://www.byalicelee.com/slack>)

4. Desain Ikon

Menggunakan icon dalam aplikasi dimaksudkan untuk memudahkan pengguna dalam memahami fitur tersebut. Oleh karena itu sebaiknya icon dibuat dengan menampilkan simbol yang mudah dipahami. Menurut Material.io dalam pembuatan ikon harus membuat *keyline shape* agar bentuk tetap konsisten dan fleksibel dalam penempatan elemen grafis (Design, 2022). Material.io adalah *website* yang berisikan standar tampilan desain UI yang telah ditetapkan oleh Android.



Gambar 2. 10 Contoh Keyline

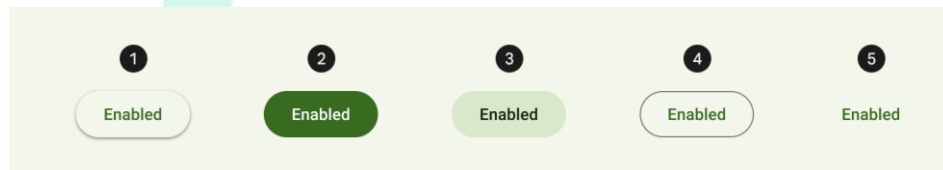
(Sumber: <https://m2.material.io/design/iconography/product-icons.html#grid-and-keyline-shapes>)

Menurut Isabelle Hamlin seorang *design manager, brand & experience* dari Adobe mengatakan bahwa size dalam pembuatan ikon yang mengikuti standar adalah 16x16px, 18x18px, 20x20px, atau 24x24px agar ikon dapat dengan mudah mengikuti bentuk horizontal maupun vertikal. Membuat icon menjadi simetri juga membuat penampilan ikon lebih jelas. Selain itu beberapa hal yang harus diperhatikan lainnya adalah menyamakan style ikon dan *corner radius*. Selain itu penting memastikan penggunaan *stroke weight* yang biasanya digunakan adalah 2-pixel, *border* dan *cap*. Penting juga untuk melihat kontras dan

aksesibilitas dari ikon yang dibuat, kontras dari suatu warna dapat dilihat dalam beberapa website seperti Adobe Color (Hamlin, 2022).

5. Button

Button adalah cara komunikasi aksi kepada pengguna tentang apa yang dapat mereka lakukan. Biasanya *button* ada disebuah pilihan, *modal window*, *form*, *card*, ataupun *toolbar*. *Button* biasa digunakan untuk menampilkan satu pilihan yang dapat dilakukan dan tidak seharusnya terlalu banyak. Penggunaan terlalu banyak *button* dapat mengganggu hierarki visual. Menurut material.io terdapat lima tipe *button* yaitu *elevated button*, *filled button*, *filled tonal button*, *outline button* dan *text button*. Bagian dari *button* terdiri atas *container*, *label text* dan opsional adalah ikon (material.io, 2023).



Gambar 2. 11 Tipe button

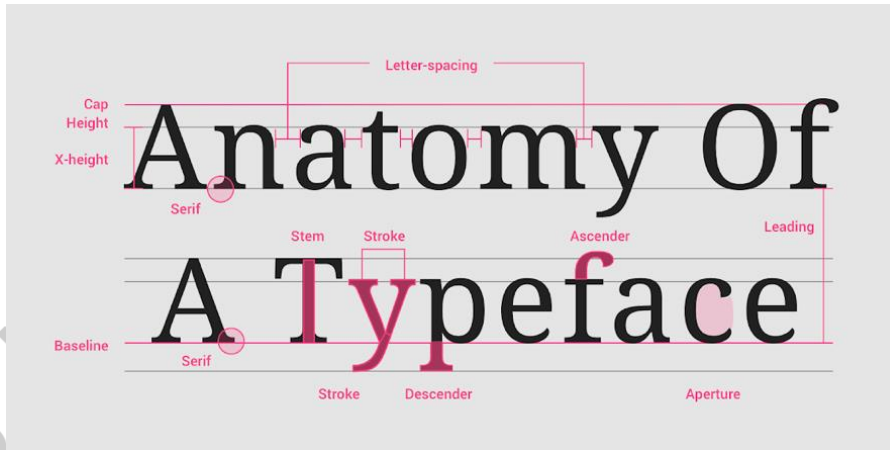
(Sumber: <https://m3.material.io/components/buttons/guidelines#d6699132-3536-4cca-9460-79b019d6116c>)

