



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Beberapa referensi atau acuan teori yang akan diambil sebagai dasar perancangan visual suatu media yang digunakan penulis, adalah teori Media, Layout, Typografi Fotografi, dan Warna dan dengan penerapan teori-teori tersebut dalam media interaktif akan membuat media ini mudah dimengerti, harmonis dan *informative*. Semua itu dirangkum menjadi satu dalam Teori Umum.

Kedua adalah teori khusus, teori yang membahas mengenai dewasa muda agar penulis dapat lebih mempersempit target penelitian, dimana melalui beberapa teori yang ada, penulis mengetahui bahwa masa dewasa muda adalah masa transisi seseorang dari masa remaja, ke pada masa fase yang lebih dewasa yang harus mewajibkannya lebih bertanggung jawab pada dirinya sendiri dan membuat keputusan yang membantu menentukan karir, kesehatan dan gaya hidup mereka. Serta penulis juga menambahkan teori *Graphical User Interface* untuk menunjang dari perancangan media interaktif yang penulis kerjakan.

#### 2.1. Media

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata media dapat diartikan sebagai: (1) alat; (2) alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan sepanduk; (3) yang terletak di antara dua pihak (orang, golongan, dsb). Dan media juga dibagi menjadi enam jenis, yaitu:

##### 1. Media Cetak

Sarana media massa yang dicetak dan diterbitkan secara berkala seperti surat kabar, majalah.

## 2. Media Elektronik

Sarana media massa yang mempergunakan alat-alat elektronik modern, seperti misalkan radio, televisi dan film.

## 3. Media Film

Sarana media massa yang disiarkan dengan menggunakan peralatan film (film, proyektor, layar); alat penghubung yang berupa film.

## 4. Media Massa

Sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas.

## 5. Media Pendidikan

Alat dan bahan yang digunakan dalam proses pengajaran atau pembelajaran.

## 6. Media Periklanan

Sarana komunikasi massa yang menyediakan beberapa bentuk periklanan, missal surat kabar, televisi dan radio.

### 2.1.1. Perencanaan Media

Untuk mencapai fungsi iklan secara maksimal harus didukung oleh perencanaan media yang matang sehingga dapat menghasilkan komunikasi yang efektif sehingga pesan yang disampaikan akan mendapatkan perhatian lebih besar dari target audiens.

Belch (2010) mengatakan bahwa media (medium) adalah kategori umum dari sistem pengiriman pesan yang mencakup media penyiaran (televisi dan radio), media cetak (surat kabar dan majalah), surat, iklan luar ruang (*outdoor advertising*), dan media pendukung lainnya (hlm. 179).

George dan Belch (2010) menambahkan, media adalah serangkaian keputusan yang terlibat dalam menyampaikan pesan promosi kepada calon pembeli dan atau pengguna produk atau merk (hlm. 178). Di sisi lain, Duncan (2005) menambahkan bahwa media adalah suatu proses untuk menentukan biaya paling efektif pembaruan media untuk mencapai sejumlah tujuan media (hlm. 422).

Kesimpulan yang dapat diambil dari kedua definisi diatas adalah bahwa perencanaan media diperlukan sebagai proses pemilihan media apa saja yang akan dipakai dalam mempublikasikan suatu ide sehingga ide tersebut dapat disampaikan secara efisien dan optimal.

George dan Belch (2010) mengatakan bahwa untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam pemilihan media yang digunakan, ada 4 poin penting yang harus diperhatikan dalam proses pemilihan media:

1. Menentukan target konsumen atau analisis pasar
2. Menentukan tujuan media
3. Perencanaan dan pelaksanaan strategi media
4. Evaluasi dan tindak lanjut (hlm. 309).

### **2.1.2. Media Interaktif**

Salah satu media yang terus berkembang pada masa ini adalah media elektronik, karena sering berkembangnya zaman dan teknologi barang elektronik semakin banyak bermunculan dan semakin dekat dengan kebutuhan kehidupan semua masyarakat, salah satunya media elektronik yang dapat menjadi sarana bagi penyediaan media interaktif seperti contohnya *website, smartphone (iPhone, Android Phone, Windows Phone, dll)* dan tablet (*iPad, pen tablet, PC tablet, dll*).

Graham (1999) mendefinisikan sifat interaktif pada sebuah media adalah kombinasi dari beberapa jenis media yang disajikan melalui sarana digital dan membutuhkan interaksi dari manusia untuk menggunakannya. Beberapa elemen media yang terdapat pada sebuah media interaktif tersebut adalah tipografi atau penulisan, gambar, animasi, video dan audio (hlm. 2).

Brets (2008) menambahkan, berdasarkan panca indera yang bekerja, sebuah media terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. Media Audio adalah media yang dalam penggunaannya menggunakan indera pendengar saja. Contohnya; iklan radio.

2. Media Visual adalah media yang dalam penggunaannya menggunakan indera penglihatan saja. Contohnya; iklan cetak di majalah.
3. Media Audio Visual, media ini merupakan gabungan antara audio dan visual dimana penggunaan media ini harus menggabungkan indera pendengaran dan penglihatan. Contohnya; iklan di televisi.

