

Integrasi Fitur Sedekah Subuh di Platform Donasi sebagai Local Wisdom dan religious di dalam UI dan UX

Oleh: Muhammad Tafakur^{1*}

Desain Komunikasi Visual
Universitas Pembangunan Jaya
Email: Muhammad.tafakur@upj.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah praktik filantropi dan keagamaan, termasuk dalam konteks crowdfunding berbasis donasi. Desain antarmuka pengguna (user interface/UI) tidak lagi berfungsi semata sebagai perangkat teknis, tetapi juga sebagai medium budaya yang merepresentasikan nilai, identitas, dan praktik sosial masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana konsep *local wisdom in design* diinterpretasikan dalam konteks digital melalui studi kasus fitur “**Sedekah Subuh**” pada platform Kitabisa. Metode yang digunakan adalah studi literatur sistematis dan analisis teoretis terhadap konsep desain emosional, dimensi budaya, *persuasive design*, religiositas digital, dan filantropi berbasis crowdfunding. Hasil kajian menunjukkan bahwa integrasi waktu ritual, narasi religius, dan simbol visual dalam desain UI mampu membangun pengalaman emosional dan makna reflektif bagi pengguna, sehingga praktik donasi dimaknai sebagai bagian dari ibadah dan rutinitas spiritual. Selain itu, penerapan prinsip *persuasive design* berbasis nilai religius berkontribusi pada pembentukan perilaku filantropi digital yang berkelanjutan dan etis. Penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan desain UI yang sensitif terhadap konteks budaya dan religius dalam pengembangan platform filantropi digital di Indonesia.

Kata kunci: *User interface*, *local wisdom in design*, filantropi digital, religiositas, crowdfunding.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan menjalankan praktik sosial maupun keagamaan. Dalam konteks ini, desain antarmuka pengguna (user interface/UI) tidak lagi dapat dipahami semata sebagai perangkat teknis untuk mendukung efisiensi sistem, melainkan sebagai ruang kultural tempat nilai, identitas, dan makna sosial direpresentasikan melalui pengalaman digital pengguna (Norman, 2004). UI berperan sebagai medium yang membentuk cara pengguna memaknai tindakan, emosi, dan relasi sosial dalam lingkungan digital.

Di Indonesia, pengalaman digital sangat dipengaruhi oleh konteks budaya dan religius yang kuat. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim dan tingkat keberagaman budaya yang tinggi, praktik keagamaan tidak hanya berlangsung di ruang privat atau institusional, tetapi juga semakin terintegrasi dalam penggunaan teknologi digital sehari-hari (Campbell, 2013). Transformasi ini menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya memediasi aktivitas sosial, tetapi turut membentuk cara individu memahami dan menjalankan praktik spiritualnya.

Salah satu fenomena yang relevan adalah hadirnya fitur “Sedekah Subuh” pada platform crowdfunding Kitabisa. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan donasi pada waktu subuh, yang dalam ajaran Islam diyakini memiliki keutamaan spiritual. Melalui pengaturan waktu berbasis ritual, penggunaan narasi religius, serta simbol visual yang khas, fitur ini menghadirkan pengalaman donasi yang melampaui fungsi transaksi ekonomi. Fenomena ini menunjukkan bagaimana desain UI dapat berfungsi sebagai medium yang menjembatani praktik keagamaan tradisional dengan sistem digital modern. Meskipun integrasi nilai religius dalam platform digital semakin berkembang, kajian akademik yang secara khusus membahas bagaimana kearifan lokal dan religiositas diterjemahkan ke dalam desain antarmuka masih relatif terbatas, khususnya dalam

konteks crowdfunding berbasis donasi di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini memandang penting untuk mengkaji fitur “Sedekah Subuh” sebagai studi kasus yang merepresentasikan pertemuan antara teknologi digital, filantropi, dan nilai religius.

