

# Penerapan Teori Emotional Design pada Karya Mahasiswa dalam Mata Kuliah Psikologi Desain: Analisis Estetika, Fungsi, dan Pengalaman Pengguna

Krisha Wardhani<sup>1</sup>, Nurfadilah Fitriyyah<sup>2</sup>, Siti Nurjamilah<sup>3</sup>, Rizki Maulana Rachman<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Desain Indonesia  
Jln. Wastukencana No.52, Bandung

<sup>1</sup>[krishna.wardhani@stdi.ac.id](mailto:krishna.wardhani@stdi.ac.id), <sup>2</sup>[nurfadilahfitriyyah@stdi.ac.id](mailto:nurfadilahfitriyyah@stdi.ac.id),  
<sup>3</sup>[sitinurjamilah@stdi.ac.id](mailto:sitinurjamilah@stdi.ac.id), <sup>4</sup>[rizkimaularachman@stdi.ac.id](mailto:rizkimaularachman@stdi.ac.id)

## Abstrak

Dalam mata kuliah Psikologi Desain, penerapan teori Emotional Design Don Norman oleh mahasiswa sering kali dipahami terbatas pada aspek visual (*visceral*), sementara tahap *behavioral* dan *reflective* belum tergarap secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Emotional Design dalam karya mahasiswa lintas disiplin serta mengidentifikasi tantangan yang muncul dalam konteks pembelajaran kolaboratif. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, berdasarkan observasi dan analisis karya dari tiga kelompok mahasiswa mata kuliah Psikologi Desain di Sekolah Tinggi Desain Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karya mahasiswa cenderung didominasi oleh aspek *visceral* dan *behavioral*, sementara tahap *reflective* muncul secara terbatas dan bersifat simbolik, serta dipengaruhi oleh latar belakang disiplin dan dinamika kerja kelompok. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini mengusulkan sebuah model pedagogis berbasis *sprint* yang mengintegrasikan tahapan *visceral*, *behavioral*, dan *reflective* secara bertahap dalam satu siklus semester. Model ini dirancang untuk menyediakan ruang refleksi yang lebih terstruktur guna mendukung pengembangan makna emosional kolektif dalam pembelajaran Emotional Design lintas disiplin.

**Kata kunci**— Teori Emosional Desain, Psikologi Desain, Pendidikan Desain, Proyek Desain Mahasiswa, Pengalaman Pengguna

## Abstract

In the Design Psychology course, the application of Don Norman's Emotional Design theory by students is often limited to visual or visceral aspects, while the behavioral and reflective levels remain underdeveloped. This study aims to examine the implementation of Emotional Design in interdisciplinary student projects and to identify the challenges emerging within collaborative learning contexts. A qualitative case study approach was employed, based on the observation and analysis of design works produced by three interdisciplinary student groups in the Design Psychology course at Sekolah Tinggi Desain Indonesia. The findings indicate that students' works tend to emphasize visceral and behavioral aspects, whereas the reflective level appears in a limited and symbolic manner, influenced by disciplinary backgrounds and group dynamics. Based on these findings, this study proposes a sprint-based pedagogical model that integrates visceral, behavioral, and reflective stages progressively within a single-semester learning cycle. The proposed model is intended to provide a more structured space for reflection and to support the development of collective emotional meaning in interdisciplinary Emotional Design education.

**Keywords**— Emotional Design, Design Psychology, Design Education, Student Design Projects, User Experience

## 1. PENDAHULUAN

Desain memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari karena tidak hanya berkaitan dengan tampilan visual, tapi juga bagaimana produk atau sistem digunakan dan dirasakan oleh penggunanya. Norman (2004) menjelaskan bahwa desain yang baik seharusnya memperhatikan aspek emosional, karena emosi mempengaruhi cara seseorang memahami, menggunakan, dan menilai suatu produk. Desain yang mampu membangkitkan emosi secara positif seperti rasa nyaman, aman, senang, dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memberikan dampak psikologis yang lebih baik.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pengalaman emosional merupakan bagian penting dari interaksi manusia dengan desain. Desmet & Hekkert (2007) menekankan bahwa pengalaman emosional yang positif dapat meningkatkan persepsi nilai suatu produk. Hassenzahl (2010) juga mengatakan bahwa desain yang berorientasi pada pengalaman pengguna mampu menciptakan makna personal dan membangun hubungan emosional yang lebih dalam antara pengguna dan produk. Sehingga dalam konteks ini, desain yang hanya berfokus kepada fungsi dan estetika dianggap belum cukup untuk menjawab kebutuhan pengguna secara menyeluruh.

Dalam dunia pendidikan desain, pemahaman terhadap aspek emosional pengguna menjadi hal yang semakin penting. Pendidikan desain di perguruan tinggi tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan karya yang menarik secara visual, tapi juga membekali mahasiswa dengan kemampuan berfikir kritis, empati, dan kontekstual dalam merancang solusi desain (Buchanan, 2001; Findeli, 2001). Margolin (2002) menegaskan bahwa desainer memiliki tanggung jawab sosial, sehingga karya desain seharusnya mampu menjawab kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup manusia.

