

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desain

Desain merupakan proses pembuatan karya visual yang memadukan elemen-elemen grafis berdasarkan prinsip desain yang berlaku. Hasil dari desain diharapkan dapat menyampaikan informasi serta pesan yang ingin diberikan kepada *user*.

Desain dalam pengertian desain grafis merupakan sebuah bentuk dari komunikasi secara visual yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi kepada *user*. Desain merupakan perwakilan dari suatu ide yang bergantung pada kreasi, pemilihan, dan penyusunan elemen visual yang sesuai (Landa, 2014).

2.1.1. Fungsi Desain

Landa (2014) menyatakan bahwa desain berfungsi untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi kepada *user* secara visual. Melalui desain visual maka seorang desainer dapat berkomunikasi dan menyampaikan pesan dengan lebih mudah.

2.1.2. Elemen Desain

Menurut Landa (2014), terdapat empat elemen formal yang digunakan dalam proses pembuatan desain visual. Setiap elemen memiliki potensi masing-masing saat digunakan dalam berkomunikasi dan berekspresi.

1. Garis

Garis merupakan jalur yang ditempuh dari satu titik ke titik lainnya. Selain itu garis juga dapat menentukan arah titik berjalan sebagai salah satu cara untuk berkomunikasi. Garis yang terjadi dapat berupa garis lurus, garis lengkung, garis sudut, dan garis kasat mata.



Gambar 2.1. Garis
(Landa, 2014)

2. Bentuk

Sebuah bidang yang terbentuk sepenuhnya dari garis, warna, atau tekstur. Bentuk dapat dibedakan menjadi beberapa jenis seperti:

- Geometrik

Bentuk ini dibuat menggunakan garis tepi yang lurus, sudut yang terukur, atau lengkung yang tepat. Pada umumnya bentuk ini terlihat kaku.

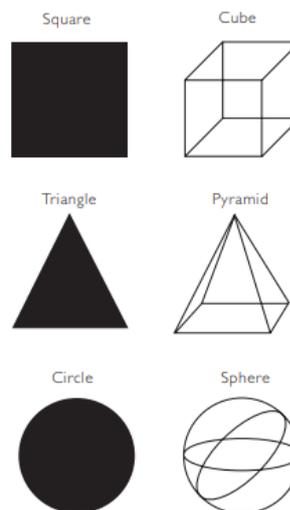
- Organik

Bentuk ini terbuat dari tepi yang lebih mengarah pada lengkungan. Lengkungan yang terjadi juga menimbulkan kesan yang alami atau natural. Biasanya bentuk ini Digambar secara tepat atau bebas.

- Abstrak

Bentuk abstrak merupakan sebuah penataan ulang, distorsi, maupun perubahan yang merepresentasikan suatu bentuk organik maupun abstrak. Bentuk abstrak dibuat sebagai perubahan gaya yang sesuai maupun tujuan komunikasi lainnya.

Gambar 2.2. Bentuk
(Landa, 2014)



3. Warna

Warna merupakan salah satu elemen desain yang paling penting. Elemen ini dipercaya dapat mempengaruhi suasana hati, perasaan, dan emosi orang. Warna digunakan sebagai alat komunikasi dalam

beraktivitas, mempengaruhi suasana hati, bahkan mempengaruhi reaksi secara psikologis (Cherry, 2020).

- Warna hitam

Warna hitam sering diasosiasikan dengan sifat yang berani, serius, kekuatan, mewah, formal, dan misterius. Warna ini juga sering kali dikaitkan dengan kematian dalam beberapa budaya.



Gambar 2.3. Makna Warna Hitam
(Chung, n.d.)

- Warna putih

Warna putih sering dikaitkan dengan kesan yang murni, bersih, segar, dan aman.



Gambar 2.4. Makna Warna Putih
(Chung, n.d.)

- Warna merah

Warna merah merupakan warna hangat yang menimbulkan emosi yang kuat. Sering diasosiasikan dengan perasaan cinta dan kenyamanan. Warna ini juga memberikan kesan yang intens.



Gambar 2.5. Makna Warna Merah
(Chung, n.d.)

- Warna oranye

Warna oranye merupakan warna berenergi yang memberikan kesan semangat, antusias, dan kehangatan. Warna ini sering digunakan untuk menarik perhatian seperti dalam rambu-rambu lalu lintas dan iklan.



Gambar 2.6. Makna Warna Oranye
(Chung, n.d.)

- Warna kuning

Warna kuning merupakan warna yang memberikan semangat dan kehangatan. Warna ini juga merupakan warna yang paling menonjol sehingga sering digunakan untuk menarik perhatian seperti warna oranye.



