



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

2.1. Mamaos Cianjuran

2.1.1. Sejarah

Mamaos Cianjuran merupakan musik tradisional yang berasal dari tanah sunda cianjuran, Julia (2018) mengatkan masyarakat Cianjur menamai musik ini dinamai *mamaos*, namun untuk masyarakat luar Cianjur menyebut seni ini Cianjuran, Mamaos, tembang Cianjuran atau yang lebih lengkap lagi yaitu Mamaos Cianjuran.



Gambar 2.1.1 Pagelaran Mamaos Cianjuran
(Julia, 2018)

Pada saat itu, R. A. A. Kusumaningrat atau lebih dikenal Dalem Pancaniti yang menjadi bupati cianjur pada 1834-1864 memiliki peran penting dalam lahirnya seni ini. Mamaos Cianjuran menjadi salah satu seni suara Sunda "klasik", sifat "keklasikan" memiliki khas yang lampau dan berbeda yang tidak ada pada seni suara klasik sunda lainnya. Enip Sukanda, Moh. Kosasih Atma- dinata, dan Dadang

Sulaeman (1977:3), dalam kajiannya mengatakan proses penciptaan seni Mamaos Cianjuran mencapai puncaknya pada tahun 1840-an.

Julia (2018) mengatakan pada zaman Dalem Pancaiti (1834-1863), kehidupan seni *mamaos* hanya dapat dinikmati oleh kaum ningrat saja sehingga menjadikan musik ini memiliki nilai – nilai eestetis yang tinggi dengan ciri khasnya yang berbeda dari kesenian lain. Karena awalnya hanya bisa dinikmati oleh kaum ningrat, musik ini memiliki kesan yang elit, musik ini biasa di mainkan untuk para tokoh terhormat seperti Bupati, dan juga bangsawan Belanda. Seiring berjalannya waktu, Mamaos Cianjuran berkembang dan bisa menjadi hiburan masyarakat luas saat masa Prawiradiredja II (1864-1910) se setelah itu dikembangkan oleh Wiranatakusumah dan R. Ece Majid ke seluruh tatar Sunda.

2.1.2. Komponen Musik

Julia (2018) menjelaskan bahwa Mamaos Cianjuran merupakan musik perpaduan antara vokal dengan *pirigan*. Mamaos Cianjuran memiliki beberapa klasifikasi lagu yang disebut dengan istilah *wanda* yang memiliki makna yaitu satu bentuk kelompok lagu dengan ciri-ciri dan karakteristik tersendiri. Musik ini memiliki dua komponen utama yaitu penembang dan *pamirig*. Komponen tersebut dibagi menjadi dua yaitu Vokal dan Instrumen.

1. Vokal

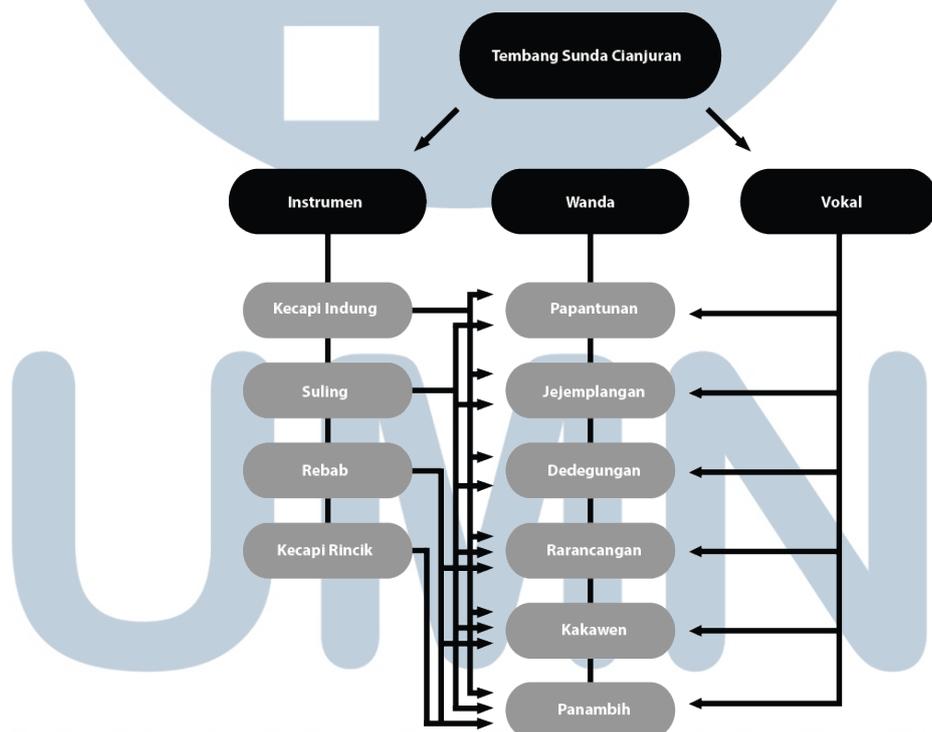
Julia (2018) menjelaskan lagu-lagu Mamaos Cianjuran tergolong dalam jenis lagu *polymetra schematica*, artinya satu suku kata mengandung lebih dari satu nada. Dalam jenis iramanya, terdiri dari dua jenis, yaitu sekar

irama merdika (bebas) yang terdiri dari *wanda papantunan*, *jejemplangan*, *dedegungan*, *rarancangan*, dan *kakawen*. Sekar irama tandak yang hanya terdiri dari *wanda panambih*.

2. Instrumen

Intrumen dalam Mamaos Cianjuran disebut dengan istilah *waditra* (intrumen) pengiring. Intrumen yang digunakan diantaranya

1. Suling/Rebab
2. Kecapi Rincik
3. Kecapi Indung



Gambar 2.1.2 Komponen Mamaos Cianjuran

(Julia, 2018)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2. Prinsip Desain

Dalam merancang suatu karya agar karya yang dirancang dapat dimengerti dan dipahami oleh target, kita perlu memahami prinsip desain, karena prinsip desain sangat penting untuk panduan desainer. Supriyono (2010, hlm. 86) mengatakan bahwa 4 prinsip dasar desain yang digunakan untuk menciptakan komposisi desain yang harmonis. Prinsip tersebut terdiri dari keseimbangan (*balance*), tekanan (*emphasis*), irama (*rhythm*), dan kesatuan (*unity*).

1. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan adalah pembagian yang dimana kedua sisi sama berat secara baik itu secara visual atau optik. Jika objek berada dua bagian memberi kesan berat maka dapat dikatakan objek tersebut memiliki komposisi desain seimbang.

2. Tekanan (*Emphasis*)

Untuk menunjukkan elemen visual yang kuat agar audiens melihat elemen visual tersebut lebih penting maka tekanan bisa digunakan. Dengan menggunakan penekanan teknik kontras agar objek yang penting terlihat dan menjadi titik fokus untuk menarik perhatian.

3. Irama (*Rhythm*)

Irama adalah pola saat kita membuat komposisi untuk *layout*, yaitu dengan membuat elemen visual disusun secara berulang, repetisi yang konsisten atau dengan variasi menggunakan perubahan ukuran, bentuk, atau pun porsi.

4. Kesatuan (*Unity*)

Untuk menciptakan keharmonisan dalam *layout, ilustrasi, tipografi*, elemen desain, dan warna kesatuan dapat digunakan untuk menciptakan kesan tersebut.

2.2.1. *Layout*

Layout memiliki fungsi untuk memetakan keseluruhan konten, Tondreau (2009 hlm. 8) mengatakan juga bahwa *layout* digunakan untuk mengatur informasi sehingga pesan dapat dengan mudah dicerna oleh audiens.

Tondreau mengatakan, dalam penerapannya *layout* memiliki elemen yang memiliki fungsi untuk menjadikan layout sebuah satu kesatuan yang utuh. Elemen tersebut meliputi:

1. *Columns*

Bidang vertikal yang berisikan teks dan gambar dengan jumlah kolom yang menyesuaikan konten yang ingin dikomposisikan.

2. *Moduls*

Bidang yang terbentuk saat *columns* dan *rows* bersinggungan, bidang dapat digabungkan dan membentuk berbagai ukuran.

3. *Margins*

Margin merupakan pembatas sebuah konten yang ada dari sebuah halaman informasi seperti contohnya catatan kaki diletakan pada margin

4. *Spatial Zoners*

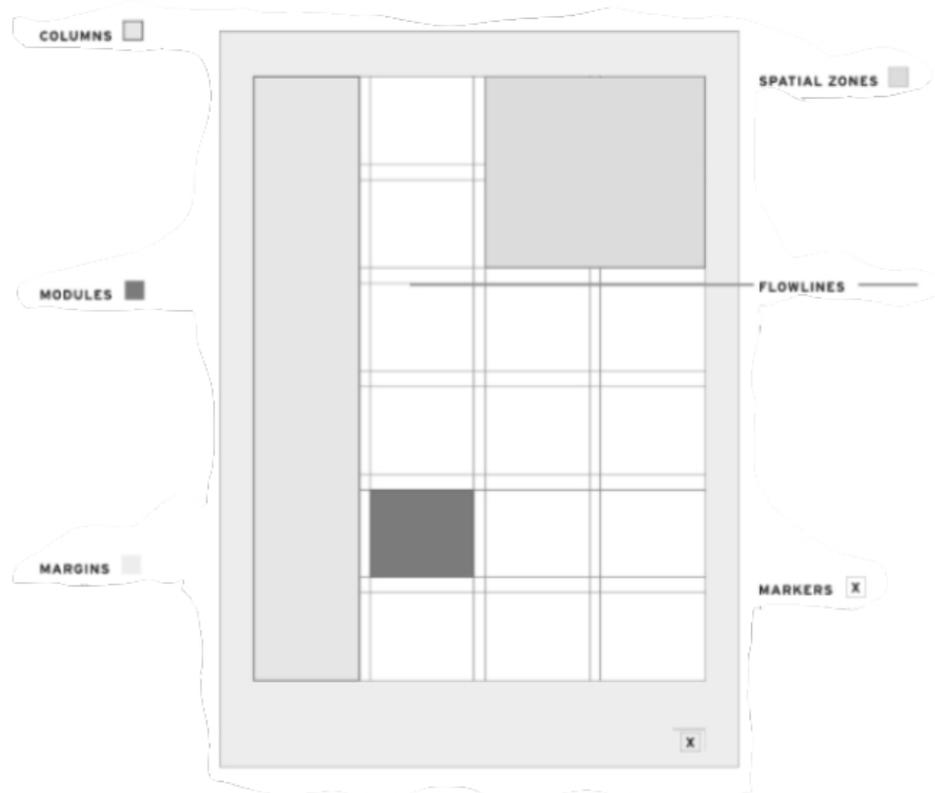
Modules yang digabungkan menjadi satu dengan sebutakan *spatial zones*.

5. *Flowlines*

Garis bayangan yang menjadi pembagi konten secara horizontal yang memiliki fungsi untuk membantu alur baca sebuah halaman.

6. *Markers*

Sebuah penanda, seperti nomor halaman, *header*, *footer*, *icon*, dan sebagainya.

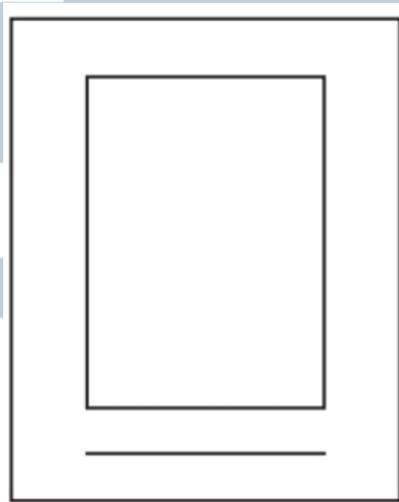


Gambar 2.3.2. Elemen *layout*
(Tondreau, 2009)

Graver dan Jura (2012) membagi kembali jenis *grid* menjadi empat yaitu (hlm. 26-44):

1. *Single-column grid*

Grid ini pada umumnya digunakan untuk konten yang memiliki teks cukup panjang seperti laporan dan uraian, Graver dan Jura (2012 hlm. 26) mengatakan bahwa *grid* ini memang digunakan dengan maksud menonjolkan informasi. Dalam penerapannya, *grid* ini terasa monoton apabila tidak ada komposisi *header* dan *footer*. Hal yang harus diperhatikan dalam *grid* ini adalah ukuran margin, karena apabila margin terlalu sempit akan menimbulkan kesan yang padat.

