

**KARAKTERISTIK MEDIA PEMBELAJARAN
BERBASIS GENDER***Jurnal Analisa Sosiologi**April 2021, 10 (1): 142-161***Umi Pujiyanti¹, Yustin Sartika²****Abstract**

The use of digital applications as a learning medium is one of the efforts to integrate technology and education. This descriptive qualitative research aims at figuring out how are the characters of Stop Motion Studio (SMS) and Life Lapse (LL), and how the preferences of both applications are used on a gender basis during the teaching-learning process at the English Letters Department, IAIN Surakarta. The SMS and LL are taken into account as the main sources of user interface characteristics. Further, there are 32 students of History of English Language and Literature (HELL) involved in this study to response to the applications' user interface based on the gender through questionnaire and interview. The results exhibit a more neutral design of SMS compared to a more feminine LL. Secondly, gender indeed plays role in choosing the application between SMS and LL. Yet more detailed reasons for the preference are the ease of usage and feature completeness.

Keywords: *Gender, User-Interface, Mirroring-Principle, Learning Media.*

Abstrak

Pemanfaatan aplikasi digital sebagai media pembelajaran menjadi salah satu upaya integrasi teknologi dalam dunia pendidikan. Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mengetahui karakter aplikasi *Stop Motion Studio* (SMS) dan *Life Lapse* (LL) dan preferensi penggunaan aplikasi sebagai media pembelajaran mahasiswa/wi Sastra Inggris IAIN Surakarta dengan berbasis gender. Subyek utama penelitian ini adalah SMS dan LL untuk mengetahui karakteristik *user interface*-nya. Disamping itu, untuk melihat respon terhadap *user interface* berbasis gender, penelitian ini mengambil sampel sebanyak 32 mahasiswa siswa mata kuliah *History of English Language and Literature* (HELL). Penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara. Temuan penelitian bisa disampaikan dalam dua hal: Pertama, karakteristik desain antarmuka aplikasi SMS lebih netral sedangkan aplikasi LL lebih feminin. Preferensi *gender* perancang aplikasi terefleksikan dalam desain antarmuka. Kedua, *gender* hanya menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi penggunaan aplikasi oleh mahasiswa/wi. Kemudahan dan kelengkapan fitur menjadi faktor lain yang mempengaruhi preferensi penggunaan aplikasi.

Kata Kunci: *Gender, User-Interface, Mirroring-Principle, Media Pembelajaran*

^{1,2} Institut Agama Islam Negeri Surakarta

¹ uphaupho@gmail.com

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas manusia di setiap bidang kehidupan termasuk pendidikan. Pemanfaatan aplikasi digital sebagai media pembelajaran menjadi salah satu inovasi dalam integrasi teknologi di dunia pendidikan. Mengumpulkan tugas dengan kertas tidak lagi menjadi pilihan utama dalam proses pembelajaran. Tersedianya berbagai macam aplikasi digital memberikan banyak kemudahan dalam proses pembelajaran.

Media pembelajaran secara umum adalah alat bantu proses dalam belajar mengajar. Media pembelajaran dapat dipergunakan untuk merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan kemampuan atau keterampilan belajar sehingga dapat mendorong terjadinya proses belajar yang lebih efektif. Salah satu poin yang harus diperhatikan dalam pemilihan media pembelajaran adalah analisa kebutuhan dan karakteristik siswa. Seringnya karakteristik siswa yang menjadi perhatian hanya sebatas pada tingkat/kelas pendidikan. Pemilihan media pembelajaran saat ini belum memberikan perhatian lebih pada karakteristik siswa berdasarkan perbedaan jenis kelamin. Padahal seperti kita tahu kebiasaan antara laki-laki dan perempuan yang ditetapkan oleh masyarakat dan diajarkan secara turun temurun menimbulkan perbedaan minat pada siswa laki-laki dan siswa perempuan.

Para peneliti *Gender Human Computer Interaction* (HCI) menemukan bahwa *user* laki-laki akan lebih menyukai aplikasi yang dikembangkan oleh laki-laki begitu juga sebaliknya. Berikut adalah detailnya:

Gender HCI is showing through experimentation that computing, specifically the user experience from using a computer interface, has a male bias. The literature shows that due to the fundamental differences in how males and females process information, as well as the differences in the gender roles in society, they have biases towards specific design elements that influence how they perceive a computing system. (Barth, 2012: 6).

Dalam masing-masing aplikasi digital ada sebuah rancangan elemen dengan karakteristik khusus yang bisa menjadi preferensi pengguna

laki-laki atau perempuan. Melalui analisa warna, tampilan dan bahasa akan nampak karakteristik *gender* masing-masing aplikasi digital. Pengguna perempuan biasanya akan lebih mengutamakan unsur estetika atau keindahan dibandingkan dengan fungsi, sedangkan pengguna laki-laki akan lebih mengutamakan bentuk dibanding warna. Sehingga pada akhirnya aplikasi digital bisa dirancang sedemikian rupa sesuai dengan target pengguna.

User interface adalah cara program dan *user*/pengguna berkomunikasi. *User Interface* dapat menerima informasi dari *user* dan memberikan informasi kepada user untuk membantu mengarahkan alur penelusuran masalah sampai ditemukan suatu solusi (<http://blog.re.or.id/antarmuka-pemakai-user-interface.htm>). Banyak aspek yang harus diperhatikan dalam mengonsep *user interface*. Ini akan mengacu pada beragam aplikasi teknologi mulai dari *electronic display*, *software*, aplikasi komputer, aplikasi *mobile* hingga aplikasi kios informasi publik. Aplikasi teknologi tersebut dirancang sedemikian rupa yang ditujukan untuk beragam kondisi *user*, baik secara usia, *gender*, latar belakang kultural, tingkat pemahaman dan pendidikan bahkan kondisi keterbatasan fisik yang berbeda. *User interface* yang baik mampu memberikan pengalaman interaksi yang dapat dimengerti dengan mudah oleh penggunanya (*user friendly*).