Gambar 2.7. Makna Warna Kuning
(Chung, n.d.)

- Warna biru

Warna biru dianggap sebagai warna yang tidak berbahaya. Dideskripsikan sebagai warna yang memberikan perasaan yang tenang, damai, aman, dan tertib. Warna biru juga enandakan keseimbangan dan dapat diandalkan.



Gambar 2.8. Makna Warna Biru
(Chung, n.d.)

4. Tekstur

Sebuah tekstur dalam desain visual merupakan representasi dari tekstur suatu benda asli. Tekstur digunakan agar *user* dapat merasakan pengalaman yang lebih saat melihat dan mengamati suatu desain. Tekstur visual yang dimasukkan ke dalam desain merupakan ilusi dari tekstur yang dibuat.

2.1.3. Prinsip Desain

Menurut Lauer & Pentak (2011), terdapat lima prinsip dalam membuat desain, diantaranya sebagai berikut.

1. Keselarasan (*harmony*)

Terdapat sebuah persamaan visual yang membuat sebuah elemen terlihat seperti satu kelompok yang sama. Kesamaan ini tidak harus identik satu sama lain, hanya memerlukan satu atau dua elemen yang sama agar sebuah objek dalam desain dapat dijadikan menjadi satu kelompok. Apabila elemen yang ada terlihat seperti terpisah atau tidak berhubungan, maka desain yang dibuat kurang memiliki keselarasan.

2. Penekanan (*emphasis*)

Penekanan suatu elemen desain dijadikan sebagai titik untuk menarik perhatian *user*. Suatu elemen desain yang ditekankan merupakan elemen yang mengandung pesan atau titik utama dari suatu desain yang ingin diperlihatkan kepada *user*. Suatu desain yang tidak menarik perhatian *user*, maka pesan serta tujuan komunikasi lainnya menjadi tidak tersampaikan.

3. Kesebandingan (*proportion*)

Kesebandingan suatu elemen desain dikaitkan dengan ukuran setiap elemen yang dibandingkan satu sama lain. Dalam konteks proporsi, suatu elemen desain dibandingkan dengan elemen lain atau objek secara normal maupun standard agar memiliki ukuran yang relatif dan mampu menciptakan estetika yang baik.

4. Keseimbangan (*balance*)

Pendistribusian berat visual yang dibagi secara merata dan estetik membuat suatu desain menjadi lebih mudah untuk diamati dan dinikmati. Keseimbangan yang sempurna merupakan sebuah tujuan universal bagi seorang desainer dalam membuat karya desain mereka. Namun, tidak berarti sebuah desain yang tidak memiliki keseimbangan tidak memiliki keunikannya tersendiri.

5. Irama (*rhythm*)

Konteks irama dalam desain visual dan irama dalam seni musik hanyalah sebuah metafora. Seorang desainer yang dapat membuat desain dengan irama yang baik dapat membuat *user* merasakan pengalaman dengan semua indera yang dimiliki. Elemen desain yang disusun dapat memunculkan sebuah memori yang mengingatkan *user* terhadap hal yang relevan dengan desain yang diamati.

2.2. *Mobile application*

Banga dan Weinhold (2014), menjelaskan bahwa aplikasi adalah sebuah *software* yang dirancang untuk bekerja secara langsung di perangkat keras seperti ponsel,

tablet, maupun komputer. *Mobile application* sendiri secara spesifik dimaksud sebagai aplikasi yang “*mobile*” atau bisa dibawa kemana saja. Pada umumnya, sebuah aplikasi memiliki satu tujuan tertentu. Terdapat tiga jenis *mobile application* berdasarkan fungsi dan cara kerjanya.

a. *Native apps*

Native apps merupakan jenis aplikasi yang paling fungsional karena memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan fungsi dan fitur dari sebuah ponsel atau tablet. *Native apps* dinilai sebagai jenis aplikasi yang paling dinamis dengan dukungan dari fungsi dan fitur yang tersedia di perangkat tempat aplikasi tersebut dipasang.

b. *Web apps*

Web apps merupakan aplikasi yang dijalankan di dalam sebuah *web browser*, berbeda dengan *native apps* yang langsung bekerja tanpa perlu mengakses *web browser* terlebih dahulu. Secara otomatis *web apps* memerlukan akses daring agar dapat menjalankan fungsi dan fitur aplikasi.

c. *Hybrid apps*

Hybrid apps merupakan gabungan dari kedua jenis aplikasi sebelumnya. Jenis aplikasi ini menggabungkan *user interface* serta fungsi dan fitur yang tersedia secara langsung di aplikasi seperti *native apps*, namun akses penuh dari fungsi dan fitur dibatasi dengan diperlukannya koneksi internet seperti *web apps* yang dimana *database* informasi aplikasi perlu diakses secara daring.