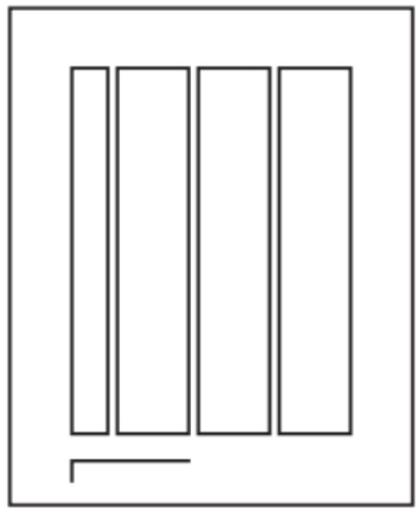


Gambar 2.3.3. *Single column grid*
(Graver dan Jura, 2012)

2. *Multiple-column grid*

Tondreau mengatakan bahwa *grid* ini digunakan untuk mengatur tulisan atau menggolongkan sebuah informasi yang banyak kedalam beberapa kolom. Pada umumnya dalam satu halaman terdiri dari 3 hingga 4 kolom. *Grid* ini dapat menciptakan *layout* yang fleksibel karena kolom yang dapat dibagi lagi menjadi dua atau dapat memberikan banyak kemungkinan untuk mengkomposisikan *layout*

dan *grid* ini akan lebih cepat saat menyampaikan informasi karena memudahkan alur dalam membaca.

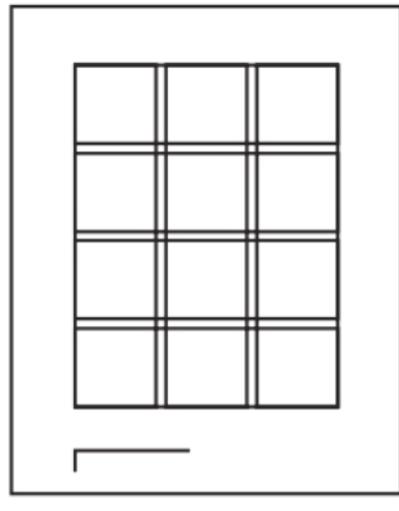


Gambar 2.3.4. *Multiple-column grid*
(Graver dan Jura, 2012)

3. *Modular grid*

Menurut Tondreau, *grid* ini merupakan jenis yang cocok untuk halaman yang memiliki konten padat informasi dan kompleks, seperti contohnya kalender, koran, dan diagram. *Grid* ini menggabungkan baris dan kolom (horizontal dan vertikal) membagi halaman menjadi beberapa persegi kecil (hlm. 27) Persegi kecil (*chunks*) yang nantinya akan dapat digabungkan menjadi sebuah bidang yang lebih besar lagi.

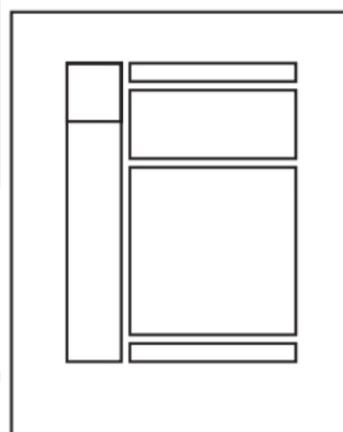
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.3.5. *Modular grid*
(Graver dan Jura, 2012)

4. *Hirarical grid*

Grid ini memiliki fungsi membagi halaman menjadi beberapa area, sehingga lebih fleksibel dan cocok untuk memuat informasi yang beragam. Karena memiliki hirarki, saat menyusun informasi desainer harus memperhatikan kepekaan agar informasi yang disusun akan jelas hirarkinya.



Gambar 2.3.6. *Hierarical grid*
(Graver dan Jura, 2012)

2.2.2. Tipografi

Cullen (2012) mengatakan bahwa bentuk visual yang memiliki tujuan untuk menyampaikan sebuah informasi terdiri dari huruf yang membentuk kata kemudian kalimat dan merupakan bentuk visual dari bahasa (hlm. 12). Tipografi menjadi elemen yang penting dalam sebuah desain halaman. Menurut Beird (2010 hlm. 132) tipografi dibagi menjadi beberapa jenis yaitu:

1. *Serif*

Typeface yang memiliki bentuk pengait pada setiap ujung pada setiap hurufnya dan memiliki jenis yaitu *old-style*, *transitional*, *modern*, dan *slab serif*.



Gambar 2.3.7. Hierarikal grid

(Beird, 2010)

2. *Sans Serif*

Jenis huruf yang tidak memiliki kait pada ujungnya, *sans serif* sering digunakan karena sifatnya yang praktis dan sering digunakan untuk

bodytext karena tingkat keterbacaan yang lebih mudah dibanding *serif* dan memiliki kesan yang kontemporer.



Gambar 2.3.8. *Sans Serif*
(Beird, 2010)

3. *Handwritten*

Huruf ini memberikan kesan *friendly* dan *humanis* dengan memunculkan karakteristik dan digunakan untuk judul atau *headline*.



Gambar 2.3.9. *Handwritten*
(Beird, 2010)

2.2.3. Komposisi Fotografi

Dalam fotografi, Sukarya (2014, hlm. 36 – 41) membagi elemen komposisi menjadi enam elemen. Elemen – elemen tersebut di antaranya adalah :

- Alur garis

Elemen komposisi yang mengandalkan alur garis dari sebuah objek. Alur garis juga bisa digunakan sebagai *guiding* bagi audiens untuk fokus langsung ke objek utama yang difoto oleh fotografer. Tidak hanya itu, alur garis ini juga bisa memberikan kesan keindahan tertentu.

- Ukuran semakin mengecil (perspektif)

Elemen komposisi ini bisa memberikan efek tiga dimensi dalam foto itu.

- Repetisi

Salah satu bentuk elemen komposisi yang mengandalkan pengulangan alur/pola dari sebuah objek, baik itu pola/alur garis atau pun pola dalam bentuk lainnya. Elemen komposisi ini mampu menawarkan efek visual yang tidak monoton.

- Cahaya dan bayangan

Bentuk elemen komposisi yang murni mengandalkan cahaya. Bentuk ini mengandalkan *highlight* dan *shadow*. Jenis elemen komposisi ini mampu menyajikan efek dramatis pada foto itu.

- Bingkai

Elemen komposisi yang membuat objek di sekeliling objek utama sebagai bingkai. Sehingga, objek utama tersebut seolah – olah objek lain.

- Latar depan yang dominan

Elemen komposisi yang megandalkan latar depan atau *foreground* yang dominan untuk menutupi objek utama foto tersebut.

