

Perancangan Desain Antarmuka Kios Digital Kesehatan Kardiovaskular sebagai Sarana Penunjang Edukatif Poliklinik Gedung Pusat Pelayanan Jantung Terpadu Surabaya

Hirzi Aulia Zaky¹, dan Denny Indrayana Setyadi²

¹Departemen Desain Produk, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

²Departemen Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

e-mail: denny@prodes.its.ac.id

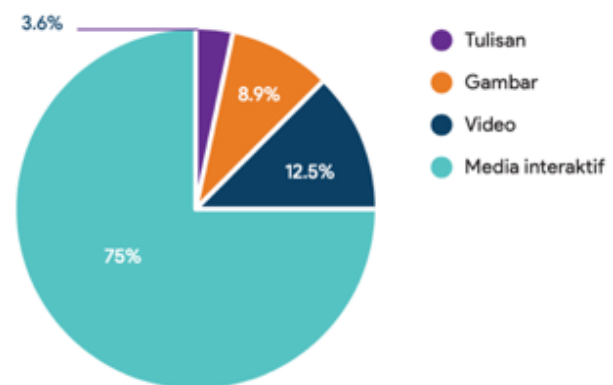
Abstrak—Tugas akhir ini membahas perancangan media edukasi kesehatan kardiovaskular pada ruang tunggu Poliklinik Gedung PPJT. Edukasi kesehatan merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan kardiovaskular. Media edukasi kesehatan kardiovaskular yang ada menggunakan bahasa dan visual yang tidak mudah dicerna sehingga pesan yang dibuat tidak tersampaikan kepada target yang dituju. Dengan demikian diperlukan peningkatan nilai dan fungsi edukasi kesehatan kardiovaskular dengan pendekatan yang lebih persuasif melalui inovasi dalam bentuk media penyampaian edukasi kesehatan kardiovaskular. Metode penelitian yang digunakan pada tugas akhir ini adalah observasi dan wawancara mendalam kepada pihak pengelola Gedung PPJT guna mengetahui kebutuhan program kerja yang diusung serta kebutuhan pasien yang menunggu di ruang tunggu. Perancang juga menggunakan teknik persona dalam upaya mengerucutkan target audiens sehingga luaran yang dihasilkan tepat guna dan *user journey map* guna mendapatkan perspektif pasien dalam menggunakan fasilitas Poliklinik Gedung PPJT. Konten edukasi yang dimunculkan dibatasi pada pengetahuan dasar tentang penyakit jantung koroner, gagal jantung kongestif, dan tekanan darah tinggi serta pencegahannya secara umum. Hasil dari perancangan ini adalah purwarupa desain antarmuka kios digital interaktif kesehatan kardiovaskular dengan konsep “*Your Heart Matters*”. Kios digital interaktif ini menggunakan ilustrasi dan animasi yang interaktif sebagai sarana utama penyampaian edukasi kesehatan kardiovaskular dan bahasa Indonesia formal yang mudah dicerna. Sehingga diharapkan, dengan adanya kios digital ini, pasien dapat memahami kesehatan kardiovaskular secara lebih mudah dan menjadi salah satu kegiatan edukatif yang dapat ditawarkan kepada pasien ketika menunggu di ruang tunggu Poliklinik Gedung PPJT.

Kata Kunci—Kios Digital, Interaktif, Kardiovaskular.

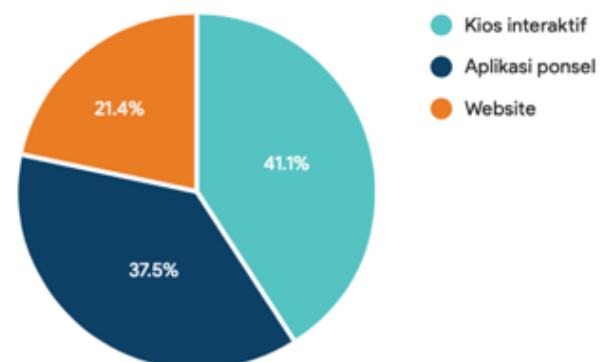
I. PENDAHULUAN

PENYAKIT kardiovaskular adalah penyakit yang disebabkan oleh gangguan fungsi jantung dan pembuluh darah. Penyakit ini sendiri merupakan penyakit yang tidak menular. Prevalensi penyakit jantung koroner di Indonesia tahun 2013 sebesar 0,5% atau diperkirakan sekitar 883.447 orang, sedangkan berdasarkan diagnosis dokter/gejala sebesar 1,5% atau diperkirakan sekitar 2.650.340 orang [1].

Jika dilihat dari grafik trennya, tren Penyakit Tidak menular mulai naik pada usia 10 sampai 14 tahun dan mencapai puncaknya pada kelompok usia 55 sampai 59 tahun. Dan pergeseran tren tersebut akan berdampak besar



Gambar 1. Grafik Preferensi Media.



Gambar 2. Grafik Preferensi Platform yang Diminati.

bagi SDM dan perekonomian Indonesia ke depan. Karena, di tahun 2030-2040 mendatang, Indonesia akan menghadapi bonus demografi yang mana usia produktif jauh lebih banyak dibandingkan kelompok usia non produktif.