Namun tanpa adanya penataan dan penyusunan yang baik terhadap elemen-elemen media tersebut suatu media interaktif tidak akan dapat berfungsi dengan baik atau dikatakan kurang informative, maka dari itu diperlukan ketrampilan dalam merancang tampilan sebuah media interaktif dari segi visualnya atau bisa disebut sebagai *Interactive Design*.

Selanjutnya, menurut Josephson dan Gorman (1996) sebuah media interaktif dikatakan berhasil apabila:

1. Praktis dan memiliki tujuan yang jelas, sehingga dapat digunakan oleh *target audience*
2. Mengandung pesan yang kuat, pada media interaktif tersebut harus memiliki pesan yang kuat dan informative
3. Mudah dioperasikan oleh *target audience* tanpa memerlukan keterampilan-keterampilan khusus
4. Memiliki layout yang efektif sehingga membuat informasi yang dikandung pada media tersebut mudah dicerna dan efektif.

Pendesain harus memiliki pengetahuan yang cukup akan teknologi media yang ada. Sis temuan di Bab IV, teori-teori yang dipakai betul-betul tepat sasaran (hlm. 13).

## **2.2. Layout**

Layout terdiri dari berbagai macam elemen desain grafis terpadu yang digabung menjadi satu kesatuan sebagai sebuah karya. Tujuan dari layout itu sendiri yang pertama adalah untuk menyampaikan informasi dengan lengkap dan tepat. Kedua, adalah untuk kenyamanan dalam membaca termasuk didalamnya kemudahan mencari informasi yang dibutuhkan, navigasi dan estetika.

### **2.2.1. Elemen Layout**

Pada dasarnya sebuah layout terdiri dari berbagai elemen desain grafis, tetapi dalam layout hal tersebut dikategorikan agar lebih mudah dalam pengelompokkannya. Elemen dalam layout dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Elemen Teks: tulisan berupa huruf ataupun angka yang berupa artikel, kata atau kalimat.
2. Elemen visual: foto, *artworks*, *info graphic*, garis, bingkai.
  - A. Foto: kekuatan terbesar dari fotografi pada media periklanan adalah kemampuannya untuk memberi kesan ‘dapat dipercaya’.
  - B. *Artwork*: adalah segala jenis karya seni selain fotografi, yaitu ilustrasi, kartun, dan sketsa. Untuk menyampaikan informasi yang lebih akurat,

terkadang ilustrasi adalah pilihan yang lebih dapat diandalkan dibanding dengan teknik foto.

C. *Info Graphic*: fakta dan data statistik dari hasil *survey* dan penelitian yang disajikan dalam bentuk grafik, tabel, diagram, peta. Diagram tersebut dihias sedemikian rupa agar terlihat menarik dan mudah dipahami.

D. Garis: fungsi dari elemen ini antara lain membagi suatu area, menyeimbangkan komposisi layout dan bisa juga sebagai elemen pengikat sistem desai agar terjaga kesatuannya.

E. Bingkai: biasanya berisi artikel atau informasi tambahan dari artikel utama. Elemen visual lainnya juga dapat menggunakan bingkai agar terlihat lebih rapih.

3. Elemen semu: pada dasarnya elemen semu berfungsi sebagai pondasi yang berfungsi sebagai acuan komposisi semua elemen layout sebagai satu kesatuan. Elemen semu terdiri dari *margin* dan *grid*.

A. *Margin*: berfungsi untuk menentukan jarak antara pinggir kertas dengan ruangan yang akan ditempati oleh elemen-elemen layout. *Margin* mencegah agar elemen lain tidak terlalu jauh ke pinggir halaman karena hal tersebut dapat mengurangi estetika suatu layout. Yang lebih parah lagi, dalam proses cetak, bagian yang posisinya terlalu pinggir kemungkinan besar akan terpotong.

B. *Grid*: berfungsi untuk mempermudah perancangan menentukan di mana harus meletakkan elemen layout dan mempertahankan konsistensi dan kesatuan layout.

### 2.2.2. Prinsip Layout

Dasar teori yang digunakan dalam prinsip layout sebenarnya adalah sama dengan beberapa prinsip desain grafis seperti *sequence*, *emphasis*, *balance*, dan *unity*. Prinsip tersebut dapat dianalogikan sebagai formula yang dapat memberikan hasil maksimal bila diterapkan dengan seksama.

Berikut adalah penjelasan lebih rinci dari prinsip layout menurut Rustan (2008):

1. *Sequence* berarti urutan/hirarki/aliran yang berperan penting dalam proses penyampaian informasi agar informasi yang dijelaskan berurutan dan jelas. Fungsinya membuat urutan prioritas informasi.
2. *Emphasis* adalah penekanan suatu elemen visual yang digunakan dengan tujuan agar mereka yang melihat dapat langsung tertuju pada apa yang ingin kita sampaikan terlebih dahulu sebagai *point of interest*. Dengan kata lain *emphasis* bertujuan untuk membangun *sequence*. *Emphasis* dapat diciptakan dengan cara warna, ukuran, posisi, bentuk dan gaya.
3. *Balance* adalah bagaimana menghasilkan kesan seimbang secara keseluruhan berdasarkan elemen-elemen yang digunakan dan meletakkannya pada posisi yang tepat. Keseimbangan suatu layout dapat diatur berdasarkan letak, ukuran, arah, warna dan komponen lainnya.