Melalui berbagai tugas dan proyek berbasis masalah nyata, mahasiswa desain didorong untuk terlibat langsung dengan isu sosial dan kebutuhan pengguna. Pendekatan ini membantu mahasiswa membangun rasa empati serta memahami dampak dari keputusan desain yang mereka ciptakan (Frascara, 2002; Manzini, 2015). Pengalaman langsung tersebut juga memperkuat posisi mahasiswa sebagai *reflective practitioner* yang belajar melalui praktik dan refleksi (Schön, 1983).

Salah satu pendekatan yang relevan untuk menjembatani aspek desain dan emosi pengguna adalah teori *Emotional Design* yang diperkenalkan oleh Norman (2004). Teori ini membagi pengalaman emosi pengguna ke dalam tiga tingkatan yaitu, *visceral* (tampilan awal atau kesan visual), *behavioral* (fungsi dan kemudahan penggunaan), dan *reflective* (makna, nilai, dampak jangka panjang). Ketiga tahapan ini saling berkaitan dan diperlukan untuk menciptakan pengalaman desain yang utuh.

Dalam perkembangannya, *Emotional Design* menjadi semakin relevan, terutama ketika desain berorientasi kepada pengalaman pengguna (*experience-driven design*). Jordan (2000) mengatakan bahwa nilai emosional suatu produk dapat meningkatkan keterikatan dan loyalitas pengguna. Norman (2004, 2013) menegaskan bahwa emosi berperan penting dalam pengambilan keputusan dan cara manusia membangun serta

mengingat pengalaman. Pemahaman mengenai peran emosi dalam desain ini kemudian diposisikan sebagai kompetensi penting bagi calon desainer profesional, khususnya dalam merancang pengalaman pengguna yang bermakna (Yusa dkk., 2023)

Pada kurikulum Desain Komunikasi Visual di Sekolah Tinggi Desain Indonesia (STDI), teori *Emotional Design* diperkenalkan melalui mata kuliah Psikologi Desain. Dalam mata kuliah ini, mahasiswa diajak memahami bagaimana emosi, persepsi, dan pengalaman afektif pengguna mempengaruhi respons terhadap sebuah karya desain. Mahasiswa diharapkan tidak hanya mampu menyelesaikan masalah secara fungsional, tapi juga menciptakan desain yang memberikan pengalaman emosional yang bermakna (Gobe, 2001; Jordan, 2000).

Dalam praktik pembelajaran, mahasiswa ternyata mengalami kesulitan dalam menerapkan teori *Emotional Design* secara menyeluruh. Penerapan *Emotional Design* cenderung berhenti pada aspek *visceral*, sementara aspek *behavioral* dan *reflective* belum tergarap secara optimal (Norman, 2004). Penelitian Bayraktar (2024) menunjukkan bahwa mahasiswa sering menyamakan *Emotional Design* dengan manipulasi elemen visual semata, sehingga pengalaman pengguna yang lebih dalam kurang dieksplorasi.

Tantangan ini semakin kompleks dalam konteks pembelajaran lintas disiplin. Mahasiswa dengan latar belakang desain grafis cenderung menghasilkan karya berbasis aplikasi atau visual digital, sementara mahasiswa fesyen dan interior lebih banyak menghasilkan produk fisik. Perbedaan latar belakang ini mempengaruhi cara mahasiswa memahami dan menerapkan *Emotional Design* dalam karya mereka (Desmet & Hekkert, 2007). Penelitian Dybvik (2022) menunjukkan bahwa pengalaman praktik dapat membantu mahasiswa menghubungkan tahapan *visceral*, *behavioral*, dan *reflective*, namun kedalaman pemahaman setiap mahasiswa tetap berbeda.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan teori *Emotional Design* dalam karya mahasiswa lintas disiplin pada mata kuliah Psikologi Desain. Penelitian ini difokuskan pada dua pertanyaan utama: (1) bagaimana mahasiswa menerapkan teori *Emotional Design* dalam karya mereka, dan (2) tantangan apa saja yang dihadapi dalam proses penerapan tersebut. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang dipilih untuk memahami secara mendalam penerapan teori *Emotional Design* dalam konteks pembelajaran desain (Creswell, 2014; Yin, 2018). Fokus penelitian diarahkan pada proses dan hasil karya mahasiswa dalam mata kuliah Psikologi Desain di Sekolah Tinggi Desain Indonesia (STDI).

## 2.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa Teknik seperti:

### 2.2.1. Observasi karya mahasiswa

Data utama diperoleh melalui observasi terhadap karya akhir mahasiswa yang dikembangkan sebagai Ujian Akhir Semester (UAS) mata kuliah Psikologi Desain. Observasi difokuskan pada bagaimana mahasiswa menerapkan prinsip *Emotional Design* dalam rancangan mereka, baik dari aspek visual, fungsi, maupun makna emosional.

### 2.2.2. Analisis dokumen

Dokumen yang dianalisis meliputi laporan perancangan, konsep desain, *mock-up* visual, serta presentasi proyek mahasiswa. Dokumen ini digunakan untuk memahami proses berpikir desain, latar belakang pemilihan konsep, dan tujuan emosional yang ingin dicapai oleh mahasiswa.