6. Tipografi

Tipografi dalam desain merupakan unsur penting dalam UI untuk menampilkan informasi dalam *website* tersebut. Robert Bringhurst dalam bukunya yang berjudul *The Elements of Typographic Style* mendefinisikan tipografi sebagai keahlian dalam bahasa manusia dalam bentuk visual yang akan bertahan lama (Babich, 2019). Tipografi terlihat sebagai hal kecil dalam desain namun dapat memberikan kesan yang berbeda terhadap pengguna, penggunaan yang sederhana dan tetap terbaca dapat mempengaruhi desain yang dilihat oleh pengguna (Fitz-Patrick, 2022).

Menurut Nick Babich dalam artikelnya yang berjudul *Typography in UI design* akan lebih baik mengenal mengenai tipografi terlebih dahulu sebelum memutuskan memilih font yang sesuai. Mengetahui mengenai

hal dasar seperti *typeface*, *font*, *mean line*, *baseline*, *font weight*, *height*, *size*, *ascender descender*, *tracking*, *kerning*, *leading*, dan *negative space* agar dapat mengetahui font yang akan digunakan dengan benar.



Gambar 2. 12 Anatomi Tipografi atau typeface

(Sumber: <https://m2.material.io/design/typography/understanding-typography.html#type-properties>)

Rekomendasi desain yang diberikan oleh Babich (2019) untuk tipografi dan memastikan bahwa huruf yang dipilih membantu dalam konten dan menambah *readability* yaitu:

1. Berhati-hati dalam pemilihan font terlalu banyak karena akan memberikan tampilan yang terlihat sibuk, gunakan font untuk *body text* terlebih dahulu dan selanjutnya judul.
2. Menggunakan hierarki visual yang baik karena akan menentukan informasi yang disampaikan dengan cepat atau tidak. Desainer harus membuat prioritas dengan bantuan warna, ukuran, font.
3. Memilih ukuran font dengan hati-hati karena akan memberikan dampak yang signifikan terhadap tampilan. Aturan yang biasanya digunakan untuk *desktop* untuk bagian *body text* adalah 16 pixels.
4. Memperhatikan *line length*, menurut Web Content Accessibility Guidelines mengatakan bahwa akan lebih baik jika di bawah 80 karakter, namun menurut buku "Typographie" karya E. Ruder garis ideal yang dapat diterima secara umum adalah 60 karakter.

5. Menghindari teks terlalu panjang karena membuat orang malas membaca.
 6. Menghindari penggunaan keseluruhan kata dengan huruf besar.
 7. Jangan mengecilkan baris antar kalimat karena mengurangi keterbacaan.
 8. Hindari menggunakan teks sebagai pengganti gambar
- Beberapa font yang menjadi rekomendasi desainer *UI* saat ini adalah Muli dengan kesan bersih dan modern, Inter yang memiliki kesan tegas dan formal serta Poppins dengan kesan bersih dan menyenangkan (Dwinawan, 2019).

2.3.4 Proses Perancangan

Menurut buku desain interaksi fundamental dan proses mengatakan bahwa proses perancangan dalam desain interaksi terdiri dari empat tahapan:

Identifikasi kebutuhan pengguna

Dalam hal ini mengetahui kebutuhan pengguna pada suatu produk sangatlah penting. Menurut Sharp et al. (2019) mengatakan bahwa terdapat beberapa jenis kebutuhan pengguna yaitu *functional requirement*, *non-functional*, *data*, *environment*, *user*, *usability* dan *user experience*. Untuk mengetahui kebutuhan pengguna ada baiknya memahami produk interaktif dan mengenal pengguna dengan mengidentifikasi kebutuhan mereka.