Terdapat dua jenis keseimbangan, yaitu keseimbangan simetris (*formal balance*) dan asimetris (*informal balance*). Kelebihan asimetris yaitu memberikan kesan *movement* sehingga terlihat dinamis, modern, muda. Sedangkan simetris menciptakan kesan formal yang membawa pesan konvensional berpengalaman, terpercaya dan kokoh.

4. *Unity* berarti sebuah harmonisasi atau penyesuaian yang ada pada elemen desain. Elemen-elemen tersebut terlihat sebagai satu kesatuan seolah-olah ada koneksi diantara elemen tersebut. Setiap elemen berperan saling mengisi dan mempunyai fungsi masing-masing untuk memenuhi satu tujuan. Aspek penting dalam kesatuan visual adalah hasil keseluruhan harus menonjol dibandingkan bagian elemen-elemen-nya (hlm. 28).

### 2.3. Tipografi

Pada hakikatnya tipografi adalah ilmu yang berkaitan dengan pengaturan huruf dan proses percetakannya. Seiring perkembangan zaman kini tipografi dimaknai sebagai segala disiplin ilmu yang berkenaan dengan huruf. Dalam hal penelitian yang penulis lakukan, tipografi berperan penting dalam penyampaian pesan utama kampanye.

Menurut *Becker*, seorang praktisi, penulis dan desainer grafis, tipografi memiliki tiga sifat, yaitu: sebagai teks, pengantar pesan dan sebagai bentuk gambar. Berikut adalah penjelasan mendalam mengenai hal-hal yang berhubungan dengan tipografi.

### 2.3.1. Font

*Font* adalah satu set *metal type* dari suatu *typeface*, yang sama ukurannya dan sama *style*-nya. Untuk lebih jelasnya, satu set *typeface* untuk teks yang berukuran 8 *point* adalah sebuah *font*, sedangkan satu set *typeface* yang sama dengan ukuran 20 *point* adalah *font* yang berbeda.

### 2.3.2. Typhographic Color

*Typhographic color* adalah kesan warna/*tone* yang diciptakan oleh tingkat kepekatan elemen teks secara optis pada suatu layout. Dengan mempelajari hal tersebut penulis dapat mengatur dan menyeimbangkan kepekatan komposisi elemen teks pada bidang *layout*, sehingga tidak terlalu ringan/terang atau terlalu berat/gelap. *Typhographic color* dapat berfungsi membuat *emphasis*, menciptakan hirarki, *balanced* dan menentukan suasana/*mood* sebuah *layout*.

### 2.3.3. Legibility & Readability

Pada hakikatnya *Legibility & Readability* berhubungan erat dengan faktor optis, kualitas dan kemampuan suatu *typeface* untuk dibaca, diproses hingga akhirnya dimengerti. *Legibility* berhubungan dengan kemudahan mengenali dan membedakan masing-masing huruf atau karakter. Sedangkan *readability* berhubungan dengan tingkat keterbacaan suatu teks atau lebih mengarah pada mudah atau tidaknya kesatuan suatu kalimat untuk dibaca.

*Legibility & readability* tidak hanya dipengaruhi oleh desain atau bentuk hurufnya saja, tetapi juga dipengaruhi faktor objektif (teks itu sendiri), subjektif (si pembaca) dan eksternal (cuaca, media).

Dilihat dari faktor objektif, berikut adalah beberapa hal yang mempengaruhi kemampuan *legibility & readibility*:

1. Desain huruf: beberapa karakter tertentu yang memiliki *legibility* rendah
2. Jarak antar huruf: sering terjadi pada jenis huruf *sans serif* apabila diletakkan terlalu dekat
3. Sebelah kanan huruf dan atas: bagian huruf yang masih dapat dikenali dapat digunakan untuk eksperimen
4. Huruf besar & kecil: huruf yang menggunakan huruf kapital semua lebih sulit dibaca dibandingkan dengan huruf yang menggunakan huruf kecil saja atau huruf besar kecil
5. *Typeface*: kategori *serif & sans serif* paling baik untuk digunakan sebagai *type text* karena memiliki *legibility & readibility* yang baik
6. Kontras huruf: kontras dilihat dari tebal tipis huruf atau perbedaan antara *stem & stroke*
7. *Bold, italic & underline*: berguna untuk memberikan *emphasis*
8. *Weight & width*: teks dengan *weight* terlalu tipis (*thin*) akan sulit, sedangkan apabila *width* terlalu sempit, elemen teks akan terlihat seperti garis, apabila terlalu lebar akan melelahkan mata pembaca
9. Ukuran teks
10. Posisi dan orientasi

11. Jarak antar huruf dan baris.

#### **2.3.4. Kombinasi *Typeface***

Rustan (2010) mengatakan bahwa ada kalanya dimana elemen teks dapat dikombinasikan antara satu jenis *typeface* dengan yang lainnya, hal ini dimaksudkan selain untuk keindahan tetapi juga untuk kemudahan membaca informasi yang disajikan. Bahkan kombinasi antara dua *typeface* yang cocok dapat memperjelas pesan, mood dan estetika suatu karya. Kombinasi ini disebut juga sebagai kontras dalam teks.