Selain itu, Sukarya (2010, hlm. 40 – 44) menyebutkan bahwa ada tiga aturan komposisi yang harus diikuti dalam fotografi. Aturan – aturan tersebut di antaranya adalah :

- Hanya ada satu pusat perhatian

Menurutnya, sebuah komposisi foto yang baik hanya memiliki satu pusat perhatian. Tujuannya adalah untuk memberi kesan visual yang kuat dalam pandangan pertama bagi audiens dan mampu memberikan daya tarik secara keseluruhan dalam foto itu.

- Ciptakan arah pandang yang jelas

Sebuah komposisi foto yang bagus adalah foto yang mampu memandu audiensnya untuk langsung tertuju pada objek utama dari foto itu.

Tujuannya adalah agar cerita atau pesan dari foto tersebut dapat langsung tersampaikan kepada audiens ketika audiens pertama kali melihat foto itu.

- Ikuti aturan sepertiga bidang

Sukarya menyarankan untuk mengikuti aturan sepertiga bidang (*rule of third*) untuk mendapatkan komposisi foto yang kuat. Aturan sepertiga

bidang ini sendiri adalah teknik pembagian objek foto ke dalam tiga bagian yang proporsional.

2.2.4. Warna

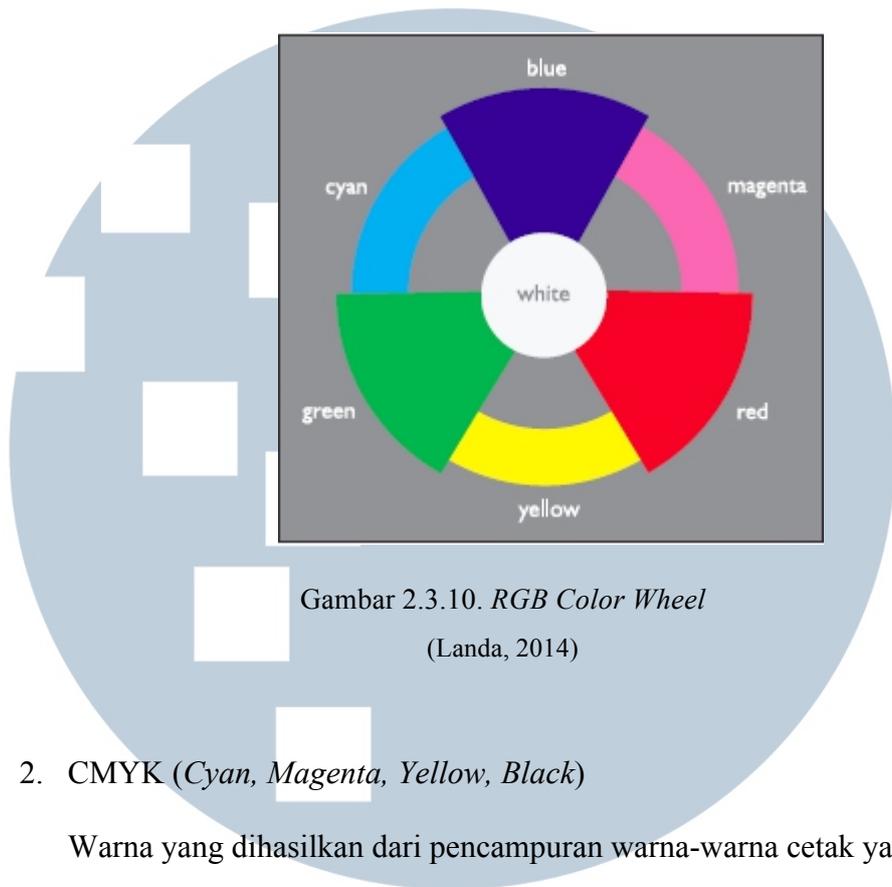
Warna menjadi elemen penting dalam desain pada proses penyampaian informasi dan persepsi. McLeod (2016) mengatakan bahwa terdapat 4 warna yang ada pada teori *The Luscher Test*, yaitu warna merah menggambarkan kepercayaan diri, warna biru menggambarkan kedamaian, kuning menggambarkan kebebasan, hijau menggambarkan ketegasan. Penggunaan warna terus berkembang seiring perkembangan zaman, dengan pemilihan warna yang tepat akan menarik perhatian audiens.

Arntson (2003, hlm. 179), mengatakan apabila kita melihat warna dengan perbandingan warna lainnya. Otak kita bekerja secara otomatis menginterpretasikan warna tersebut menjadi warna yang lebih kuat dibandingkan dengan warna yang lainnya.

Simultaneous contrast adalah suatu warna menjadi lebih terlihat dibandingkan dengan warna di sekelilingnya. Terdapat istilah *color wheel* dalam warna yang memiliki fungsi untuk panduan penggunaan warna dan hasil dari penggabungan warna setiap pigmen sehingga menciptakan suatu warna lain. Warna memiliki 3 kategori yang berbeda dan sesuai dengan penerapannya, antara lain:

1. RGB (*Red, Green, Blue*)

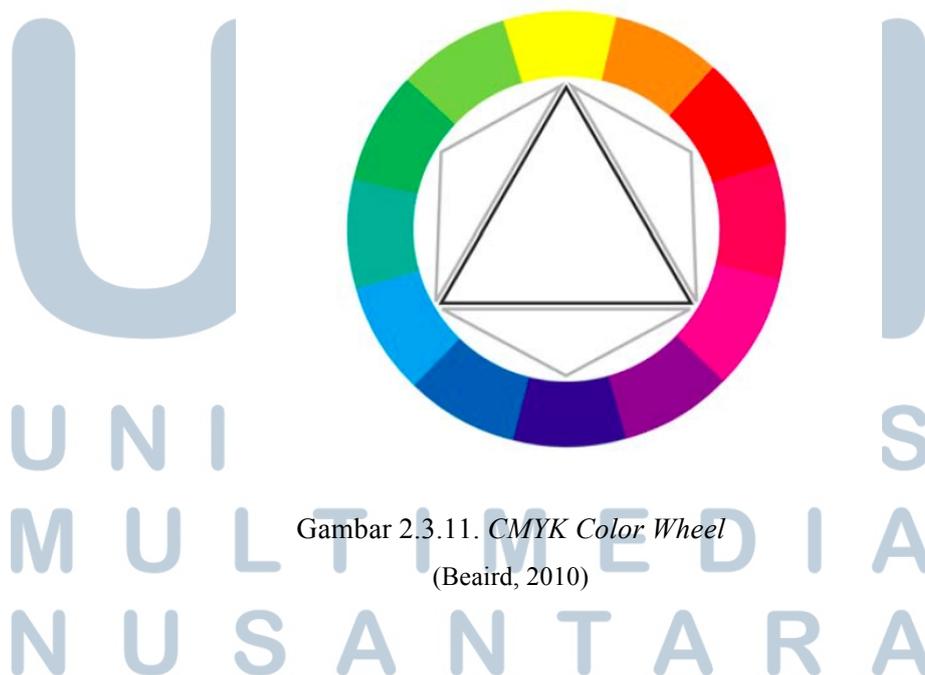
Warna yang dihasilkan dari pencahayaan pada layar elektronik yang sifatnya *additive*, seperti pada gambar yang ada di layar media elektronik seperti telfon gengam, handphone dan media elektronik lainnya.



