

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desain Grafis

Landa (2014) mendefinisikan Desain Grafis adalah bentuk komunikasi yang dinyatakan secara visual atau gambar yang didalamnya terdapat beberapa pesan atau makna untuk memberikan pengaruh tertentu kepada *target audience*-nya. Tujuan adanya sebuah desain adalah untuk menyelesaikan berbagai permasalahan berdasarkan kebutuhan dan budaya *target* dengan prosedur perancangan tertentu. (hlm 2.)

2.1.1. Elemen Desain

Menurut Landa (2014) dalam buku *Graphic Design Solutions*, Elemen Desain adalah dasar-dasar formal yang menjadi acuan dalam pengungkapan ekspresi komunikasi visual. Elemen Desain terdiri dari 4 (empat) jenis, yaitu (hlm.19):

2.1.1.1 Garis

Landa (2014) mendefinisikan titik sebagai bentuk terkecil dalam sebuah desain, sedangkan garis didefinisikan sebagai titik yang diperbanyak sehingga menghasilkan sebuah bentuk memanjang pada sebuah permukaan. Garis memiliki fungsi menunjukkan bentuk, mendefinisikan sebuah komposisi, serta menciptakan dasar dari sebuah visual (hlm.19).

Garis memiliki arti berdasarkan cara penarikan garis tersebut, diantara lain:

1. *Solid line*

Garis nyata yang terlihat secara jelas diatas permukaan media.

2. *Implied Line*

Garis tidak nyata (maya) yang tidak terlihat pada permukaan media namun memberikan kesan seolah-olah garis itu nyata pada *target audience*; garis ini bersifat tersirat.

3. *Edges*

Merupakan titik pertemuan dua buah garis atau lebih yang membentuk sebuah sudut.

4. *Line of Vision*

Merupakan sebuah pergerakan mata yang pengarahannya membentuk sebuah garis maya seolah-olah mata bergerak mengikuti garis yang ada.



Gambar 2.1. Garis
(Landa, 2014)

2.1.1.2 Bentuk

Menurut Landa (2014), bentuk adalah kumpulan dari garis yang membentuk sebuah dimensi yang tertutup, baik dua dimensi maupun 3 dimensi (hlm.20).

Bentuk memiliki 8 (delapan) jenis, diantara lain (hlm.21):

1. Bentuk Geometris

Bentuk yang terdiri dari jaring-jaring yang lurus dan konsisten, serta memiliki sudut yang kokoh dan tertutup sehingga terlihat kaku dan formal.

2. Bentuk Kurvalinear

Bentuk kurvalinear sering disebut bentuk organik—yaitu bentuk yang terdiri dari garis-garis yang melengkung atau menyerupai kurva sehingga gambaran bentuk terlihat lebih natural dan tidak kaku.

3. Bentuk *Rectilinear*

Merupakan bentuk yang terdiri dari sudut-sudut serta garis-garis lurus.

4. *Irregular shape*

Merupakan bentuk yang tersusun dari garis kaku dan garis melengkung.

5. *Accidental shape*

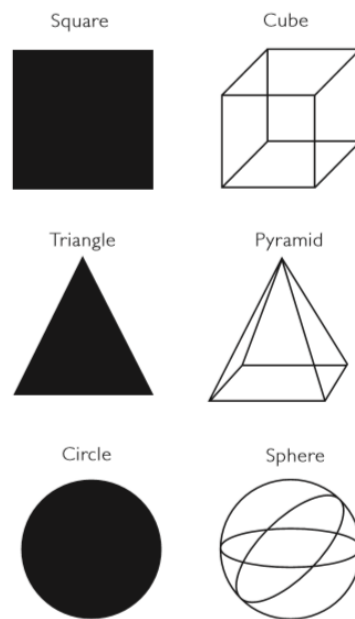
Accidental shape adalah bentuk yang terbentuk dalam unsur ketidaksengajaan, yang mana ketidaksengajaan itu menciptakan sebuah tanda tertentu.

6. *Nonrepresentational shape*

Bentuk yang tidak menunjukkan atau melambangkan suatu objek tertentu.

7. *Abstract Shape*

Merupakan hasil pengolahan atau modifikasi sebuah bentuk yang sudah ada menjadi bentuk yang lebih tidak beraturan, bersifat tidak bermakna. Bentuk ini umum digunakan untuk keperluan estetika pada suatu desain.



Gambar 2.2. Bentuk
(Landa, 2014)

Salah satu pemanfaatan bentuk dalam persepsi visual adalah penggunaan *figure-ground* atau *positive-negative space* yang memberikan aspek tersendiri pada bentuk atau elemen desain, sehingga kedua objek bentuk memiliki kesinambungan dalam perancangan komposisi dan makna keseluruhan suatu desain.



Gambar 2.3. *Negative Space*
(Landa, 2014)

2.1.1.3 Warna

Landa (2014) mendefinisikan warna sebagai elemen yang memberikan energy atau deskripsi terkuat dalam desain (hlm.27). Warna memberikan refleksi makna terkuat, sehingga pemilihan warna menjadi aspek penting dalam perancangan suatu desain (hlm.25).