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis karakteristik desain antarmuka 2 aplikasi digital. Aplikasi *Stop Motion Studio* (SMS) dan *Life Lapse* (LL) merupakan aplikasi yang digunakan untuk membuat video *stop motion*. Aplikasi ini dapat diunduh gratis di pc, iOS dan Android. Kedua aplikasi digolongkan ke dalam aplikasi untuk pemula karena bisa digunakan bahkan untuk pengguna yang baru belajar aplikasi teknologi di telepon pintar. Berdasarkan penjelasan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana karakteristik desain antarmuka aplikasi SMS dan LL dengan berbasis *gender*? (2) Bagaimana desain antarmuka mempengaruhi preferensi penggunaan aplikasi digital berbasis *gender*? Teori *gender* dan *user interface* digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama sedangkan metode kuesioner dan wawancara akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah kedua. Jenis *user interface*

yang digunakan adalah *Graphical User Interface* (GUI) yang unsur-unsur multimedia dibatasi hanya seperti pada gambar, suara, video.

User interface adalah cara seorang pengguna berinteraksi dengan komputer, tablet, smartphone maupun perangkat elektronik lainnya. Istilah user interface atau interface kadang-kadang disebut juga HCI (*Human Computer Interaction*). HCI (*Human Computer Interface*) adalah semua aspek dari interaksi pengguna dan computer, semuanya yang terlihat dilayar, membaca dalam dokumentasi dan beroperasi sebagaimana mestinya

Ada 2 jenis *interface* yang bisa dijadikan rujukan. Pertama adalah *Graphical User Interface* yakni desain antar muka yang menggunakan unsur-unsur multimedia (seperti gambar, suara, video) untuk berinteraksi dengan pengguna. Desain ini memiliki beberapa keunggulan diantaranya: 1) mudah dipelajari dan digunakan meski dengan literasi multimedia yang minim, 2) mudah dipindahkan dari satu layar layar yang lain, 3) Akses penuh pada layar dengan segera untuk beberapa macam tugas keperluan, 4) Desain grafis lebih menarik memungkinkan *user* untuk berinteraksi dengan komputer secara lebih baik, dan 5) Resolusi gambar yang tinggi sehingga menarik minat pengguna. Meskipun demikian, jenis *interface* pertama ini juga memiliki beberapa kekurangan, di antaranya: 1) membutuhkan memori yang besar, 2) Bergantung pada perangkat keras, 3) Membutuhkan banyak tempat pada layar komputer, dan 4) tidak fleksibel. (Lastiansah, 2012).

Lebih lanjut, ia menyebut *interface* yang kedua sebagai *Text-Based/ Command Line Interface* (CLI). Jenis ini menggunakan sintak/rumus yang sudah ditentukan untuk memberikan perintah. CLI merupakan proses dimana pengguna memasukkan perintah berbasis tulisan atau dengan mengetikkan perintah untuk menjalankan tugas tertentu. (Lastiansah, 2012).

Schlatter (2013) memberikan panduan dalam pembuatan desain antarmuka dengan pengguna yaitu: *Consistency* : konsistensi dari tampilan antarmuka pengguna; *Hierarchy*: penyusunan hirarki kepentingan dari obyek-obyek yang terdapat di dalam aplikasi; *Personality*: kesan pertama yang terlihat pada aplikasi yang menunjukkan ciri khas dari aplikasi tersebut; *Layout*: tata letak dari elemen-elemen di dalam sebuah aplikasi; *Type*: tipografi yang digunakan di dalam sebuah aplikasi; *Color* : penggunaan warna yang tepat digunakan pada sebuah aplikasi; *Imagery*:

penggunaan gambar, icon, dan sejenisnya untuk menyampaikan sebuah informasi di dalam aplikasi; *Control* dan *Affordances*: elemen dari antarmuka pengguna yang dapat digunakan orang untuk berinteraksi dengan sistem melalui sebuah layar.

Gender dan *User-Interface*. Moss dan Coleman (2001) dalam penelitian desain grafis dan kartu nama menunjukkan bahwa konsumen/pengguna akan lebih suka desain yang dibuat oleh perancang dengan jenis kelamin yang sama. Laki-laki akan lebih menyukai rancangan bentuk standar dengan warna dasar putih sedangkan perempuan akan lebih suka bermain dengan bentuk yang tidak biasa dan warna yang lebih banyak "*willingness among women to put aesthetics above practical considerations and form above function.*" (Moss dan Gunn, 2005).

Menurut mereka, dalam prinsip "*mirroring*", penggunaan media dan pesan akan lebih efektif ketika mereka memiliki elemen-elemen khusus sebagai bayangan preferensi pengguna laki-laki atau pengguna perempuan. Ketika sebuah aplikasi digital dikembangkan oleh laki-laki maka setiap elemen desain dalam aplikasinya seolah merefleksikan karakter *gender* si pembuat. Hal ini yang menyebabkan munculnya bias gender dalam media digital. Friedman dan Nissenbaum (1996) mengatakan pentingnya mempelajari gender dalam sebuah media digital "*as with other criteria for good computer systems, such as reliability, accuracy, and efficiency, freedom from bias should be held out as an ideal.*" Berikut adalah realisasinya:

a. Warna

Salah satu elemen yang paling mencolok untuk membedakan preferensi laki-laki dan perempuan adalah warna. Dalam ilmu psikologi dan biologi bahkan dikatakan laki-laki lebih rentan mengalami buta warna. Budaya warna dalam gender juga ikut berpengaruh, seperti budaya pemilihan warna biru untuk anak laki-laki yang telah dikonstruksi bahkan ketika anak masih bayi, sedangkan *pink* selalu diidentikkan sebagai warna perempuan.