Gambar 2.3.10. *RGB Color Wheel*
(Landa, 2014)

2. CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Black*)

Warna yang dihasilkan dari pencampuran warna-warna cetak yang sifatnya *subtractive*.



Gambar 2.3.11. *CMYK Color Wheel*
(Beaird, 2010)

3. HSL (*Hue, Saturation, Lightness*)

HSL digunakan dalam proses saat ingin memanipulasi suatu gambar dengan cara menambahkan atau menurunkan intensitas cahaya dari sebuah gambar yang hasilnya akan membuat warna gambar menjadi hitam (gelap) atau menjadi putih (terang).

2.3. Komunikasi

2.3.1. Teori Komunikasi

Safanayong (2006, hlm. 10) mengatakan bahwa dalam komunikasi terdapat sebuah proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi pada dua pihak dengan tujuan mendapatkan pengertian yang berkaitan atau sama. Komunikasi menjadi penyampai dan penukaran ide, pikiran, gagasan, dan informasi, terjadi melalui proses sistem, tanda, simbol, isyarat, dan perilaku yang lazim dengan 3 pendekatan pemikiran yang ada dalam teori komunikasi yaitu:

1. Proses

Menjadi bentuk penyaluran pesan yang disampaikan melalui suatu pesan. Proses komunikasi dapat menciptakan sebuah efek tertentu sesuai dengan kemampuan penerima untuk menerima pesan yang disampaikan dan pesan yang disampaikan bisa berbeda dengan apa yang dimaksud pengirim, dan menimbulkan kesalahan interpretasi.

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A

2. Semiotik

Menurut Safanayong (2006, hlm. 14), pesan yang disampaikan menjadi sebuah simbol atau tanda dan menghasilkan arti tertentu, suatu tanda yang disampaikan dapat menjadi tidak stabil saat persepsi khalayak yang di tuju bergantung pada konteks dan kebudayaan.

3. Pemasaran

Untuk melakukan komunikasi pemasaran, dibutuhkan kemampuan untuk berfikir kreatif, kemampuan komunikasi, serta berfikir strategis dalam komunikasi.

2.3.2. Unsur Komunikasi

Menurut Liliwari (2011) komunikasi memiliki empat unsur komponen, dengan lengkapnya komponen tersebut akan tercipta komunikasi yang berjalan dengan lancar, berikut empat unsur komunikasi:

1. Komunikator

Komunikator merupakan orang yang mengungkapkan pesan berupa ide ataupun informasi pengetahuan . Komunikator melakukan komunikasi agar dapat menyamai persepsi dari pesan tertentu meskipun komunikator belum tentu serba tahu.

2. Pesan

Sebuah pernyataan yang ingin disampaikan yang dapat berupa simbol, tulisan. Pesan dibagi menjadi dua kategori sesuai dengan interpretasinya, yaitu *content meaning*, yang memiliki arti pesan yang disampaikan secara

verbal mengandung makna sebenarnya (denotasi) dan *relation meaning*, yang memiliki arti pesan dapat dipahami secara emosional (konotasi).

3. Media

Media merupakan sebuah sarana yang dapat menyampaikan pesan antara komunikator dengan komunikan. Media yang digunakan dapat berupa media cetak atau pun media elektronik.

4. Komunikan

Menurut Orbe & Bruess yang dikutip oleh Liliweri (2011), Komunikan merupakan penerima pesan, komunikan harus dapat menginterpretasikan sebuah pesan yang ingin dikirimkan oleh komunikator, setelah itu, komunikan harus dapat membalas atau mengirim kembali pesan yang disampaikan oleh komunikator.

2.3.3. Media Informasi

Turow (2014) mengatakan bahwa media merupakan industri dalam menyampaikan pesan melalui alat teknologi, seperti koran, televisi, radio dan internet (hlm. 9). Dalam penggunaannya, media memiliki beberapa tujuan menurut Turow, yaitu (hlm. 14):

1. Media sebagai hiburan

Mendengarkan musik di radio, mengisi teka-teki silang di lembar koran merupakan kegiatan yang dibutuhkan manusia yang memiliki manfaat dari media untuk pemenuhan kebutuhan manusia.

2. Media sebagai pertemanan

Media bisa dijadikan teman bagi orang yang sedang sendirian. Secara psikologis media dapat bermanfaat untuk mereka yang memerlukan koneksi antara manusia.

3. Media sebagai pengamatan

Media dapat digunakan untuk mengetahui kondisi terbaru tentang lingkungan sekitar. Contoh, saat kita menonton berita untuk mengetahui perkembangan ekonomi dan politik negara kita atau mencari lowongan pekerjaan dan promo terbaru di media cetak seperti koran.

4. Media sebagai interpretasi

Beberapa orang menggunakan media sebagai pencarian jawaban saat dalam merasa bingung dalam suatu hal. Contoh, seseorang mencari tahu tentang mengapa laki-laki dan perempuan memiliki ketertarikan dengan membaca majalah.

5. Media dengan beragam penggunaan

Media dapat secara langsung memenuhi kebutuhan seseorang, contoh pada salah satu program yang ada pada televisi dapat memenuhi kebutuhan hiburan, pertemanan dan pengamatan sekaligus. Media interaktif adalah suatu media yang tercipta dari penggabungan beberapa media sekaligus.

