

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Media Informasi

Media informasi yang terus berkembang sangat dibutuhkan setiap saat oleh manusia guna mengetahui perkembangan informasi ataupun pengetahuan. Selain itu, media informasi juga memungkinkan manusia untuk dapat saling berinteraksi satu sama lain menyampaikan pesan kepada target sasaran.

2.1.1. Definisi dan Tujuan Media Informasi

Kata media sebagai bentuk jamak dari akta medium. Medium sendiri di definisikan sebagai pembawa pesan (perantara) komunikasi antara pengirim ke penerima. (Heinich et.al., 2002; Ibrahim, 1997; Ibrahim et.al., 2001). Menurut Criticos (1996), media merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju komunikan.

Menurut Gordon B. Davis (1990), pengertian dari informasi secara umum adalah kumpulan informasi yang sudah diolah menjadi bentuk lain yang lebih bermanfaat seperti keterangan atau ilmu pengetahuan dan ditujukan untuk membantu penerima mengambil keputusan di masa sekarang maupun masa mendatang.

Sehingga pengertian dari media informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk memproses kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi. Sobur (2006) mengatakan media informasi sebagai alat grafis atau elektronis untuk menangkap, memproses lalu penyusunan kembali informasi dalam bentuk visual.

2.1.2. Jenis Media Informasi

Menurut Burnett (2005, p. 163) media informasi dibagi dalam 4 kategori:

1. Media Lini Atas

Media lini atas adalah media yang memiliki jangkauan target audiens yang luas dengan jumlah terbatas, seperti *billboard*, iklan TV, iklan radio, dll.

2. Media Lini Bawah

Media lini bawah adalah media iklan yang hanya dapat menjangkau satu target/daerah tertentu, seperti poster, *flyer*, *signage*, dll.

3. Media Cetak

Media yang berupa brosur, koran, majalah, poster, pamflet, spanduk, dan lain-lain.

4. Media Lini Tengah

Gabungan antara media lini atas dengan media lini bawah, contohnya media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dll.

5. *Ambient Media*

Seperti media lini bawah tetapi memiliki jangkauan yang lebih luas. Biasanya digunakan untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap suatu produk dimana konsumen dapat merasakan langsung pengalaman yang tidak terlupakan.

2.2.1. UI/UX Design

Roth dalam bukunya (2017) mendefinisikan *user interface* (UI) sebagai pilihan berulang yang mengarah ke keberhasilan implementasi sebuah media interaktif.

Sedangkan *user experience* (UX) merupakan seperangkat keputusan yang

mengarahkan sehingga sebuah media interaktif memuaskan atau disukai oleh penggunanya.

2.2.2. *User Experience Design*

Menurut Rogers, Sharp, dan Preece (2015), *user experience* adalah bentuk pengalaman pengguna saat melakukan berinteraksi dengan suatu produk suatu pengalaman pengguna (*user*) saat berinteraksi dengan suatu produk. *User experience* memerlukan pemahaman mendalam tentang pengguna agar dapat fokus ke kebutuhan pengguna, hal berharga bagi pengguna serta keterbatasan pengguna. Selain itu, pengetahuan tersebut juga digunakan untuk penentuan tujuan dan sasaran suatu bisnis di bawah pengelolaan proyek *user experience*.

2.2.3. *User Interface Design*

User interface adalah tampilan visual sebuah produk yang menghubungkan sistem dengan pengguna atau *user*. *UI* juga bisa diartikan sebagai bagaimana tampilan sebuah produk dilihat oleh pengguna (Aprilia, 2020).

Sedangkan menurut McKay (2013, hal. 10), *user interface* adalah segala sesuatu yang dilihat pengguna (*user*) dan yang dirasakan secara langsung oleh pengguna (*user*) ketika menggunakan sebuah produk.

Istilah lain dari *UI* yang lebih sering digunakan untuk media berbasis pada layar adalah *graphical user interface* atau *GUI*. Menurut Wood (2014), *GUI* mengkomunikasikan navigasi, interaksi, dan konten yang terdapat pada *interface* melalui *visual metaphor* dengan membangun *visual affordance* melalui desain grafis.