Meskipun demikian ternyata hal tersebut tidak terlalu berpengaruh terhadap pengguna media digital yang sudah dewasa. Secara umum, laki-laki akan lebih menyukai warna-warna standar dalam skala abu-abu seperti

putih, hitam, abu-abu. Warna-warna tersebut seolah merefleksikan profesionalitas dan wibawa. Pengguna perempuan akan menggunakan lebih banyak warna seperti putih, *pink*, kuning dan ungu muda. Sebuah penelitian menarik pernah mengungkapkan pengaruh warna merah terhadap ketangkasan seseorang. Laki-laki akan mengalami penurunan ketangkasan ketika melihat warna merah tetapi hal itu tidak berpengaruh kepada perempuan. Warna sendiri menyimbolkan makna yang berbeda-beda di masing-masing negara dan budaya, seperti misalnya warna hijau menyimbolkan makna uang dan kapitalisme di negara barat sedangkan di Jepang warna tersebut memiliki makna kehidupan dan segala hal yang hidup.

b. *Layout*

Layout atau tata letak adalah item kedua yang bisa dilihat ketika hendak melihat perbedaan *gender*. Google Guidelines (2017) memberikan panduan tentang hal-hal yang harus diperhatikan dalam membuat *layout* :

- *Sequence/Urutan*: Banyak juga yang menyebutnya dengan hierarki/flow/aliran. Digunakan untuk membuat prioritas dan mengurutkan mana yang harus dibaca terlebih dahulu hingga yang boleh dibaca di akhir penyampaian.
- *Emphasis/ Penekanan*: dapat diciptakan dengan berbagai cara, antara lain: menambah ukuran *font* lebih dari yang lain, memberikan warna yang kontras dengan *background* dan elemen desain yang lainnya, meletakkan di posisi strategis dan dapat menarik perhatian. Sebagai pegangan kita pasti sudah mengerti jika manusia pada umumnya membaca dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah maka posisi yang pertama dilihat oleh pembaca adalah kiri atas, menggunakan *style* yang berbeda dengan *gaya* yang lain
- *Ballance/ Keseimbangan*: pembagian berat yang merata pada bidang *layout*, pembagian yang merata bukan menampilkan elemen yang banyak hingga memenuhi bidang *layout*, akan tetapi lebih menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen-elemen yang dibutuhkan dan meletakkannya pada tempat yang tepat.
- *Unity/ Kesatuan*: kesatuan antara fisik dan non-fisik yaitu pesan dan komunikasi yang dibawa dalam konsep desain tersebut.

c. Bahasa dan Komunikasi

Laki-laki dan perempuan memiliki kecenderungan berbeda dalam berkomunikasi dengan yang lain. Dalam penelitian linguistik yang dilakukan Deborah Tannen menunjukkan bagaimana perbedaan gender mempengaruhi cara berkomunikasi. Laki-laki cenderung menggunakan bahasa formal dan profesional, singkat padat dan jarang mengungkapkan informasi pribadi. Perempuan lebih sering menggunakan bahasa informal seperti dalam percakapan dan lebih rela untuk mengeluarkan “perasaan dalam diri” sendiri ataupun orang lain. Selain itu, laki-laki dianggap lebih kompetitif dan agresif dibanding perempuan.

Moss et.al. (2007) menjelaskan tentang 5 elemen bahasa dalam komunikasi yang dipakai secara umum yakni sebagai berikut:

1. Penggunaan singkatan secara gramatikal ataupun “ketidakformalan” percakapan.
2. *Self-denigration* atau perendahan diri sendiri. Penggunaan bahasa yang seolah menunjukkan penurunan pentingnya posisi penulis dan digunakan sebagai barometer kompetisi. Semakin tingginya *Self-denigration* menunjukkan semakin rendahnya sifat kompetitif dan semakin rendahnya *Self-denigration* justru semakin tinggi rasa berkompetisi.
3. Penggunaan bahasa/ istilah sesuai bidang keahlian. Sifatnya lebih formal dan berkebalikan dengan sifat elemen sebelumnya. Semakin banyak istilah yang digunakan sesuai bidang keahlian menunjukkan semakin tingginya kompetisi diri.
4. Prestasi diri. Dengan memasukkan lebih banyak referensi prestasi diri bisa diasumsikan keahlian bidang bahasa seperti poin di atas.
5. Pengekspresian bahasa. Meskipun bahasa yang digunakan terkesan formal, informal atau bahkan keduanya tapi profesionalitas bisa terlihat dari kebijaksanaan dan etika di mana dan kepada siapa bahasa tersebut digunakan.

Dari penggunaan 5 unsur bahasa komunikasi tersebut bisa disimpulkan bahwa secara statistik, dibandingkan dengan perempuan, laki-laki memiliki tendensi yang lebih besar untuk memilih menggunakan singkatan, *self-denigration*, *non-expert* dan penggunaan bahasa informal.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa ada elemen-elemen bias *gender* yang terlihat dalam media digital, yakni diantaranya:

- Warna : laki-laki tidak terlalu banyak menggunakan varian warna dan lebih ke arah warna nada abu-abu, hitam. Perempuan menggunakan lebih banyak warna termasuk warna-warna cerah seperti putih, kuning, *pink* dan ungu muda.
- Desain tampilan : Laki-laki lebih suka tampilan dengan pinggiran yang lebih kaku dan tidak terlalu melingkar dan susunan tampilan data yang singkat dan padat. Perempuan lebih suka tampilan yang terlihat lebih hidup, bentuk yang unik dan tampilan data yang luas dan menyebar di semua sisi.
- Laki-laki lebih sering menggunakan bahasa yang profesional dan tegas, sedangkan perempuan lebih santai seperti dalam percakapan.