2.2.1. User interface

Galitz (2007) menjelaskan bahwa *user interface* atau tampilan antarmuka merupakan bagian dari sebuah *software* komputer yang dilihat, didengar, disentuh, dan dimengerti oleh *user*. *User interface* memiliki dua komponen penting, yaitu:

- a. **Input**, dimana *user* memberikan instruksi kepada komputer untuk menjalankan sebuah perintah melalui perangkat keras *mouse*, *keyboard*, *trackball*, jari (*touch-screen*), dan suara (*voice-input*).
- b. **Output**, dimana komputer memberikan hasil dari input yang dimasukkan oleh *user* sebelumnya.

Pada umumnya interaksi *input* dan *output* pada sebuah komputer akan ditampilkan pada sebuah layar monitor. Melalui layar monitor, komputer dapat menampilkan hasil *output* secara visual dengan dukungan suara.

2.2.1.1. Prinsip umum user interface

Galitz (2007) juga menjelaskan mengenai dua puluh lima prinsip dasar dalam merancang *user interface* sebagai berikut:

1. **Accessibility**. Sebuah *user interface* harus dapat digunakan oleh seluruh *user*, khususnya *user* dengan berbagai kebutuhan khusus (hal. 45).
2. **Aesthetically pleasing**. Sebuah desain visual yang estetik dapat menarik perhatian *user* dan menyampaikan *output* dengan jelas dan

cepat. Visual yang kurang menarik dapat mengganggu penyampaian *output* dan membingungkan *user* (hal. 46).

3. **Availability.** Sebuah sistem secara keseluruhan harus selalu tersedia dapat diakses oleh *user* kapan saja dan dalam urutan apa saja (hal. 46).
4. **Clarity.** Tampilan secara visual harus dapat dengan mudah dimengerti oleh *user* dan relevan dengan konsep dan fungsi dalam kehidupan *user*. Penggunaan metafora dan analogi juga harus realistis dan simpel (hal. 46).
5. **Compatibility.** Secara desain *user interface* harus sesuai dengan kebutuhan *user* (hal. 47).
6. **Configurability.** *User interface* harus dapat dengan mudah diatur sesuai dengan kebutuhan *user* melalui fitur personalisasi dan kustomisasi. Hal membuat *user* memiliki kontrol atas tampilan *user interface* yang cocok dengan kebutuhan mereka (hal. 47).
7. **Consistency.** Konsistensi visual mengurangi keperluan *user* dalam mempelajari *user interface*, dengan demikian *user* dapat memahami keseluruhan *user interface* dengan lebih mudah dan cepat (hal. 48).
8. **Control.** Merupakan situasi dimana *user* menjalani sebuah sistem sesuai dengan kecepatan yang menyesuaikan, tahu apa yang harus dilakukan, dan bagaimana menjalaninya dengan mudah (hsl. 49).
9. **Directness.** *Input* harus dapat dilakukan secara langsung. Memilih sebuah objek, memutuskan apa yang akan dilakukan kemudian melihat proses dan hasilnya secara langsung (hal. 50).

10. **Efficiency.** Memprediksi pergerakan mata dan tangan *user* untuk memutuskan sebuah *user interface* yang efektif, serta memperpendek navigasi dan transisi dari satu sistem ke sistem lain (hal. 50).
11. **Familiarity.** Penggunaan *user interface* yang relevan dengan kehidupan nyata *user* untuk mempermudah *user* dalam mempelajari dan memahami *user interface* dari pengetahuan yang sudah ada (hal. 51).
12. **Flexibility.** Sebuah sistem harus memiliki kemampuan untuk memberikan respon yang sesuai dengan berbagai macam *user* yang berbeda.(hal, 51).
13. **Forgiveness.** Memahami bahwa *user* akan membuat kesalahan, maka dibuat sistem yang dapat mentoleransi kesalahan tersebut untuk mengurangi masalah *user* dan memberikan instruksi untuk mengatasi kesalahan tersebut (hal. 52),
14. **Immersion.** Membuat *user interface* yang membuat *user* fokus dan melupakan sensasi “duniawi” untuk menghasilkan kepuasan *user* (hal. 52),
15. **Obviousness.** Segala macam elemen visual harus harus terlihat dan intuitif. Fungsi dari elemen tersebut juga harus dapat dikenali dengan mudah agar *user* dapat menggunakannya tanpa adanya hambatan (hal. 53).
16. **Operability.** *User interface* harus dapat digunakan fungsinya, bagaimanapun kondisi fisik *user*-nya (hal. 53).