Trik mengkombinasikan *typeface* adalah dengan memilihnya dari kategori yang berbeda sehingga ada kontras yang terbentuk. Apabila menggunakan jenis *typeface* dari kategori yang sama yang terjadi adalah konflik. Rustan menambahkan, dalam tiap pekerjaan *layout* cukup gunakan tiga macam jenis huruf saja sesuai dengan *Rule of Three: Serif, Sans Serif dan Display*. Namun hal tersebut harus dipertimbangkan berdasarkan tujuan dan kegunaan desain itu sendiri.

#### **2.3.5. Klasifikasi Umum *Typeface***

Rustan (2010) mengatakan bahwa, klasifikasi bertujuan untuk memudahkan desainer dalam mengidentifikasi dan memilih *typeface* yang akan digunakan. Berikut ini adalah klasifikasi yang dikelompokan berdasarkan sejarah dan bentuk huruf yang diciptakan oleh Alexander Lason:

### A. *Sans Serif*

*Typeface* jenis ini muncul sekitar abad 18 dan pada awal kemunculannya sering disebut dengan grotesk/grotesque yang artinya aneh. *Sans serif* sendiri memiliki artian tanpa *serif*. Pada saat itu *typeface* ini biasa digunakan sebagai *display type* dan kurang populer. *Sans Serif* dibagi lagi menjadi tiga kelompok, yaitu: *grotesque*, *geometric*, *humanist*.

*Typeface* jenis ini dapat berkarakter modern, bersih, ramping dan elegan. Dahulu dibuat untuk desain propaganda, saat ini jenis *typeface sans serif* bisa digunakan sebagai headlines karena mudah dibaca pada ukuran yang lebih besar dan memiliki ukuran yang lebih konsisten pada bagian *stroke* untuk bagian *body text*, biasanya digunakan pada media digital seperti web daripada keperluan cetak.

### B. *Serif*

*Serif* adalah bentuk atau anatomi tambahan pada huruf yang berupa semacam kait. Contoh *typeface serif* yang sering digunakan adalah *Times New Roman* dan *Garamond*. *Typeface serif* memiliki ‘kaki’ dan variasi ketebalan pada bagian anatominya. Memiliki kualitas baca yang baik sehingga baik digunakan untuk *body text*. Karakter dari *typeface* ini sendiri terkesan tradisional, stabil, praktis, serius, dewasa, formal, terpelajar, berbau perusahaan atau bisnis dan terkadang terkesan ketinggalan jaman.

### C. *Display* atau Dekoratif

Dibutuhkan dalam dunia periklanan untuk menarik pembacanya. *Display type* dibuat dalam ukuran besar dan diberi ornamen-ornamen indah karena fungsi utamanya adalah menarik perhatian pembaca dengan keindahannya. Karakter sangat bervariasi tergantung dari bentuk dan mood yang diciptakan oleh *typeface*-nya. Hal tersebut dapat dianalisa melalui bentuk fisik (garis, ketebalan, arah, kualitas) dan non fisik/jiwanya (bersifat konotatif, intuitif, subjektif dan personal) (hlm. 46).

#### 2.4. **Fotografi dan Fotografi Produk/ *Still Life***

Menurut John Hedgecoe, fotografi tetap menjadi media kreatif yang paling banyak di gunakan saat ini. Meskipun sudah berkembangnya kamera video dan komputer, fotografi tetaplah sebuah media kreatif yang praktis dan terjangkau, baik dengan menggunakan metode film konvensional atau teknologi digital yang semakin berkembang.

Meskipun teknologi kamera sudah semakin berkembang dan serba elektronik, dimana hal tersebut sangat memudahkan dan menjadikan semua semakin mudah bagi pengambil gambar, namun teknik dan dasar-dasar dari fotografi tetaplah sama seperti yang dilakukan oleh kakek dan oleh kakek buyut kita.

Adapun jenis kamera yang digunakan, mengambil gambar memerlukan sebuah pilihan, yaitu menentukan dimana kita berdiri, apa yang kita ambil, dan dimana kita akan fokus pada gambar tersebut.

Mengenai fotografi produk / *still life*, John Hedgecoe menyebutkan bahwa fotografi produk adalah fotografi yang indah. Indah karena semua ada dibawah kontrol fotografer. Subjek foto dapat diatur sedemikian rupa. Begitu juga dengan latar belakang dan benda pelengkap dapat diganti atau ditambahkan. Tidak seperti fotografi lain yang menuntut adanya suatu peristiwa, dan apabila kita gagal maka peristiwa tersebut tidak dapat diulang lagi.

Berbeda dengan fotografi produk, dimana kita dapat berbuat kesalahan sebanyak mungkin tanpa pinalti. Karena apabila foto tersebut tidak sesuai dengan keinginan, maka kita dapat mengulangnya sebanyak mungkin hingga mendapatkan hasil memuaskan. Oleh karena itu, fotografi produk seharusnya menjadi hal yang seharusnya diperhatikan karena semua ada dalam kontrol fotografer, dimana tidak diperlukan kamera yang bagus dan mahal. Namun membutuhkan komposisi, tata letak, pencahayaan yang baik.