Aplikasi *Stop Motion Studio* ini merupakan aplikasi yang dikeluarkan oleh Cateater Photography. Diambil dari <https://www.lifelapseapp.com/>, aplikasi *Life Lapse* dirancang oleh Sarah Boland. LL dirilis pada September 2017 dan berbasis di Vancouver Canada. *“I have put so much on the line to bring this crazy vision to life...I quit my job, bootstrapped an amazing them”* - Sarah Boland, Founder

Kedua aplikasi ini memiliki beberapa fitur yang sama diantaranya: merekam dan mengubah setiap *frame* pada *stop motion*, menganimasi karakter dengan mudah, menambahkan musik, efek suara ~~sound~~, *visual filter* dan yang lain sesuai dengan kebutuhan. Meskipun demikian, masing-masing aplikasi ini juga memiliki fitur yang berbeda yang menjadi karakteristik masing-masing. Hal inilah yang akan disajikan dalam laporan penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif untuk melihat karakteristik dua aplikasi (SMS dan LL) dan melihat preferensi terhadap kedua aplikasi tersebut dari sudut pandang gender. Untuk menjawab pertanyaan kedua, terdapat 32 mahasiswa jurusan Sastra Inggris, IAIN Surakarta yang dilibatkan sebagai responden pada tahun 2019.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik Desain Antarmuka SMS dan LL

Berbicara tentang desain antarmuka, biasanya orang akan mengasosiasikan motor yang berukuran besar dengan maskulinitas sedangkan yang berukuran kecil adalah feminitas. Meskipun demikian, karakteristik *gender* bisa dilihat dari warna dan fitur atau fungsi. Berikut adalah analisis karakteristik menu antarmuka Stop Motion Studio (SMS) dan Life Lapse (LL).

a. Warna dan *Imagery*

Jika dihubungkan dengan *branding* sebuah produk, warna tidak hanya menampilkan sebuah keindahan namun juga menggambarkan karakteristik yang kuat dari sebuah simbol atau logo. Identitas visual sebuah logo bisa terlihat dari warna, bentuk, simbol, kata dan angka. Namun demikian ternyata warna memiliki peran lebih besar untuk bisa menarik perhatian dan kemudian identik menjadi kekhasan sebuah merk. Sebagai contoh media *chat*, aplikasi *Whatsapp* identik dengan warna hijau, telegram dengan warna biru dan *Snapchat* yang berwarna hitam kuning. Warna yang digunakan dalam logo akan membuat logo tersebut terlihat menonjol berbeda dengan logo atau brand yang lain. Dihubungkan dengan *branding*, hal itu merupakan fungsi praktis warna. Selain itu warna memiliki fungsi emosional, warna tertentu dapat mempengaruhi ketertarikan seseorang.



Gambar 1. Logo aplikasi SMS



Gambar 2. Logo aplikasi LL

Terlihat dari gambar di atas, warna biru muda menjadi pilihan kedua logo. Pada logo SMS, warna biru menjadi warna dasar logo. Sedangkan logo LL, warna biru digunakan sebagai warna tulisan. Dalam teori warna oleh Bewster, biru sebagai sebagai warna dasar melambangkan kecerdasan, kestabilan dan kepercayaan diri. Secara psikologi warna biru melambangkan profesionalitas. Warna biru muda dianggap mampu memberikan efek menenangkan. Dalam dunia bisnis, biru dianggap sebagai warna *corporate* karena digunakan oleh banyak perusahaan.

Di tengah warna biru terdapat gambar kamera video. Seperti kita tahu SMS merupakan aplikasi yang digunakan untuk membuat video. Penggunaan simbol kamera video semakin memperkuat fungsi dan tujuan dari aplikasi SMS. Warna putih pada gambar kamera video tersebut menyimbolkan kesederhanaan. Putih memberikan aura kebebasan dan keterbukaan. Putih adalah warna yang murni, tidak ada campuran apapun. Makanya sering di anggap sebagai warna yang menimbulkan efek suci dan bersih. Ketika kita ingin membuat desain yang simpel dan minimalis, menggunakan warna putih adalah langkah yang tepat. Sesuai dengan nama aplikasi *Stop Motion Studio*, penggunaan ikon kamera putih seolah menggambarkan sebuah wadah atau alat yang bisa digunakan untuk menggambarkan atau mengabadikan imajinasi mereka dengan bebas.

Di sisi lain, logo LL tidak menggunakan gambar kamera tetapi terdapat gambar segitiga ke arah kanan yang biasa digunakan sebagian ikon “*play*” atau mainkan. Ikon tersebut diberi warna biru tua di atas dan muda ke bawah. Biru adalah warna universal yang sering dipilih, mungkin karena kualitasnya yang serba guna. Biru adalah warna favorit untuk perusahaan yang berharap untuk menyampaikan kehandalan, dapat dipercaya dan komunikasi. Warna biru juga diapresiasi untuk ketenangan dan kualitas harmoni yang berasosiasi dengan laut dan langit.