LATAR BELAKANG

Platform digital dewasa ini tidak lagi berfungsi semata sebagai alat teknis, melainkan sebagai ruang sosial yang memediasi nilai, identitas, dan praktik budaya masyarakat (Castells, 2010). Dalam perspektif interaksi manusia–komputer, desain antarmuka menjadi titik temu utama antara sistem teknologi dan pengalaman manusia, di mana makna, emosi, dan nilai sosial dikonstruksikan melalui struktur visual dan interaksi (Kaptelinin & Nardi, 2012). Kajian desain antarmuka kontemporer menunjukkan bahwa UI tidak bersifat netral secara budaya. Desain selalu dibentuk oleh konteks sosial, norma, dan sistem kepercayaan pengguna, sehingga pendekatan desain yang sensitif terhadap budaya menjadi semakin relevan (Marcus, 2002; Reinecke, 2010). Dalam masyarakat dengan karakter budaya kolektif dan religius yang kuat, seperti Indonesia, simbol visual, narasi, dan struktur interaksi dalam UI memiliki peran penting dalam membentuk penerimaan dan keterlibatan pengguna.



Gambar 1 Tampilan Banner "Sedekah Subuh"

Dalam konteks filantropi digital, praktik donasi berbasis crowdfunding menunjukkan bagaimana nilai religius mengalami transformasi melalui medium digital. Platform seperti Kitabisa tidak hanya memfasilitasi penggalangan dana, tetapi juga mengonstruksi pengalaman berdonasi sebagai tindakan bermakna secara moral dan spiritual. Fitur “Sedekah Subuh” menjadi contoh konkret bagaimana nilai keagamaan diterjemahkan ke dalam desain antarmuka melalui integrasi waktu ritual, narasi religius, dan simbol visual yang menenangkan. Pendekatan ini mencerminkan praktik *local wisdom in design*, yaitu integrasi nilai lokal, religius, dan budaya ke dalam sistem digital. UI dalam konteks ini dapat dipahami sebagai artefak budaya digital yang tidak hanya memfasilitasi tindakan, tetapi juga membentuk pengalaman emosional dan reflektif pengguna. Namun demikian, kajian yang mengulas fenomena ini secara konseptual dan teoretis masih relatif terbatas, sehingga diperlukan penelitian yang mampu menjelaskan peran desain UI dalam membentuk praktik filantropi religius di ruang digital.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

- Bagaimana konsep *local wisdom in design* diinterpretasikan dalam konteks digital, khususnya pada fitur-fitur donasi religius seperti “Sedekah Subuh”?
- Bagaimana integrasi nilai kearifan lokal dan religiusitas dapat memperkuat efektivitas desain UI dalam konteks platform crowdfunding berbasis donasi?

METODE PENELITIAN

Untuk menjawab rumusan permasalahan yang dipaparkan diatas, penulis menggunakan metode studi literatur sistematis dan analisis teoretis. Kajian dilakukan terhadap literatur yang relevan dalam bidang desain emosional, dimensi budaya, persuasive design, *local wisdom in design*, serta filantropi dan religiusitas digital. Literatur tersebut disintesis secara kritis untuk membangun kerangka konseptual yang menjelaskan hubungan antara

konteks budaya pengguna, strategi desain UI, pengalaman emosional, dan pembentukan perilaku prososial digital.

2.1 Studi Literatur

2.1.1 Emotional Design

(Norman, 2003) Donald Norman dalam bukunya *Emotional Design* menjelaskan bahwa desain memiliki dampak psikologis terhadap pengguna melalui tiga level: visceral, behavioral, dan reflective. Level visceral mencakup persepsi estetika awal yang dapat menimbulkan reaksi emosional positif atau negatif. Level behavioral menyangkut bagaimana desain mendukung atau menghambat tindakan pengguna. Sementara level reflective berkaitan dengan makna dan interpretasi jangka panjang terhadap pengalaman penggunaan.

Dalam konteks UI "Sedekah Subuh", teori ini membantu memahami bagaimana desain visual (seperti penggunaan warna hangat dan ilustrasi masjid) dapat membangkitkan perasaan damai (visceral), bagaimana kemudahan akses fitur memfasilitasi tindakan donasi (behavioral), dan bagaimana narasi ibadah memberikan makna spiritual yang mendalam (reflective).