Pengumpulan Data

Data merupakan salah satu aspek yang akan menentukan dalam keberhasilan pembuatan suatu produk. Data yang baik dapat memberikan informasi mengenai kebutuhan pengguna dengan tepat. Menurut Sharp et al (2019) terdapat lima kunci utama dari pengumpulan data kebutuhan yaitu dengan menentukan tujuan, identifikasi siapa partisipan yang dilibatkan, memastikan hubungan kerja sama yang profesional, proses interpretasi data dengan lebih dari satu perspektif dan percobaan kecil sebelum pengambilan data dimulai. Selain itu metode

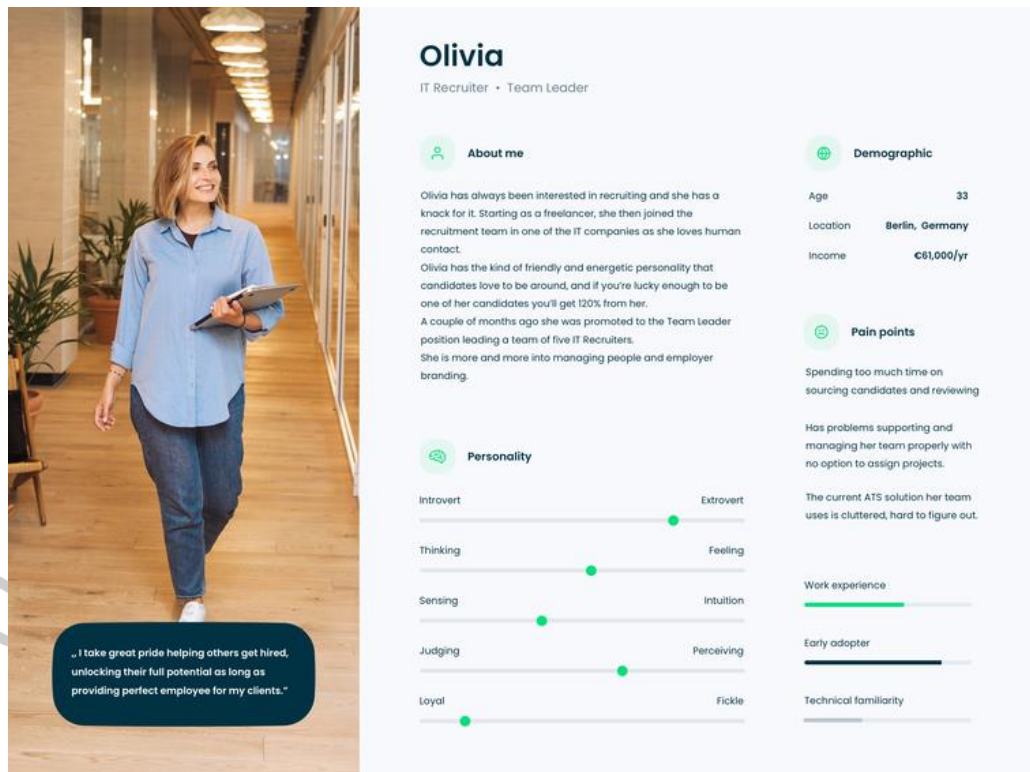
pengumpulan data yang dapat dilakukan ada wawancara, kuesioner, observasi, *contextual inquiry*, dan *focus group discussion*.

Benchmarking

Selama proses pembuatan suatu produk pasti membutuhkan inspirasi dari produk yang telah dan mengembangkan agar menjadi lebih baik daripada produk tersebut. Proses pencarian produk serupa atau pencarian inspirasi dapat membantu dalam memperkaya proses pengembangan dalam rancangan alternatif (Octavia, Yogasara, Theopilus, & Theresia, 2022). Membandingkan desain yang pernah dibuat dan mencari bagian yang perlu dikembangkan.

Persona

Pada tahapan mengenal pengguna menurut Cooper et al. (2014) ini membutuhkan pendekatan ataupun model target yang memiliki karakteristik yang mendekati dengan pengguna kita. Model pendekatan yang dapat dilakukan adalah dengan pembuatan persona yang menurut dia akan sangat membantu dalam cara berpikir dan berkomunikasi mengenai perilaku, pola pikir dan keinginan pengguna selama proses perancangan (Octavia, Yogasara, Theopilus, & Theresia, 2022).