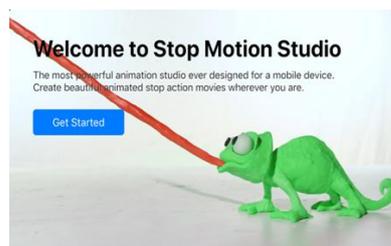
Selain ikon *play*, logo LL juga menggunakan lambang petir dengan warna merah muda dan kuning. Merah muda sejak lama selalu distereotipkan dengan wanita dan dianggap sebagai ‘kewanitaan’. Tingkat kepekatan warna merah muda pun memiliki makna yang berbeda. Merah muda pucat biasanya diidentikkan dengan anak perempuan kecil, *dust pink* menyimbolkan sentimental, merah muda terang dihubungkan dengan hal-hal yang berbau romantis. Warna merah muda dalam logo LL berwarna lebih berani yang biasanya disebut *hot pink*. Warna tersebut merepresentasikan muda, seru, penuh energi dan menyenangkan.

Dilihat dari makna aplikasi *Life Lapse*, *Life* yang berarti kehidupan dan *Lapse* yang berarti keruntuhan, kesalahan dan kehilangan, jika digabungkan *Life Lapse* bisa dimaknai proses jatuh dalam hidup. Menghubungkan makna nama aplikasi dengan logo yang digunakan seolah aplikasi ini menjadi alat yang diharapkan bisa membantu pengguna untuk

memulai dan mengekspresikan hidup yang baru dengan lebih semangat dan penuh energi.

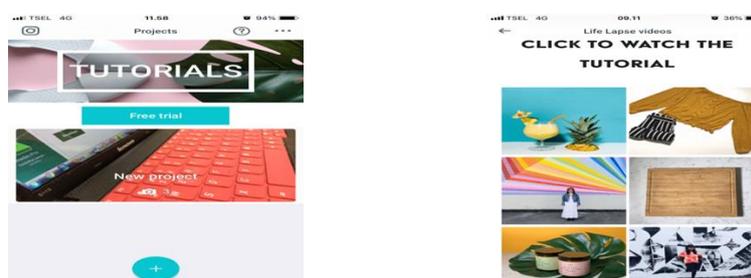
Desain logo SMS terlihat lebih sederhana dengan hanya memadukan 2 pilihan warna biru muda sebagai dasar dan putih untuk warna logo kamera video. Tidak banyaknya penggunaan warna menggambarkan karakteristik laki-laki yang cenderung *simple* dalam pemilihan warna. Berbeda dengan logo LL yang terlihat lebih banyak menggunakan perpaduan warna biru, putih, kuning dan *piznk* untuk logonya. Warna putih yang digunakan sebagai dasar logo membuat perpaduan ragam warna semakin mencolok. Penggunaan warna biru yang didegradasi tua dan muda menonjolkan sisi keindahan logo LL.

Selain logo, *frame* antarmuka aplikasi juga semakin memperkuat karakter masing-masing aplikasi. Berikut penjelasannya:



Gambar 3. Desain antarmuka hal depan SMS

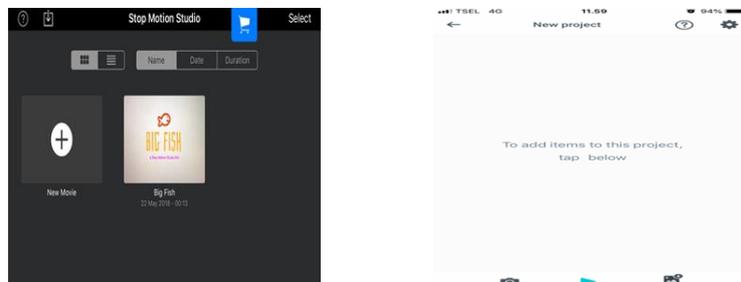
Desain antarmuka *frame* depan SMS terlihat konsisten dengan pemilihan warna yang tetap sederhana dan terbatas. Warna dasar putih polos dengan tulisan hitam dan gambar bunglon yang menjulurkan lidah berwarna. Ucapan selamat datang dan deskripsi aplikasi ditulis lugas dan jelas.



Gambar 4. Desain antarmuka *frame* tutorial LL

Berbeda dengan aplikasi sebelumnya, desain antarmuka nampak lebih berwarna-warni. Terlihat di kolom paling atas terdapat gambar sandal

wanita dan tanaman dengan warna dasar merah muda dan opsi pilihan tutorial atau petunjuk. Dalam *frame* tutorial terdapat tautan cara menggunakan aplikasi yang terhubung langsung ke Youtube. Ada 2 gambar dengan model perempuan dari 12 gambar yang ada. Gambar-gambar lain yang digunakan dalam *frame* tutorial didominasi gambar yang menyiratkan perempuan, diantaranya *sweater* dan sandal perempuan. Gambar-gambar tersebut seolah diambil dari sudut yang bisa menonjolkan sisi keindahan warna. Meskipun demikian ternyata sebenarnya gambar-gambar tersebut tidak terlihat fungsi operasionalnya. Pilihan gambar, ragam warna dan tatanan yang rapi diatur sedemikian rupa sehingga lebih menonjolkan fungsi estetika desain antarmuka.



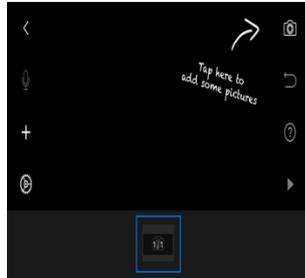
Gambar 5 dan 6. Antarmuka *frame* kontrol SMS dan LL

Jika kita masuk ke antarmuka selanjutnya akan muncul halaman kontrol untuk membuat film atau *project* baru. Warna yang dipilih oleh SMS cenderung gelap atau abu-abu, sedangkan LL memilih untuk menggunakan warna putih hampir transparan. Desain logo dan antarmuka SMS dengan warna yang terbatas, lugas dan jelas membuat aplikasi ini terlihat lebih sederhana. Kesederhanaan desain dan pilihan warna membuat fungsi operasional aplikasi ini lebih menonjol dibandingkan dengan fungsi estetika.