#### **2.4.1. Pembingkaiian, Komposisi, dan Pencahayaan**

Mark Galer dalam bukunya yang berjudul *Photography Foundation for Art and Design* menyebutkan bahwa tujuan dari *framing* atau pembingkaiian sebuah fotografi adalah untuk menegaskan bahwa foto adalah gambar dua dimensi yang terdiri dari komposisi garis, bentuk, dan pola. Juga untuk memberi pengertian bahwa pembingkaiian suatu foto dapat berpengaruh pada penekanan dan makna dari foto tersebut.

Untuk dapat menghasilkan foto yang baik dan menarik, pertama kita harus membuka penutup mata dan memotret apa yang menurut kita menarik. Ini adalah

proses kreatif bagi seorang fotografer untuk memilih dan menentukan pilihan tentang apa yang akan ada dalam satu bingkai foto yang dihasilkan.

Tentang pembingkai dalam fotografi produk, pembingkai merupakan hal yang harus diperhatikan. Ini adalah salah satu kesalahan yang sering diabaikan oleh fotografer amatir. Yaitu mereka berada terlalu jauh dari subjek foto mereka. Mereka tidak melakukan pendekatan khusus dengan produk yang akan difoto, maka mereka dapat menentukan apa yang akan ditonjolkan dari produk tersebut. Selain itu, foto yang dihasilkan tidak akan memberikan atau menceritakan maksud dan tujuan dari adanya produk tersebut. Foto yang mengabaikan pembingkai akan terlihat sibuk, tidak terstruktur, banyak hal yang tidak diinginkan masuk di dalamnya, hal-hal tersebut mengakibatkan menjauhkan foto tersebut dari subjek utamanya, yaitu produk itu sendiri.

Pembingkai tidak lepas dari komposisi. Dimana dalam satu bingkai foto harus terdapat komposisi dari beberapa elemen seperti; garis, bentuk dan pola. Komposisi elemen yang baik akan memberikan nilai tambah pada foto tersebut. Pada fotografi sering disebut *rule of third*, yaitu sebuah pengaturan komposisi untuk membantu fotografer menghasilkan hasil karya yang dapat menyenangkan mata. Sering juga disebut *the golden section*.

Begitu juga dengan pencahayaan, kualitas dan arah pencahayaan dapat merubah karakter benda. Cahaya datang dari berbagai sumber seperti misalnya bola lampu atau cahaya matahari. Cahaya sangat berpengaruh terhadap foto yang dihasilkan karena apabila foto tersebut tidak akan terlihat jelas, bahkan tidak

terlihat. Begitu juga dengan terlalu banyak cahaya atau yang sering disebut dengan *over* dimana subjek fotografi akan kehilangan banyak detail dan hal-hal lain yang menyebabkan foto tersebut tidak baik.

## 2.5. Warna

Menurut Dameria (2007), warna adalah sensasi visual yang melibatkan 3 elemen, yaitu sumber cahaya, objek dan orang yang melihat. Tanpa ketiga unsur tersebut, warna tidak akan terlihat (hlm. 10).

Berikut adalah elemen yang mempengaruhi warna menurut Dameria:

1. Cahaya: yang dilihat melalui mata. Terangnya cahaya dinyatakan dalam *color temperature*. Dengan satuan derajat *Kelvin*. Standar internasional menyatakan cahaya putih dengan angka 5000 derajat Kelvin. Semakin rendah *color temperature* menghasilkan warna cahaya kekuningan, semakin tinggi *color temperature* menghasilkan warna kebiruan.
2. Objek: sifat dasar suatu objek terhadap cahaya hanya memantulkan, menyerap, dan meneruskan cahaya. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh bahan pembentuk atau permukaan objek tersebut.
3. *Observer*/pengamat: sebuah warna dengan objek yang sama dapat memberikan persepsi yang berbeda bagi orang lain. Hal ini dipengaruhi oleh susunan warna pada objek, usia, jenis kelamin, pendidikan, kondisi fisik mata seseorang, besar atau kecilnya suatu objek dan sudut pandang (hlm. 11).

Untuk memudahkan kita dalam memahami teori warna, kita dapat menggunakan *color wheel*. Dalam *color wheel* terdiri dari 3 bagian warna pokok, yaitu:

1. Warna Premier: terdiri dari 3 warna dasar *color wheel*, yaitu merah, kuning dan biru
2. Warna Skunder: adalah percampuran antara dua warna premier dengan perbandingan yang sama. Warna skunder terdiri dari oranye, hijau dan ungu.
3. Warna tersier: adalah percampuran warna primer dan skunder dengan perbandingan yang sama.