User Interface memiliki elemen seperti teks, link, tombol dan gambar untuk membangun sistem desain yang nantinya membentuk *user experience*. (digimind.id, 2020).

2.2.4. Komponen pembentuk *User Interface*:

Menurut *Interaction Design Foundation* (2020), semua elemen dalam cakupan *UI* dikategorikan dalam 4 komponen dasar meliputi:

1. Tata Letak

Tata letak adalah penempatan atau pengaturan posisi semua elemen grafis. *UI* yang baik adalah elemen grafis untuk navigasi dan akses fitur harus tertata dengan baik sehingga mudah dilihat dan digunakan, sehingga pengguna bisa dengan cepat memahami pilihan fungsi yang ada.

2. Warna

Penggunaan warna yang berbeda untuk setiap tombol dan ikon memudahkan pengguna menemukan fitur yang dicari dan ingin digunakan.

3. Tipografi

Penggunaan jenis huruf yang tepat juga sangat penting karena elemen ini berperan dalam menentukan tingkat keterbacaan.

4. Grafik

Poin utama dalam elemen visual adalah gambar dan ikon. Sebuah ikon perusahaan harus memberi fungsi representatif pada model bisnis atau industri yang digeluti perusahaan tersebut.

2.2.4. Elemen UI

Elemen-elemen pada UI terdiri dari:

1. *Input Control* memungkinkan *user* memasukkan informasi pada sistem.
 - a. *Checkboxes*
 - b. *Radio button*
 - c. *Dropdown list*
 - d. *List boxes*
 - e. *Buttons*
 - f. *Toggles*
 - g. *Text fields*
2. Komponen navigasi yang berperan untuk membantu *user* bergerak/berpindah dalam *website*.
 - a. *Breadcrumb*
 - b. *Search field*
 - c. *Pagination*
 - d. *List boxes*
 - e. *Slider*
 - f. *Tags*
 - g. *Icons*
3. Komponen informasi untuk membagikan informasi kepada *user*
 - a. *Tooltips*
 - b. *Progress bar*
 - c. *Notification*
 - d. *Message boxes*

- e. *Modal windows (pop up)*
- 4. *Containers* untuk menampung konten yang berhubungan.
 - a. *Accordion*

2.2.5. User Requirement

Menurut Rustamaji, T. (2016), *user requirement* atau kebutuhan pengguna menjelaskan mengenai kemampuan *software* yang hendak dibangun dari sudut pandang *user*, misalnya dalam bentuk *Functional Requirement*.

2.2.6. User Journey

User journey merupakan sebuah *tool* desain yang penting untuk memahami produk atau layanan menurut perspektif pengguna. *User journey* menggambarkan visualisasi langkah-langkah yang diambil pengguna untuk mencapai tujuannya (Tanudjaja, 2018).

Sedangkan menurut Caddick, R. & Cable, S. (2011, hal.10), *user journey* mengacu pada langkah-langkah yang harus diambil oleh user untuk memenuhi kebutuhannya pada suatu produk digital. Menurut Tanudjaja, C. (2018), *user journey* memiliki dua fungsi. Dua fungsi *user journey* adalah:

1. Mendemonstrasikan cara pengguna berinteraksi dengan produk, website, atau layanan pada saat ini.
2. Mendemonstrasikan kemungkinan cara pengguna berinteraksi dengan produk, website, atau layanan di masa depan.

2.2.7. Low Fidelity

Menurut Fadhillah, R. (2019), *low fidelity* adalah tingkat akurasi, ketepatan, kesesuaian yang rendah. Menurut Dwinawan (2017), *low fidelity* juga disebut

sebagai *wireframe* karena tingkat presisi nya masih rendah dan bertujuan untuk menentukan tata letak.