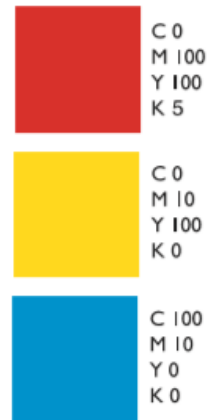


Gambar 2.4. Warna
(Landa, 2014)

Warna terdiri dari 3 (tiga) kategori:

1. *Hue*

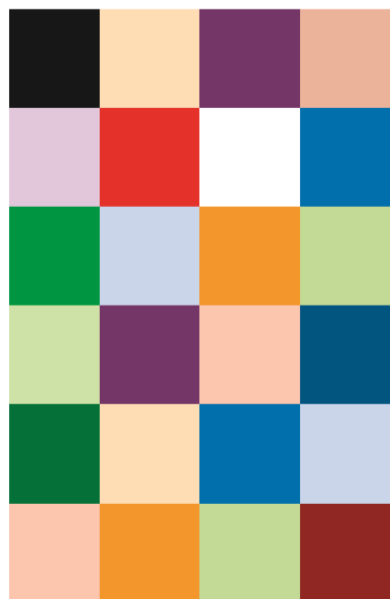
Merupakan klasifikasi dari jenis-jenis warna yang dapat dilihat kasat mata (hlm.23).



Gambar 2.5. *Hue*
(Landa, 2014)

2. *Value*

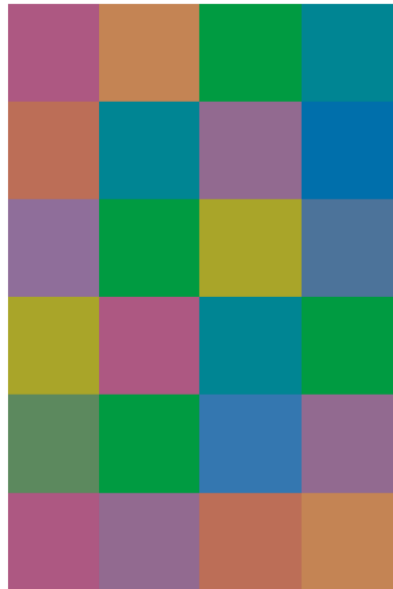
Merupakan ukuran terang-gelapnya sebuah warna (hlm.26).



Gambar 2.6. *Value*
(Landa, 2014)

3. *Saturation*

Merupakan ukuran pekat-tidaknya sebuah warna (hlm.27).



Gambar 2.7. *Saturation*
(Landa, 2014)

1. Pengelompokan Warna

Menurut Landa (2014), pengelompokan warna terdiri menjadi 3 kelompok yaitu (hlm.133):

1. *Primary Colors*

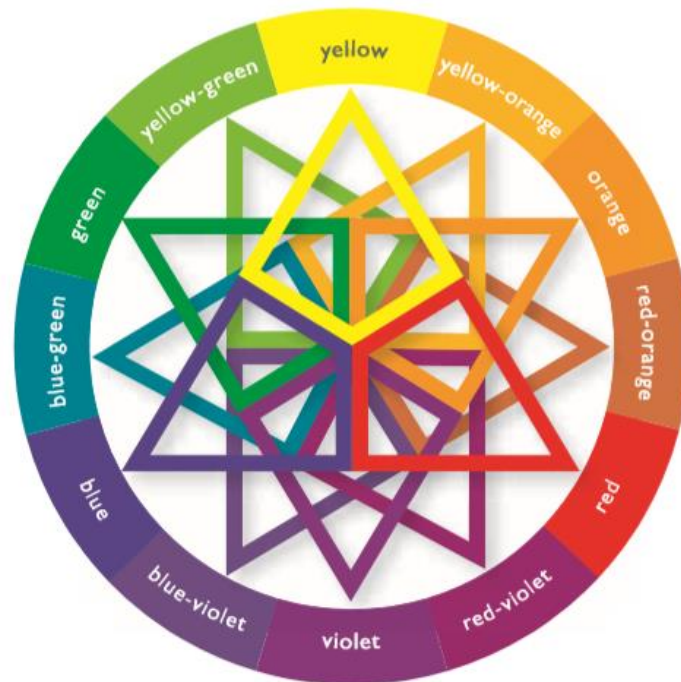
Warna primer merupakan warna yang menjadi dasar dari pemilihan dan pencampuran warna lainnya.

2. *Secondary Colors*

Warna sekunder merupakan warna yang terbentuk dari campuran dua buah warna primer yang berbeda.

3. *Interval Colors / Tertiary Colors*

Warna *interval* atau juga dikenal sebagai warna *tertiary* adalah warna yang muncul akibat pencampuran warna sekunder dan warna primer.



Gambar 2.8. *Color Wheel*
(Landa, 2014)

4. *Neutral Colors*

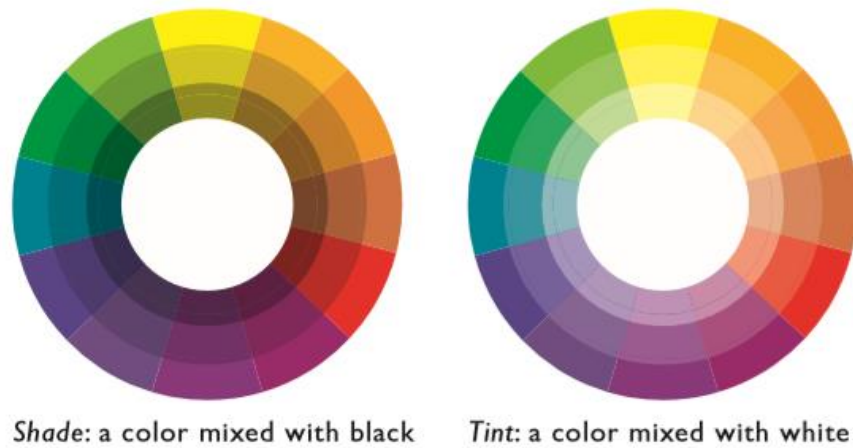
Warna netral merupakan warna yang tidak menentukan *hue* warna, tetapi lebih menentukan *tint* dan *shade* dari sebuah warna atau terang gelap (hlm.133).