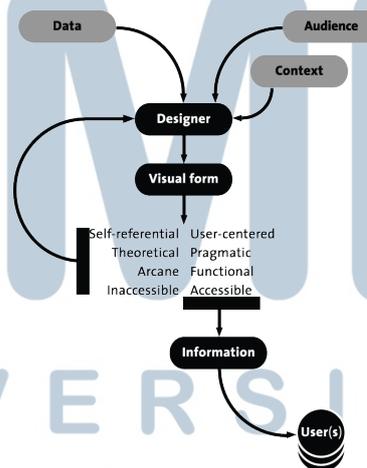
Contoh, audiens yang sedang menonton televisi dapat berinteraksi dengan salah satu acara melalui telepon.

Konten dari media harus dipilih secara cermat sehingga dapat sesuai dengan target yang di tuju, Turrow membagi konten berdasarkan beberapa jenis besar yaitu,

media hiburan, media berita, media informasi. Penulis menggunakan jenis media informasi pada perancangan ini. Media informasi menyediakan cerita berdasarkan data yang faktual dan informasi sering digunakan dalam media massa dengan cara pengumpulan dan pengemasan untuk masyarakat luas. (hlm. 71).

2.3.4. Desain Informasi

Katz (2012) mengatakan bahwa desain informasi memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi dalam kepada pengguna dalam bentuk media apa pun. Desain yang dibuat oleh seorang desainer akan dikatakan berhasil apabila pengguna dapat memahami apa yang dimaksud dan yang ingin disampaikan (hlm. 17). Dalam mendesain sebuah informasi berawal dari proses tiga hal besar yaitu, data, audiens, dan konteks. Katz menjelaskan bahwa ketiga hal tersebut terdiri dari dua bagian, bagian pertama yaitu prinsip desainer, bagian kedua yaitu prinsip audiens. Kedua prinsip tersebut harus saling berhubungan sehingga dapat menghasilkan informasi yang mudah dipahami dengan baik oleh target audiens. (hlm. 16-17).



Gambar 2.3.12. Proses Desain Informasi
(Katz, 2012)

Tiga komponen yang mempengaruhi keberhasilan dari desain informasi yaitu pemahaman informasi, keterampilan desainer, serta kebutuhan audiens. Ketiga komponen tersebut harus seimbang. (hlm. 18) Komponen tersebut seringkali tidak seimbang sehingga menyebabkan gagalnya desain yang dibuat. Tiga faktor utama yang menjadikan desain gagal yaitu:

1. Data

Data yang kurang lengkap dan tidak terlalu padat menjadikan audiens bingung karena data yang disampaikan memiliki multitafsir.

2. Desainer

Kurangnya pemahaman akan target audiens dan terlalu fokus pada visual menjadikan informasi yang disampaikan kurang baik dan visual yang disampaikan kurang berhubungan dengan informasi yang disampaikan.

3. Audiens

Kurangnya ketertarikan audiens pada suatu bidang tertentu dan kurangnya ilmu yang dimiliki sehingga informasi yang disampaikan tidak dipahami.

Ketiga faktor tersebut harus diperhatikan dengan baik oleh penulis agar media informasi yang dibuat dapat tersampaikan dengan efektif, tepat dan informasi yang disampaikan tidak salah.

2.3.5. Media Komunikasi

Komunikasi membutuhkan sebuah media, media tersebut meliputi *signage*, brosur, media iklan, brosur, surat kabar, katalog, majalah, TV, *direct mail*, *interactive commercial media* (internet), telepon genggam, dan media konvensional atau tradisional.

2.3.6. Proses Komunikasi

Safanayong (2006, hlm. 12), mengatakan ada bagian-bagian dari proses sebuah komunikasi secara umum yaitu:

1. Pengirim (*Encoder/Sender*)
2. Pesan (*Message*)
3. *Medium*
4. Penerima (*Receiver/Decoder*)
5. Umpan Balik (*Feedback*)

Dari semua proses yang disebutkan, tidak dapat hilang atau diabaikan, dikarenakan dapat menyebabkan komunikasi yang dilakukan menjadi tidak dimengerti. Dalam proses komunikasi, dapat dipengaruhi oleh variable-varibale berikut:

1. Persepsi yaitu sebuah pemahaman yang tidak selalu benar dan tidak selalu sesuai dengan yang sebenarnya. Persepsi terbentuk dari adanya padangan dalam diri sendiri lalu diciptakan melalui perasaan dan indera rasa.
2. Motivasi yaitu dorongan yang timbul dari alam bawah sadar dan dorongan untuk memuaskan kebutuhan tertentu. Motivasi dapat mempengaruhi setiap orang dalam kondisi tertentu.
3. Sikap, dalam sikap terdapat 3 unsur komponen yaitu *cognitive*, *affective*, dan *conative*. *Cognitive* merupakan unsur pengetahuan tentang yang dimiliki oleh seseorang. *Affective* merupakan unsur perasaan yang dapat

timbul secara positif dan negatif yang terpadu dan berasosiasi. *Conative* merupakan unsur keinginan diri untuk bertindak.

4. Pengaruh kelompok, Dalam terbentuknya perilaku seorang manusia disebabkan oleh banyak faktor. Kelompok melalui kultural, gaya hidup, religius menjadi pengaruh besar terhadap pola dan tingkah laku seseorang.

2.4. Website

Menurut Ardhi (2013) *website* merupakan sebuah halaman informasi yang dapat diakses melalui internet dengan jangkauan seluruh dunia. *Website* memiliki elemen-elemen yang mendukung untuk informasi yaitu teks, gambar, video dan suara. Media ini dapat menampilkan informasi dengan pengelompokan yang jelas dan menarik.

Beaird (2010) mengatakan bahwa *website* dikatakan sempurna apabila dapat mengaplikasikan unsur keindahan dan fungsi utama *website* yang dibuat dengan baik, sehingga pengguna bisa mengakses *web* dengan mudah dan memiliki tampilan yang menarik (hlm. 5-7)

Dalam mendesain sebuah *website*, Miller (2011) mengatakan bahwa perlunya memperhatikan pengalaman pengunjung dengan memberikan rasa pengendalian yang cukup dan pengalaman yang diberikan mempengaruhi sukses atau tidaknya sebuah *website* dalam menyampaikan konten informasi.

2.4.1. Tujuan dan Fungsi Website

Tujuan dari sebuah *website* yaitu untuk melayani penggunaannya dalam berbagai hal seperti pelayanan pemerintahan, pendidikan, media sosial, organisasi nirlaba seperti yang dikatakan Landa (2014). McNeil, Patrick (2007) mengatakan setiap

website memiliki fungsi yang berbeda, *website* memiliki beberapa jenis dengan fungsinya masing-masing yaitu *blog, forum, event, education, e-commerce* dan beberapa jenis lainnya.