Wireframing merupakan cara desainer *UI/UX* membuat rancangan *website* maupun aplikasi pada level struktural (Rahmalia, 2021). Menurut Dwinawan (2017), *wireframe* digunakan untuk menyusun tata letak awal dalam suatu desain. *Wireframe* bisa berbentuk gambar menggunakan spidol ataupun menggunakan *software* (*Photoshop*, *Sketch*, dan lain lain).

2.3. **Brand**

Menurut Fahy dan Jober (2015) brand berfungsi untuk membedakan sebuah perusahaan, organisasi, atau produk dari pesaingnya yang dituangkan lewat nama, istilah, simbol, dan fitur-fitur lainnya. Sedangkan menurut Wheeler (2012), *brand* secara konsisten di proses oleh sebuah perusahaan untuk membangun kepercayaan sekaligus loyalitas terhadap target pasarnya.

2.3.1. **Brand Strategy**

Menurut Alina Wheeler (2013), adanya *brand strategy* bertujuan untuk merancang perjalanan untuk alur pemasaran sehingga memudahkan untuk meningkatkan penjualan dan sebagai inspirasi dan arahan fokus karyawan. *Brand strategy* yang efektif mencakup di dalamnya mulai dari *behavior*, *action*, sampai gaya komunikasi yang selaras. Dalam menjalankan strategi *brand*, perusahaan baiknya menyesuaikan visi perusahaan dan strategi agar sejalan.



Gambar 2.1. Skema *Brand Strategy* Alina Wheeler (Wheeler, 2013)

2.3.2. Brand Awareness

Mengutip dari Kartajaya, 2020, menurut David Aaker (hlm. 64), *brand awareness* yang baik membuat calon konsumen yang potensial mengingat *brand* kita termasuk dalam kategori tertentu. Jika dirancang dengan baik, *brand awareness* dapat membawa beberapa keuntungan diantaranya:

1. Memudahkan konsumen untuk mengingat *brand*
2. Menunjukkan eksistensi, komitmen, dan substansi sebuah merk
3. Memudahkan konsumen mengelompokkan merk tertentu dalam satu kategori
4. *Brand* di kenal konsumen

2.3.3. Brand Identity

Wheeler dalam bukunya menyebutkan bahwa *brand identity* merupakan sesuatu yang berwujud dan dapat dilihat, disentuh, digenggam, didengar, dan dibuat berpindah. *Brand identity* yang baik dapat membantu konsumen dalam membedakan sebuah brand dibanding pesaing, serta menjelaskan *big idea* dari suatu *brand*. *Brand identity* merupakan paduan dari beberapa elemen yang berbeda yang menyatu dan saling berkesinambungan (hlm. 4 & 5).

2.3.4. Brand Positioning

Bagi perusahaan jasa maupun produk, *brand positioning* merupakan dasar untuk merancang strategi dan lebih akrab dengan konsumen. Dalam melakukan positioning, sebuah perusahaan harus terus beradaptasi dengan setiap perubahan yang terjadi di pasar, untuk menghindari konsumen menjadi jenuh. *Positioning*

disesuaikan dari demografi, teknologi, pemasaran, ataupun tren untuk mencari triktrik dalam memasarkan produk (hlm. 4).

2.4. Teori Desain

2.4.1. Prinsip Desain

1. Hierarki

Lupton, Ellen dan Jennifer Cole Phillips (2008) dalam bukunya menjelaskan hierarki bertujuan mengatur urutan *layout* berdasarkan kepentingan informasi yang ingin disampaikan. Hierarki dapat diekspresikan lewat skala, warna, jarak, posisi, dan lainnya. Memastikan informasi terbaca oleh audiens sesuai urutan merupakan tugas utama seorang desainer grafis. (hlm. 114).