Pernyataan tersebut juga sesuai dengan data Pusat Pelayanan Jantung Terpadu (PPJT), di mana dalam jangka waktu 10 bulan, tercatat bahwa terdapat 363 pasien dengan usia dibawah 20 tahun dan 1581 pasien dengan usia 20-29 tahun. Dr. Andrianto selaku wakil kepala Gedung PPJT Rumah Sakit Dr. Soetomo juga menyatakan bahwa tren tersebut diperkirakan akan dapat terus meningkat apabila masyarakat masih belum memiliki kesadaran akan kesehatan kardiovaskular

Menurut Bapak Ir. Choirul Wangit, M.Si selaku Kepala Sub Bagian Perlengkapan dan Aset Rumah Sakit Dr. Soetomo Surabaya, pendirian *cardiac center* (pusat jantung) baru di Rumah Sakit Dr. Soetomo Surabaya—yang



Gambar 3. Persona Pengunjung Poliklinik Gedung PPJT.

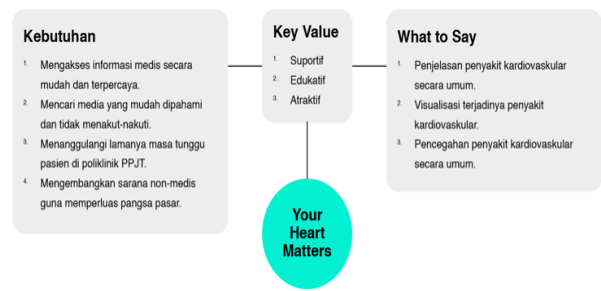


Gambar 4. User Journey Map Pengunjung Poliklinik Gedung PPJT.

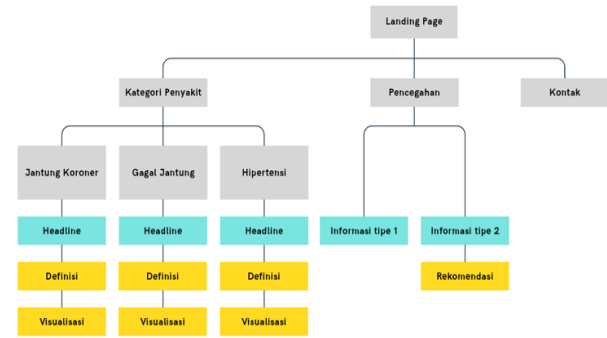
sebelumnya hanya berada di Rumah Sakit Jantung Harapan Kita Jakarta—bertujuan untuk pembagian pasien jantung di Indonesia karena kondisi pasien *cardiac center* Jakarta sudah terlalu banyak. Pertimbangan pembangunan *cardiac center* di Rumah Sakit Dr. Soetomo oleh Menteri Kesehatan ke-17, Siti Fadhillah Supari adalah aspek sumber daya manusia di bidang klinis Rumah Sakit Dr. Soetomo Surabaya yang juga disokong oleh adanya fakultas kedokteran Universitas Airlangga sudah terbilang siap. Oleh karena itu, Dr. Soetomo membangun gedung baru dengan nama Pusat Pelayanan Jantung Terpadu (PPJT) yang khusus digunakan sebagai *cardiac center* guna menangani pasien jantung untuk Indonesia bagian timur.

Gedung PPJT dirancang sebagai gedung pelayanan penyakit jantung *one stop service*, mulai dari pelayanan poliklinik di lantai 1, poliklinik anak di lantai 2, ruang rawat inap di lantai 3 dan 4, ruang operasi di lantai 5, hingga ruang ICU dan ICCU di lantai 6. Konsep *one stop service* diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan dan keefektifan pelayanan penyakit jantung di gedung PPJT karena pasien tidak perlu berpindah gedung saat menjalani pengobatan.

Dr. Andrianto selaku wakil kepala Gedung PPJT Rumah Sakit Dr. Soetomo mengatakan bahwa tujuan umum Gedung PPJT adalah sebagai pusat pelayanan jantung dan pembuluh darah terpadu yang berintegritas tinggi, profesional, dan inovatif. Dari tujuan tersebut, Gedung PPJT merancang



Gambar 5. Konsep Desain.



Gambar 6. Hirarki Konten Informasi.

beberapa program kerja yang berhubungan erat dengan perkembangan-perkembangan inovatif. Salah satunya adalah Program Promosi Kesehatan Internal (PKMRS). Program tersebut direncanakan guna melakukan promosi kesehatan jantung di berbagai media, termasuk media elektronik, kepada pasien poliklinik/rawat jalan.

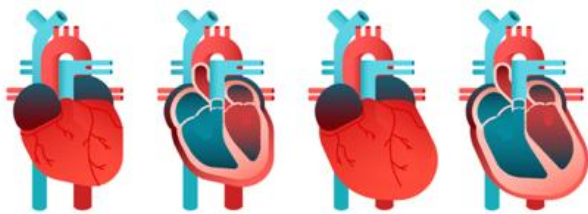
Ennui—perasaan tidak puas akibat kurangnya kesibukan atau hiburan—dapat memicu terjadinya kecemasan pada seseorang. Umumnya rumah sakit memiliki banyak ruang tunggu yang terkadang pengunjung dapat menunggu cukup lama hingga mendapat penanganan. Namun demikian, cara yang paling baik dalam mereduksi kecemasan adalah dengan menawarkan sesuatu yang menarik sehingga dapat bersaing dengan kecemasan pengunjung. Salah satu bentuknya adalah dengan memunculkan diversifikasi [2].

Dalam konteks ini, diversifikasi yang ditawarkan rumah sakit dapat berupa penyediaan majalah, penggunaan televisi, penempatan lukisan-lukisan di dinding, bahkan peta lokasi pun dapat dengan mudah menjadi diversifikasi yang menarik bagi pengunjung yang bosan.