Berdasarkan media atau sumber yang digunakan dalam pengaplikasian media digital penulis menggunakan jenis warna *additive*. Warna *Additive* adalah warna percampuran warna primer cahaya yang terdiri dari 3 warna, yaitu merah, hijau dan biru. Biasa juga disebut dengan RGB. Warna ini dipakai pada alat elektronik yang menghasilkan cahaya seperti monitor dan video.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pemilihan warna yang akan dipakai agar penggunaan warna dapat dimengerti oleh target yang dituju. Sebaiknya desainer dapat memahami terlebih dahulu aspek apa saja yang mempengaruhi persepsi *target audience* dalam melihat arti sebuah warna. Berikut adalah aspek yang harus diperhatikan dalam pemilihan warna menurut Jen & Ken Visocky O'Grady:

1. *Physical Consideration*: yaitu pertimbangan yang didasarkan keadaan fisik *target audience*. Biasanya dilihat dari umur dan jenis kelamin. Hal ini mempengaruhi kemampuan daya lihat seseorang. Contohnya orang tua yang penglihatannya mulai kabur, atau orang yang memiliki kekurangan buta warna. Hal ini dapat diatasi dengan pemilihan warna yang memiliki nilai kontras tinggi dan pemilihan elemen visual (tipografi & gambar) dengan *legibility* yang tinggi.
2. *Environmental Change*: pertimbangan pemilihan warna berdasarkan perubahan lingkungan. Seperti akan diletakan dimana, apakah dalam atau di luar ruangan, cuaca (hujan, badai, salju, kabut, pasir). Sebagai contoh, pemerintah Amerika membuat pertunjukan kode berdasarkan warna untuk pekerja, seperti merah yang berarti area berbahaya. Hal ini dipengaruhi pula oleh psikologi warna.
3. *Cultural Consideration*: interpretasi akan arti dari warna sangat dipengaruhi oleh budaya disekitar kita. Sebagai contoh di Cina warna merah melambangkan keberuntungan.

Selain untuk meningkatkan kualitas *legibility* pada warna, kontras dalam warna juga berfungsi membantu desainer dalam menciptakan struktur desain, mengontrol *hierarchy* (susunan), mengatur urutan informasi yang diberikan dan memberikan artian lebih dari warna itu sendiri. Berikut ini adalah cara yang paling umum untuk menciptakan kontras dalam warna:

1. *Contras in Hue*: posisi warna yang ada pada *color wheel* dapat membantu dalam memutuskan 2 warna yang saling kontras. Seperti warna komplementer, warna yang saling berhadapan pada *color wheel* memberikan warna kontras yang terbaik.
2. *Contras in Value*: kontras dalam warna juga dipengaruhi nilai relativitas terang atau gelap-nya warna.
3. *Contras in Saturation and Intensity*: saturasi mengacu pada kemurnian Hue. Saturasi sendiri adalah kejernihan warna dimana warna murni saturasi terlihat terang. Nilai kejernihan warna dapat diubah dengan memberikan *shades* (tirai warna) dan *tint*.

## 2.6. Psikologi Dewasa Muda

Papalia, Old dan Feldman (2009) mengatakan bahwa psikologi *target audience* perlu diketahui agar penulis dapat menentukan gaya desain visual dan strategi komunikasi yang sesuai. Adapun urutan delapan periode perkembangan psikologi berdasarkan usianya adalah sebagai berikut:

1. Periode sebelum kelahiran
2. Masa bayi dan kanak-kanak (sejak lahir – umur 3 tahun)
3. Awal masa kanak-kanak (umur 3 – 6 tahun)
4. Pertengahan masa kanak-kanak (umur 6 – 11 tahun)
5. Masa remaja (umur 11 – 20 tahun)

6. Dewasa muda dan berkembang (umur 20 – 40 tahun)
7. Dewasa tengah (umur 40 – 65 tahun)
8. Dewasa akhir (umur 65 – selebihnya)

Pada umumnya pada periode tersebut, mereka pertama kalinya bertanggung jawab pada dirinya sendiri, bekerja, memulai untuk mengatur dan menjalankan rumah tangga, serta membuktikan diri mereka sendiri dalam pengejaran target / mimpi yang mereka tentukan (hlm. 8-9).

Papalia, Olds dan Feldman (2009) mengatakan lebih lanjut bahwa setiap harinya mereka membuat keputusan yang membantu menentukan karir, kesehatan, dan gaya hidup mereka. Dan salah satu perkembangan yang paling penting dalam fase dewasa awal adalah memasuki dunia kerja. Secara garis besar aktifitas yang mereka lakukan pada periode tersebut adalah eksplorasi, bekerja, membangun rumah tangga, mengembangkan potensi diri, dan berusaha mencapai kehidupan yang aman dan nyaman (hlm. 421).

Menurut Arnet (2009) yang dikutip dari buku *human development* ada 3 kriteria yang menunjukan kedewasaan, yaitu bertanggung jawab atas dirinya sendiri, membuat keputusan yang independen, dan menjadi mandiri secara finansial (hlm. 422).

Lebih lanjut menurut Papalia, Olds dan Feldman (2009), dilihat dari kondisi fisiknya, kebanyakan orang pada periode tersebut berada pada puncak kebugaran, kekuatan, tenaga, ketahanan tubuh, dan fungsi sensorik dan

motoriknya. Namun pada periode yang bersamaan, mereka memiliki tingkat ekonomi yang rendah dan tingkat asuransi kesehatan yang paling rendah dibandingkan dengan kelompok periode usia manapun. Pilihan gaya hidup pada periode ini sangat berpengaruh kepada kesehatannya kelak (hlm. 423).