### 2.2.3. Observasi proses pembelajaran dan presentasi kelas

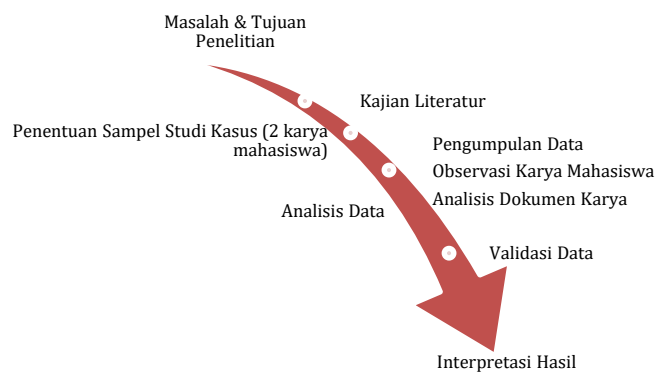
Peneliti juga melakukan observasi selama proses presentasi dan diskusi kelas untuk menangkap penjelasan mahasiswa terkait keputusan desain, respons, dan umpan balik yang muncul selama proses pembelajaran.

Penelitian ini tidak menggunakan wawancara mendalam secara terpisah, sehingga interpretasi penerapan *Emotional Design* didasarkan pada analisis karya dan penjelasan mahasiswa yang muncul dalam konteks akademik perkuliahan. Untuk meningkatkan kredibilitas data, analisis dilakukan dengan membandingkan hasil observasi karya, dokumen perancangan, dan penjelasan mahasiswa dalam presentasi kelas. Interpretasi dilakukan secara berulang dengan menggunakan kerangka teori *Emotional Design* sebagai alat kategorisasi utama.

## 2.3 Prosedur Studi Kasus

Studi kasus dilakukan pada mahasiswa kelas Psikologi Desain yang bekerja dalam kelompok kecil beranggotakan tiga orang dengan latar belakang disiplin yang berbeda, yaitu grafis, interior, dan fesyen. Total mahasiswa yang mengikuti kelas Psikologi Desain sebanyak 21 (dua puluh satu) mahasiswa dan dibagi menjadi 7 (tujuh) kelompok dengan beranggotakan 3 (tiga) orang, namun dari 7 (tujuh) kelompok tersebut hanya 3 (tiga) kelompok yang akan dilakukan analisis sebagai representatif. Pendekatan lintas disiplin ini dipilih untuk melihat variasi pemahaman dan penerapan *Emotional Design* dalam konteks kolaboratif.

Pemilihan karya dilakukan secara purposif berdasarkan kriteria berikut: (1) Karya secara eksplisit menyatakan penggunaan pendekatan *Emotional Design*, (2) Karya merepresentasikan jenis output yang berbeda (produk digital dan produk fisik), (3) Karya memiliki dokumentasi visual dan narasi konsep yang memadai untuk dianalisis.



**Gambar 1.** Tahapan Penelitian

Prosedur studi kasus dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1. Pengamatan awal terhadap konteks tugas dan brief perancangan
2. Identifikasi tujuan emosional dari masing-masing karya
3. Observasi dan dokumentasi visual karya
4. Analisis penerapan *Emotional Design* pada setiap tahapan desain
5. Interpretasi temuan berdasarkan kerangka teori yang digunakan

#### 2.4 Alat dan Kerangka Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan kerangka teori *Emotional Design* dari Norman (2004) yang terdiri dari tiga tingkat emosi, yaitu:

##### 2.4.1. *Visceral level*

Analisis fokus kepada aspek tampilan awal desain seperti warna, bentuk, komposisi visual, material, dan kesan estetika yang muncul secara langsung.

##### 2.4.2. *Behavioral level*

Analisis mencakup fungsi, kegunaan, kenyamanan, serta kemudahan interaksi pengguna dengan desain, termasuk fitur, alur penggunaan, dan efisiensi desain.

##### 2.4.3. *Reflective level*

Analisis diarahkan kepada makna, nilai simbolik, dan dampak emosional jangka panjang yang ingin dibangun oleh desain, baik bagi pengguna individu maupun dalam konteks sosial.

Ketiga tingkat tersebut digunakan sebagai alat kategorisasi dan interpretasi data, sehingga setiap karya dianalisis secara sistematis dan konsisten. Hasil analisis kemudian dibandingkan untuk mengidentifikasi pola kecenderungan penerapan *Emotional Design* serta tantangan yang dihadapi mahasiswa dalam konteks pendidikan lintas disiplin.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahapan awal pengembangan desain berbasis teori *Emotional Design*, mahasiswa diberi keleluasaan dalam memilih studi kasus yang dekat dengan lingkungan

mereka. Mahasiswa dibagi menjadi kelompok berisi tiga anggota yang berlatarbelakang pendidikan berbeda (grafis, fesyen, dan interior). Pada tahapan awal ini, mahasiswa menganalisa permasalahan dasar dari studi kasus yang mereka pilih. Kemudian menjabarkan solusi melalui pendekatan desain.



