

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desain Grafis

R. Landa (2011) menyatakan bahwa desain grafis adalah sebuah proses komunikasi yang dalam proses penyampaian sebuah pesan atau rangkaian pesan dengan memanfaatkan kegunaan dari bentuk-bentuk elemen visual yang ditujukan kepada sebuah atau sekelompok target audiens tertentu, dan juga R. Landa menambahkan bahwa, desainer grafis adalah seseorang atau sekumpulan orang yang berkomunikasi dengan orang yang ingin menyampaikan pesan yang juga memiliki persaingan pada aspek ekonomi dalam menyampaikan sebuah pesan atau rangkaian pesan kepada publik.

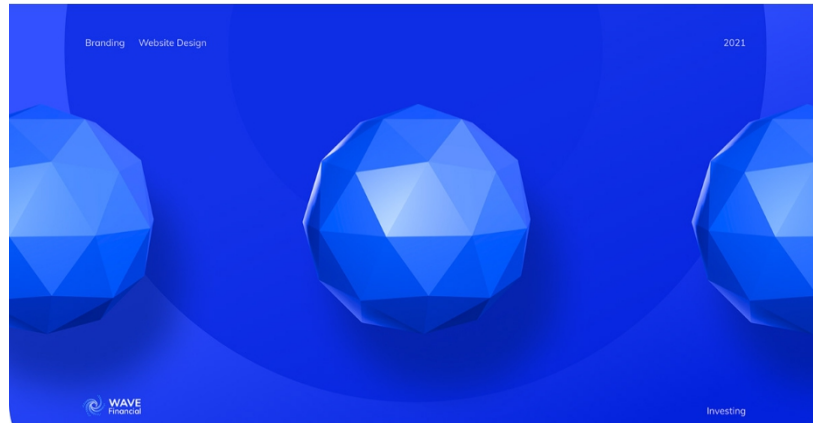
2.2. Prinsip Desain

Menurut R.Landa (2011) pada setiap pembuatan sebuah rancangan desain, seharusnya ada prinsip-prinsip dasar desain yang digunakan dalam pembuatan sebuah rancangan agar rancangan desain tersebut menjadi lebih baik secara visual dan dapat lebih menarik target audiens yang dituju secara khusus, prinsip-prinsip tersebut ialah sebagai berikut (hlm. 24-32):

2.2.1. Keseimbangan

Keseimbangan dalam desain dibuat dengan cara menggunakan berbagai macam elemen visual yang memiliki kesetaraan pada sebuah komposisi dari pusat bidang komposisi tersebut. Desain yang menggunakan prinsip keseimbangan memiliki penampilan yang lebih rapih dan lebih mudah dicerna secara visual oleh mata audiens. Landa sendiri mengelompokkan

beberapa komposisi keseimbangan menjadi tiga bagian yaitu keseimbangan simetris, asimetris dan radial. (hlm. 25)