Mengutip dari wawancara dengan Dr. Andrianto selaku wakil kepala Gedung PPJT Rumah Sakit Dr. Soetomo mengungkapkan bahwa bidang kesehatan selalu menjadi bidang dengan tingkat penerimaan inovasi yang tinggi. Penggunaan teknologi dengan tujuan terciptanya peningkatan kesehatan pasien memungkinkan berkembangnya perangkat medis yang tidak hanya dapat diakses ketika sedang berkonsultasi dengan praktisi medis secara langsung tetapi juga dapat diakses pasien atau pengunjung secara mandiri.

Dari survey yang disebarluaskan kepada masyarakat umum seperti pada grafik yang ditunjukkan Gambar 1, sebanyak 75% responden berpendapat bahwa media interaktif merupakan salah satu media yang paling dapat menjelaskan terjadinya suatu penyakit jantung dan tindakan-tindakannya secara mudah seperti grafik yang ditunjukkan pada Gambar 2.

Di samping pemaparan informasi kesehatan dengan



Gambar 7. Ilustrasi Penampang Jantung.



Gambar 8. Ilustrasi Penunjang Narasi.



Gambar 9. Ikon Desain Antarmuka.

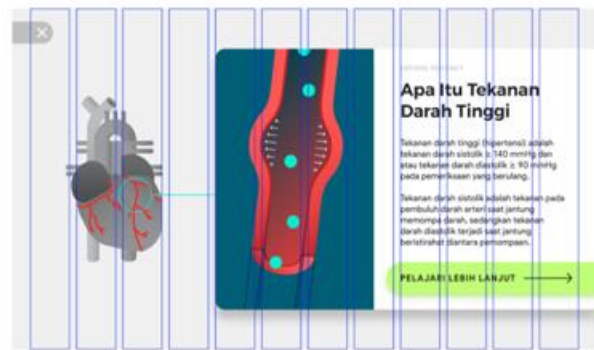
aplikasi ponsel, kios digital juga dianggap efisien dalam penyampaian informasi kesehatan jantung pada ruang tunggu Poliklinik Gedung PPJT karena dapat mencakup penggunaan tulisan, gambar, dan video di dalamnya satu media yang sama.

Pembentukan sistem seperti kios kesehatan dapat memungkinkan pasien/pengunjung untuk mendapatkan informasi tentang kesehatannya. Dalam penerapannya, kios-kios kesehatan dapat digunakan untuk mengumpulkan data biometrik dari penggunaanya dan memaparkan hasilnya dan kios kesehatan yang memiliki tujuan untuk menyebarkan informasi di populasi yang besar. Bentuk kios yang kedua biasa disebut kios informatif [3].

Manfaat intrinsik dari kios digital pada fasilitas kesehatan adalah penggunaan kios dapat memenuhi fungsi yang sama dengan selebaran/brosur yang menjadi ‘hadiah’ untuk pasien/pengunjung, dimana dibutuhkan selebaran dalam jumlah yang relatif banyak untuk memberikan tingkat dan cakupan informasi yang sama dengan sebuah kios digital serta penggunaan kios digital memungkinkan untuk tingkat penerimaan informasi yang lebih mudah bagi pengguna [4].

Teori *cone of experience* mengemukakan bahwa pengalaman belajar dapat dibagi menjadi 10 tahapan, mulai dari pengalaman yang berifat konkret di bagian bawah hingga menjadi semakin abstrak saat mencapai puncak. Menurut salah satu prinsip dalam strategi pembelajaran dari model ini, semakin banyak indera yang terlibat, maka semakin baik dan semakin banyak informasi yang dapat [5]. Sehingga penggunaan media digital dalam proses penyampaian suatu informasi dapat membantu memberikan pengalaman yang lebih berkesan kepada pengguna. Hal tersebut terjadi karena penggunaan suatu media, terlebih yang menonjolkan segi audio-visual dapat mempermudah menuntun pengguna dalam memahami konsep yang abstrak menjadi lebih konkrit.

Kurangnya sarana informasi dan edukasi mengenai penyakit kardiovaskular di poliklinik Gedung PPJT dan belum adanya aktivitas yang bersifat edukatif dari rumah



Gambar 10. Contoh Implementasi Layout Desain Antarmuka.



Gambar 11. Desain Akhir Bumper.

sakit yang dapat dilakukan pasien ketika menunggu di Poliklinik Gedung PPJT serta kebutuhan akan sarana edukasi kesehatan kardiovaskular pada area poliklinik Gedung PPJT menghasilkan rancangan desain antarmuka kios digital untuk ruang tunggu Poliklinik Gedung PPJT sebagai upaya edukasi kesehatan kardiovaskular yang dapat diakses secara publik dengan tujuan untuk meningkatkan nilai dan fungsi edukasi kesehatan kardiovaskular dengan pendekatan yang lebih positif dan suportif di Poliklinik Gedung PPJT Rumah Sakit Dr. Soetomo. Disamping itu, penerapan kios digital di poliklinik gedung PPJT dapat menjadi sarana edukasi dan sumber informasi mengenai pencegahan dan penanganan dasar penyakit kardiovaskuler, sesuai dengan program kerja Unit Rawat Jalan Gedung PPJT.

Dalam merancang desain antarmuka kios digital ini, perancang hanya akan membahas studi mengenai penerapan desain antarmuka kios digital. Studi tentang kios digital, ergonomi visual, dan elemen-elemen visual yang sesuai untuk penerapan kios digital di area ruang tunggu poliklinik. Perancangan ini hanya akan difokuskan kepada studi penyakit kardiovaskular dengan konten Penyakit Jantung Koroner, Gagal Jantung Kongestif, dan Tekanan Darah tinggi serta pencegahannya secara umum. Dan perancangan ini hanya akan membahas konten yang berkaitan dengan unsur-unsur visual beserta penerapannya dalam kios digital.