2.1.2 Cultural Dimensions Theory

(Hofstede, 1980) Hofstede mengemukakan enam dimensi budaya, di antaranya kolektivisme vs individualisme, power distance, dan uncertainty avoidance. Indonesia sebagai negara dengan budaya kolektifis tinggi cenderung menghargai solidaritas kelompok dan norma sosial bersama. Power distance yang tinggi mencerminkan penghargaan terhadap otoritas dan simbol religius, sementara uncertainty avoidance memperlihatkan preferensi terhadap struktur dan kepastian.

Dalam fitur "Sedekah Subuh", ketiga dimensi ini terefleksi melalui: 1) ajakan kolektif untuk bersedekah; 2) penggunaan simbol religius dan kutipan hadis yang menegaskan otoritas agama; 3) pengaturan waktu tetap (subuh) sebagai struktur rutin yang memudahkan pengguna mengambil keputusan filantropis.

2.1.3 Persuasive Design dan Fogg Behavior Model

(Fogg, 2009) Model Fogg menyatakan bahwa perilaku terjadi ketika tiga elemen bertemu secara bersamaan: motivasi, kemampuan, dan pemicu (trigger). Desain UI yang baik dapat menciptakan kondisi tersebut melalui elemen visual, fitur teknis, dan pesan persuasif.

Pada "Sedekah Subuh", motivasi dibangun melalui narasi spiritual dan ganjaran pahala; kemampuan didukung oleh antarmuka yang mudah diakses; dan pemicu diciptakan melalui reminder harian serta visual yang hanya muncul pada waktu tertentu.

2.1.4 Local Wisdom in Design

Local wisdom in design adalah praktik desain yang memasukkan nilai-nilai lokal, baik dari budaya, agama, maupun norma sosial ke dalam proses kreatif. Hal ini dapat meningkatkan keterhubungan pengguna secara emosional dan identitas sosial terhadap produk digital (Persada et al., 2018).

Dalam konteks ini, fitur "Sedekah Subuh" mencerminkan strategi desain yang mengadopsi waktu dan narasi lokal (subuh sebagai waktu mustajab), simbol religius (masjid, hadis), dan pola perilaku masyarakat Muslim Indonesia dalam konteks spiritualitas harian.

2.1.5 Sedekah Subuh dan Crowdfunding Digital

Crowdfunding digital berbasis donasi adalah bentuk penggalangan dana yang mengedepankan nilai prososial, yakni donor tidak mengharapkan imbal balik finansial melainkan kepuasan moral dan emosional (Belleflamme et al., 2014). Dalam Islam, praktik seperti infaq dan sedekah tidak hanya bermakna filantropi tetapi juga ibadah yang dijanjikan ganjaran spiritual.

Fitur "Sedekah Subuh" menjadi titik temu antara dua dunia: teknologi digital dan praktik spiritual. Hadis dan sunnah sering dijadikan dasar kampanye, menunjukkan bagaimana narasi religius digunakan untuk meningkatkan kontribusi. Temuan dari Rama et al. (2022) menguatkan hal ini, bahwa narasi keagamaan meningkatkan jumlah donor dan keberhasilan kampanye.

Aspek budaya memiliki pengaruh besar terhadap desain antarmuka pengguna (user interface/UI), sehingga penting bagi desainer untuk menyesuaikannya dengan konteks budaya yang beragam. Penelitian menunjukkan bahwa mempertimbangkan kebutuhan budaya dalam desain UI dapat meningkatkan kegunaan sistem, efisiensi kerja, serta kepuasan pengguna (Reinecke, 2010; Mäkräinen et al., 2001). Adaptasi budaya dalam UI tidak cukup hanya menerjemahkan bahasa, tetapi juga harus mencakup aspek lain seperti pentingnya nilai-nilai religius, tingkat literasi pengguna, hingga kekhawatiran lokal seperti risiko pencurian perangkat (Mäkräinen et al., 2001). Dimensi budaya yang dikemukakan oleh Hofstede dapat digunakan sebagai panduan bagi desainer dalam merancang antarmuka yang sesuai secara budaya (Marcus, 2002).