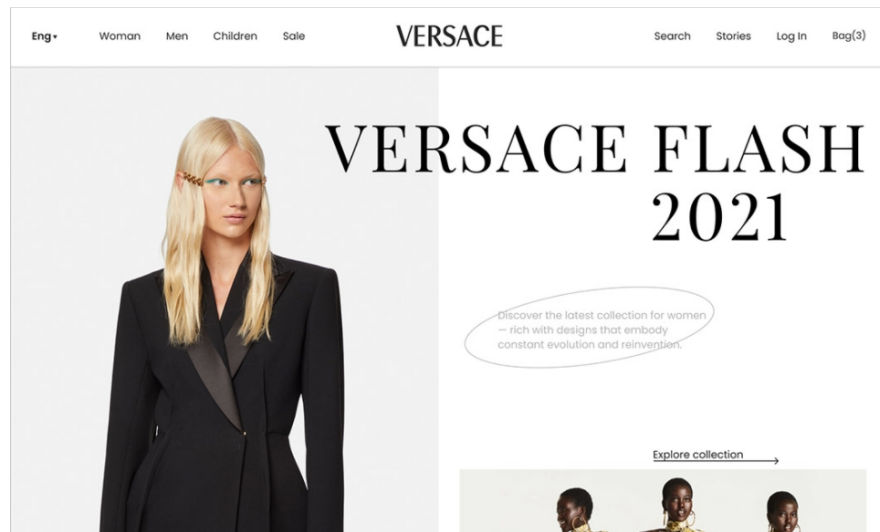


Gambar 2.1. Penerapan Prinsip Keseimbangan Pada Perancangan Situs Web

(https://www.behance.net/gallery/111539307/Fintech-Branding-and-Web-Design-Wave-Financial?tracking_source=search_projects_recommended%7Cwebsite)

2.2.2. *Emphasis*

Emphasis adalah penekanan pada suatu objek atau sekelompok objek yang dapat membuat objek atau kelompok objek tersebut menjadi dapat dilihat dengan lebih mudah dan lebih cepat oleh target audiens atau sekelompok target audiens yang dituju. Seorang desainer grafis juga harus dapat menentukan objek apa saja yang dapat terlihat lebih dulu dibandingkan elemen desain lainnya pada sebuah komposisi desain oleh target audiens dengan menggunakan prinsip *emphasis*. (hlm. 25)



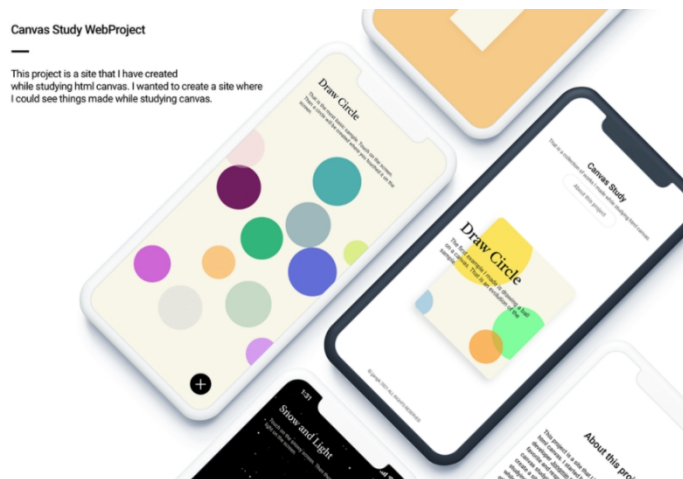
Gambar 2.2. Penggunaan Prinsip *Emphasis* Pada Perancangan Situs Web Versace

(https://www.behance.net/gallery/111684179/Versace-%282021%29-Online-Store?tracking_source=search_projects_recommended%7Cwebsite)

Penggunaan *emphasis* pada suatu perancangan situs dapat dilihat dari tangkap layar situs Versace di atas, dimana ada dua kemungkinan objek yang pertama kali akan dilihat oleh mata audiense dimana foto model di sisi kiri yang berukuran besar atau tulisan yang “VERSACE FLASH 2021” pada sisi kanan, namun jikalau pengguna situs pun melihat foto model yang di sisi kiri, yang menghadap arah kanan, lebih dulu maka pengguna akan langsung terarah pada tulisan ”VERSACE FLASH 2021”, dikarenakan garis tidak terlihat yang diciptakan secara tidak langsung melalui pandangan foto yang mengarah pada tulisan sehingga dapat mengarahkan atensi pengguna situs.