Apabila dilihat pada pola pikir dan perkembangan kognitifnya, pada periode ini pemikiran dan penilaian moral mereka menjadi lebih kompleks. Saat mengambil keputusan atau mempercayai suatu informasi, mereka berfikir dengan mempertimbangkan secara hati-hati, aktif, dan presisi. Namun tetap berfikir terbuka fleksibel dan adaptif.

Mereka berfikir kedepan, melakukan eksplorasi, mulai serius dalam meniti masa depan, mencari cara baru untuk melihat dunia, rasa ingin tahu secara intelektual yang tinggi, memperbaiki kemampuan kerja dan meningkatkan kualitas diri (hlm. 443).

## **2.7. Graphical User Interface**

Menurut Galitz (2007), interaksi antarmuka adalah koleksi dari beberapa teknik dan mekanisme untuk berinteraksi terhadap sesuatu. GUI (*Graphical User Interface*) adalah mekanisme interaksi yang menggunakan alat, alat disini merupakan benda elektronik yang mudah digunakan oleh manusia dimana bisa dilihat, didengar, dan disentuh. Sistem interaksi ini memiliki berbagai kekurangan dan kelebihan sebagai berikut:

Kelebihannya:

1. simbol lebih cepat dikenali daripada teks.

2. Lebih cepat dipahami
3. Lebih cepat dalam menyelesaikan masalah
4. Natural, yang dimaksud adalah objek representatif dapat dikenali oleh kemampuan manusia
5. *Exploits visual cues*, adalah dimana kemampuan melihat lebih mudah dimengerti daripada dengan teks
6. *Fosters more concrete thinking*, objek yang tersedia harus bisa digunakan sesuai dengan bentuknya
7. Meminimalisir kesalahan
8. Tingkatkan perasaan dalam mengontrol
9. Ketika pengguna selesai atau sedang melakukan, akan ada masukan baru
10. Mengurangi kegugupan karena pengguna mengetahui bahwa mudah dikontrol
11. Lebih menarik
12. Lebih mudah dibaca ketika teks muncul
13. Transisi yang halus

Kekurangannya:

1. Menggunakan banyak desain yang kompleks
2. Membutuhkan pemahaman terlebih dahulu
3. Kurangnya eksperimen pengguna
4. Teknik atau tampilan yang tidak sesuai
5. Keterbatasan pengguna dalam mengenali tampilan
6. Diperlukan manipulasi dalam membuatnya
7. Memerlukan pengguna yang cepat paham
8. Tidak semua pengguna senang dalam pola interaksi
9. Meningkatnya tingkat kebingungan
10. Keterbatasan perangkat keras.

### 2.7.1. Karakter GUI

1. *Sophisticated visual presentation*, merupakan aspek visual yang sangat bagus dari interaksi yang dilihat pengguna yakni: garis, gambar, *icon*, termasuk juga penentuan huruf.
2. *Pick and click interaction*, adalah interaksi yang mengharuskan pengguna memilih tombol atau simbol dan mengklik untuk melanjutkan sebuah aplikasi interaktif. Biasanya menggunakan *mouse* atau *keyboard* untuk proses klik

3. *Restricted set of interface options*, harus menyediakan alternatif lain kepada pengguna tentang apa yang ditampilkan
4. *Visualization*, merupakan proses dimana pengguna mulai mengerti tentang informasi yang sukar dimengerti
5. *Object orientation, system graphical* terdiri dari objek dan aksi. Objek adalah semua yang dilihat oleh pengguna, sistem desain yang baik akan menjaga pengguna terfokus pada suatu objek. Objek sendiri dibagi menjadi 3 bagian penting: data, *container*, dan alat. Data objek berisi informasi (berupa teks atau gambar), *container* objek adalah objek yang menjaga objek lain, objek alat mewakili objek fisik di dunia nyata.
6. *Use of recognition memory*, dengan memperlihatkan terus menerus objek dan aksi akan menambah pengguna dalam mengenali memori sendiri.
7. *Concurrent performance of function, sistem graphic* boleh menjalani dua atau lebih secara bersamaan, namun ketika berjalan bersamaan ini, ada kemungkinan data akan bertukar antar program.

## **2.8. User Interface**

Pressman (2010) mengatakan bahwa desain User Interface adalah menciptakan sebuah media komunikatif yang efektif diantara manusia dengan komputer.

Lebih lanjut Pressman menambahkan, ada langkah-langkah yang harus dilewati untuk membuat *user interface*, seperti buku ini:

1. *User, task and environmental analysis and modeling*

Setelah *user task* telah ditentukan, scenario user dibuat dan dianalisa untuk membuat objek antarmuka

## 2. *Interface design*

Membuat desain interaksi yang terdiri dari letak *icons*, *menu*, *text* dan lain-lain

## 3. *Interface construction*

Melakukan konstruksi dengan meletakkan *icons*, mendeskripsikan *screen text*, memspesifikasikan menu-menu ke dalam satu kesatuan menu.

## 4. *Interface validation*

Setelah *prototype* sudah dibuat, maka diperlukan percobaan dimana percobaan berisi evaluasi yang menentukan semua itu telah memenuhi kebutuhan pengguna.