Lebih lanjut, konsep "cultural adaptivity" diperkenalkan untuk menggambarkan antarmuka cerdas yang dapat menyesuaikan diri secara otomatis dengan latar belakang budaya pengguna. Penyesuaian ini dapat mempertimbangkan faktor seperti tempat tinggal sebelumnya, kewarganegaraan orang tua, dan tingkat pendidikan pengguna (Reinecke, 2010). Selain itu, desain metafora visual dalam UI juga harus memperhatikan persepsi budaya, karena simbol dan elemen visual bisa ditafsirkan berbeda di tiap budaya (Azeem et al., 2015). Secara keseluruhan, berbagai studi tersebut menekankan pentingnya adaptasi budaya dalam desain antarmuka untuk meningkatkan pengalaman pengguna serta kesuksesan produk di pasar global.

3. Diskusi dan Pembahasan

3.1 Desain Antarmuka sebagai Artefak Budaya Digital

Dalam konteks platform digital berbasis donasi, desain antarmuka pengguna tidak dapat dipahami semata-mata sebagai struktur teknis untuk memfasilitasi interaksi manusia-komputer. UI juga berfungsi sebagai **artefak budaya digital**, yaitu representasi simbolik dari nilai, norma, dan praktik sosial masyarakat yang menggunakannya (Marcus, 2002; Reinecke, 2010). Dalam fitur "Sedekah Subuh", desain UI menjadi medium yang mentranslasikan praktik keagamaan tradisional ke dalam ruang digital tanpa melepaskan makna spiritualnya.

Pendekatan ini sejalan dengan pandangan bahwa teknologi dan desain bukanlah entitas netral, melainkan dibentuk dan dimaknai melalui konteks budaya dan sosial pengguna (Norman, 2004; Suchman, 2007). Penggunaan istilah religius seperti *pahala*, *niat*, dan *subuh*, serta penekanan pada waktu ritual tertentu, menunjukkan bahwa desain UI berperan sebagai **sistem tanda (sign system)** yang akrab dengan pengalaman religius masyarakat Muslim Indonesia (Kress & van Leeuwen, 2006). Dengan demikian, UI tidak hanya "dipakai", tetapi juga "dibaca" dan "ditafsirkan" oleh pengguna berdasarkan kerangka budaya yang mereka miliki.

3.2 Integrasi Waktu Ritual sebagai Struktur Desain

Salah satu aspek paling signifikan dari fitur "Sedekah Subuh" adalah integrasi waktu ritual ke dalam logika desain antarmuka. Waktu subuh tidak hanya berfungsi sebagai konteks temporal, tetapi menjadi struktur utama yang mengatur kemunculan fitur, pesan, dan pemicu interaksi. Dalam perspektif *local wisdom in design*, pendekatan ini mencerminkan adaptasi langsung terhadap ritme kehidupan religius masyarakat (Wijaya, 2015; Persada et al., 2018).

Integrasi waktu ritual tersebut dapat dipahami sebagai bentuk ritualization of interface, di mana desain mendorong pengguna untuk mengaitkan tindakan digital dengan rutinitas ibadah harian (Bell, 2009; Campbell, 2013). Pendekatan ini menciptakan rasa keteraturan dan kepastian (*uncertainty avoidance*) yang sesuai dengan karakteristik

budaya Indonesia menurut Hofstede (1980, 2011). Dengan menetapkan subuh sebagai momen khusus, UI membantu pengguna membingkai donasi bukan sebagai keputusan spontan semata, melainkan sebagai bagian dari praktik spiritual yang berulang dan bermakna.

3.3 Desain Emosional dan Pembentukan Makna Reflektif

Dari perspektif *emotional design*, fitur “Sedekah Subuh” beroperasi pada tiga level emosional yang dikemukakan oleh Norman, yaitu visceral, behavioral, dan reflective (Norman, 2004). Pada level visceral, desain cenderung menghindari visual yang agresif atau penuh urgensi, dan sebaliknya menghadirkan kesan tenang dan kontemplatif yang selaras dengan suasana pagi hari. Hal ini berkontribusi pada terbentuknya respons emosional awal yang positif dan menenangkan.