1. *Tint*

Merupakan pencampuran warna putih dengan suatu *hue* (warna lain).

2. *Shade*

Merupakan pencampuran warna hitam dengan suatu *hue* (warna lain).



Gambar 2.9. *Shade & Tint*
(Landa, 2014)

2. Skema Warna

Landa (2014) mengelompokan klasifikasi skema warna menjadi 4 macam (hlm.133):

1. *Complementary Color*

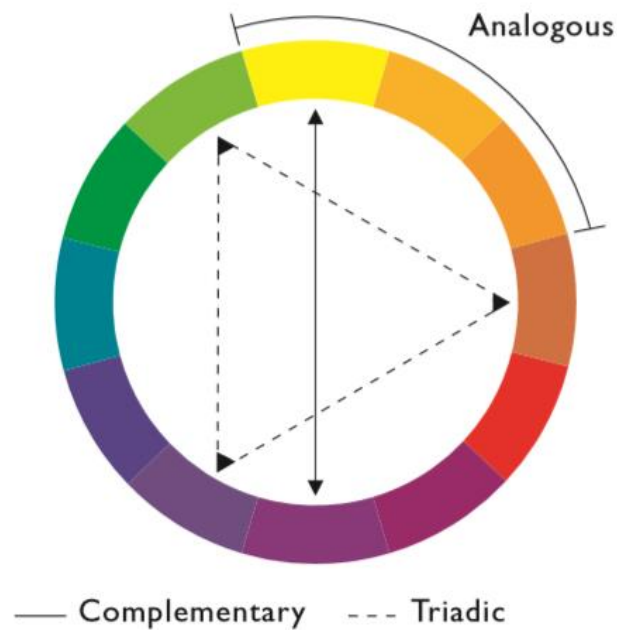
Merupakan dua warna yang terletak bersebrangan dalam roda warna (*color wheel*). Warna tersebut berarti saling bertolakbelakang.

2. *Analogus Color*

Merupakan warna yang memiliki hue yang dekat dan letaknya bersebelahan dalam roda warna (*color wheel*).

3. *Triadic Color*

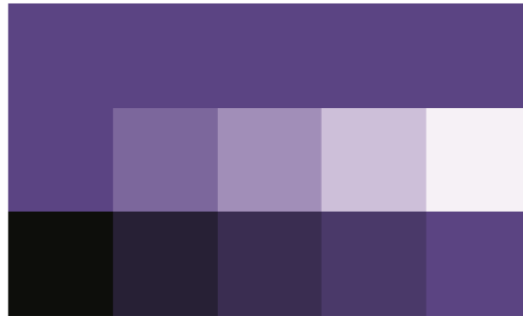
Merupakan warna yang terletak membentuk segitiga dalam roda warna (*color wheel*).



Gambar 2.10. Skema Warna – *Complementary, Triadic, & Analogous* (Landa, 2014)

4. *Monochromatic Color*

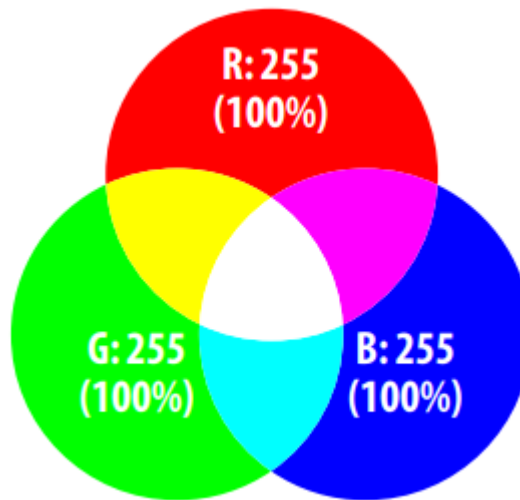
Merupakan warna yang hanya terbentuk dari satu *hue* saja namun terdiri dari *tint* dan *shade* yang berbeda. *Monochromatic color* berarti warna yang monoton dan bergantung pada gelap-terang suatu warna.



Gambar 2.11. *Monochromatic Color*
(Landa, 2014)

3. Pemilihan warna

Pertimbangan pemilihan warna dalam media *digital* berbeda dengan media cetak. Menurut Robbins (2012), dalam media *digital* seperti pada *website* dan *mobile application* warna dasar didefinisikan melalui model RGB yang artinya warna-warna yang tersedia dibalik layar merupakan perbentukan dari warna merah (*red*), hijau (*green*), dan biru (*blue*). Warna RGB merupakan warna dasar dari cahaya yang dihitung melalui skala 0 hingga 225. Adanya variasi dari skala warna-warna dasar pada RGB membuat adanya keberagaman warna, dengan patokan jika seluruh skala adalah 225 maka warna yang timbul adalah putih dan jika seluruh skala adalah 0 maka warna yang timbul adalah warna hitam (hlm. 268-269).