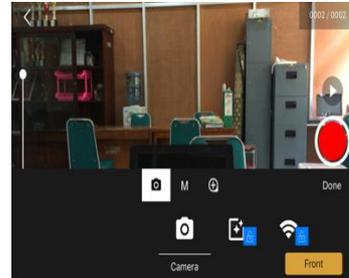
b. Layout/Tampilan

Sebuah *interface window* dikenal dengan sebutan *frame*. Ketika kita membuka sebuah aplikasi maka kita membuka *frame*. Sebagai contoh ketika kita membuka *Window Explorer* maka kita sebenarnya sedang membuka sebuah jendela/ *window* atau *frame*. *Frame* adalah sebuah objek

yang merepresentasikan suatu area di layar yang berisi sejumlah objek lain untuk menyampaikan informasi kepada *user*. Di dalam *frame* tersebut terdapat komponen-komponen yang disusun sedemikian rupa sesuai dengan fungsinya.



Gambar 7. Antarmuka SMS *frame* kontrol utama



Gambar 8. Antarmuka SMS *frame* kamera

Dari gambar di atas, komponen-komponen aplikasi SMS disusun secara vertikal dari atas ke bawah dengan susunan kontainer yang sama. Sekilas susunan tersebut nampak seperti susunan *flow layout* namun jika diperhatikan lebih seksama komponen-komponen tersebut sebenarnya disusun dalam bentuk *border layout*. *Border layout* memiliki beberapa kontainer: *east*, *west*, *north*, *south* dan *center*. Beberapa komponen diantaranya fitur untuk merekam suara, pengaturan dan penambahan foto/video ditata sedemikian rupa di kontainer *west*. Fitur-fitur lain seperti pengambilan foto, pertanyaan dan memainkan diletakkan di sebelah *east*. *Center* digunakan untuk menampilkan latar kamera dan galeri foto ditempatkan di kontainer *south*. Komponen yang ditata di kontainer *west* dan *east* berjumlah sama sehingga terlihat keseimbangan antarmuka.

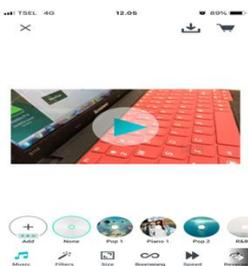
Masing-masing komponen atau fitur menggunakan ikon. Pengguna bisa memilih masing-masing ikon itu untuk melihat fitur yang ditawarkan. Di awal masuk aplikasi, jika anda baru pertama kali menggunakan aplikasi ini maka akan ada tanda panah yang menunjuk masing-masing ikon dengan penjelasan ringkas fungsi dari masing-masing fitur tersebut. Misalnya seperti gambar 7 di atas, sebuah tanda panah menunjuk ikon kamera dengan keterangan “tekan untuk tambahkan gambar”. Setelah menekan ikon kamera, pengguna akan masuk ke antarmuka fitur kamera.

Melihat antarmuka dari awal mulai dari *frame* selamat datang kemudian kontrol utama sampai kemudian di *frame* komponen kamera

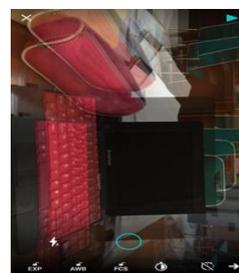
nampak konsistensi warna, bentuk *layout* dan *imagery* yang digunakan. Penggunaan warna yang terbatas abu-abu dengan ikon putih masih memperlihatkan konsistensi kesederhanaan. Jika menilik kembali pada gambar 2 di *frame* selamat datang, komponen fitur yang terpasang adalah ikon *Get started* yang kemudian terhubung dengan *frame* yang menampilkan ikon pilihan untuk memulai pembuatan video dan contoh video yang sudah ada. Opsi memulai video yang menggunakan ikon + akan terhubung dengan antarmuka seperti pada gambar 8. Kemudian ketika pengguna memilih opsi kamera maka akan terhubung dengan antarmuka fitur kelengkapan *editing* foto/video seperti gambar 8.

Penyusunan fitur sedemikian rupa menunjukkan adanya hirarki penyusunan komponen mulai dari yang umum kemudian ke komponen-komponen khusus. Yang menarik adalah *layout* antarmuka aplikasi SMS konsisten dibuat horisontal. Bahkan ketika pengguna mengambil gambar secara vertikal maka secara otomatis akan diputar horisontal menyesuaikan *layout* antarmuka *editing frame*. Dari segi fungsi tentu saja hal ini memberi kemudahan. Dengan layar horisontal akan memberi pandangan yang lebih luas. Selain itu kenyamanan dalam memegang ponsel dengan dua tangan seperti main gim tentu akan memberi kemudahan kepada pengguna. Antarmuka ini seolah didesain untuk membuat pengguna lebih fokus dalam memaksimalkan fitur yang disediakan untuk memuat video yang diinginkan.

Jika SMS sejak awal konsisten dengan antarmuka horisontal maka hal ini sama dengan aplikasi LL yang juga konsisten dengan antarmuka vertikal seperti yang terlihat pada ilustrasi di bawah ini.



Gambar 9. Antarmuka *frame* kontrol utama



Gambar 10. Antarmuka *frame* ambil gambar

Sejak awal *frame* “selamat datang” hingga “*editing video*”, aplikasi LL juga konsisten dengan antarmuka vertikal. Secara kontrol itu

memudahkan pengguna untuk tidak perlu membolak-balikkan ponsel namun di sisi lain ketika pengguna mengambil gambar secara horisontal, aplikasi LL tidak secara otomatis memutar foto menjadi vertikal. Hal ini seolah memaksa pengguna untuk konsisten menggunakan aplikasi ini secara vertikal. Seperti pada gambar 10 dengan desain antarmuka dalam posisi vertikal ini memberi kesempatan pengguna untuk bisa mengoperasikan aplikasi hanya dengan 1 tangan. Hal ini juga memberi kesempatan pengguna untuk bisa melakukan aktifitas lain ketika bermain dengan aplikasi ini.