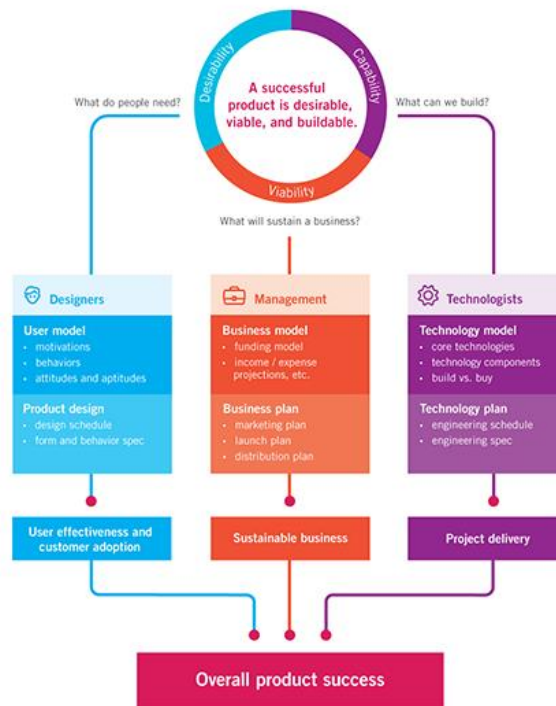


Gambar 2. 13 Contoh Persona

(Sumber: <https://dribbble.com/shots/20702297-Recruitify-User-persona>)

Perancangan Alternatif

Dalam proses ini adalah membuat beberapa konsep dari rancangan produk untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Biasanya tahap ini dimulai setelah semua identifikasi dari kebutuhan pengguna telah dikumpulkan karena pada tahap ini kebutuhan dari pengguna akan dibuat menjadi desain produk. Dalam proses desain biasanya tidak hanya satu konsep yang dibuat namun akan terdiri dari beberapa alternatif desain. Selain itu menurut Cooper et al. (2014) menyatakan bahwa ada tiga aspek yang akan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah produk yaitu aspek *desirability* yaitu yang dibutuhkan, *viability* yaitu sisi bisnis atau komersial yang menentukan keberlangsungan suatu produk dan *feasibility* yaitu untuk teknikal produk yang dirancang. (Octavia, Yogasara, Theopilus, & Theresia, 2022).



Gambar 2. 14 Aspek mempengaruhi kesuksesan produk

(Sumber: <https://www.sitepoint.com/premium/books/about-face/read/1/jz2e6usw/>)

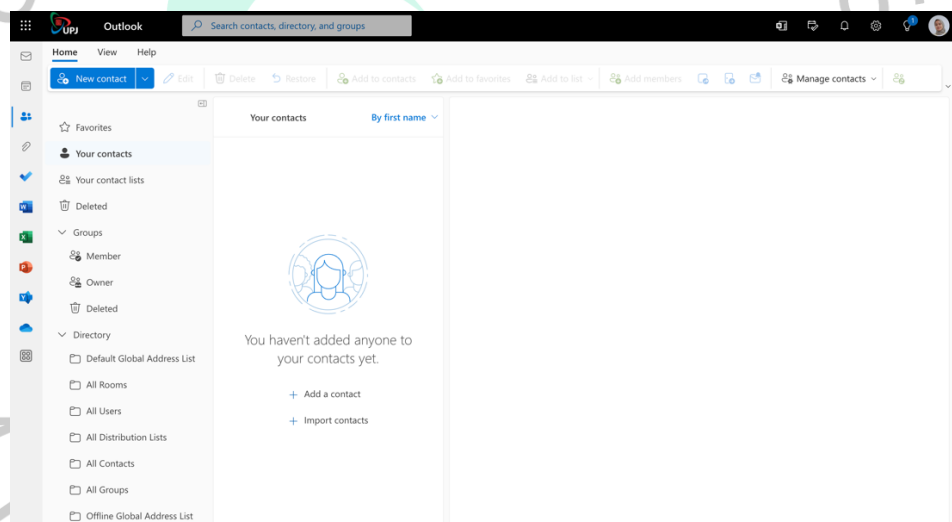
Tahapan yang akan dilakukan selanjutnya adalah dengan membuat desain konseptual yang akan memberikan gambaran mengenai bagaimana pengguna akan memakai produk yang ditawarkan dan memahami interaksi yang ada. Sharp et al. (2019) mengungkapkan bahwa terdapat prinsip penting dalam membuat desain konseptual yaitu memiliki pemikiran terbuka namun tidak melupakan fokus pada pengguna dan konteks produk dan konteks dari produk tersebut. Selain itu kunci utama dari model konseptual adalah *developing initial conceptual* dan *expanding the initial conceptual model* (Octavia, Yogasara, Theopilus, & Theresia, 2022).