Gambar 2.12. *RGB Model*
(Robbins, 2012)

Selain mempertimbangkan pemilihan warna untuk layar (secara teknis), psikologi warna dapat digunakan untuk memilih warna secara definitif. Kolenda (2016) dalam bukunya yang berjudul *Color Psychology* menyatakan bahwa persepsi manusia terhadap warna dipengaruhi oleh pengalaman yang telah dialami oleh individu tersebut, latar budaya, dan konteks yang terdapat dalam media yang dipaparkan (hlm.23-26). Psikologi warna umum ditemukan dalam pengimplementasian seni dan desain (terutama dalam brand dan media digital seperti *mobile application*) untuk menyampaikan pesan dan makna yang ingin diarahkan kepada *audience*.

Beberapa warna dan artinya yang umum dikalangan *universal* adalah:

1. Merah

Sering diasosiasikan dengan makna bergairah, semangat, kekuatan, kesenangan, energi, cinta, kehidupan, dan kuat.

2. Jingga

Sering diasosiasikan dengan makna kenyamanan, semangat, kebahagiaan, kehangatan, menyenangkan, dan sensualitas.

3. Kuning

Sering diasosiasikan dengan makna keceriaan, kepercayaan diri, kreativitas, semangat, optimisme, senyuman, keterbukaan diri, dan kebahagiaan.

4. Hijau

Sering diasosiasikan dengan makna ketenangan, kenyamanan, keseimbangan, harmonis, kesehatan, harapan, alam, keamanan, dan relaksasi.

5. Biru

Sering diasosiasikan dengan makna ketenangan, kenyamanan, kompeten, dingin, damai, refleksi diri, keamanan, dan kepercayaan.

6. Ungu

Sering diasosiasikan dengan makna kemewahan, spiritualitas, sensualitas, kualitas, kelas tinggi, menawan, elegan, dan bermartabat.

7. Pink

Sering diasosiasikan dengan makna feminine, menawan, lembut, hangat, ketulusan, kelemahan-lembutan, dan ketenangan.

8. Coklat

Sering diasosiasikan dengan makna alami, keamanan, dukungan, kuat, dan kepercayaan.

9. Hitam

Sering diasosiasikan dengan makna elegan, keamanan emosional, pesona, kekayaan, kekuatan, kelas tinggi, dan bermartabat.

10. Putih

Sering diasosiasikan dengan makna kebersihan, kebahagiaan, kesucian, perdamaian, kejujuran, kepolosan, surgawi, dan ketenangan.

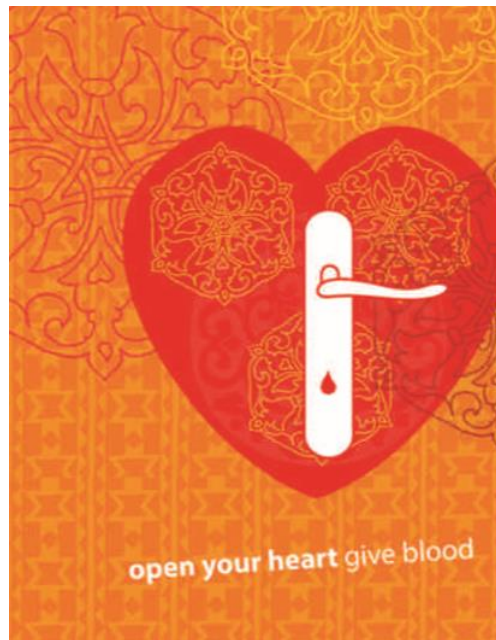
2.1.1.4 Tekstur

Landa (2014) mengartikan tekstur sebagai kualitas permukaan sebuah hasil karya desain, baik secara riil atau maya. Tekstur memberikan kesan rasa pada sebuah desain, yang mana tekstur tersebut baik yang dilihat maupun tidak dapat dirasakan dan dibayangkan oleh *target audience* dalam bentuk ilusi.



Gambar 2.13. Tekstur
(Landa, 2014)

Pola dapat diimplementasikan sebagai salah satu bentuk dari tekstur yang umum dalam desain grafis (hlm.28). Pola memiliki corak pengulangan yang sistematis dan terarah pada bentuk atau garis tertentu.



Gambar 2.14. Pola
(Landa, 2014)

2.1.2. Prinsip Desain

Landa (2014) menyatakan prinsip desain sebagai dasar dari penerapan dan perancangan sebuah karya desain. Prinsip desain merupakan dasar yang saling berhubungan satu sama lain untuk menciptakan desain yang seimbang (hlm.29).

Prinsip desain terdiri dari 7 (tujuh) penjabaran, yaitu:

2.1.2.1. *Format*

Format atau susunan menurut Landa (2014) adalah tempat penataan dimana suatu desain diimplementasikan, meliputi ukuran, bahan, serta penataan objek dalam media tersebut. *Format* dapat disesuaikan sesuai dengan konsep pendesain dan tujuan perancangan desain untuk diberikan kepada *target audience*.

Pengimplementasian *format* akan berpengaruh terhadap komposisi yang akan dirancang oleh pendesain, sehingga komposisi dari desain tersebut dapat masuk ke dalam *format* ideal yang telah ditentukan sejak awal (hlm.30). Pada media *digital*, *format* dari layar mempengaruhi bentuk *grid* untuk perancangan desain *User Interface*.