17. **Perceptibility.** *User* harus dapat mengenali sebuah desain tanpa adanya hambatan kemampuan sensoris (hal. 53).
18. **Predictability.** Sebuah sistem harus dapat diprediksi proses selanjutnya oleh *user* sesuai dengan pengalaman *user* sebelumnya (hal. 54).
19. **Recovery.** Memberikan *user* kemampuan untuk menarik mundur sebuah *input* (hal. 54).
20. **Responsiveness.** Membuat *input user* lebih cepat direspons (hal. 55).
21. **Safety.** Memberikan dukungan bagi *user* untuk mengingat sesuatu dengan menyediakan data riwayat penggunaan *input* (hal. 56).
22. **Simplicity.** *User* dapat dengan mudah memahami dan menggunakan *user interface* terlepas dari pengalaman mereka (hal. 56).
23. **Transparency.** Tidak membuat *user* untuk memikirkan proses secara teknis (hal. 57).
24. **Trade-Offs.** Memikirkan bagaimana alternatif desain *user interface* saat mengalami konflik dengan hal teknis lainnya. (hal 57).
25. **Visibility.** Membuat *user* tahu status dari sebuah *user interface* dan fungsi dibawahnya dengan mudah (hal. 58).

2.2.2. *User experience*

User experience berasal dari dua kata Latin “*oeti*” dan “*experientia*”. “*Oeti*” berarti “untuk mempekerjakan, berlatih, melakukan”, sedangkan “*experientia*” berarti “pengetahuan yang didapat setelah percobaan yang berulang”. Jika digabung maka dapat diartikan sebagai “pengetahuan yang didapat setelah

melakukan sesuatu”. *User experience* terlibat dalam proses perancangan sebuah produk atau jasa, atau bagian dari produk atau jasa tersebut. (Stull, 2018).

2.2.2.1. Prinsip *user experience*

Dance dan Spencer (n.a) menjelaskan mengenai prinsip perancangan *user experience*, diantaranya sebagai berikut:

1. *Buttons should look like buttons, links should look like links*

Membuat tombol dan *link* terlihat sebagaimana mestinya agar untuk mencegah kebingungan pada *user*. Hal ini sangat penting dan berpengaruh besar pada navigasi aplikasi.

2. *Use icons appropriately*

Ikon merupakan elemen visual yang mewakili sebuah fungsi atau fitur yang harus di-klik oleh *user* untuk melakukan navigasi dari satu halaman ke halaman lainnya.

3. *When and when not to use tabs*

Menggunakan tab untuk mengelompokkan informasi, menghubungkannya dengan hal-hal yang relevan, dan menghemat ruang dalam satu halaman.

4. *Guide users to important CTAs*

Memberikan panduan bagi *user* untuk menggunakan fungsi dan fitur penting saat mereka membuka aplikasi untuk penggunaan yang efektif.

5. ***White space is an essential design asset***

Membuat tampilan yang tidak terlalu ramai dengan memanfaatkan hierarki dan ruang kosong atau *white space* untuk memudahkan *user* dalam memahami isi konten dari halaman aplikasi.

6. ***Animate for usability, not just flair***

Menggunakan sebuah animasi saat melakukan transisi dari satu halaman ke halaman yang lain sesuai dengan fungsinya dapat memberikan pengalaman yang mulus bagi *user*.

2.2.2.2. Metode navigasi

Banga dan Weinhold (2014) menjelaskan bahwa setiap aplikasi memiliki jenis interaksi navigasinya tersendiri yang bergantung pada *platform* yang digunakan. Diantaranya sebagai berikut:

a. ***Single view***

Navigasi *single-view* merupakan jenis yang paling simpel karena hanya memiliki satu halaman yang sudah memuat semua informasi yang bisa didapat. Contohnya aplikasi kalkulator.



Gambar 2.9. Navigasi *Single-view* pada Aplikasi Kalkulator
(Banga & Weinhold, 2014)