Menurut Sharp, Rogers, & Preece (2019) yang tertulis dalam buku desain interaksi fundamental dan proses menyatakan bahwa sejumlah aspek yang harus diperhatikan saat membuat desain konkret pada produk interaktif adalah tampilan visual yaitu seperti pilihan warna, grafik, desain ikon, *button*, *interface layout*, pilihan interaksi perangkat dan lainnya. *Guideline* yang perlu diperhatikan adalah konsistensi tampilan visual, menampilkan penggunaan *shortcut*, *feedback*, *error*

prevention, kemudahan dalam mengulang kembali, *internal locus of control* dan memberikan kemudahan bagi pengguna (Octavia, Yogasara, Theopilus, & Theresia, 2022). Berikut ini adalah desain konkret yang digunakan pada tahap perancangan alternatif menurut buku desain interaksi fundamental dan proses:

1. Menu desain

Tampilan menu biasanya akan diberikan dalam sebuah aplikasi, opsi pilihan akan bergantung dengan perintah yang diberikan kepada pengguna. Menurut website Android mengatakan bahwa menu adalah komponen antarmuka pengguna yang lazim digunakan dibanyak tipe aplikasi, tiga tipe menu yang biasa digunakan adalah menu konteks, menu pop-up, grup menu (Android, 2022).



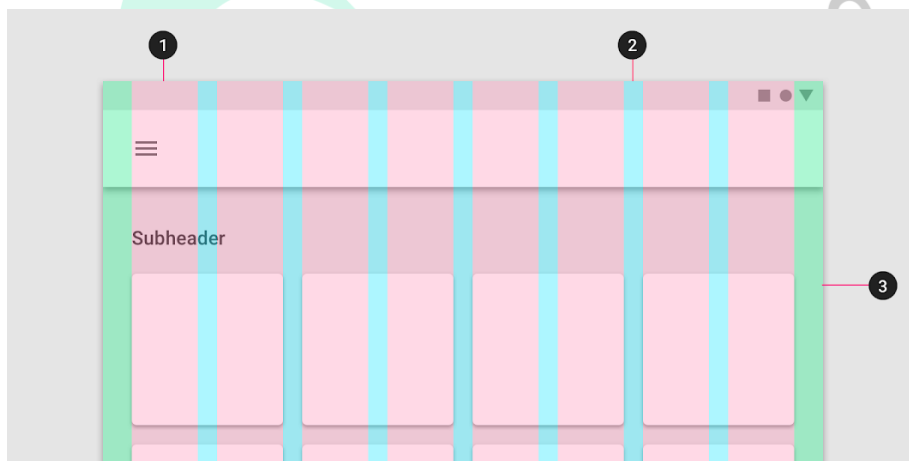
Gambar 2. 15 Contoh Menu Opsi

(Sumber: <https://developer.android.com/guide/topics/ui/menus?hl=id#context-menu>)

2. Screen Design

Tampilan sebuah layar biasanya akan dibuat menyesuaikan dengan perangkat yang akan digunakan misal layar komputer ataupun ponsel, biasanya akan melihat guideline melalui website seperti material.io. Tampilan screen design biasanya dibuat dengan responsive untuk memberikan informasi dengan tampilan yang sama namun menggunakan media yang berbeda hal ini akan membantu pengguna