2.2.3. Irama

Irama adalah pengulangan suatu unsur desain atau sebuah elemen desain yang digunakan berulang-ulang yang pada akhirnya membuat sebuah desain menjadi lebih menarik dengan konsistensi yang diterapkan pada elemen-elemen desain tersebut, namun sebuah elemen desain yang mengalami pengulangan tersebut juga dapat diubah posisi, ukuran dan bentuknya sehingga menghasilkan irama dan desain yang lebih menarik lagi.(hlm. 30)



Gambar 2.3. Penerapan Prinsip Desain Irama Pada Situs Web

(https://www.behance.net/gallery/112119141/Canvas-Study-WebProject?tracking_source=search_projects_recommended%7Cwebsite)

Pengulangan elemen visual yang berbentuk lingkaran yang memiliki perbedaan pada posisi, warna, dan bentuk menciptakan sebuah irama pada konsep desain situs web tersebut. Fitur interaksi yang memungkinkan pengguna untuk menggambar lingkaran sendiri juga dapat menambah keberagaman jenis yang terdapat pada dalam prinsip irama yang telah ada.

2.3. Sistem *Grid*

Grid adalah salah satu dari sekian banyak faktor yang mendukung sebuah proses perancangan desain grafis dalam menyampaikan sebuah pesan. (Poilin, 2011) Cara *grid* mendukung sebuah proses perancangan adalah dengan cara berfungsi sebagai sebuah landasan perancangan atau bisa dikatakan garis pandu yang berada dalam posisi horizontal dan vertikal bidang perancangan untuk menentukan peletakan bagian-bagian yang penting dalam perancangan. (Landa, 2018) Contoh yang paling umum adalah penggunaan *grid* dalam perancangan situs web. Dimana biasanya perancang situs menentukan *grid* terlebih dahulu sebelum menentukan bagian-bagian yang penting pada tampilan laman tersebut. *Grid* juga memiliki beberapa anatomi sebagai berikut:

1. Margin

Sebuah bidang kosong yang terdapat pada bagian pinggir atas, bawah, samping sebuah bidang perancangan.

2. Kolom dan interval kolom

Banyaknya kolom yang digunakan juga dapat ditentukan oleh ukuran bidang yang digunakan dalam perancangan. Sementara jarak antar kolom tersebut disebut interval kolom.

3. *Flowlines*

Garis horizontal yang menentukan dan juga dapat membantu mengarahkan penglihatan secara visual pada sebuah perancangan.,

4. *Grid Modules*

Gabungan dari komposisi garis-garis dan gabungan blok yang terdapat pada *grid*.

5. *Spatial Zones*

Spatial Zones adalah blok yang digunakan untuk menentukan penempatan sebuah konten yang biasa terdapat gambar atau tulisan pada suatu perancangan,

6. *Gutter*

Jarak diantara baris dan kolom yang dapat disesuaikan untuk mengatur keseimbangan desain secara visual.

2.4. Media Informasi

Media informasi adalah sebuah instrumen yang digunakan untuk menyatukan serta menata suatu informasi yang kemudian dapat diolah menjadi sebuah bahan informasi yang bermanfaat bagi penerimanya (Jogiyanto HM, 2005)

2.4.1. Media Sosial

Dalam bukunya yang berjudul *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, Rulli Nasrullah menjelaskan bahwa media sosial adalah media daring yang mengakomodasi interaksi sosial, sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah bentuk informasi satu arah menjadi bentuk komunikasi interaktif. Van Dijk (2017) menegaskan bahwa media sosial adalah sebuah platform media yang menitikberatkan pada kehadiran pengguna agar dapat memberikan fasilitas kepada para pengguna dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, karena

kegunaannya ini media sosial dapat menjadi fasilitas daring yang memperkuat hubungan ikatan sosial para penggunanya.

Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein (2010) membuat pengelompokan jenis-jenis media sosial yang berdasarkan penggunaannya sebagai dasar klasifikasi tersebut. Kaplan dan Haenlein memaparkan ciri-cirinya sebagai berikut:

1. Ciri-ciri pertama, website proyek kolaborasi, pada platform ini pengguna memiliki izin untuk menyunting, menambahkan bahkan menghapus konten-konten yang terdapat pada situs tersebut, contoh: Wikipedia
2. Ciri-ciri kedua, *blog* dan *microblog*, pengguna memiliki sebuah kebebasan dalam menyampaikan pendapatnya dalam suatu hal, seperti pendapat, pandangan, kritik atau pun komentar pada suatu hal, contoh: Blog Spot dan Twitter.
3. Ciri-ciri ketiga, konten atau isi, media yang menjadi platform para penggunanya untuk saling membagikan dan menambahkan konten-konten berbasis multimedia, seperti tulisan, foto, video dan lainnya langsung kepada platform, contoh: Instagram
4. Ciri-ciri keempat, jejaring sosial, pengguna mendapatkan izin untuk saling berhubungan dengan pengguna lain dengan cara mendaftarkan (*sign up*) informasi pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung dan juga diakses oleh pengguna lainnya yang telah mendaftar. Contoh: Facebook

5. Ciri-ciri kelima, *virtual game world*, pengguna memanfaatkan aplikasi 3D yang dapat memunculkan pengguna menjadi wujud-wujud avatar yang sesuai dengan keinginan pengguna dan dapat saling berkomunikasi dengan pengguna lainnya.
6. Ciri-ciri keenam, *virtual social world*, platform yang mengandalkan aplikasi dalam bentuk dunia virtual yang membuat penggunanya berkesempatan para penggunanya untuk hidup di dalam dunia virtual dan juga dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya, perbedaan dengan *virtual game world* adalah *virtual social world* pada umumnya memiliki desain dunia virtual yang memiliki mekanisme dan aspek yang mirip dengan dunia nyata. Contoh: Second Life.

Selain memiliki ciri-ciri, media sosial juga memiliki beberapa fungsi yang juga berdasarkan cara penggunaannya yang menguntungkan bagi kehidupan khalayak umum dalam bermasyarakat atau pun pengembangan seorang diri secara individu, Tenia (2017) mengelompokkan fungsi-fungsi media sosial menjadi lima bagian:

1. Mengakses sebuah informasi

Penggunaan media sosial sebagai media untuk mengakses sebuah informasi baru atau pun memperbaharui informasi yang awalnya sudah diketahui. Contoh: membaca berita secara online atau cara mengakses jurnal ilmiah secara daring.

2. Komunikasi daring

Media sosial digunakan menjadi sarana berkomunikasi antara individu atau sekelompok individu dengan satu sama lain yang menggunakan media sosial yang sama. Contoh: video call melalui Facebook atau *streaming* pada IGTV

3. Penggerak masyarakat

Media sosial digunakan sebagai sebuah media untuk menyampaikan sebuah pesan yang ditujukan secara langsung bagi sekelompok individu, pesan yang disampaikan pada umumnya adalah pesan-pesan yang bernilai sosial namun tidak banyak juga perusahaan yang menggunakan media sosial sebagai penggerak masyarakat secara komersial. Contoh: PETA yang mengajak masyarakat ikut serta dalam tiap kampanye sosialnya.

4. Untuk berbagi

Penggunaan media sosial sebagai sarana untuk melakukan bakti sosial, contoh: UNICEF menggunakan media sosial Instagram untuk mempromosikan pengumpulan dana bagi program pengembangan anak-anak tertinggal pada suatu negara.

5. Hiburan

Fungsi media sosial sebagai hiburan adalah penggunaan media sosial yang biasanya diakses oleh pengguna dalam waktu luang untuk bersenang-senang. Contoh: menggunakan Instagram atau YouTube untuk mengakses video-video dan *memes* yang lucu dan menghibur.