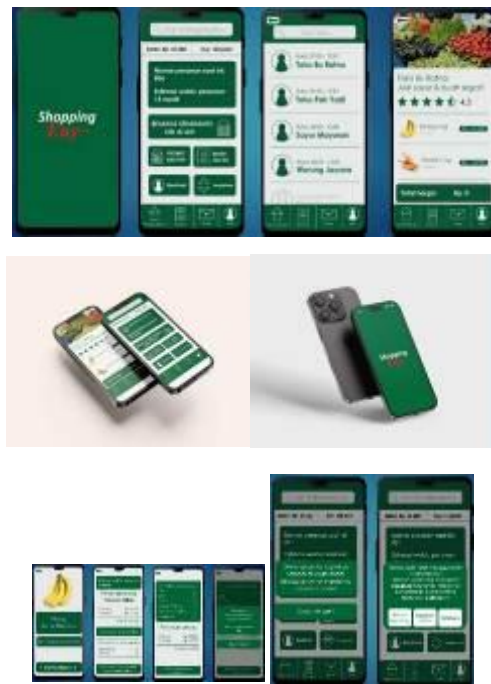
**Gambar 2.** Contoh tahapan awal pembuatan desain kelompok “Shopping Euy”

### 3.1 Analisis Perbandingan Penerapan Emotional Design Antar Kelompok

Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan *Emotional Design* oleh mahasiswa bervariasi, baik dari segi kedalaman maupun fokus pendekatan, yang dipengaruhi oleh latar belakang disiplin desain masing-masing kelompok. Perbedaan ini terlihat pada cara mahasiswa menafsirkan dan mengimplementasikan tiga tingkat emosi menurut Don Norman, yaitu *visceral*, *behavioral*, dan *reflective*.

#### 3.1.1. Kelompok “Shopping Euy”

Memiliki latar belakang dominan desain grafis. Kelompok “Shopping Euy” menampilkan interpretasi *Emotional Design* yang kuat pada level *visceral* dan *behavioral*, namun masih terbatas pada level *reflective*.



**Gambar 3.** Desain tampilan UI kelompok “Shopping Euy

### 3.1.2. Kelompok “Tayo”

Memiliki latar belakang dominan desain interior dan grafis. Kelompok “Tayo” menunjukkan pemahaman *Emotional Design* yang relatif seimbang pada ketiga level, terutama pada *behavioral* dan *reflective*.



**Gambar 4.** Desain halte bus kota Bandung kelompok “Tayo”

### 3.1.3. Kelompok “VigilWatch”

Latar belakang kelompok “VigilWatch” dominan fesyen. Kelompok “VigilWatch” memperlihatkan pendekatan *Emotional Design* yang paling eksplisit

dalam mengaitkan emosi pengguna dengan objek desain, terutama pada level *behavioral* dan *reflective*.



Gambar 5. Desain jam pintar kelompok “VigilWatch”

Berikut ringkasan penerapan level *Emotional Design* pada tiga kelompok yang akan dianalisa dan disajikan dalam tabel 1.

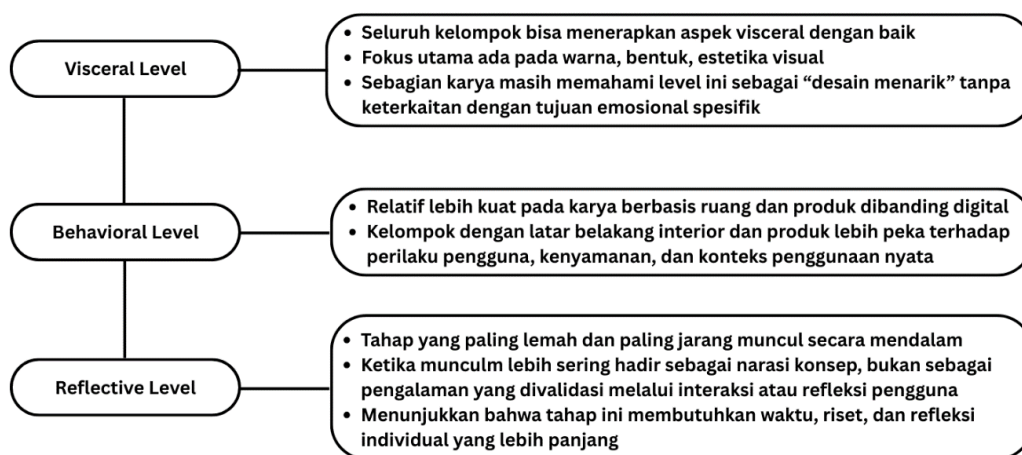
Tabel 1. Ringkasan penerapan level *Emotional Design* pada karya mahasiswa

Nama Kelompok	<i>Visceral</i>	<i>Behavioral</i>	<i>Reflective</i>
<i>Shopping Euy</i>	Pemilihan warna hijau sebagai warna dominan UI menunjukkan pemahaman desain grafis terhadap asosiasi warna dengan kesegaran, kesehatan, dan kenyamanan visual, Namun, pendekatan ini masih bersifat simbolik umum dan belum dikaitkan dengan pengalaman emosional spesifik dari pengguna.	Diimplementasikan secara fungsional melalui fitur-fitur aplikasi seperti pelacakan pesanan, sistem pembayaran, promo, dan ulasan. Fokus utama berada pada efisiensi dan kemudahan penggunaan, yang mencerminkan pendekatan UI/UX berbasis kegunaan.	Berbentuk tujuan sosial aplikasi, yaitu pemberdayaan UMKM dan penataan pedagang kaki lima. Namun, makna reflektif ini lebih banyak muncul sebagai <i>statement</i> konsep, bukan pengalaman emosional yang terinternalisasi melalui interaksi pengguna.
<i>Tayo</i>	Terlihat dari pemilihan warna biru elektrik dan pendekatan visual minimalis yang menciptakan kesan modern, bersih, dan	Penambahan fasilitas seperti tempat duduk ergonomis, <i>wifi</i> , perpustakaan mini, dan tempat pengisian daya menunjukkan	Aspek <i>reflective</i> muncul melalui narasi halte sebagai simbol kepedulian pemerintah dan peningkatan kualitas hidup warga