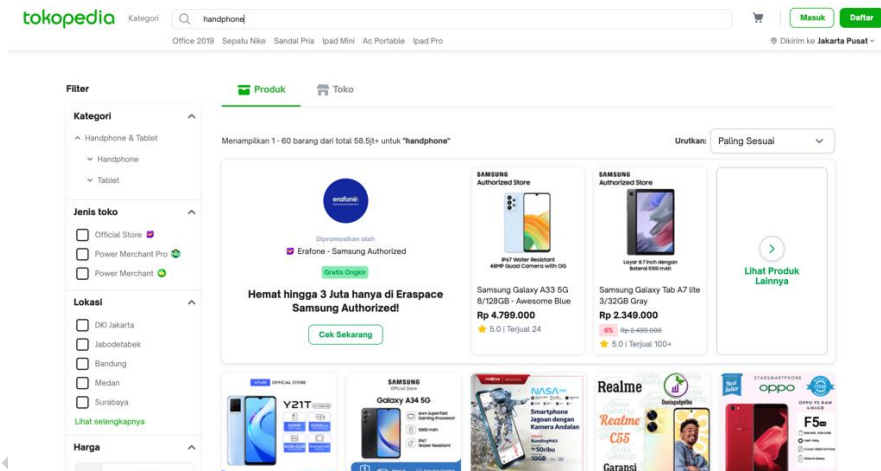
tanpa merusak konsentrasi mereka untuk melakukan navigasi ulang (Baturay & Birtane, 2013). Menurut aturan dalam material.io dalam penggunaan *columns*, *gutters*, dan *margins*. Penggunaan 12 *columns* untuk tampilan medium seperti laptop dan 4 *columns* untuk tampilan telepon. Dalam penulisan ukuran biasanya mereka menggunakan istilah Density-Independent Pixel (dp) ukuran ini digunakan untuk mempertahankan ukuran UI anda yang terlihat pada kepadatan layar berbeda (android, 2020). Gutters yang biasanya digunakan adalah 16 dp untuk ukuran layar telepon dan 24 dp untuk ukuran layar laptop. Margins yang biasanya digunakan adalah 16 dp dan 32 dp sesuai dengan ukuran layar yang digunakan (Material.io, 2023).



Gambar 2. 16 Tampilan Columns, Gutters dan Margins

(Sumber : <https://m2.material.io/design/layout/responsive-layout-grid.html#grid-customization>)

3. Filter



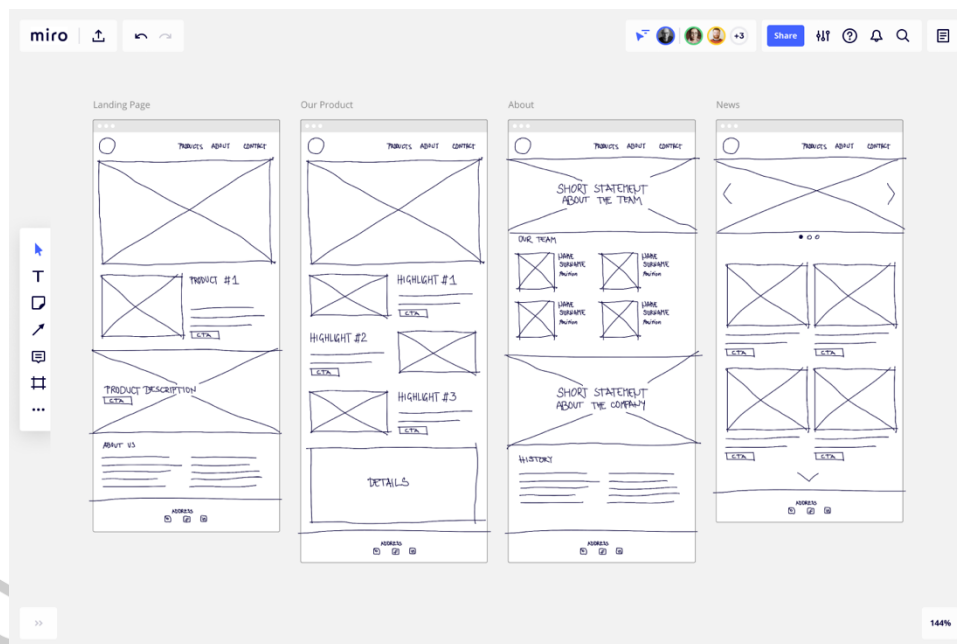
Gambar 2. 17 Tampilan Filter Pada Website Tokopedia.