2.5. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang berbasis seluler pintar yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar atau foto, memanipulasi foto atau gambar tersebut, lalu dibagikan secara instan pada teman-teman media sosial. (Hocman & Schwartz, 2012). Pada tahun 2003, tepat 3 tahun setelah aplikasi tersebut diluncurkan, diperkirakan Instagram memiliki 100 juta pengguna dan sekitar empat miliar foto yang telah diunggah dan ditayangkan pada aplikasi tersebut. (Abbot et al., 2013)

Instagram dapat menjangkau generasi muda dengan lebih menarik bagi masyarakat yang beragam, lebih sering dan lebih dominan dibandingkan dengan layanan jejaring sosial lainnya (Salomon, 2013). Memiliki telah dilaporkan bahwa anak-anak muda saat ini menghabiskan lebih banyak waktu di Instagram daripada Facebook (Salomon, 2013). Ini mungkin karena pengguna ponsel muda sangat terdorong untuk mengambil foto atau gambar menggunakan ponsel mereka, dan membaginya dengan orang lain secara instan (Abbott et al., 2013). Dengan demikian, berbagi gambar daripada kata-kata saja telah membuat komunikasi dengan teman-teman dan kelompok pengguna yang lebih luas yang memiliki minat yang sama lebih ideal, nyaman, dan menarik (Bakhshi et al., 2013).

2.6. Situs Web

Abdulloh (2016) mengartikan bahwa situs web adalah sebuah kumpulan dari berbagai informasi dalam berbagai bentuk media seperti lisan, grafis, audio, atau pun video yang tercantum dalam sebuah laman yang terhubung oleh internet dan dapat diakses oleh para pengguna internet.

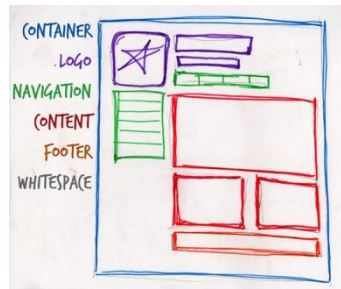
2.6.1. Perancangan Situs Web

Dalam melakukan perancangan situs web sebagai media informasi, penulis menggunakan beberapa teori sebagai acuan perancangan. Teori-teori yang digunakan adalah sebagai berikut:

2.6.2. Anatomi Situs Web

Beaird (2010) dalam bukunya yang berjudul “The Principles of Beautiful Web Design” mengelompokkan beberapa bagian-bagian yang terdapat pada suatu laman situs web menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

1. *Containing block*, setiap laman memiliki sebuah wadah atau yang disebut dengan *container*, yang berfungsi menempatkan konten dari *tag div*. Ukuran *containing block* dapat berbeda-beda sesuai dengan keperluannya.
2. Logo, sebuah wajah atau gambaran identitas yang mempresentasikan pihak terkait yang biasanya terletak di atas sebuah laman.
3. *Navigation*, petunjuk yang digunakan untuk membantu para pengakses laman untuk menuju konten yang tersedia atau diinginkan
4. *Content*, isi dari pembahasan sebuah laman dan merupakan elemen terpenting yang menjadi alasan sebuah laman tersebut diakses.
5. *Footer*, bagian paling bawah dari suatu laman yang biasanya tempat untuk mencantumkan kontak, hak cipta, informasi hukum, dan lainnya.
6. *Whitespace*, sisi hampa atau area-area kosong yang dibuat agar tampilan laman tidak terlalu padat sehingga membuat pengakses laman kesulitan dalam mengakses konten



Gambar 2.4. Ilustrasi Anatomi Situs Web

(Sumber: The Principles of Beautiful Web Design, 2011)

2.7. Tipografi

Bouston (2006) dalam bukunya yang berjudul “Designing for The Web” menyatakan tipografi adalah sebuah ilmu untuk mengatur dan menyusun tulisan untuk menyampaikan pesan. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil riset yang dilakukan oleh Information Architects (2005) menyatakan bahwa 95% dari situs web adalah tipografi, maka dari itu tipografi sangatlah penting dalam sebuah proses perancangan desain situs web. Bouston juga menambahkan bahwa dengan ilmu *typography*, seorang desainer dapat memutuskan sebuah penggunaan *typeface*, kapan menggunakan jenis *typeface* yang tepat, cara mengekspresikan sebuah pesan melalui *typeface*, dan memberikan sebuah pengalaman visual hanya dengan berdasarkan penggunaan *typeface*. Berikut adalah pembahasannya :

1. Anatomi

Setiap *typeface* memiliki anatomi yang dapat memberikan sebuah kesan dalam berkomunikasi terhadap pengguna, sama seperti elemen desain lainnya. Maka dari itu desainer yang baik akan dapat memilih *typeface* dengan anatomi yang sesuai dengan rancangannya.