Nama Kelompok	<i>Visceral</i>	<i>Behavioral</i>	<i>Reflective</i>
	aman. Pendekatan ini sejalan dengan kecenderungan desain grafis yang menekankan persepsi visual awal dan konsistensi identitas visual.	pemahaman desain interior terhadap kenyamanan ruang dan perilaku pengguna dalam konteks publik.	kota. Pendekatan ini menunjukkan kesadaran akan desain ruang publik tidak hanya berfungsi secara fisik tapi juga membangun makna sosial dan rasa memiliki.
<i>VigilWatch</i>	Warna cerah, bentuk ergonomis, dan pemilihan material ramah kulit mencerminkan sensitivitas desain fesyen terhadap pengalaman sensorik dan kenyamanan fisik, khususnya bagi anak-anak.	Adanya fitur-fitur seperti GPS, tombol SOS, panggilan dua arah, dan pemantauan kesehatan. Fungsi ini dirancang untuk merespons kecemasan orang tua dan kebutuhan keamanan anak secara langsung.	Aspek <i>reflective</i> muncul secara signifikan. Jam pintar tidak hanya diposisikan sebagai alat keamanan, tapi juga simbol kepedulian, rasa aman, dan identitas keluarga modern. Anak merasa bangga memakai jam pintar dan orang tua merasakan ketenangan emosional.

### 3.1.1 Perbedaan Penerapan pada Level *Visceral*, *Behavioral*, dan *Reflective*

Berdasarkan analisis ketiga kelompok, ditemukan pola umum seperti yang ditampilkan pada gambar 6. Pola ini menunjukkan bahwa latar belakang disiplin mempengaruhi fokus penerapan *Emotional Design*, yang selanjutnya akan dibahas pada bagian pembahasan.



**Gambar 6.** Pola umum pada tiap level emosional yang muncul dari hasil analisis ketiga kelompok

### 3.2 Pembahasan Temuan Utama

Temuan penelitian menunjukkan bahwa latar belakang disiplin desain memengaruhi cara mahasiswa memahami dan menerapkan teori *Emotional Design*. Mahasiswa desain grafis cenderung lebih kuat pada aspek *visceral* dan *behavioral* pada level antarmuka, sementara mahasiswa desain interior dan fesyen lebih mampu mengaitkan desain dengan perilaku pengguna dan makna sosial. Namun, tahap *reflective* merupakan tahap yang paling sulit untuk dikembangkan secara utuh dalam kerja kelompok lintas disiplin, meskipun pada beberapa karya telah muncul indikasi awal refleksi dalam bentuk narasi dan nilai simbolik. Temuan ini menegaskan bahwa *Emotional Design* tidak dapat diajarkan secara seragam dan memerlukan pendekatan pedagogis yang mempertimbangkan karakteristik tiap disiplin desain.

Meskipun mahasiswa telah memahami prinsip dasar *Emotional Design*, mereka masih mengalami kesulitan dalam mengimplementasikannya secara menyeluruh. Desmet & Hekkert (2007) menyatakan bahwa tantangan utama dalam *Emotional Design* terletak pada transformasi teori menjadi pengalaman nyata yang dirasakan pengguna. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian ini, meskipun pada beberapa kelompok ditemukan indikasi awal tahap *reflective*, penerapannya belum berkembang secara konsisten dan mendalam. Studi Desmet dkk. (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa kerap mengalami hambatan dalam menerjemahkan analisis emosi pengguna ke dalam keputusan desain yang tepat.

Berbeda dengan penelitian Dybvik (2022) yang menunjukkan keberhasilan penerapan *Emotional Design* hingga tahap *visceral*, *behavioral*, dan *reflective* dalam pembelajaran individual, penelitian ini menemukan bahwa dalam konteks perancangan lintas disiplin, penerapan *Emotional Design* cenderung berhenti pada tahap *visceral* dan *behavioral*. Meskipun kolaborasi lintas disiplin memperkaya perspektif desain, proses ini juga menuntut kompromi konseptual yang membatasi eksplorasi makna reflektif.

Pada tahap *visceral*, karya mahasiswa umumnya sudah menarik secara visual, namun belum didukung oleh narasi emosional yang kuat. Selain itu, minimnya data empiris terkait pengalaman pengguna menyebabkan desain banyak dikembangkan berdasarkan asumsi. Norman (2004) menegaskan bahwa emosi dalam desain harus dipahami melalui pengalaman nyata pengguna, bukan diasumsikan. Akibatnya, tahap *behavioral* sering bersifat permukaan, sementara tahap *reflective* hampir terabaikan. Hassenzahl (2010) juga menekankan bahwa *reflective design* merupakan dimensi yang paling sulit bagi desainer pemula karena menuntut pemahaman mendalam terhadap nilai dan aspirasi pengguna.