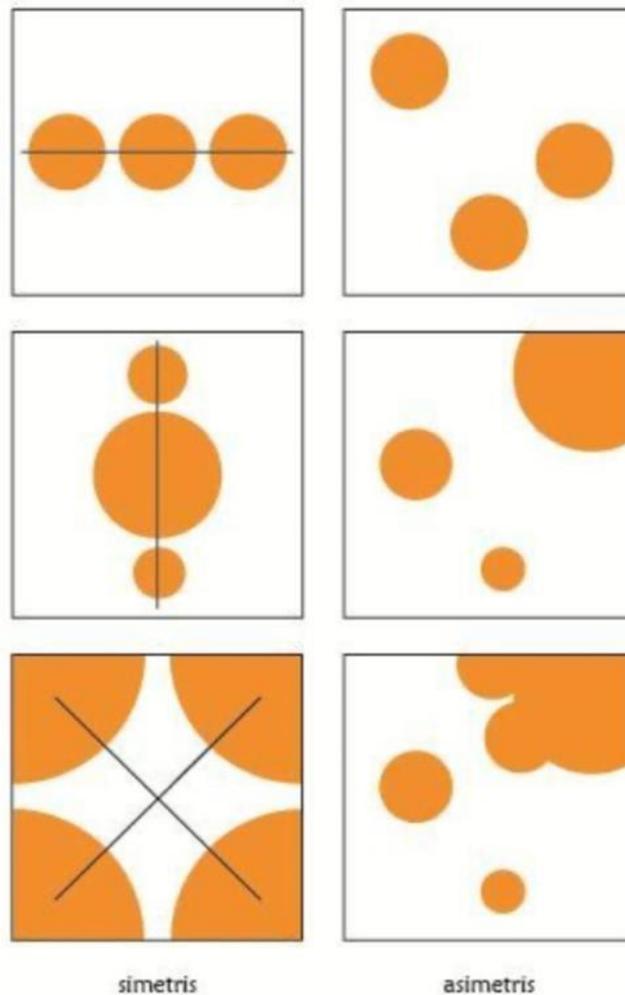


Gambar 2.2. Hierarki

(https://issuu.com/felekantofkultn/docs/ellen_lupton__jennifer_cole_phillip/118)

2. Keseimbangan

Dalam desain, keseimbangan berfungsi sebagai katalisator. (Lupton, Ellen dan Jennifer Cole Phillips. 2009, hlm. 28) Keseimbangan terbagi menjadi keseimbangan asimetris dan simetris. (hlm. 30)



simetris

asimetris

Gambar 2.3. Keseimbangan Asimetris dan Simetris
(Lupton & Phillips, 2008)

3. Repetisi

Bagaikan paduan nada konsonan melodi dalam music, repetisi dan perubahan dalam desain membuat visual lebih hidup. (Lupton, Ellen dan Jennifer Cole Phillips. 2009, hlm. 32)



Gambar 2.4. Repetisi
(Lupton & Phillips, 2008)

4. Ritme

Repetisi menghasilkan ritme, lalu ritme memvariasikan intensitas dan ukurannya sehingga menghasilkan kejutan. (Lupton, Ellen dan Jennifer Cole Phillips. 2009, hlm. 28)



Gambar 2.5. Ritme
(Lupton & Phillips, 2008)

5. Urutan/*Sequence*

Surianto Rustan (2009) dalam bukunya sering menyebut hirarki atau flow sebagai urutan prioritas informasi mulai dari yang pertama di pandang sampai yang terakhir. Urutan yang menonjol bertujuan agar pembaca lebih mudah dan cepat dalam memahami garis besar konteks yang di sampaikan. Urutan dapat dicapai dengan adanya emfasis.

6. Emfasis

Penekanan suatu elemen desain hingga jadi pusat perhatian. Emfasis dapat dicapai dengan berbagai cara, antara lain:

- a. Ukuran jauh lebih besar dibandingkan dengan elemen lainnya.
- b. Warna kontras/berbeda sendiri dengan latar belakang ataupun elemen lainnya.
- c. Diletakkan di posisi yang strategis, dapat dicapai dengan meletakkan elemen di posisi sesuai arah baca mata manusia, yaitu sebelah kiri atas.
- d. Gaya desain berbeda sendiri dengan elemen lain di sekitarnya.

7. Kesatuan

Menurut Rustan (2009), kesatuan antar elemen fisik (visual) dan non fisik (prinsip, konsep dan latar belakang desain).