Pada level behavioral, kemudahan akses dan kesederhanaan alur donasi memungkinkan pengguna melakukan tindakan filantropi tanpa hambatan kognitif yang berarti, sejalan dengan prinsip *usability* dan *cognitive ease* (Norman, 2013). Namun, kontribusi paling signifikan muncul pada level reflective. Narasi religius yang menyertai fitur ini mendorong pengguna untuk memaknai tindakan donasi sebagai bentuk ibadah dan refleksi diri, bukan sekadar transaksi digital. Dalam konteks ini, UI berperan sebagai medium pembentuk makna jangka panjang yang berkaitan dengan identitas religius dan nilai moral pengguna (Hassenzahl, 2010).

3.4 Persuasi Etis dalam Konteks Religius

Integrasi prinsip *persuasive design* dalam fitur “Sedekah Subuh” menunjukkan bagaimana strategi persuasif dapat diterapkan secara kontekstual dan relatif etis. Berdasarkan *Fogg Behavior Model*, perilaku pengguna terjadi ketika motivasi, kemampuan, dan pemicu hadir secara bersamaan (Fogg, 2009). Dalam konteks ini, motivasi dibangun melalui narasi spiritual dan ganjaran pahala; kemampuan difasilitasi oleh antarmuka yang sederhana dan mudah diakses; sementara pemicu diwujudkan melalui pengingat berbasis waktu ritual.

Berbeda dengan praktik persuasi yang bersifat manipulatif atau eksploitatif, pendekatan ini berakar pada nilai-nilai religius yang telah dikenal dan diyakini oleh pengguna (Berdichevsky & Neuenschwander, 1999). Desain tidak menciptakan kebutuhan baru secara artifisial, melainkan mengaktivasi nilai moral dan spiritual yang telah tertanam dalam budaya pengguna. Oleh karena itu, fitur “Sedekah Subuh” dapat diposisikan dalam kerangka persuasi berbasis nilai (*value-based persuasion*), yang secara etis lebih dapat diterima dalam konteks filantropi digital (Calvo & Peters, 2014).

3.5 Kolektivitas, Identitas, dan Praktik Sosial Digital

Budaya kolektif masyarakat Indonesia tercermin dalam cara fitur ini mengonstruksi pengalaman donasi sebagai praktik sosial bersama, bukan tindakan individual semata. Ajakan bersedekah sering kali dibingkai dalam narasi kebersamaan dan solidaritas umat, yang sejalan dengan dimensi kolektivisme dalam teori budaya Hofstede (1980). Dalam hal ini, UI berfungsi sebagai pengikat identitas kolektif, memperkuat rasa menjadi bagian dari komunitas religius yang lebih luas (Tajfel & Turner, 1986).

Selain itu, praktik “Sedekah Subuh” yang dilakukan secara berulang dapat dipahami sebagai pembentukan kebiasaan sosial digital (*digital social habit*), di mana desain mendorong internalisasi perilaku filantropis sebagai bagian dari rutinitas spiritual harian (Oulasvirta et al., 2012). Hal ini menunjukkan bahwa desain berbasis kearifan lokal tidak hanya mereproduksi tradisi, tetapi juga mentransformasikannya ke dalam praktik sosial digital baru tanpa memutus kesinambungan nilai budaya yang sudah ada.

3.6 Local Wisdom in Design sebagai Strategi Keberlanjutan Platform

Dari sudut pandang strategis, integrasi kearifan lokal dalam desain UI dapat dipahami sebagai upaya membangun keberlanjutan jangka panjang platform digital. Pengalaman pengguna yang relevan secara budaya dan bermakna secara spiritual berpotensi meningkatkan kepercayaan, keterikatan emosional, dan legitimasi sosial platform (Reinecke & Bernstein, 2013).

Pendekatan ini menantang paradigma desain universal yang cenderung mengabaikan konteks lokal dan mengedepankan homogenisasi pengalaman pengguna. Sebaliknya, studi konseptual ini menunjukkan bahwa desain yang berakar pada nilai budaya dan

religius justru memiliki potensi besar untuk meningkatkan relevansi, keterlibatan, dan keberterimaan sosial platform digital, khususnya di masyarakat dengan karakter budaya yang kuat seperti Indonesia (Marcus & Gould, 2000).