Gambar 2.15. Format
(Landa, 2014)

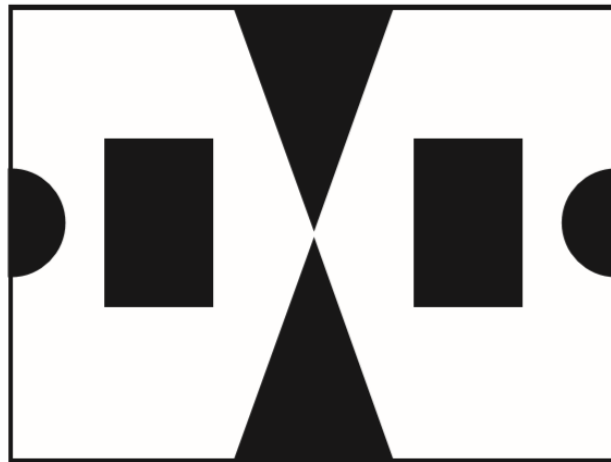
2.1.2.2. *Balance*

Landa (2014, hlm. 30) mendefinisikan *balance* atau keseimbangan sebagai penataan komposisi suatu desain dengan aspek visual yang tertata stabil dan merata. Dalam suatu media, *visual weight* (beban visual) harus merata dengan sisi lainnya; yang mana dapat dilihat dari banyaknya elemen visual yang terdapat dalam satu sisi sebuah desain (hlm.31).

Keseimbangan terbagi menjadi dua jenis yaitu (hlm.31):

1. Keseimbangan Simentris

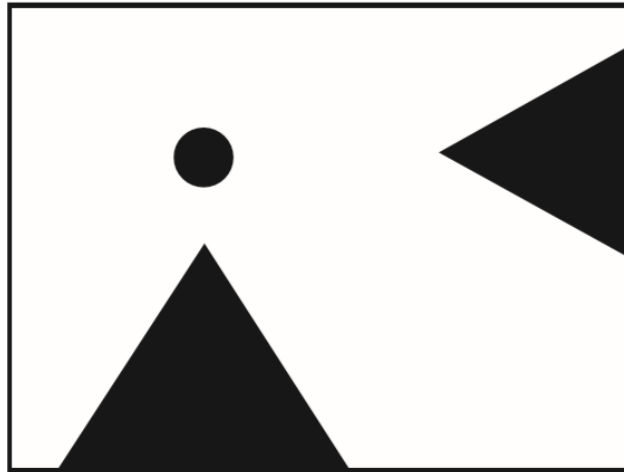
Keseimbangan simentris adalah keseimbangan yang memiliki berat visual serta penempatan yang sama persis sehingga memiliki pencerminan yang seimbang.



Gambar 2.16. Keseimbangan Simetris
(Landa, 2014)

2. Keseimbangan Asimentris

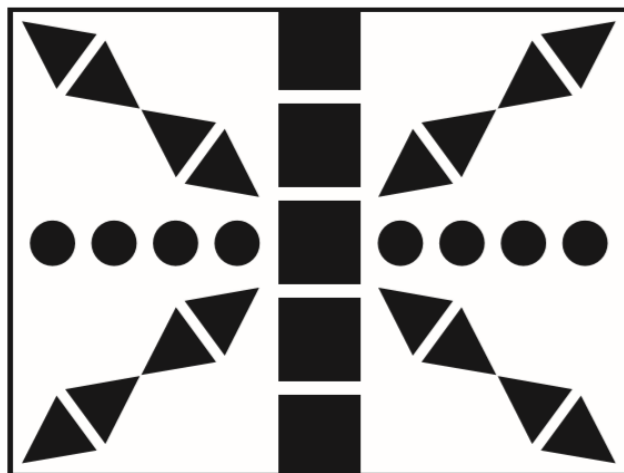
Keseimbangan asimentris adalah keseimbangan yang tidak memiliki berat visual dan penempatan yang sama persis dengan sisi satunya, tetapi memiliki konten visual yang sama.



Gambar 2.17. Keseimbangan Asimetris
(Landa, 2014)

3. Keseimbangan radial

Keseimbangan radial adalah keseimbangan yang terpusat pada satu titik di tengah sehingga membentuk pola komposisi yang sirkular. Keseimbangan ini berupa keseimbangan simentris yang merata secara *horizontal* dan *vertical* (hlm.33).



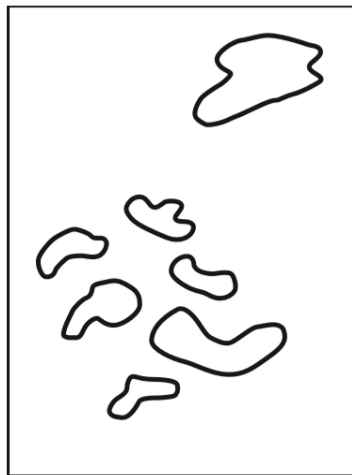
Gambar 2.18. Keseimbangan Radial
(Landa, 2014)

2.1.2.3. Hierarki Visual

Menurut Landa (2014, hlm. 33), hierarki visual adalah keseluruhan penataan sebuah unsur desain berdasarkan urutan alur atau penting-tidaknya objek dalam desain untuk dilihat oleh *target audience* terlebih dahulu, atau yang sering didengar sebagai *emphasis* atau penekanan. Pengimplementasian penekanan objek dalam desain tergantung pada konten yang ingin disampaikan, misalnya (hlm.34):

1. *Emphasis by Isolation*

Merupakan penekanan dengan menjauhkan atau mengisolasi suatu objek desain dengan objek desain lainnya.