Sementara pengguna dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. *Novice user* adalah orang-orang yang baru memasuki dunia sistem interaksi yang memiliki kemampuan yang cukup secara umum
2. *Knowledgeable intermittent user* adalah orang-orang mempunyai pengetahuan tentang sistem interaksi namun kurang mendalami fitur yang ada dalam sistem.

3. *Knowledgeable frequent user* adalah orang-orang yang mempunyai pengetahuan tentang sistem interaksi dan sudah mendalami fitur sistem dan mampu membuat sesuatu yang kreatif dari aplikasi.

Menurut Olsen (2010) arsitektur interaktif dimulai dengan model sebagai informasi yang disajikan untuk berbagai keperluan seperti diagram, dokumen, gambar, musik dan sebagainya. Informasi yang disajikan harus memiliki informasi terkini. Informasi yang disajikan saat itu harus dapat dilihat oleh pengguna. Pengguna sebagai mental model, memiliki akal untuk menyerap informasi yang disajikan. Pengguna kemudian memutuskan untuk mengambil tindakan selanjutnya dan mengekspresikan keinginan akan aplikasi yang mereka gunakan. Mengekspresikan keinginan bisa berupa gerakan menekan tombol mouse. Selanjutnya, pengguna dapat memilih informasi berikutnya yang ingin dilihat dan untuk mencapai hal itu diperlukan controller berupa bahasa komputer. *Controller* harus bisa menerjemahkan input yang dilakukan oleh pengguna untuk memperlihatkan pergantian model atau informasi yang ditampilkan.

### **2.8.1. Prinsip Interaksi**

Prinsip interaksi yang harus ada menurut Pressman (2010) adalah sebagai berikut:

1. Antisipasi, suatu sistem interaksi harus diberikan antisipasi untuk gerakan berikutnya
2. Komunikasi, dalam interaksi harus ada komunikasi kepada pengguna apapun aktivitas yang dilakukan oleh pengguna

3. Konsisten, bentuk menu, icon, menu navigasi, dan lain-lain harus konsisten agar tidak membingungkan
4. Kontrol otonomi, interaksi harus memfasilitasi pengguna, namun harus dilakukan konversi navigasi yang telah dibuat dalam suatu aplikasi
5. Efisiensi, interaksi yang dibuat harus optimal dan sesuai dengan pengguna bukan dengan *designer*
6. Fokus, interaksi di aplikasi harus fokus pada tujuan dan tugas pengguna
7. Pengurangan *latency*, aplikasi harus bisa menghasilkan banyak hasil
8. *Learnability*, interaksi pada aplikasi harus dibuat agar pengguna tidak harus menyesuaikan terlalu lama
9. Menjaga integritas produk, aplikasi yang dibuat harus bisa menyimpan data otomatis sehingga data tidak hilang jika ada eror.
10. Mudah dibaca, semua informasi pada aplikasi harus dapat dibaca oleh anak muda maupun orang tua.
11. *Visible navigation*, aplikasi yang baik harus bisa membuat ilusi, dimana ilusi itu dapat membawa pengguna kedalam aplikasi.

### **2.8.2. Pola Interaksi**

Pola interaksi merupakan bagian penting dalam suatu media interaksi. Binsted (2005) membagi pola initeraksi menjadi tiga pola, yaitu:

### 1. *Nodal*

Pola nodal adalah pola dimana pengguna melanjutkan bagian-bagian yang ada dalam aplikasi secara teratur, bila ingin mengulangi bagian sebelumnya, maka bagian yang terulangi adalah bagian sebelumnya, tidak bisa ke bagian awal.

Contoh: bila pengguna berada di posisi C, sedangkan pengguna ingin kembali ke halaman A, maka pengguna harus melewati posisi B setelah itu baru masuk ke posisi A, sebaliknya apabila pengguna ingin kembali ke posisi C, maka pengguna harus melewati posisi B terlebih dahulu sebelum ke posisi C.

### 2. *Modulated*

Pola *modulated* adalah dimana pengguna dapat melanjutkan ke bagian berikutnya sesuai dengan keinginan pengguna sendiri, maka pola ini akan ada berbagai macam hasil akhir tergantung pilihan pengguna. Namun pada bagian ini, pengguna bebas mengulang dari bagian mana saja sesuai dengan keinginan pengguna.

Contoh: ketika pengguna berada di posisi B, pengguna dapat memilih ke bagian C, D atau E sesuai dengan keinginan pengguna. Dan ketika pengguna sudah berada pada bagian F, pengguna dapat berpindah ke bagian B tanpa harus melewati bagian C, D maupun E.

### 3. *Open*

Pada pola ini, pengguna menggerakkan dari bagian ke bagian sesuai dengan keinginan pengguna, namun dari bagian ke bagian berikutnya harus melewati satu bagian.

Contoh: bila pengguna di bagian A ingin ke bagian D, maka pengguna harus melewati bagian B atau C terlebih dahulu. Begitu pula sebaliknya, jika dari bagian C ingin ke bagian A, maka harus melewati bagian B atau C terlebih dahulu. Kelemahan pada pola terbuka ini adalah pengguna harus menyesuaikan diri pada setiap bagian-bagian yang ada pada satu aplikasi seperti yang dikatakan Johnstone.

UMMN