Pada kelompok “Tayo”, aspek *reflective* muncul dalam bentuk narasi kepedulian pemerintah terhadap ruang publik. Namun, refleksi tersebut masih bersifat simbolik dan belum sepenuhnya terintegrasi ke dalam pengalaman pengguna secara berkelanjutan. Kelompok “VigilWatch” menunjukkan penerapan tahap *reflective* yang relatif lebih kuat dibandingkan kelompok lainnya, khususnya melalui pembentukan identitas emosional terkait rasa aman dan perlindungan. Namun, penerapan ini masih sangat bergantung pada narasi konseptual dan belum sepenuhnya diuji melalui keterlibatan

pengguna secara langsung. Sejalan dengan Sun & Jiang (2025), pengalaman emosional pengguna terbentuk melalui interaksi dinamis antara persepsi, perhatian, dan respons afektif, sehingga *Emotional Design* tidak dapat berhenti pada bentuk visual semata, tetapi harus mencakup pemahaman perilaku dan konteks penggunaan.

### 3.2.1 Perbandingan Penelitian berbasis *Emotional Design*

Penelitian Dybvik (2022) melibatkan mahasiswa program Design, Arts & Crafts pada pendidikan calon guru di Oslo Metropolitan University. Meskipun jumlah peserta tidak dijelaskan secara eksplisit, penelitian ini berfokus pada proses perancangan individual berbasis material dengan refleksi personal tertulis sebagai bagian integral dari pembelajaran.



**Gambar 7.** Hasil karya mahasiswa dalam penelitian Dybvik (2022)

Penelitian Dybvik (2022) yang ditampilkan pada tabel 2 menunjukkan bahwa pembelajaran individual memungkinkan mahasiswa mengembangkan *Emotional Design* secara bertahap dan seimbang dari level *visceral*, *behavioral*, hingga *reflective* melalui refleksi personal.

**Tabel 2.** Rangkuman Penerapan *Emotional Design* dalam Penelitian Dybvik (2022)

Level	Bentuk penerapan dalam penelitian Dybvik (2022)	Karakteristik Utama
<i>Visceral</i>	Eksplorasi material tanah liat, bentuk organik, dan kualitas visual objek	Berbasis sensori langsung dan pengalaman estetika awal
<i>Behavioral</i>	Fokus pada fungsi, ergonomi, dan ritual penggunaan objek	Pengalaman penggunaan secara intuitif dan kenyamanan fisik
<i>Reflective</i>	Refleksi personal mahasiswa terhadap memori, identitas, dan makna simbolik objek	Refleksi mendalam, personal, dan terinternalisasi

Jika dibandingkan dengan penelitian Dybvik (2022) terdapat perbedaan mendasar dalam konteks dan proses pembelajaran yang memengaruhi capaian penerapan *Emotional Design*. Dybvik meneliti pembelajaran desain dalam konteks individual dan satu disiplin, di mana mahasiswa merancang objek personal berbasis

material dengan refleksi personal sebagai bagian integral dari proses perancangan. Struktur pembelajaran tersebut memungkinkan mahasiswa mengembangkan ketiga level *Emotional Design* secara relatif seimbang dan mendalam. Sebaliknya, penelitian ini dilakukan dalam konteks pembelajaran lintas disiplin dengan kerja kelompok, di mana mahasiswa dari latar belakang desain grafis, interior, dan fesyen merancang objek dan sistem yang bersifat lebih kompleks dan sosial. Dalam konteks tersebut, penerapan *Emotional Design* cenderung didominasi oleh aspek *visceral* dan *behavioral*, sementara level *reflective* muncul secara terbatas dan belum berkembang secara utuh. Perbedaan ini menunjukkan bahwa capaian *Emotional Design* tidak hanya ditentukan oleh pemahaman teori, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh struktur pedagogi, bentuk kerja, serta ruang refleksi yang disediakan dalam proses pembelajaran desain.

**Tabel 3.** Perbandingan penerapan *Emotional Design* antara penelitian Dybvik (2022) dan Penelitian ini

Aspek	Penelitian Dybvik (2022)	Penelitian ini
Konteks	Pembelajaran individual/satu disiplin	Pembelajaran lintas disiplin (grafis, interior, fesyen)
Bentuk Kerja	Individual	Kelompok
Objek Desain	Produk personal sehari-hari	Sistem, ruang publik, dan produk
Pendekatan pembelajaran	Eksplorasi material & refleksi personal	Perancangan konseptual & kolaboratif
Penerapan <i>visceral</i>	Muncul secara konsisten melalui eksplorasi visual dan material	Dominan melalui tampilan visual dan narasi konsep
Penerapan <i>behavioral</i>	Terintegrasi melalui fungsi dan ritual penggunaan	Terlihat pada alur penggunaan dan efisiensi sistem
Penerapan <i>reflective</i>	Berkembang secara utuh dan mendalam melalui refleksi personal	Muncul secara terbatas, simbolik, dan tidak konsisten
Faktor penentu <i>reflective level</i>	Refleksi individu dan keterlibatan emosional personal	Dinamika kelompok dan perbedaan latar belakang disiplin
Tantangan Utama	Menghubungkan teori dengan praktik material	Mengembangkan makna emosional bersama dalam kerja lintas disiplin
Kontribusi Penelitian	Menunjukkan efektivitas pembelajaran individual dalam mencapai tiga level <i>Emotional Design</i>	Menunjukkan kebutuhan pedagogi adaptif untuk pembelajaran lintas disiplin