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa desain antarmuka pengguna (UI) pada platform crowdfunding berbasis donasi berfungsi tidak hanya sebagai perangkat teknis, tetapi juga sebagai artefak budaya digital yang merepresentasikan dan membentuk nilai serta praktik keagamaan pengguna. Studi konseptual pada fitur “**Sedekah Subuh**” di Kitabisa menunjukkan bahwa penerapan *local wisdom in design* dilakukan melalui integrasi waktu ritual, narasi religius, simbol visual, dan struktur interaksi yang selaras dengan budaya Muslim Indonesia.

Integrasi nilai religius dalam desain UI terbukti memperkuat pengalaman emosional pengguna pada level visceral, behavioral, dan reflective, sehingga praktik donasi dimaknai sebagai bagian dari ibadah dan rutinitas spiritual, bukan sekadar transaksi ekonomi. Selain itu, penerapan prinsip *persuasive design* dalam fitur ini bersifat etis karena mengaktivasi nilai moral yang telah hidup dalam budaya pengguna, serta mendukung perilaku filantropi secara berulang dan kolektif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa *local wisdom in design* berpotensi meningkatkan relevansi budaya, keterlibatan pengguna, dan keberlanjutan platform digital. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan desain UI yang sensitif terhadap konteks budaya dan religius, khususnya dalam pengembangan platform filantropi digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Bell, C. (2009). *Ritual theory, ritual practice*. Oxford University Press.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585–609. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.07.003>
- Berdichevsky, D., & Neuenschwander, E. (1999). Toward an ethics of persuasive technology. *Communications of the ACM*, 42(5), 51–58.
- Calvo, R. A., & Peters, D. (2014). *Positive computing: Technology for wellbeing and human potential*. MIT Press.
- Campbell, H. A. (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Fogg, B. J. (2009). A behavior model for persuasive design. In *Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology* (pp. 1–7).
- Hassenzahl, M. (2010). *Experience design: Technology for all the right reasons*. Morgan & Claypool.
- Helland, C. (2000). Online religion/religion online and virtual communities. *Religion*, 30(3), 205–223. <https://doi.org/10.1006/reli.2000.0254>
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Sage.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2011). *Cultures and organizations: Software of the mind* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge.
- Marcus, A. (2002). Cultural dimensions and global web user-interface design. *Interactions*, 9(4), 40–43.
- Marcus, A. (2002). Culture and user-interface design. *Interactions*, 9(2), 40–43. <https://doi.org/10.1145/543434.543460>
- Marcus, A., & Gould, E. W. (2000). Cultural dimensions and global web design. In *Proceedings of the 6th Conference on Human Factors and the Web*.

- 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 ed.). Basic Books.
- Oulasvirta, A., Rattenbury, T., Ma, L., & Raita, E. (2012). Habits make smartphone use more pervasive. *Personal and Ubiquitous Computing*, 16(1), 105–114.
- Persada, S. F., et al. (2018). Incorporating local wisdom into design: A conceptual framework. *Journal of Design Research*, 16(3).
- Rama, A., Prasetyo, B., & Nugroho, Y. (2022). Religious narratives and donation behavior in Islamic crowdfunding platforms: Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1352–1370. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2021-0023>
- Reinecke, K. (2010). Designing culturally adaptive user interfaces. In *Proceedings of the International Conference on Intelligent User Interfaces*.
- Reinecke, K., & Bernstein, A. (2013). Knowing what a user likes: A design science approach to interfaces that automatically adapt to culture. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*.
- Sedyawati, E. (2006). *Budaya Indonesia: Kajian arkeologi, seni, dan sejarah*. RajaGrafindo Persada.
- Suchman, L. (2007). *Human-machine reconfigurations: Plans and situated actions*. Cambridge University Press.
- Wijaya, T. (2015). Kearifan lokal dalam desain komunikasi visual. *Jurnal Desain*, 12(2).
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Kaptelinin, V., & Nardi, B. A. (2012). *Activity theory in HCI: Fundamentals and reflections*. Morgan & Claypool.
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: Social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411–427.
- Persada, S. F., Miraja, B. A., & Nadlifatin, R. (2018). Understanding the generation Z behavior on D-learning: A unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) approach. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(3).
- Reinecke, K. (2010). *Designing user interfaces for culturally diverse users* (Doctoral dissertation). University of California.