Dengan kata lain, *website* memiliki banyak fungsi dan menjadi media yang dapat memuat banyak konten sesuai kebutuhan seperti pencarian informasi hingga transaksi jual beli.

2.4.2. Fungsi Website

Dewanto (2006) membagi fungsi *website* secara umum sebagai berikut:

1. Fungsi Komunikasi

Website memiliki fungsi untuk bisa berinteraksi seperti *web mail, form contact, chatting form, dan thread forum*.

2. Fungsi Informasi

Lebih menekankan pada kualitas pada konten, *website* ini memiliki tujuan utama yaitu untuk menyampaikan isinya yang berisikan informasi yang dapat digunakan untuk referensi atau lainnya.

3. Fungsi Hiburan

Memberikan konten yang dapat menghibur penggunanya dengan tujuan utama untuk memberikan kesenangan/hiburan seperti *game online, streaming video, streaming music*.

4. Fungsi Transaksi

Menjadi sarana transaksi bisnis dan penghubung perusahaan dengan konsumen dengan transaksi elektronik melalui pembayaran yang digunakan yaitu kartu kredit, transfer atau pun membayar langsung

2.4.3. Jenis-Jenis Website

1. Website Pribadi

Menurut Campbell dan Shelly (2012), *website* pribadi digunakan sebagai portofolio atau pun sebagai *blog* yang berisikan rutinitas sehari-hari.

2. Website Konten

Website ini berisikan konten yang akan selalu terbaharui setiap harinya seperti *website* portal berita yaitu Detik, Kompas, dan beberapa *website* portal berita lainnya.

3. Website Edukasi

Memuat informasi mengenai pendidikan dan informasi ilmiah yang dapat digunakan sebagai referensi dalam kebutuhan penggunaannya.

Dalam pembagiannya, Sklar (2009) membagi kembali *website* berdasarkan tipe dokumen dan resolusi layar. Dalam pembagian berdasarkan dokumen, yaitu (hlm 13-18.):

1. Strict

Website yang memiliki tampilan yang bersih, terstruktur dan bebas dari *tags* yang berhubungan dengan *layout*. Dengan menggunakan sedikit elemen visual.

2. Transitional

Memperbolehkan penggunaannya untuk menggunakan HTML yang dahulu atau pun terdahulu sehingga dokumen ini sering digunakan dengan berisikan font dan presentasi yang sintaksis.

3. *Frameset*

Menggunakan *frame* yang memiliki fungsi untuk menjadikan *web* dua bagian atau lebih

Berdasarkan segi resolusi layar komputer, Sklar (2009) mengatakan bahwa desainer harus memperhatikan dan mempertimbangkan resolusi sebuah layar komputer yang akan digunakan, dimulai dari ukuran standart yaitu 1024x768px, 800x600px untuk resolusi layar terdahulu dan 1280x1024px untuk ukuran komputer yang lebih besar dan seterusnya (hlm. 18). Dalam pengelompokannya dibagi kembali menjadi:

1. *Fixed Design*

Pada pengaplikasiaannya *fixed design* memiliki resolusi yang tidak dapat berubah seperti contoh ukuran resolusi layar 800x600px maka akan menjadi *full screen* pada ukuran layar yang sama namun apabila diakses pada ukuran layar yang lebih besar seperti 1028x768px akan terletak di bagian kiri layar dan memiliki *passive white space* (area kosong) karena ukuran layar yang lebih besar disebabkan karna ukurannya yang sudah tetap (*fixed*) tidak dapat berubah.

2. *Flexible Design*

Reolusi layar ini memiliki sifat yang fleksibel dan secara otomatis akan mengikuti luas layar dan mempengaruhi poisisi atau letak konten yang sudah ada.

3. *Centered Design*

Untuk mengatasi perbedaan resolusi layar, fungsi *centered design* menempatkan konten berada di tengah layar menjadikan konten yang diakses akan selalu terletak ditengah layar.

2.4.4. **Anatomi Website**

Beaird (2010, hlm. 8) mengatakan bahwa sebuah *website* memiliki elemen dasar yang meliputi:

1. *Container*

Container merupakan tempat dari isi dari halaman sebuah *website* yang terdapat elemen grafis seperti gambar, teks, yang dikomposisikan menjadi terstruktur.

2. Logo

Pada halaman *website*, sebuah logo digunakan untuk menampilkan identitas dari sebuah perusahaan atau lembaga dan pada umumnya diletakan pada posisi atas agar terlihat jelas.

3. *Navigation*

Navigasi yang terdapat pada *website* dibuat harus mudah terlihat dan digunakan, pada umumnya diletakan pada posisi atas halaman *website*.

4. *Content*

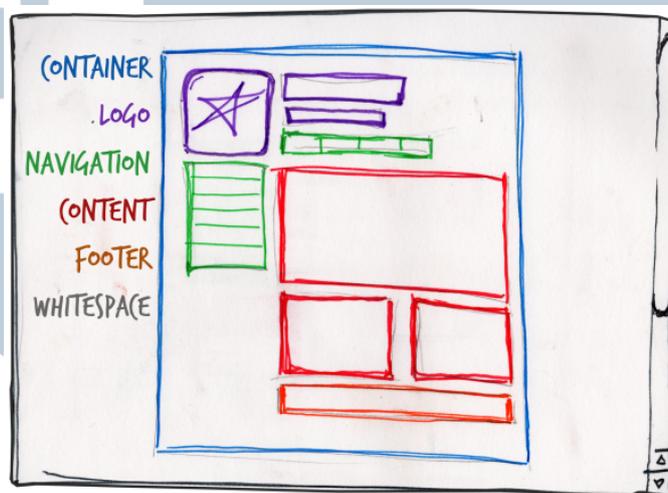
Konten menjadi hal utama dalam sebuah halaman *website*. Dibuat dengan mengkomposisikan elemen grafis dengan terstruktur.

5. *Footer*

Terletak pada posisi bawah halaman, pada umumnya berisikan tentang kontak atau alamat perusahaan atau sebuah lembaga dan berisikan informasi atau tautan tambahan.

6. *White Space*

Untuk menghindari halaman yang *overcrowded*, *white space* digunakan agar *website* yang dibuat terlihat lebih seimbang.