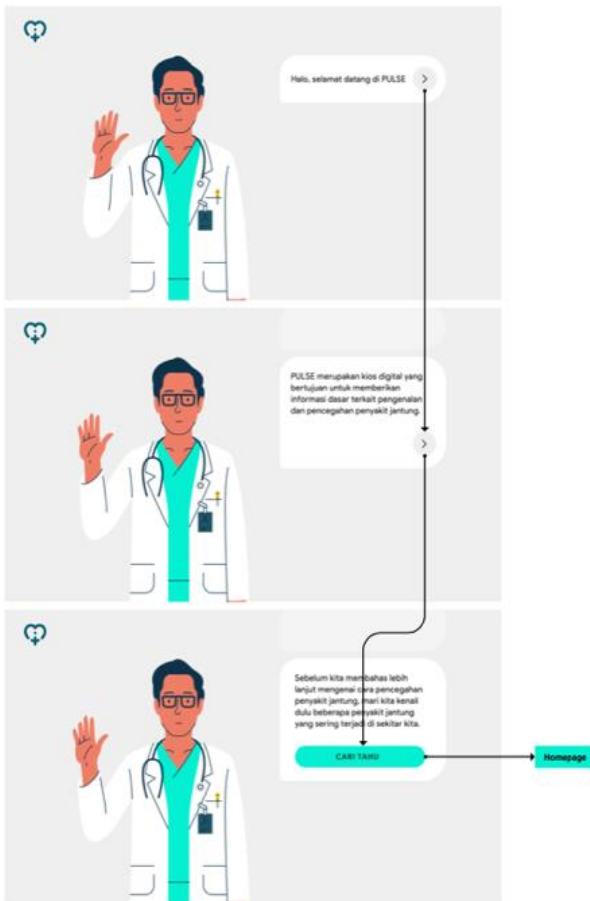
II. METODOLOGI DAN ANALISIS PERANCANGAN

A. Kuesioner

Kuisisioner dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi desain antarmuka kios digital Gedung PPJT Dr. Soetomo yang akan dirancang.

Hasil yang didapat dari kuesioner yang dilakukan adalah:

1. Pengetahuan dasar masyarakat mengenai kesehatan kardiovaskular.
2. Preferensi desain masyarakat terhadap kios digital.



Gambar 12. Desain Akhir Landing Page.

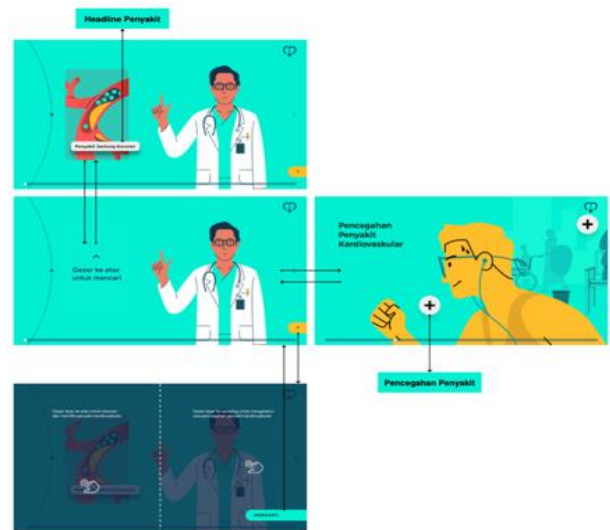
B. Depth Interview

Kegiatan ini dilakukan untuk menggali informasi dan memperkuat permasalahan yang didapat peneliti dari data sekunder. *Depth interview* juga dilakukan untuk menggali informasi untuk konten kiosk digital. *Depth interview* dilakukan dengan narasumber:

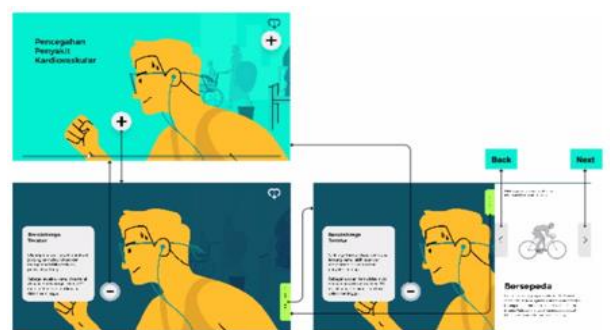
1. Depth interview dilakukan kepada pihak stakeholder Bapak Ir. Choirul Wangit, M.Si selaku Kepala Sub Bagian Perlengkapan dan Aset Rumah Sakit Dr. Soetomo Surabaya. Hasil yang didapat dari depth interview ini adalah mengenai latar belakang dan rencana pengembangan Gedung PPJT.
2. Depth interview dengan dr. Armanto Sidohutomo, SpM(K) selaku pasien dengan riwayat kardiovaskular, didapatkan hasil mengenai kebutuhan pasien penyakit kardiovaskular terhadap lingkungan rumah sakit dan konten-konten yang perlu diangkat dalam perancangan kiosk digital.
3. Depth interview dengan dr. Andrianto, Sp.JP selaku Kepala Program Studi kardiovaskuler Gedung PPJT dan didapatkan masukan mengenai rancangan awal desain antarmuka kiosk digital dan rancangan konten informasi dan bahasa yang digunakan dalam menyampaikan narasi yang diusung.