b. *Stacked navigation bar*

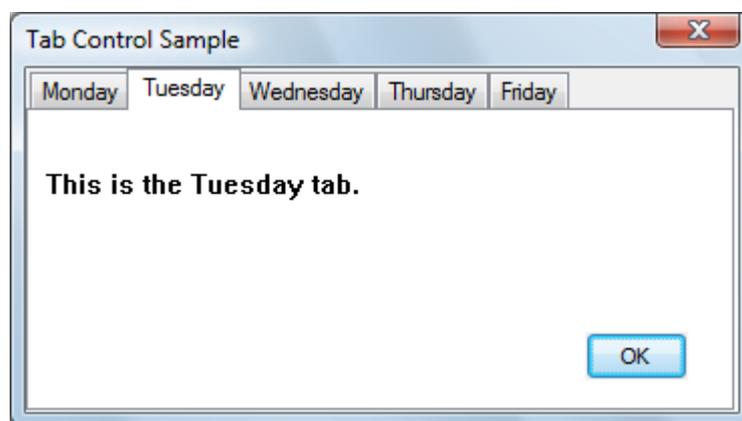
Navigasi berbentuk bar ini merupakan yang paling populer dan umum digunakan. Pada *platform* android disebut sebagai “*action bar*” sedangkan pada *platform* iOS disebut “*navigation bar*”. Biasanya dapat ditemukan di aplikasi jenis *native apps* dan *hybrid apps*.



Gambar 2.10. Contoh *Stacked “Action Bar”* pada *Platform Android* (Banga & Weinhold, 2014)

c. *Tab controller*

Navigasi jenis ini sering kali ditemukan di berbagai jenis aplikasi. Biasanya dapat ditemukan tiga atau empat *tab* yang berisikan fungsi atau fitur aplikasi tersebut.



Gambar 2.11. *Tab Controller* pada *Microsoft Docs* (Microsoft, 2018)

d. Scroll views

Pada *mobile application*, navigasi *scroll view* digunakan untuk menampilkan kumpulan foto, teks, atau informasi lainnya yang ukuran atau jumlahnya melebihi kapasitas layar.



Gambar 2.12. *Scroll View Navigation* pada Aplikasi Cuaca (Banga & Weinhold, 2014)

e. Search driven navigation

Navigasi dengan menggunakan fitur *search* dimana *user* hanya perlu memberikan *input* ke dalam *search box* untuk mencari dan menuju ke bagian tertentu di dalam aplikasi.



Gambar 2.13. *Search Driven Navigation* menggunakan *Search Bar*
(Banga & Weinhold, 2014)

f. Modal controller

Navigasi dimana sistem aplikasi meminta *user* untuk menentukan sebuah keputusan pilihan atau interaksi yang diberikan sebelum pindah ke halaman yang lain.



Gambar 2.14. *Modal Controller Navigation*
(Banga & Weinhold, 2014)

g. *Gesture based navigation*

Navigasi yang menggunakan gestur tertentu seperti menggunakan dua atau tiga jari untuk mengakses ke halaman lain di dalam aplikasi.

2.2.3. *Digital prototype*

Bahr (2017) menjelaskan bahwa *prototype* berasal dari bahasa Yunani “*proto*” yang berarti pertama dan “*typos*” yang berarti kesan. Jika digabungkan dapat dijelaskan secara kasar bahwa *prototype* merupakan kesan pertama dari sesuatu yang dicoba. Pengertian *prototype* sendiri pada akhirnya menjadi sebuah tahap awal sebuah produk yang memberikan kesan pertama dari sebuah sistem yang belum ada.

2.3. Food review

2.3.1. Tujuan penulisan review

Jacob (2010) menjelaskan bahwa *food review* memiliki satu tujuan utama yaitu untuk menunjukkan orang mengenai makanan secara jelas agar dapat memutuskan untuk membelinya atau tidak. Menyediakan berbagai informasi bagi calon konsumen untuk menentukan makan dimana, yang pada akhirnya memberikan dorongan bagi mereka untuk mencoba tempat makan atau makanan yang baru. Walaupun pada akhirnya beberapa orang yang membaca *food review* hanya menjadikannya sebuah bahan hiburan atau referensi tanpa pergi mencoba tempat makan atau makanan tersebut.

2.3.2. Review positif

Review positif merupakan *review* yang jujur, adil, melalui penilaian yang baik dan akurat. Kejujuran penilaian pribadi merupakan hal yang penting terlepas dari hal yang disukai oleh orang lain. Penilaian secara objektif juga sangat penting untuk mendapatkan bahan pertimbangan yang sesuai dengan apa yang sedang dinilai sekarang. Sifat objektif tersebut tidak mempertimbangkan klaim orang lain mengenai sebuah rasa lezat yang sudah ada sejak lama, karena belum tentu rasa tersebut tetap sama hingga sekarang.

2.3.3. Review negatif

Memberikan *review* yang negatif sesuai dengan penilaian yang objektif apabila makanan yang telah dicoba memang memiliki rasa yang buruk, karena *review* yang ditulis ditujukan kepada calon konsumen. *Review* negatif tidak seperlunya

bersifat kejam dan merendahkan sebuah tempat makan, tetapi *review* tersebut akan dijadikan sebagai kritik untuk perbaikan.