Gambar 2.4.13. Anatomi *Website*
(Beaird, 2010)

2.4.5. *Grid Website*

Beaird (2010, hlm. 10) mengatkan *grid*, merupakan tata letak pada halaman *website* yang tidak hanya menjadikan tampilan terlihat lebih rapih dan teratur, namun memiliki fungsi untuk menjadikan halaman *website* terlihat lebih proposional. Pada umumnya, *grid* yang digunakan yaitu *960 Grid System*, angka ini digunakan untuk mencari ukuran *grid* yang sesuai dengan ukuran 1024 pixel sehingga dapat diatur kembali menjadi 3, 4, 5, 6, 8, 10, 12, 15, dan 16 kolom. 12, dan 16 sering digunakan untuk menjadi *grid* pada halaman *website*.



Gambar 2.4.14. 960 Grid System
(Beaird, 2010)

Pada gambar diatas merupakan penerapan dari 960 Grid System dengan 16 kolom, pada *website* tersebut diletakan mengikuti kolom-kolom yang tersedia, namun, Beaird mengatakan bahwa, terdapat elemen tidak harus selalu mengikuti tata letak sesuai dengan kolom yang ada.

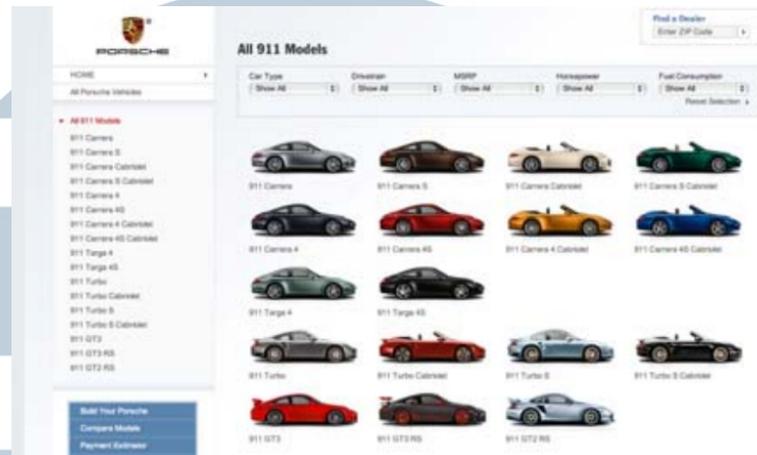
2.4.6. Layout dalam *Website*

Terdapat tiga jenis layout yang pada umumnya digunakan menurut Beaird (2010, hlm. 25) yaitu

1. *Left-Column Navigation*

Sering digunakan untuk halaman *website*, kolom navigasi terletak pada kiri halaman *website*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.4.15. *Left-Column Navigation*
(Beard, 2010)

2. *Right-Column Navigation*

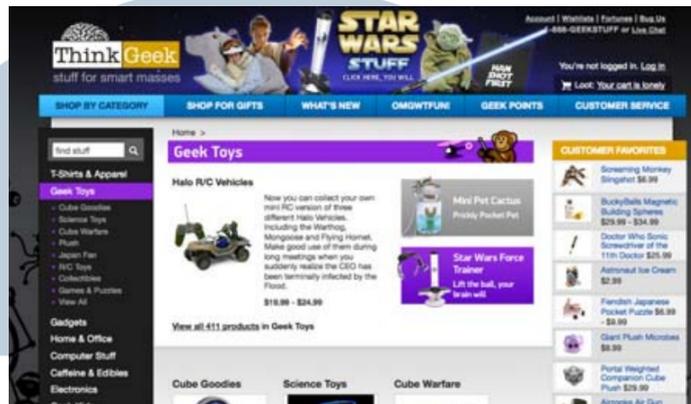
Kolom navigasi yang letaknya berada pada bagian kanan halaman *website*, pada umumnya digunakan untuk *website* yang memuat berita agar pembaca terlebih dahulu membaca konten sebelum berpindah ke halaman berikutnya.



Gambar 2.4.16. *Right-Column Navigation*
(Beard, 2010)

3. *Three-Column Navigation*

Dalam penerapannya, posisi navigasi diatur menjadi tiga bagian yang dikomposisikan seimbang ditengah pada halaman *website*.



Gambar 2.4.17. *Three-Column Navigation*
(Beaird, 2010)

2.4.7 *Parallax Web Scrolling*

Parallax web scrolling adalah sebuah teknik desain tampilan *website* yang digunakan untuk memperlambat tampilan dari laman tersebut. Menurut Frederick (2013, hlm. 18) bahwa *Parallax Scrolling* telah menjadi teknik yang cukup populer untuk diaplikasikan dalam sebuah tampilan laman situs. Lebih lanjut ia menjelaskan bahwa teknik ini sendiri dapat memberikan pengalaman yang berbeda bagi audiens dalam mengakses sebuah situs. Karena, teknik *parallax scrolling* ini mampu menampilkan efek 3 dimensi (3D) yang ditimbulkan dari pergerakan beberapa *background image* laman tersebut secara bersamaan. Tidak hanya itu, ia menambahkan bahwa teknik ini bisa memberikan keindahan tersendiri dari situs tersebut dan lebih banyak menarik perhatian audiens daripada penggunaan teknik *scrolling* yang konvensional.

2.5. Motion Graphic

Kransner (2013) dalam bukunya yang berjudul *Motion Graphic Design : Applied History and Aesthetic*, menyatakan bahwa *Motion Graphic* tercipta dari eksperimen film yang dirilis tahun 1920an dengan memberikan pengaruh yang besar pada desainer grafis dan animator.

Dalam pernyataannya, *motion graphic* adalah bentuk kombinasi dari dua elemen yaitu animasi (*motion*) dan grafis (*graphic*) dengan karakter desain grafis yang menjadi objek utama dan didukung oleh animasi untuk menambah gerakan pada grafis.

2.5.1. Motion

Motion dapat diartikan sebagai gerakan yang kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, Krasner (2013) mengatakan bahwa gerakan yang sudah di eksplorasi pada berbagai bidang dan salah satunya bertujuan untuk media komunikasi lalu digabungkan dengan desain, dalam hal ini Krasner mengatkan bahwa *motion* adalah pergerakan yang dapat menyampaikan sebuah pesan (hlm. 33).

2.5.2. Graphic

Dalam bukunya *The Fundamentals of Graphic Design*, Ambrose dan Harris (2009) mengatakan bahwa grafis merupakan visual yang kreatif berupa *typography*, *layout*, dan aspek kreatif lainnya. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan zaman, grafis tidak hanya seni tradisional seperti lukisan namun juga seni cetak seperti poster juga video seperti *motion graphic*.