Gambar 2.19. *Emphasis by Isolation*
(Landa, 2014)

2. *Emphasis by Placement*

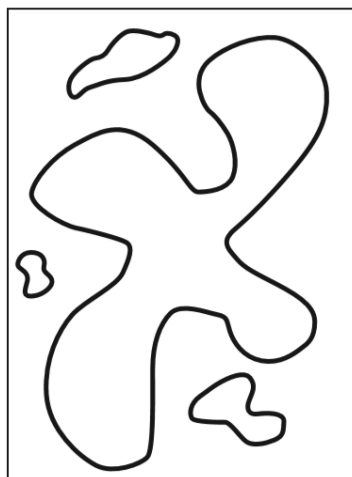
Penekanan yang mengandalkan komposisi desain secara keseluruhan untuk menarik fokus pada suatu objek desain.



Gambar 2.20. *Emphasis by Placement*
(Landa, 2014)

3. *Emphasis Through Scale*

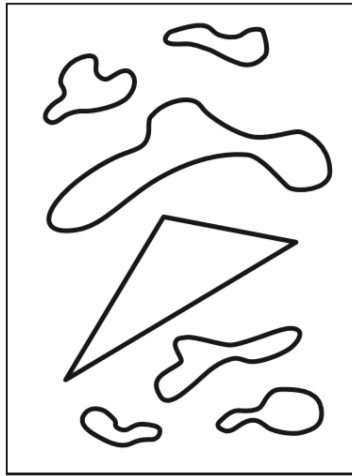
Penekanan yang menggunakan perbedaan ukuran sebagai cara untuk menarik perhatian *target audience* pada satu objek desain.



Gambar 2.21. *Emphasis Through Scale*
(Landa, 2014)

4. *Emphasis Through Contrast*

Penekanan yang ditunjukkan dengan menggunakan perbedaan yang kontras antar satu objek desain dengan objek desain lainnya. (hlm. 35)



Gambar 2.22. *Emphasis Through Contrast*
(Landa, 2014)

5. *Emphasis Through Direction and Pointers*

Penekanan yang ditunjukkan secara nyata oleh garis dan panah yang mengarah kepada satu objek desain.

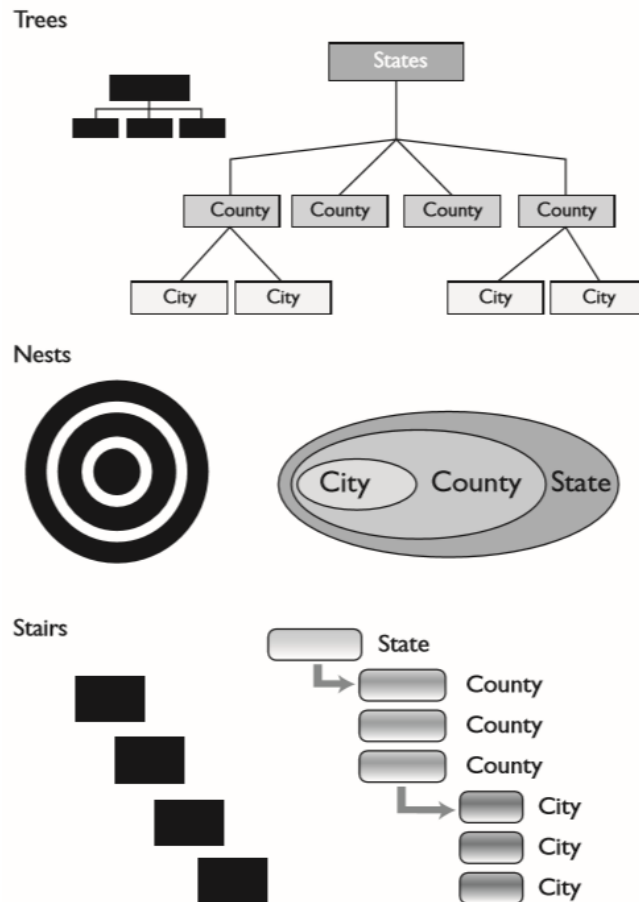


Gambar 2.23. *Emphasis Through Direction and Pointers*
(Landa, 2014)

6. *Emphasis Through Diagrammic Structures*

Penekanan dengan diagram terbagi menjadi 3 jenis struktur, yaitu: *tree structure*, *nest structure*, dan *stair structure*. Penekanan berdasarkan

struktur diagram memberikan fokus pada objek desain dari penjabaran secara keseluruhan hingga mendetil.

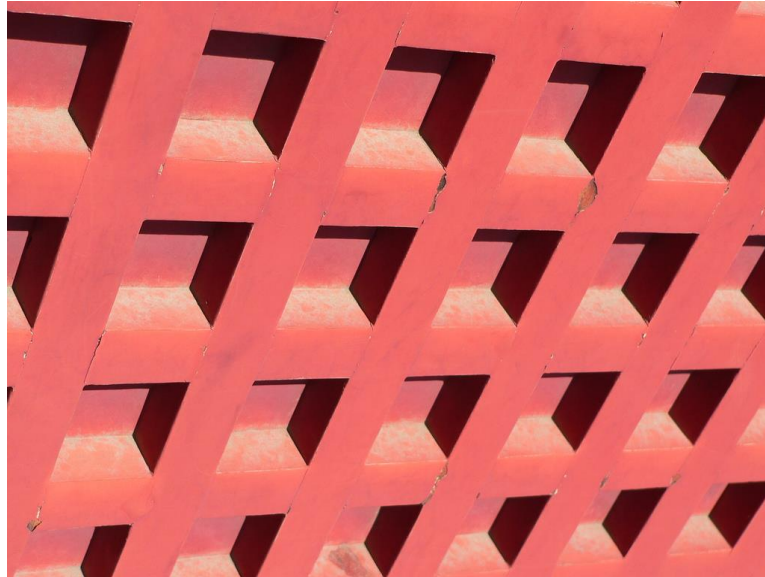


Gambar 2.24. *Emphasis Through Diagrammic Structures* (Landa, 2014)