(Sumber: Aplikasi Tokopedia)

Fitur filter biasanya digunakan untuk mempermudah pengguna ketika perlu mencari hal spesifik tertentu. Misalnya saja pada aplikasi penjualan yang menggunakan filter dengan pembagian kategori lokasi, kategori produk, metode pembayaran dan batas harga yang diinginkan

Pengembangan Prototipe

Pada tahap ini membuat rancangan menjadi suatu karya atau prototipe yang dapat dievaluasi oleh para pengguna. Sharp et al. (2019) menyatakan bahwa pengembangan prototipe dapat mendorong refleksi dalam desain, suatu aspek penting dalam perancangan. Salah satu jenis prototipe adalah prototipe low-fidelity, menurut Sharp prototipe low-fidelity yaitu prototipe sederhana dimana tampilannya tidak terlalu mirip dengan produk sebenarnya, tidak terlalu detail dan biasanya belum berfungsi (Octavia, Yogasara, Theopilus, & Theresia, 2022).



Gambar 2. 18 Contoh Prototipe Low-Fidelity

(Sumber: <https://miro.com/templates/low-fidelity-prototype/>)

Tahap Evaluasi

Proses melakukan pengujian produk untuk mengetahui pengalaman pengguna. Dengan melibatkan pengguna dalam pembuatan suatu produk akan memberikan timbal balik yang baik bagi produk yang telah dibuat.

Dari tahap proses perancangan ini jika dapat diterapkan pada proyek perancangan suatu produk maka akan mendapatkan produk interaktif yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan para pengguna. Menurut Cooper et al. (2014) mengatakan bahwa terdapat tiga aspek yang akan mempengaruhi kesuksesan produk yaitu *desirability* ranah kajian perancangan yang memastikan produk sesuai dengan keinginan pengguna, *capability* yaitu teknik dan perancangan produk, dan *Viability* yaitu aspek keberlangsungan produk laku (Octavia, Yogasara, Theopilus, & Theresia, 2022).

2.4 Penelitian Terdahulu

Peneliti mencantumkan penelitian terdahulu sebagai salah satu rujukan yang membantu untuk mengkaji lebih dalam. Berisikan mengenai penelitian lain dengan topik sejenis, dari sudut pendekatan teori, metode pengumpulan data atau cara

analisis ataupun sampel yang diambil (Soewardikoen, 2013). Berikut ini beberapa penelitian terdahulu:

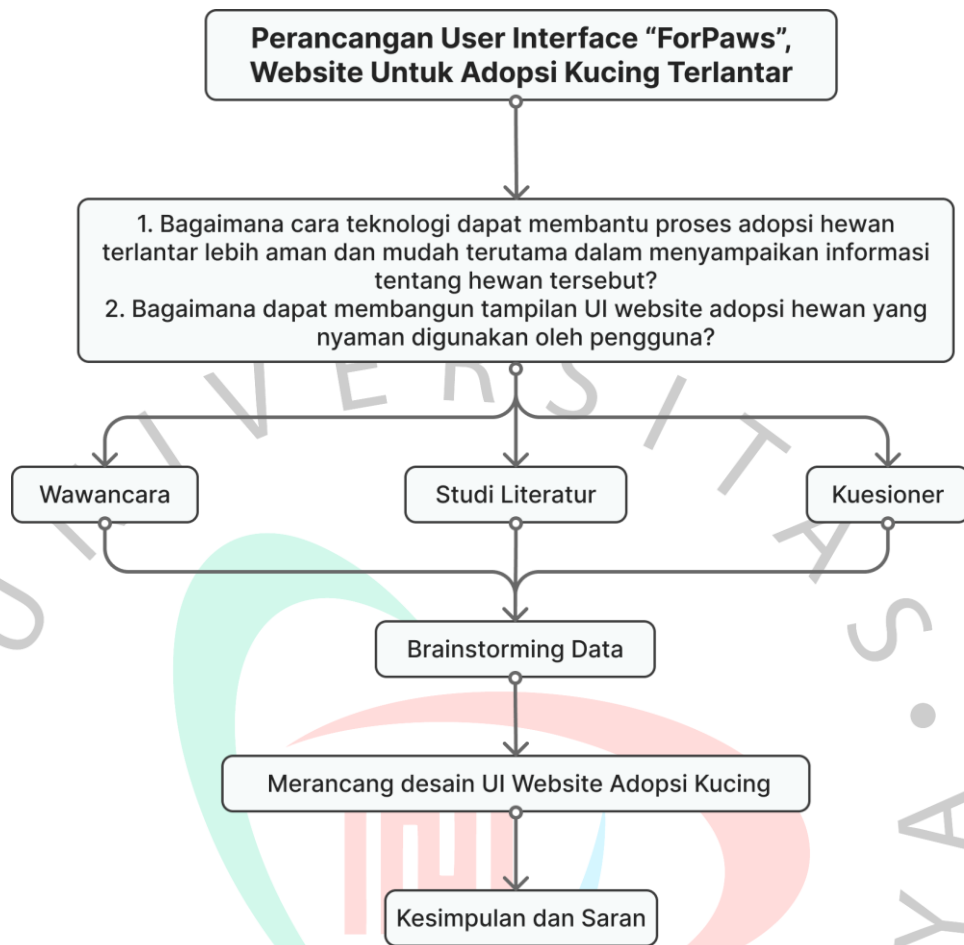
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1	Amelinda Chendra, Kristina G. Simanjuntak, Andree E. Widjaja, Suryasari	Pengembangan sistem informasi untuk memfasilitasi proses adopsi anjing berbasis web (2019)	Pengumpulan data wawancara dan studi literatur. Metode pengembangan data Rapid Application Development	Pengujian sistem yang diwakilkan oleh <i>Animal defenders</i> telah berjalan dengan baik. Mempertemukan hewan yang sesuai, mempermudah pengawasan proses, membantu pengawasan.
2	Joceline Natalie Budi Mulya, Aristarchus Pranayama K. Ryan Pratama Sutanto	Perancangan Website adopsi anjing dan kucing (2020)	Metode pengumpulan data primer dan sekunder. Metode analisis	Dirancang untuk mempertemukan dua pihak melalui wadah universal khusus adopsi. Dengan desain menarik, mudah dipahami, dan to the point yang diharapkan

				memberikan efisiensi serta kenyamanan.
3.	Robertus Rotama Marbun, Faishal Mufied Al Anshary, Rahmat Fauzi	PERANCANGAN (UI/UX) WEBSITE HELPMEONG UNTUK SHELTER MENGGUNAKAN METODE GOAL-DIRECTED DESIGN (2022)	Goal Direct Design, usability testing, Mission Usability Score, System usability scale	Perancangan berdasarkan hasil uji coba yang didapat menampilkan bahwa dapat digunakan dengan baik oleh pengguna serta mendapat umpan balik yang positif dari hasil yang ditunjukkan

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penulis mengenai tahap perancangan *UI website* untuk adopsi kucing terlantar yang melatarbelakangi jumlah kucing liar yang menambah resiko populasi berlebihan. Dalam hal ini penulis melihat peluang terhadap pembuatan *website* untuk membantu proses adopsi kucing agar aman dan nyaman digunakan. Berikut adalah kerangka berpikir penulis mengenai perancangan *UI website* untuk membantu proses adopsi kucing terlantar.



Gambar 2. 19 Kerangka Berpikir

2.6 Sintesis

Penelitian ini mengenai perancangan UI website untuk adopsi kucing berdasarkan bidang keahlian yang dikuasai yaitu UI/UX desain. Peneliti melakukan riset melalui penelitian sebelumnya serta teori dan literatur yang membantu dalam proses perancangan UI untuk adopsi kucing terlantar. Dalam perancangan UI harus memberikan kenyamanan bagi pengguna dan mudah digunakan. Proses perancangan akan mengikuti tahapan identifikasi kebutuhan pengguna, perancangan, pengembangan dan tahap evaluasi alternatif (Octavia, Yogasara, Theopilus, & Theresia, 2022). Selain itu penggunaan *User journey map* akan membantu dalam pembuatan perancangan interaksi pengguna dengan *website*. Beberapa *guide design* yang harus diperhatikan seperti tipografi, warna, ilustrasi, *button*, *grid* dan ikon yang akan memberikan tampilan berbeda pada *website*.