C. Observasi

Observasi ini dilakukan guna mengetahui sirkulasi dan aktivitas pengunjung di dalam area poliklinik guna menentukan peletakan kiosk digital dan intensitas konten yang diangkat.



Gambar 13. Desain Akhir Home Page.



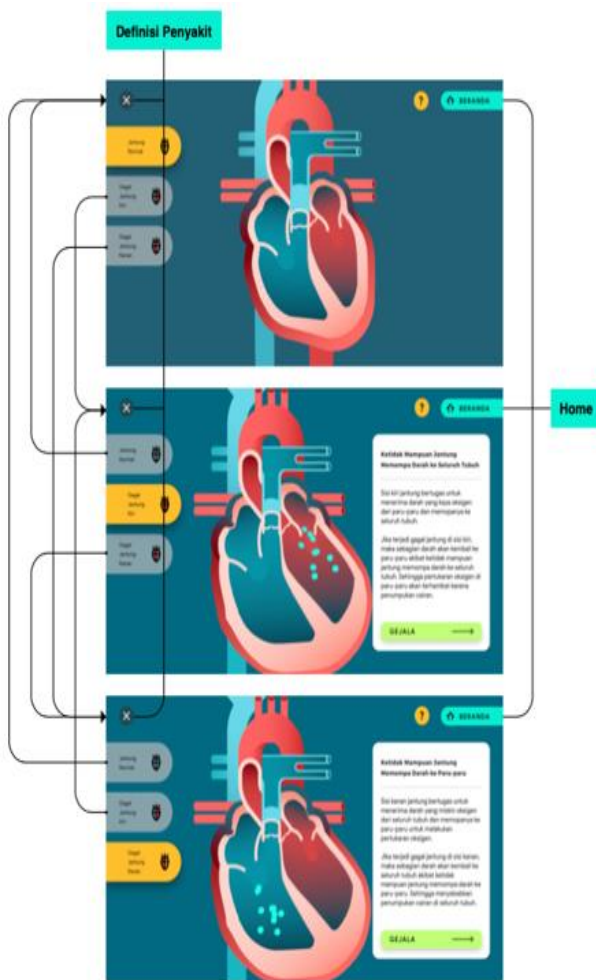
Gambar 14. Desain Akhir Pencegahan Penyakit Kardiovaskular.



Gambar 15. Desain Akhir Penyakit Kardiovaskular

Berikut adalah hasil yang didapat dari observasi yang dilakukan:

1. Alur pasien tahap 1, pasien datang dari lift pasien atau tangga menuju mesin antrian untuk mengambil nomor antrian. Setelah itu pasien menunggu di ruang tunggu yang disediakan untuk menunggu panggilan nomor antrian yang tertera di layar informasi.
2. Alur pasien tahap 2, pasien dengan nomor antrian yang tertera di layar informasi menuju loket administratif.
3. Alur pasien tahap 3, setelah selesai di loket administratif, pasien akan mendapatkan nomor antrian dan menunggu di ruang tunggu lalu poli spesialis untuk melakukan konsultasi dengan dokter. Ada beberapa titik tempat menunggu di poliklinik gedung PPJT. Sebelum menuju ruang poli, pasien akan menuju bagian pengecekan awal oleh perawat meliputi pemberian edukasi, pengecekan tekanan darah, dan pemeriksaan elektrokardiogram.



Gambar 16. Desain Akhir Visualisasi Penyakit Kardiovaskular.

- Alur pasien tahap 4, Setelah selesai pasien keluar dengan membawa resep atau surat untuk melakukan pemeriksaan penunjang. Jika pasien mendapat resep maka harus menunggu di apotek dan setelah mendapat obat pasien dapat pulang. Jika pasien mendapat surat pemeriksaan penunjang maka pasien harus menunggu di depan ruang pemeriksaan penunjang, jika pasien dapat dilayani saat itu juga maka saat itu juga akan dilayani. Ketika hasilnya dibutuhkan segera untuk disampaikan ke dokter maka dia kembali ke ruang poliklinik, namun jika pasien tidak bisa maka dapat dilakukan lain hari. Ada kemungkinan juga pasien akan mendapatkan resep dan surat pemeriksaan penunjang setelah melakukan konsultasi dengan dokter.

D. Studi Literatur

Peneliti melakukan studi literatur untuk mengumpulkan berbagai data dan informasi terkait kios digital kesehatan. Hasil yang didapat dari kegiatan ini adalah mendapatkan referensi penggambaran organ-organ kardiovaskular pada buku dan aplikasi eksisting mengenai kardiovaskular.

E. Persona

Persona dilakukan guna memperoleh pengerucutan beberapa segmen yang ingin disasar perancangan ini guna merancang media informasi yang sesuai dengan segmen pengguna secara nyata. Data-data persona yang digunakan didapatkan melalui hasil *depth interview* dengan calon pengguna dan observasi seperti pada Gambar 3.

F. User Journey Map

User Hourney Map Pengunjung Poliklinik Gedung PPJT yang ditunjukkan pada Gambar 4.

G. User Testing

Metode ini digunakan untuk menguji desain antarmuka yang telah dibuat, apakah sudah sesuai dengan kebutuhan dan prefrensi calon pengguna yang dirujuk melalui hasil kuesioner nantinya. Calon pengguna akan dilihat responnya dalam menggunakan purwarupa desain antarmuka yang telah dibuat.

III. KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Desain

Berdasarkan kriteria seperti yang ditunjukkan Gambar 5, maka didapatkan tiga *key value* utama yang menjadi dasar pengembangan kios digital digital Gedung PPJT Rumah Sakit Dr. Soetomo.

Key values tersebut adalah suportif, komunikatif, dan atraktif. Komunikatif berarti pengembangan konten yang dilakukan harus bisa menyampaikan informasi secara sederhana dan mudah dipahami oleh calon pengguna. *Key value* yang kedua adalah atraktif, yaitu konten informasi harus dikemas dengan visual dan interaksi yang mampu menarik minat calon pengguna sehingga dapat meningkatkan keinginan calon pengguna untuk mencari tahu mengenai informasi penyakit yang dipaparkan. *Key value* terakhir adalah suportif.

Key value suportif didapatkan dari hasil riset kebutuhan calon pengguna dimana salah satu poin utama yang dibutuhkan adalah suport dari lingkungan terdekat. Kata kunci ini mengikat konten yang akan diangkat dan penggunaan bahasa serta elemen-elemen visual yang digunakan.

Ketiga *key values* tersebut disimpulkan menjadi sebuah big idea yaitu “*Your Heart Matters*” atau yang dalam bahasa indonesia berarti “Jantungmu Penting”. Konsep pesan yang ingin disampaikan melalui *big idea* tersebut adalah melalui kios digital ini calon pengguna diajak untuk mengetahui fenomena dan fakta-fakta yang dibalut dengan pemaparan yang ramah dan ringan mengenai penyakit jantung dan kios digital ini diharapkan dapat menjadi salah satu sistem dukungan yang positif bagi pasien di poliklinik Gedung PPJT Rumah Sakit Dr. Soetomo.

B. Nama Produk

Berdasarkan kebutuhan, *big idea*, dan *key values* dari perancangan ini, diperlukan judul atau nama yang dapat menggambarkan kios digital yang suportif dan juga atraktif dari segi edukasi kesehatan kardiovaskular.

“*Pulse*” adalah kesimpulan dari formulasi kebutuhan, big idea, dan *key values* yang sudah ditemukan. “*Pulse*” diambil berdasarkan salah satu aktivitas jantung, yaitu denyut jantung. Nama tersebut juga memiliki arti lain, yaitu dorongan yang sesuai dengan tujuan edukasi kios digital ini yang bersifat suportif.

C. Gaya Bahasa

Sesuai dengan temuan hasil kuesioner dan *depth interview*, konten yang disampaikan dalam kios digital ini menggunakan bahasa umum. Konten yang dimunculkan



Gambar 17. Desain Akhir Exhibition Display.

nantinya akan disederhanakan dengan tatanan kalimat yang mudah dicerna. Namun demikian, penggunaan beberapa kosakata ilmiah masih perlu dimunculkan guna menghindari kesalah pahaman maksud dari kosakata tertentu.

D. Konten Informasi Kesehatan Kardiovaskular

1) Kategori Penyakit

Konten ini berisikan tentang penjelasan penyakit secara singkat serta visualisasi terjadinya/terbentuknya penyakit tersebut. Secara garis besar konten ini tersusun atas headline, definisi, dan visualisasi.

2) Pencegahan

Konten ini berisikan cara pencegahan umum yang saling bersilangan antara penyakit jantung satu dengan lainnya. Konten pencegahan ini berisi manfaat pencegahan penyakit jantung dan rekomendasi yang sesuai bagi pasien penyakit jantung. Konten ini memiliki dua jenis tipe informasi, yaitu yang hanya berisi penjelasan dan yang berisi penjelasan serta rekomendasinya.

3) Kontak

Konten ini berisikan nomor-nomor penting yang dapat dihubungi ketika terjadi gawat darurat.

E. Hirarki Konten Informasi

Hirarki Konten Informasi ditunjukkan pada Gambar 6.

F. Konsep Visual

1) Warna

Dalam perancangan ini, warna yang digunakan disesuaikan dengan gambaran suasana konten yang akan diangkat serta *moodboard* yang telah dikumpulkan. *Tone* warna yang digunakan menggunakan sistem RGB karena hasil akhir dari desain bersifat visual yang ditampilkan melalui *screen* bukan hasil cetak.

Terdapat 5 *tone* warna yang akan digunakan, diantaranya warna hijau toska yang akan digunakan sebagai warna primer pada perancangan ini, warna hijau toska ini diambil dari warna hijau yang sering digunakan di rumah sakit. Selain itu hijau toska memiliki kesan warna yang menenangkan dan refresh sesuai dengan kata kunci 'suportif' yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Sedangkan untuk warna sekunder, terdapat 2 warna yaitu biru gelap serta putih. Warna hijau dan kuning juga dipilih sebagai warna aksen, sehingga apabila diimplementasikan sebagai aksen navigasi dan tombol di desain antarmuka, maka user akan mudah mengenali serta mengaksesnya.

2) Tipografi

Jenis *typeface* yang digunakan pada perancangan ini adalah sans serif. Sans serif yang modern dan *clean* guna memunculkan kesan bersih pada perancangan yang dibuat dan dirasa cocok untuk digunakan pada media layar digital hingga penggunaan ukuran yang kecil.

Untuk *headline* dan *subtitle* menggunakan Montserrat *bold* dan *semibold* dengan konstruksi *font* yang gemuk dan *bold* sehingga memberikan kesan hirarki teks yang paling tinggi, sesuai dengan penggunaannya pada teks *headline* dan *subtitle*. Yang kedua adalah penggunaan *font* Product Sans untuk *body text*. Product Sans dipilih karena mampu menampilkan konten dengan bersih dan memiliki tingkat keterbacaan yang baik.