2.4.2. Unsur Desain

1. Tekstur

Halus atau kasarnya sebuah permukaan yang dapat terlihat dan diraba yang memiliki fungsi visual. Misalnya, sebuah restoran mewah mungkin

memiliki brosur dengan kertas yang elegan dan halus. (Lupton, Ellen dan Jennifer Cole Phillips. 2009, hlm. 52)

2. Titik, Bidang, Garis, Bentuk

Diciptakan dari sebuah titik yang merupakan elemen geometris yang paling sederhana dan murni. Kumpulan titik yang sangat banyak bisa membentuk garis, bidang, dan bentuk sebaagai elemen desain. Lewat elemen dasar ini, seorang desainer lalu bisa menciptakan *image*, pola, tekstur, diagram, animasi, system tipografi, dan ikon. (Lupton, Ellen dan Jennifer Cole Phillips. 2009, hlm. 12-39)

3. Warna

Dameria (2007) dalam bukunya menyebutkan bahwa variasi warna bersifat tak berujung, warna dapat terjadi karena adanya gabungan dari 3 unsur antara cahaya, mata/alat ukur dan obyek. (hlm. 10-12).

Berikut arti warna yang diakui secara umum menurut Dameria:

Tabel 2.1. Warna

| Warna | Arti |
|--------------|--|
| Hitam | Keanggunan, kreativitas, focus, duka, merusakkan, kegelapan, keabadian. |
| Putih | Murni, sederhana, steril. |
| Biru | Damai, tenang, kredibel, kepercayaan. Dapat juga berarti emosional dan egosentris. |

| | |
|--------|--|
| Hijau | Alami, natural, segar, sehat, harmonis, keberuntungan, hingga obat. |
| Kuning | Megah, ceria, hangat, segar, cerdas. Bisa juga sinis, pengecut, murah. |
| Merah | Sensual, panas, gairah, kekuatan, pemimpin, bahaya, agresif. |
| Pink | Romantis, lembut, jiwa muda. |

2.4.3. Elemen desain

Elemen desain menurut Suriyanto Rustan (2009) terbagi menjadi 3:

1. Elemen Teks

Disebut juga tipografi, merupakan desain lewat tulisan. Menurut Danton (2001) tipografi berdasarkan sejarahnya terbagi menjadi 5, yaitu *old style*, transisional, modern, *egyptian*, kontemporer. (hlm. 39)

2. Elemen Visual

Biasanya didefinisikan sebagai gambar 2D, yang merupakan ide atau kesan terhadap seseorang atau suatu benda berwujud. Menurut Poulin (2010) gambar dapat diekspresikan melalui fotografi, ilustrasi, maupun bentuk gambar lainnya. (hlm. 226)

3. Elemen Tak Terlihat

Berperan sebagai bingkai sebuah objek yang menyiratkan batasan semu.

a. *Grid*

Merupakan jalur atau baris yang dapat berbentuk vertical maupun horizontal yang bisa jadi merata maupun miring, tak beraturan ataupun berbentuk lingkaran. (Ellen Lupton dan Jennifer Cole Phillips, 2008, p.175).

b. *Margin*

Zona pelindung sekitar gambar, dapat berbentuk tebal/tipis dan simetris/asimetris. (Ellen Lupton dan Jennifer Cole Phillips, 2008, p.104).

2.4.4. *Layout*

Penyusunan elemen visual seperti tulisan dan gambar pada media digital ataupun cetak dinamakan layout. Dalam perancangan *layout* yang efektif, setiap susunan komponen harus saling mendukung. Landa (2011) dalam bukunya *Graphic Design Solutions*, *grid* berperan sebagai bantuan dalam penataan komposisi antara tulisan dan gambar dengan garis vertikal dan horizontal. Grid terbagi menjadi kolom dan *margin*. Menurut Tondreau (2009), elemen *grid* terdiri atas:

1. Kolom

Sebagai wadah tulisan atau gambar. Ukuran dan kuantitas kolom disesuaikan dengan kebutuhan penyampaian konten.