Gambar 2.5. Grafis Anatomi *Typeface*

(https://cmscdn.fonts.com/images/1dc57858bb6b3569/fontology_anatomy.gif)

2. Klasifikasi

Typeface dapat juga dapat diklasifikasikan berdasarkan karakternya.

A. Serif dan sans-serif



Gambar 2.6. Ilustrasi Serif Dan Sans-serif Pada *Typeface*

(<https://designingfortheweb.co.uk/images/serif.jpg>)

Typeface memiliki bagian yang menonjol seperti warna kuning pada ilustrasi di atas, dapat dinamakan serif, sementara yang tidak memiliki bagian tersebut dinamakan sans serif.

B. Kontras dan *whites pace*

Ketebalan dari garis yang dimiliki oleh sebuah *typeface* dapat menentukan seberapa besar area kosong yang ditampilkan pada

tampilan *typeface* tersebut. Jika bagian serif nya kecil maka dapat menggunakan *typeface* dengan *counter* yang juga tipis agar dapat memberikan ruang kosong



Gambar 2.7. Ilustrasi Penggunaan *typeface* dengan kontras

(<https://designingfortheweb.co.uk/images/typography-contrast.jpg>)

C. *X-height*

X-height adalah ukuran tinggi dari huruf *lowercase* “x” yang terdapat pada suatu *typeface*. *Typeface* yang berbeda memiliki *x-height* yang berbeda juga dan dapat memengaruhi kemampuan baca pengguna terhadap *typeface* tersebut terutama pada ukuran yang kecil. *X-height* yang besar biasa lebih berguna dalam penulisan *body copy* yang memiliki serif dalam situs web.

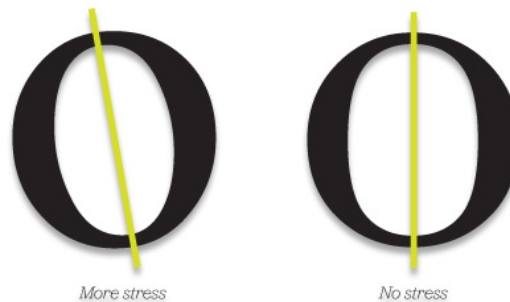


Gambar 2.8. Ilustrasi Grafis *X-height*

(<https://designingfortheweb.co.uk/images/x-height.jpg>)

D. *Stress*

Stress adalah arah garis pada sebuah *typeface*, semakin banyak *stress* yang ada pada sebuah *typeface* maka akan semakin miring juga tampilan *typeface* tersebut.



Gambar 2.9. Ilustrasi Grafis Penerapan *Stress* Pada Sebuah *Typeface*
(<https://designingfortheweb.co.uk/images/typographic-stress.jpg>)

E. *Weight*

Weight adalah ketebalan dari sebuah garis pada *typeface*.