2.1.2.4. *Rhythm*

Menurut Landa (2014), *rhythm* atau irama adalah penciptaan sebuah pola yang menjadi patokan *target audience* untuk bereksplorasi dengan hasil karya desain dengan ‘ketukan’ tertentu dengan bantuan warna, komposisi, penekanan serta keseimbangan (hlm.35). Pengimplementasian *rhythm* dapat memasukan unsur tekstur pola repetisi yang memiliki konsistensi

dalam penempatan objek visual serta variasi yang memiliki lebih banyak modifikasi terhadap objek yang telah ditempatkan seperti mengganti warna, bentuk, dan ukuran sesuai dengan irama desain yang telah ditentukan (hlm.36).



Gambar 2.25. Irama
(<https://www.interaction-design.org/literature/article/repetition-pattern-and-rhythm>)

2.1.2.5. Unity

Unity atau kesatuan adalah kondisi ketika seluruh unsur dan elemen visual dalam suatu desain memberikan hubungan satu sama lain, meskipun ada yang terimplementasi dalam media yang berbeda, seolah-olah mereka adalah sebuah kesatuan yang utuh (Landa, 2014). Kesatuan dapat ditentukan dengan kesamaan warna, komposisi, dan bentuk yang sudah ditentukan dalam sebuah perancangan desain (hlm.36).



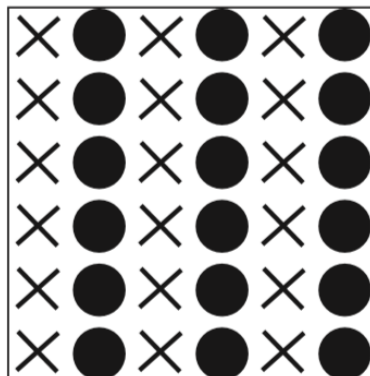
Gambar 2.26. *Unity*
(<https://www.sitepoint.com/unity-in-design/>)

2.1.2.6. *Law of Perceptual Organization*

Landa (2014, hlm. 36) membagi *Law of Perceptual Organization* menjadi 6 (enam) penjabaran, yaitu:

1. *Similarity*

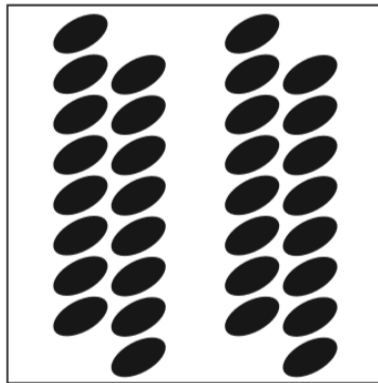
Merupakan pengelompokkan elemen desain yang memiliki kesamaan dalam beberapa aspek menjadi satu atau beberapa kelompok sesuai dengan kesamaan tersebut.



Gambar 2.27. *Similarity*
(Landa, 2014)

2. *Proximity*

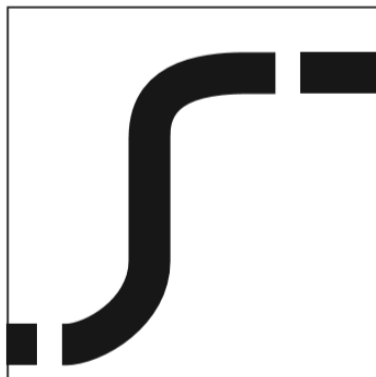
Merupakan peletakkan suatu objek desain dengan sesamanya untuk menunjukkan bahwa objek tersebut berada dalam satu kelompok.



Gambar 2.28. *Proximity*
(Landa, 2014)

3. *Continuity*

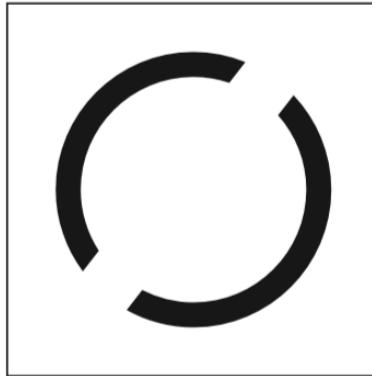
Merupakan penggambaran objek desain yang seolah-olah terlihat berhubungan menjadi satu kesan bergerak atau mengarahkan. Penggambaran ini dapat berupa penggambaran nyata atau hanya tersirat.



Gambar 2.29. *Continuity*
(Landa, 2014)

4. *Closure*

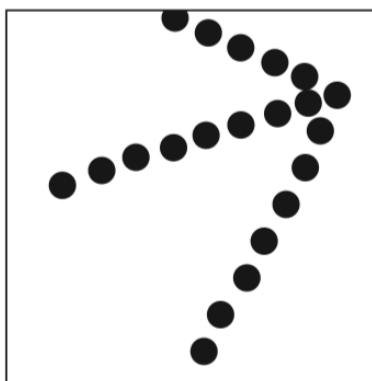
Merupakan penggambaran objek desain yang terhubung atau menyatu karena permainan pola pikir manusia.