2. Modul

Setiap bagian disusun berulang dengan jarak yang konsisten satu sama lain. Beberapa modul yang disatukan dapat membentuk baris/kolom dengan ukuran berbeda.

3. Area Spasial

Disusun dari beberapa kolom/modul sehingga menciptakan daerah khusus untuk penempatan informasi seperti gambar iklan dan sebagainya.

4. *Flowline*

Garis horizontal yang tidak kasat mata, berfungsi untuk mengarahkan alur dalam membaca sebuah halaman.

5. Penanda

Panduan berupa navigasi untuk membantu dalam membaca dokumen. Misalnya dengan penggunaan ikon atau nomor halaman.

Sedangkan, rangkaian dasar *grid* terdiri dari:

1. *Grid* satu kolom

Biasanya digunakan untuk konten bacaan yang berulang-ulang, misalnya seperti terdapat dalam esai, laporan dan buku. Jenis *grid* ini terlihat dari halaman yang terisi penuh dengan tulisan.

2. *Grid* dua kolom

Grid terbagi dua kolom dengan ukuran yang tidak harus sama besar. Pada umumnya, jika ukuran kedua kolom yang berbeda, kolom yang lebih besar ukurannya sebesar gabungan dari ukuran dua kolom yang kecil.

3. *Grid* kolom lebih dari dua

Sifat *grid* lebih adaptif jika dibandingkan dengan dua jenis *grid* sebelumnya, karena ukuran kolomnya dapat berbeda-beda sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan konten dalam penggunaannya.

4. *Modular Grid*

Struktur *grid* modular terbangun dari kotak-kotak kecil yang disusun pada kolom vertikal dan horizontal. Umumnya, digunakan pada konten yang berisi informasi yang variatif seperti pada koran, kalender, diagram dan tabel.

5. *Grid* dengan susunan bertingkat

Halaman terbagi menjadi beberapa kolom mendatar sehingga menjadi beberapa wilayah untuk merangkai konten. Penggunaan *grid* ini cocok untuk arah pembacaan konten ke bawah sehingga sesuai untuk media seperti *website*.

2.4.5. Tipografi

Klasifikasi *typeface* terdiri atas :

1. *Block*

Bergaris tebal dan bentuknya rumit sehingga umumnya hanya digunakan sebagai dekorasi atau awalan kalimat.

2. *Roman*

Memiliki kait dan umumnya digunakan sebagai *bodytext* karena setiap

hurufnya membentuk alur yang dapat membantu mengarahkan mata membaca huruf demi huruf.

3. *Gothic*

Termasuk dalam *sans serif* (tidak memiliki kait). Biasanya digunakan untuk dekorasi, teks pendek ataupun judul. Jenis huruf *Gothic* menimbulkan kesan sederhana dan bersih.

4. *Script*

Seperti tulisan tangan sehingga lebih sulit dibaca, terlebih jika menggunakan garis dengan goresan yang tebal.

2.5. F&B

Soekresno dan Pendit (1998) dalam bukunya menyatakan bahwa *Food and Beverage* merupakan bidang usaha yang bertanggung jawab akan pelayanan dan penyediaan makanan dan minuman, dapat di kelola hotel ataupun komersial (hlm.

4). Pelayanan industry F&B di bagi dalam beberapa bagian diantaranya:

1. Restoran

Ruangan atau tempat dimana konsumen dapat menikmati makanan dan minuman.

2. *Bar*

Tempat komersil yang menyediakan minuman dan makanan, baik yang mengandung alcohol maupun tidak.

3. *Room Service*

Bagian yang bertugas melayani dalam penyajian makanan dan minuman.

4. *Banquet*

Bagian pelayan dan penanggung jawab dalam penjualan makanan dan minuman di luar restoran.

5. *Steward*

Penanggung jawab kebersihan dalam penyajian makanan dan minuman.

6. Produk F&B

Pengolah bahan makanan dan minuman dari mentah hingga siap dimakan.

7. Servis F&B

Bertugas melayani atau menyediakan hidangan kepada para tamu.