3) Layout

Penggunaan 12 kolom merujuk kepada standar kolom yang digunakan untuk *website*, dengan lebar tiap kolomnya adalah 128 px, *gutter* 24 px, dan margin 60 px.

4) Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan ini menggunakan teknik vektor. Teknik vektor dipilih dengan pertimbangan penyesuaian preferensi responden kuesioner mengenai preferensi desain calon pengguna dan mewakili kesan kata kunci yang sudah dirumuskan, yaitu suportif dan atraktif.

Agar berfungsi sebagai penunjang konten, maka ilustrasi yang dimunculkan harus dapat menggambarkan dan memperjelas konten yang akan disampaikan. Maka dari itu, untuk penggambaran anatomi jantung akan dibuat secara eksplisit dan sedekat mungkin dengan anatomi jantung asli, namun dengan penyederhanaan bentuk guna mempermudah calon pengguna dalam menerjemahkan ilustrasi dan warna yang dapat merepresentasikan organ-organ tersebut secara nyata seperti yang ditunjukkan pada Gambar 7.

Selanjutnya, pada Gambar 8 objek ilustrasi selain organ-organ tubuh ilustrasi yang digunakan lebih implisit dengan gaya ilustrasi vektor namun dengan penggunaan warna yang sesuai dengan palet warna yang telah ditentukan pada pembahasan sebelumnya.

5) Ikon

Ikon yang digunakan pada desain antarmuka konten digital ini menggunakan bentukan dasar geometris. Ikon dibuat sesederhana mungkin serta agar mempermudah pengunjung dalam mengakses informasi dalam konten digital yang disajikan. Sedangkan jenis ikon yang digunakan adalah jenis *stroke*, bentukan yang dipilih akan serupa dengan bentuk yang dapat menggambarkan fungsi atau informasi yang ingin disampaikan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 9.

6) Tombol

Dalam perancangan ini, terdapat beberapa jenis tombol yang akan digunakan, antara lain *text button*, *icon button*, dan *content button*.

IV. HASIL DESAIN

A. Implementasi Tipografi

Skala penggunaan tipografi pada desain antarmuka dalam perancangan ini dibagi menjadi 11 kategori yang berbeda. Pengkategorian tersebut bertujuan untuk mempermudah

penerapan tipografi agar sesuai dengan bagian konten yang dibutuhkan.

Selain itu, penggunaan tipografi dalam ukuran besar dimaksudkan untuk memudahkan pembacaan konten oleh calon pengguna usia lanjut.

B. Implementasi Layout

Desain *layout* konten desain antarmuka dibuat dari kriteria yang telah ditentukan pada bahasan sebelumnya. Desain dibuat mengikuti *grid* yang sudah ditentukan agar memiliki keseragaman jenis *layout* pada halaman-halaman desain antarmuka lainnya seperti yang ditunjukkan pada Gambar 10.

C. Desain Akhir Antarmuka

1) Bumper

Halaman ini merupakan halaman awal ketika pengguna menggunakan kios digital. Berisikan logo sebagai pembentuk identitas kios digital seperti yang ditunjukkan pada Gambar 11.

2) Landing Page

Pada *landing page*, ilustrasi dokter dimunculkan sebagai pembentuk kesan positif sekaligus identitas sebagai sebuah kios kesehatan. Selain itu penggunaan tata bahasa yang menyambut dan tidak formal diharapkan dapat membuat pengguna merasa lebih dekat dengan kios digital ini seperti yang ditunjukkan pada Gambar 12.

3) Home Page

Pada *home page*, pengguna ditawarkan dua pilihan untuk menggeser layar ke atas pada bagian kiri atau menggeser layar ke samping pada bagian kanan. Apabila pengguna menggeser layar ke atas, maka pengguna akan menuju konten-konten penyakit kardiovaskular yang dapat dipilih dan ditelusik lebih jauh seperti yang ditunjukkan pada Gambar 13.

4) Pencegahan Penyakit Kardiovaskular

Halaman pencegahan penyakit kardiovaskular dipicu melalui pengguna yang menggeser layarnya ke samping pada homepage. Ilustrasi pada halaman ini dimunculkan dengan suasana taman yang merupakan tempat masyarakat melakukan aktivitas. Maka dari itu akan lebih mudah menggambarkan berbagai kegiatan yang dapat mencegah penyakit jantung dengan suasana ini. Pemberian warna kuning pada objek-objek tertentu bertujuan sebagai pemberi *emphasis* bahwa objek tersebut adalah objek yang menjadi poin utama pada halaman ini. Pada halaman ini pengguna ditawarkan beberapa konten terkait pencegahan penyakit jantung yang dapat dipicu melalui ketukan pada tombol "+" pada layer seperti yang ditunjukkan pada Gambar 14.

5) Penyakit Kardiovaskular

Halaman penyakit kardiovaskular dipicu melalui pengguna yang mengetuk kategori konten penyakit pada *home page*. Awal halaman ini berisikan konten mengenai pembuat artikel dan *headline* artikel penyakit yang dipilih. Ilustrasi organ serta letak terjadinya penyakit juga dimunculkan guna memberi gambaran awal kepada pengguna. Halaman selanjutnya adalah definisi singkat penyakit dan ilustrasi mengenai terjadinya penyakit seperti yang ditunjukkan pada Gambar 15.