### 3.3 Strategi Efektif untuk Meningkatkan Pemahaman Mahasiswa

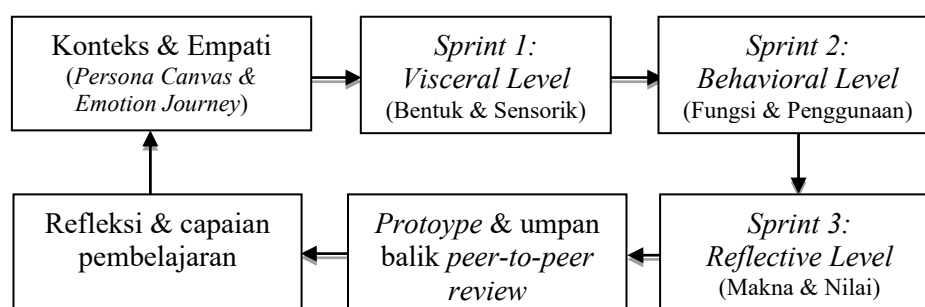
Dengan keterbatasan durasi perkuliahan Psikologi Desain, strategi pembelajaran perlu dirancang agar tetap mendalam namun efisien. Pendekatan *sprint-based emotional design project* menjadi relevan karena mengadaptasi prinsip *design sprint* sebagai

pembelajaran berbasis proyek intensif dalam waktu singkat. *Design sprint* terbukti efektif dalam pendidikan desain karena membantu mahasiswa memahami proses desain secara terstruktur, kolaboratif, dan berorientasi pada pemecahan masalah dalam batasan waktu perkuliahan (Sutanto, 2022). Dalam konteks ini, *design sprint* dipadukan dengan prinsip teori *Emotional Design*, dengan penekanan pada pemahaman emosi pengguna sebagai landasan perancangan.

Pada tahap awal *sprint*, dosen menyediakan kerangka empati terstruktur seperti *emotion journey mapping* atau persona emosi untuk mempercepat pemahaman pengalaman emosional pengguna. Penggunaan alat bantu visual ini penting dalam pembelajaran berbasis *sprint* karena membantu membangun pemahaman bersama secara cepat dan konkret (Stickdorn dkk., 2018)

Proses pembelajaran selanjutnya dibagi menggunakan pendekatan *scaffolded emotional design* yang mengikuti tahapan *visceral*, *behavioral*, dan *reflective* dari teori *Emotional Design* Don Norman. Setiap tahap dieksplorasi secara bertahap dalam beberapa sesi *sprint*, sehingga mahasiswa tidak dibebani pemahaman teori secara simultan. Pendekatan *scaffolding* ini efektif membantu pembelajar pemula memahami konsep kompleks secara bertahap dan kontekstual (Van de Pol dkk., 2010)

Untuk mengakomodasi keterbatasan waktu riset, mahasiswa melakukan *rapid contextual inquiry* dengan konteks sekitar kampus, serta *prototyping* melalui media sederhana seperti sketsa, maket, atau *moodboard*. Pendekatan *prototyping* cepat ini tetap mampu merepresentasikan perjalanan emosi pengguna dan sejalan dengan prinsip *human-centered design* (IDEO.org, 2015). Evaluasi dilakukan melalui *peer-to-peer review* dengan pertanyaan reflektif sederhana yang berfokus pada pengalaman emosional pengguna, sehingga pembelajaran *Emotional Design* tetap berlangsung efektif dan reflektif dalam durasi satu semester perkuliahan. Berikut rangkuman strategi alur pembelajaran mata kuliah Psikologi Desain yang disajikan dalam bentuk diagram pada gambar 8.



**Gambar 8.** Diagram strategi alur pembelajaran mata kuliah Psikologi Desain

Diagram strategi alur pembelajaran ini dirumuskan sebagai model pedagogis usulan untuk mengoptimalkan penerapan tahap *reflective* dalam pembelajaran *Emotional Design* lintas disiplin pada mata kuliah Psikologi Desain. Penempatan konteks dan empati sebagai fondasi awal, serta mengintegrasikan mekanisme umpan balik *peer-to-peer* dan refleksi capaian pembelajaran secara eksplisit dalam satu siklus

semester, model ini diharapkan mampu menyediakan ruang refleksi yang lebih terstruktur dan berkelanjutan. Melalui pendekatan bertahap ini, tahap *reflective* tidak hanya diposisikan sebagai luaran akhir, tetapi sebagai proses yang terus dinegosiasikan sepanjang perancangan, sehingga memungkinkan pembentukan makna emosional kolektif yang lebih mendalam dalam konteks pembelajaran lintas disiplin.