Jika seperti pembahasan sebelumnya aplikasi SMS didesain dengan layout horisontal yang sederhana dengan bentuk yang terlihat lebih kotak atau bersudut dan pilihan warna monoton gelap maka aplikasi LL justru sebaliknya. Seperti pada gambar 9 di atas, *layout* disusun dalam bentuk *flow* dimana semua komponen disusun berbaris dari kiri ke kanan. Terdapat 4 kontainer yang memuat komponen atau fitur yang berbeda. Kontainer pertama terdiri dari ikon unduh dan keranjang belanja. Kontainer kedua memuat pemutaran video. Kontainer ketiga dan keempat memuat fitur editing seperti penambahan musik, *filter*, *boomerang* dll.

Masing-masing fitur menggunakan ikon yang berbeda sesuai dengan fungsinya. Misalnya untuk penambahan musik maka ikon yang digunakan adalah bentuk bulat *Compact-Disk/ CD*. Ikon tersebut bisa digeser ke kiri untuk memunculkan lebih banyak pilihan lagu. Karakteristik antarmuka aplikasi LL terlihat lebih feminin dengan garis-garis yang lebih bulat dan melengkung.

c. Bahasa

Maskulinitas ataupun feminin bisa dilihat juga dari pemilihan bahasa yang dipakai dalam sebuah aplikasi. Dalam halaman muka awal aplikasi SMS terlihat bagaimana si perancang aplikasi memberi penjelasan tentang aplikasi tersebut dengan padat dan jelas. *“The most powerful animation studio ever designed for a mobile device. Create beautiful animated stop action movies wherever you are”* pengembang mendeskripsikan SMS sebagai aplikasi yang terhebat yang pernah dirancang untuk pengguna seluler. Hal ini seolah menegaskan SMS yang memang memprioritaskan pengguna seluler daripada PC. Dikuatkan dengan

pernyataan berikutnya yang menjelaskan kemudahan SMS untuk digunakan dimana saja dan kapan saja. Penggunaan kata *the most powerful* dan *ever designed* seolah menunjukkan bagaimana aplikasi SMS berbeda dengan aplikasi yang lain. Perancang menegaskan fungsi aplikasi sebagai prioritas utama dibanding dengan hal lainnya. Hanya dengan tiga kalimat singkat pengguna bisa melihat gambaran tentang apa itu aplikasi SMS.

Berbeda dengan LL yang lebih menggunakan simbol-simbol untuk menggambarkan aplikasi itu. Perancang menggunakan video untuk menjelaskan bentuk dan fungsi aplikasi. Hal ini menunjukkan bagaimana perancang ingin menjelaskan panjang lebar tentang aplikasi tersebut. Jika tertulis maka selain panjang juga akan terlihat membosankan yang membuat pengguna segan untuk membaca deskripsinya. Dengan menggunakan video perancang berharap akan cukup efektif untuk menyampaikan maksud. Untuk sebagian orang yang memang lebih suka visual dibandingkan tulisan mungkin akan lebih nyaman menonton video dibandingkan membaca. Namun penggunaan video akan membuat pengguna menghabiskan lebih banyak kuota pulsa. Tentu saja kebanyakan pengguna tidak mau menghabiskan banyak kuota hanya untuk mendengarkan penjelasan tentang apa atau seperti apa aplikasi LL tersebut. Dalam video tersebut, si pembicara tidak hanya menjelaskan bentuk aplikasi tetapi juga petunjuk atau tutorial penggunaan aplikasi LL. Beberapa pengguna akan bersedia mempelajari cara penggunaan dengan menonton video tetapi yang lain akan memilih untuk langsung mencoba dengan mengotak-atik sendiri fitur-fitur dalam aplikasi tersebut.

Bahasa yang digunakan untuk penamaan masing-masing aplikasi pun berbeda. SMS menggunakan nama yang bermakna lebih literal sedangkan penamaan LL menggunakan diksi bermakna figuratif. Hal ini seolah menggambarkan karakter SMS yang lebih maskulin sedangkan LL lebih feminin dengan penamaan yang lebih emosional.

Pembahasan

Preferensi Penggunaan Aplikasi oleh Mahasiswa dengan Berbasis Gender

Setelah mengetahui bagaimana karakteristik antar muka di SMS dan LL, bagian ini disusun untuk memberikan penjelasan tentang preferensi mahasiswa ketika memilih diantara SMS dan LL. Dalam penelitian ini, terdapat 32 mahasiswa yang berpartisipasi dengan demografi 20 adalah perempuan dan 12 laki-laki. Semuanya berada dalam kelas yang sama yaitu, *History of English Language and Literature*. Hal pertama yang ditanyakan adalah frekuensi informan dalam membuka aplikasi digital yang hasilnya bisa dilihat pada diagram di bawah ini:

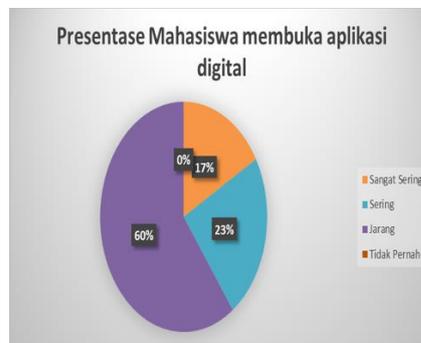


Diagram 1. Presentase mahasiswa membuka aplikasi digital

Berdasarkan hasil kuesioner, dari 40 mahasiswa didapatkan data bahwa 60% dari total mahasiswa jarang menggunakan aplikasi digital, 23% sering dan 17% sangat sering atau hampir selalu menggunakan aplikasi digital dalam berbagai kegiatan. Yang dimaksud dengan jarang di sini hanya menggunakan sebagai media belajar untuk tugas kampus. Yang dimaksud dengan sering bisa 3-4x dalam seminggu. Sedangkan sangat sering diartikan selalu atau hampir setiap hari menggunakan aplikasi dalam setiap aktifitasnya.