6) Visualisasi Penyakit Kardiovaskular

Halaman penyakit kardiovaskular dipicu melalui pengguna yang mengetuk tombol pelajari lebih lanjut pada halaman penyakit kardiovaskular. Pada halaman ini berisikan animasi-animasi singkat mengenai penyebab terjadinya penyakit kardiovaskular serta narasi sesuai dengan fase yang dipilih oleh pengguna sebagai penjabar animasi seperti yang ditunjukkan Gambar 16.

D. Desain Akhir Exhibition Display Kios Digital

Exhibition display kios digital ini diletakkan pada salah satu sisi tembok ruang tunggu Poliklinik Gedung PPJT. Pemberian identitas warna dan slogan singkat diharapkan dapat menarik minat pasien/pengunjung dalam memanfaatkan kios digital ini pada area ruang tunggu seperti yang ditunjukkan Gambar 17.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam perancangan kios digital kesehatan kardiovaskular ini telah didapatkan hasil-hasil yang dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Perancangan kios digital ini merupakan salah satu solusi yang dapat ditawarkan dalam penyampaian edukasi kesehatan kardiovaskular dengan media digital yang sesuai dengan program kerja Poliklinik Gedung PPJT; (2) Hasil perancangan ini berupa purwarupa desain antarmuka dan kios digital yang dapat menjadi gambaran awal bagi pihak *stakeholder*; (3) Melalui *user journey map*, didapatkan bahwa titik terjenuh pasien adalah ketika menunggu antiran pemeriksaan, sehingga penempatan kios digital pada area ruang tunggu dinilai dapat menjadi alternatif kegiatan positif yang dapat dilakukan pasien ketika menunggu; (4) Pengerucutan target audiens melalui teknik *persona* dan kriteria konten kios digital yang didapatkan melalui kuesioner menghasilkan ilustrasi yang menggambarkan kegiatan sehari-hari pada halaman pencegahan penyakit kardiovaskular dan konten rekomendasi pencegahan sehingga mampu memberikan kesan kedekatan konten dengan audiens serta penyampaian edukasi pencegahan yang suportif dan persuasif; (5) Melalui kuesioner ditemukan bahwa konten pencegahan penyakit merupakan konten yang paling dianggap penting oleh responden, sehingga penerapan animasi *parallax* pada halaman pencegahan ditujukan sebagai daya tarik utama pada kios digital ini; (6) Melalui wawancara mendalam dengan pasien riwayat jantung didapatkan bahwa cara penyampaian informasi dan visual organ jantung yang terlalu realistis dapat menyebabkan kecemasan tersendiri. Penyederhanaan ilustrasi organ tubuh dan animasi interaktif dapat menjadi alternatif penyampaian edukasi penyakit kardiovaskular dengan kesan yang lebih ramah; (7) Berdasarkan hasil *user testing*, fitur bantuan memiliki peran penting dalam memudahkan taret audiens ketika mengoperasikan kios digital apabila terjadi hambatan.

B. Saran

Di dalam kios digital ini masih terdapat kekurangan yang belum memenuhi kebutuhan sumber informasi bagi pengguna di area poliklinik Gedung PPJT. Beberapa kekurangan tersebut adalah desain antarmuka kios digital

yang belum fleksibel dengan beberapa perangkat sistem operasi, beberapa fungsi fitur juga belum berjalan dengan baik, dan konten informasi yang belum sepenuhnya divalidasi oleh pakar kardiovaskular. Dalam perancangan ini masih terdapat langkah yang belum dilakukan untuk mengevaluasi hasil desain. Berikut adalah beberapa saran yang dapat dilakukan untuk mengembangkan perancangan ini lebih lanjut: (1) Bekerjasama dengan ahil pemrograman untuk membuat sistem kios digital yang siap ditempatkan di masyarakat; (2) Memperbaiki *bug* dan menyelesaikan keseluruhan fungsi navigasi; (3) Bekerjasama dengan *illustrator* dan *animator* untuk mengembangkan konten ilustrasi dan animasi pada kios digital; (4) Membentuk tim *content creator* untuk menyelesaikan konten informasi kesehatan kardiovaskular yang berisikan dokter ahli kardiovaskular dan penulis, sehingga informasi yang dimunculkan dapat lebih dekat dengan masyarakat; (5) Membentuk tim *public relation* untuk mengembangkan elemen-elemen penunjang kios digital, seperti desain eksibisi kios, pengadaan pemandu manusia, atau publikasian kios

sehingga tidak hanya pasien saja yang dapat mengetahui kios ini; (6) Melakukan validasi konten dengan dokter agar terjamin kebenarannya; (7) Perlu diadakannya penelitian lebih lanjut terkait media penyampaian informasi yang cocok untuk fasilitas kesehatan, khususnya rumah sakit; (8) Pengembangan konten kios pada *platform* lain, sehingga dapat menjangkau pasar yang luas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Datin, "Situasi Kesehatan Jantung," *Pus. Data dan Inf. Kemenkes RI. Jakarta*, 2014.
- [2] L. Haggard and S. Hosking, *Healing The Hospital Environment: Design, Management and Maintenance of Healthcare Premises*. London: E & FN Spon, 1999.
- [3] J. Silva, P. Brandão, and R. Prior, "Modular health kiosk based on web technologies.," in *HEALTHINF*, 2017, pp. 517–525.
- [4] D. Nicholas, P. Huntington, H. Jamali, and et al., *Digital Health Information for The Consumer: Evidence and Policy Implications*. USA: Ashgate Publishing, Ltd., 2007.
- [5] L. Janoska, "What really is the cone of experience." *Elearning Industry*, French, 2017.