#### 4. KESIMPULAN

Penerapan pendekatan *Emotional Design* dalam karya mahasiswa menunjukkan potensi yang kuat untuk menghasilkan solusi desain yang tidak hanya fungsional, tetapi juga bermakna secara emosional bagi pengguna. Dalam konteks perkuliahan Psikologi Desain, mahasiswa telah mampu menerapkan tahapan dasar *Emotional Design*, khususnya pada level *visceral* dan *behavioral*, meskipun masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan durasi perkuliahan, kesulitan menerjemahkan teori ke dalam praktik, serta keterbatasan data empiris terkait emosi pengguna.

Analisis terhadap tiga karya mahasiswa menunjukkan bahwa aspek visual dan fungsional cenderung lebih dominan, sementara tahap *reflective* belum tergarap secara optimal. Temuan ini mengindikasikan bahwa pencapaian desain reflektif membutuhkan strategi pembelajaran yang lebih terstruktur, berbasis empati, dan adaptif terhadap konteks pembelajaran lintas disiplin. Oleh karena itu, pembelajaran *Emotional Design* tidak cukup hanya berfokus pada pemahaman teori, tetapi perlu didukung oleh pendekatan pedagogis yang secara eksplisit memfasilitasi eksplorasi makna dan refleksi emosional dalam proses perancangan. Dengan strategi pembelajaran yang tepat, mahasiswa memiliki peluang lebih besar untuk mengembangkan karya desain yang tidak hanya menyelesaikan masalah, tetapi juga membangun keterikatan emosional yang bermakna antara pengguna dan produk.

#### 5. SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi strategi pembelajaran *Emotional Design* yang secara khusus dirancang untuk memperkuat tahap *reflective*, terutama dalam konteks kerja kelompok lintas disiplin. Mengingat penelitian ini menunjukkan bahwa tahap reflektif paling sulit diterapkan, studi lanjutan dapat menguji model pembelajaran yang memberikan ruang refleksi individual di dalam proses kolaboratif.

Selain itu, penelitian berikutnya dapat mengembangkan pendekatan metodologis yang lebih berfokus pada penggalian data emosional pengguna secara sederhana namun terukur, sehingga hubungan antara teori *Emotional Design* dan pengalaman emosional pengguna dapat dianalisis secara lebih mendalam. Pengembangan kerangka analisis atau model konseptual baru yang mengintegrasikan dinamika lintas disiplin juga diperlukan untuk menutup keterbatasan penelitian ini dalam menjelaskan variasi penerapan *Emotional Design* antar disiplin desain.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih dilayangkan kepada Sekolah Tinggi Desain Indonesia Bandung yang sudah memberikan dukungan berupa moril untuk penulis bisa menyelesaikan penelitian ini secara cepat dan tepat. Tak lupa untuk mahasiswa yang terlibat dalam penelitian ini sehingga membuat penulisan ini menjadi lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bayraktar, D. M. (2024). A systematic review of emotional design research in multimedia learning. *Education and Information Technologies*, 29, 24603–24626.
- Buchanan, R. (2001). Design Research and the New Learning. *Design Issues*, 17(4), 3–23.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Desmet, P. M. A., & Hekkert, P. (2007). Framework of Product Experience. *International Journal of Design*, 1(1), 57–66.
- Desmet, P. M. A., Xue, H., Xin, X., & Liu, W. (2023). Demystifying emotion for designers: A five-day course based on seven fundamental principles. *Advance Design Research*, 1(1), 50–62.
- Dybvik, J. H. (2022, September 8). Experiences With Emotional Design. *Experiences With Emotional Design*. International Conference On Engineering And Product Design Education, London South Bank University, London, UK.
- Findeli, A. (2001). Rethinking design education for the 21st century: Theoretical, methodological, and ethical discussion. *Design Issues*, 17(1), 5–17.
- Frascara, J. (2002). *Design and the social sciences: Making connections*. Taylor & Francis.
- Gobe, M. (2001). Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People. *Allworth Press*.
- Hassenzahl, M. (2010). *Experience Design: Technology for All the Right Reasons*. Morgan & Claypool Publishers.
- IDEO.org. (2015). *The Field Guide to Human-Centered Design*. IDEO.org.
- Jordan, P. W. (2000). *Designing pleasurable products: An introduction to the new human factors*. Taylor & Francis.
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. MIT Press.
- Margolin, V. (2002). *The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies*. The University of Chicago Press.
- Norman, D. A. (2004). *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. Basic Books.
- Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. Basic Books.
- Schön, D. A. (1983). *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. Basic Books.

- Stickdorn, M., Lawrence, A., Hormess, M. E., & Schneider, J. (2018). *This is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World*. O'Reilly Media.
- Sun, N., & Jiang, Y. (2025). Eye movements and user emotional experience: A study in interface design. *Frontiers in Psychology, 16*.
- Sutanto, R. P. (2022). Design Sprint dalam Kuliah: Eksplorasi metode pembelajaran baru pada mata kuliah Design Thinking. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana, 21*(1), 8–16.
- Van de Pol, J., Volman, M., & Beishuizen, J. (2010). Scaffolding in Teacher–Student Interaction: A Decade of Research. *Educational Psychology Review, 22*(3), 271–296.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods*. SAGE Publications.
- Yusa, I. M. M., Ardhana, I. K., Putra, I. N. D., & Pujaastawa, I. B. G. (2023). Emotional Design: A Review Of Theoretical Foundations, Methodologies, And Applications. *Journal of Aesthetics Design, and Art Management, 3*(1).