Light
Medium
Bold
Black

Gambar 2.10. Ilustrasi Perbedaan *Weight* Pada Tiap *Typeface*
(<https://designingfortheweb.co.uk/images/typographic-weight.jpg>)

2.8. Warna

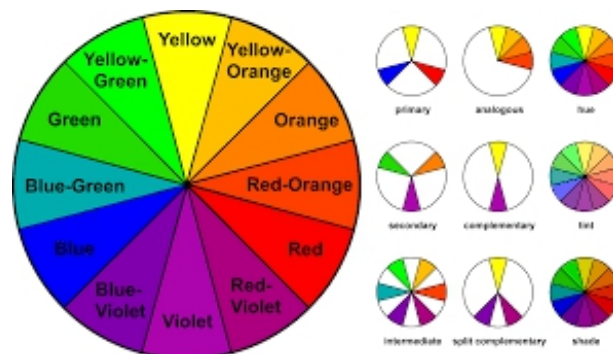
Poulin (2011) mengatakan bahwa warna adalah satu dari sekian elemen desain yang terkuat dan paling komunikatif dalam penyampaian pesan sebagai seorang desainer grafis.

Penggunaan warna dalam elemen visual yang terdapat pada sebuah desain dapat digunakan sebagai:

1. Mendapatkan atensi pengguna
2. Mengklasifikasikan kelompok yang berbeda
3. Mempertegas sebuah makna
4. Memberikan kesan visual yang lebih baik pada komposisi visual
5. Menjadi media dalam menyampaikan sebuah emosi ataupun sikap
6. Membuat pengguna menjadi lebih reaktif terhadap sebuah desain
7. Menciptakan sebuah emphasis pada desain
8. Mengomunikasikan pesan
9. Mempertegas sebuah hierarki desain

2.8.1 Klasifikasi warna

Dikarenakan banyaknya kombinasi warna yang dapat digunakan pada sebuah proses perancangan maka. Poulin (2011) juga mengklasifikasikan warna menjadi delapan kelompok yang dapat menggunakan roda warna, kelompok-kelompok tersebut yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.11. Klasifikasi Warna Pada Roda Warna

(https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQ1lS_G4pl0sZ3cuYHULqJBGZ_8w6y8ADFDBw&usqp=CAU)

A. Warna primer

Warna primer adalah warna kuning, merah dan biru, karena warna tersebut adalah warna yang tidak dapat dibuat dengan menggabungkan warna lain, namun sebaliknya justru gabungan ketiga warna ini dapat menghasilkan warna yang baru

B. Warna sekunder

Warna sekunder adalah warna yang tercipta dari penggabungan dua warna primer.

C. Warna tersier

Warna tersier adalah penggabungan satu warna primer dengan dua warna sekunder

D. Warna komplementer

Warna komplementer adalah kombinasi warna yang berseberangan pada roda warna, sehingga ketika digabungkan kedua warna ini dapat menghasilkan kontras yang tinggi.

E. Warna monokromatik

Warna yang terbentuk dari hasil penambahan warna putih ataupun hitam pada sebuah warna yang telah dipilih, warna monokromatik digunakan sebagai palet warna yang hampir sejenis dan seragam.

F. Warna *analogous*

Warna *analogous* adalah kombinasi warna yang saling menempel ataupun berjarak sangat dekat pada roda warna dan terdapat sebuah perbedaan kromatik.

G. Warna triadik

Kombinasi warna yang mirip dengan komplementer dimana komplementer hanya kombinasi dari dua warna sementara triadik menggunakan kombinasi dari tiga warna yang berseberangan dalam roda warna.

H. Warna kuadratik

Kombinasi warna kuadratik juga hampir sama dengan komplementer namun yang membedekannya adalah kuadratik menggunakan empat warna yang saling berseberangan.

2.8.2 Warna pada media cetak dan digital

Srisuthep (2009) mengatakan permasalahan warna pada media digital tidak lah seberapa dengan media cetak, dikarenakan desainer dan pengguna memiliki perangkat yang sama untuk mengakses situs, sementara untuk warna pada media cetak memiliki banyak faktor x yang memengaruhi warna. Warna pada media digital merupakan salah satu elemen penting, karena pemilihan warna yang tidak tepat dapat membuat pengguna menjadi terganggu untuk mengakses konten, sementara pemilihan *color scheme* yang tidak sesuai akan membuat seluruh situs web terlihat tidak mengenakan di mata pengguna.