Setelah mengetahui tentang frekuensi membuka aplikasi digital, informan kemudian diminta untuk menjawab pertanyaan aplikasi mana yang lebih disukai, apakah SMS atau LL. Berikut adalah hasilnya.



Diagram 2. Preferensi penggunaan SMS dan LL

Dari diagram di atas, aplikasi SMS justru lebih diminati oleh mahasiswi. Hampir 54% penggunaan aplikasi SMS justru pengguna perempuan. Meskipun ada mahasiswi yang lebih tertarik menggunakan LL namun jumlahnya tidak banyak, hanya sebesar 23%. Beberapa alasan yang disampaikan ketika wawancara antara lain sebagai berikut: SMS dianggap lebih enak dilihat, gambar yang disajikan tidak terlalu bermacam-macam, pemakaian lebih mudah. Terkait dengan LL, responden memang menyatakan bahwa tampilan LL lebih feminine namun gambar-gambar yang disajikan kurang diminati dan LL memiliki banyak fitur yang membuat pusing pengguna.

Dari hasil pemaparan di atas, gender memang bisa dijadikan tolak ukur pemilihan aplikasi. Namun, lebih dari itu, kemudahan penggunaan dan kelengkapan fitur aplikasi juga memiliki peran yang utama.

KESIMPULAN

Preferensi perancang aplikasi berbasis gender secara umum terefleksikan dalam desain halaman antarmuka aplikasi, termasuk aplikasi SMS dan LL. Aplikasi SMS yang dibuat oleh laki-laki berkarakter lebih maskulin sedangkan aplikasi LL yang dibuat oleh perempuan berkarakter lebih feminin. Meskipun demikian ternyata tidak semua mahasiswa laki-laki memilih untuk menggunakan aplikasi SMS begitu pun sebaliknya. Pengguna aplikasi SMS justru mayoritas mahasiswi atau pengguna perempuan. Menurut mereka SMS lebih sederhana sehingga lebih mudah digunakan. Pada akhirnya faktor gender hanya menjadi salah satu faktor

yang mempengaruhi penggunaan aplikasi berbasis gender. Banyak faktor lain seperti karakter pribadi mahasiswa/i dan ketersediaan fitur yang dibutuhkan pun mempengaruhi preferensi penggunaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Azhar. 2007. *Media Pembelajaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Barth, Derrick. 2012. *Designing the Gender-Neutral User Experience*. Worcester polytechnic Institute.
- Bogdan, Robert C . Biklen. Sari Knopp. 1992. *Qualitative Research for Education An Introduction To Theory and Methods*. London: Allyn and Bacon.
- Cameron-Jone. 1983. *A Searching profession? The Growth of Classroom Action Research*. Scotland: Moray house College of Education
- Daryanto. 2011. *Model Pembelajaran*. Bandung: PT Sarana
- Friedman, B. and Nissenbaum, H. 1996. Bias in computer systems. *ACM Trans. Inf. Syst.*14, 3 (July 1996), 330-347.
- Google, "Principles - Layout - Material Design guidelines," material.io, 2017. [Online]. Available: <https://material.io/guidelines/layout/principles.html>.
- Kemmis, Stephen & Taggart, Robert Mc. 1988. *The Action Research Planner* . Viktoria: Deakin University
- Lastiansah, Sena. 2012. *Pengertian User Interface*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Moss, G.A. and Coleman, A. 2001. Choices and preferences: experiments on gender differences, *Journal of Brand Management*, 9, 2, 89 - 98.
- Moss, G.A. and Gunn, R.W. 2005. *Websites and services branding: implications of Universities' websites for internal and external communication*, prepared for 4th International Critical Management Studies Conference.
- Moss, G.A., Gunn, R.W. and Heller, J.A.G. 2006. "Some men like it black, some women like it pink: consumer implications of differences in male and female website design". *Journal of Consumer Behaviour*, Vol.5, Issue 4.

- Moss, G.A., Gunn, R.W. and Kubacki, K. 2007. "Successes and Failures of the Mirroring Principle: The Case of Angling and Beauty Websites." *International Journal of Consumer Studies* 31.3: 248-57. Print.
- Rianingsih Djohani. 1996. *Dimensi Gender dalam Pengembangan Program Secara Partisipatif*. Driya Media Bandung.
- Schlatter, T and D. Levinson. 2013. *Visual Usability: Principles and Practices for Designing Digital Applications*. Elsevier.
- Tannen, Deborah, 2003. *Kamu Memang Nggak Bakal Ngerti: Romantika Percakapan Wanita dan Pria*, Bandung: Qanita
- Vinay, Jean P., and Jean Darbelnet. 1995. *Comparative Stylistics of French and English: a Methodology for Translation*. Translated by Juan C. Sager, and M. J. Hamel. Amsterdam: Benjamins.
- Woolfolk, Anita. 2004. *Educational Psychology (Ninth Edition)*. Boston: Allyn and Bacon
- Woolfolk, Anita. 2009. *Educational Psychology: Active Learning Edition (Edisi Sepuluh)*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- <https://www.lifelapseapp.com/>. Accessed 17/03/2021.