Gambar 2.30. *Closure*
(Landa, 2014)

5. *Common Fate*

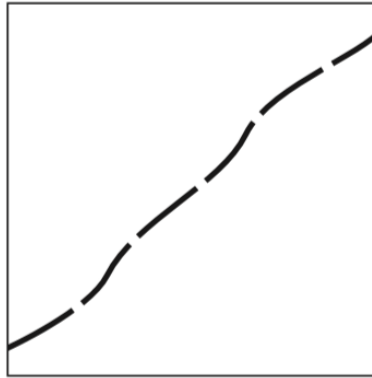
Merupakan pengelompokkan elemen atau objek desain yang memberikan kesan pergerakan terhadap suatu arahan yang sama.



Gambar 2.31. *Common Fate*
(Landa, 2014)

6. *Continuing Line*

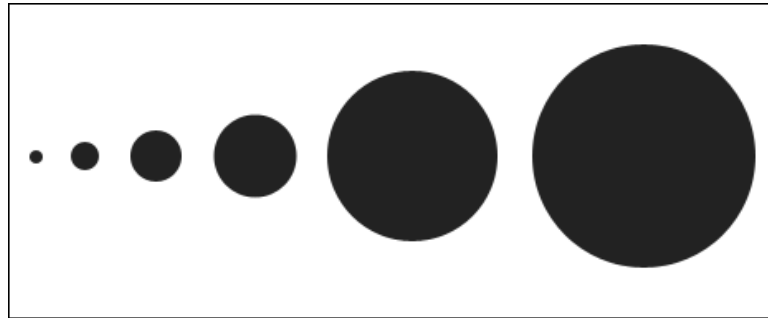
Merupakan kumpulan objek desain yang membentuk sebuah garis atau objek lainnya dan dapat dibedakan karena perbedaan dari salah satu elemen desain dengan kelompok lainnya.



Gambar 2.32. *Continuing Line*
(Landa, 2014)

2.1.2.7. *Scale*

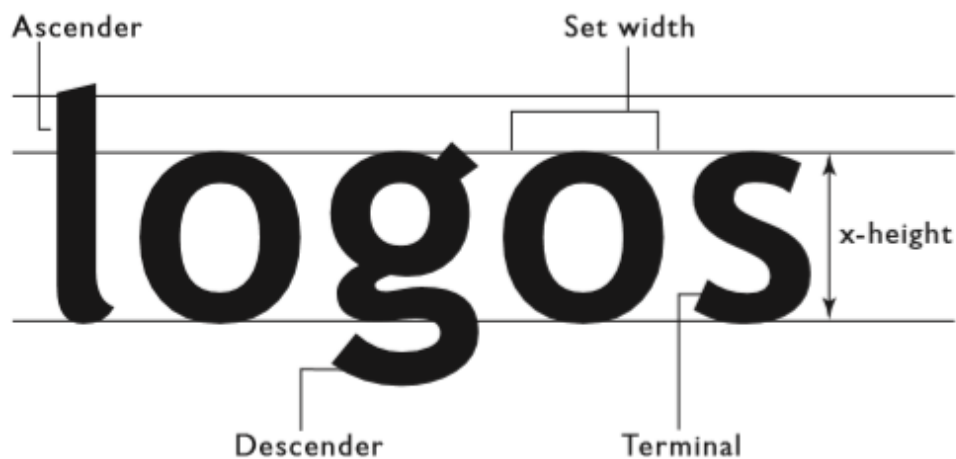
Scale atau skala didefinisikan sebagai perbandingan ukuran sebuah elemen visual satu dengan elemen visual lainnya yang masih terdapat dalam satu komposisi yang utuh (Landa, 2014). Pengimpelentasian skala dapat memberikan fungsi tertentu terhadap elemen visual, misalnya adalah memberikan sebuah makna baru, menambahkan rasa dinamis dan naturalism serta mewujudkan tiga dimensi (hlm.39).



Gambar 2.33. Skala
(<https://vanseodesign.com/web-design/size-scale-proportion/>)

2.1.3. Tipografi

Landa (2014) mendefinisikan tipografi sebagai desain yang meliputi penggunaan elemen-elemen pada sebuah *typeface*. *Typeface* sendiri adalah sebuah rangkaian tulisan yang memiliki karakter tertentu sehingga *typeface* tersebut dapat dikenal walaupun terdapat perubahan dalam proses mendesain sebuah karya. (hlm.44)



Gambar 2.34. Anatomi Tipografi
(Landa, 2014)

Pemilihan tipografi untuk diimplementasikan dalam sebuah desain harus dipertimbangkan oleh seorang desainer sesuai dengan kebutuhan dan konsep yang telah digarap. Ukuran dan jenis *typeface* ditentukan sesuai dengan media yang akan didesain dan sesuai dengan pesan apa yang ingin disampaikan desainer dalam hasil desain tersebut (hlm. 51).

Menurut Liu (2017), tipografi dalam perancangan desain *User Interface* merupakan aspek penting yang harus diperhatikan karena teks dalam sebuah desain menyangkut informasi terbanyak, terutama jika pesan tersebut ingin disampaikan kepada pengguna.

Babich (2018) menyatakan bahwa kunci dari pengimplementasian tipografi pada *mobile application* adalah keterbacaan (*readability* dan *legibility*). Maka dari itu, ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam menentukan tipografi dalam sebuah *User Interface*, di antara lain:

1. Jenis *typeface*

Pemilihan *typeface* untuk *User Interface* pada umumnya adalah *sans serif*, yang mana memiliki nilai keterbacaan tinggi terutama pada layar ponsel pintar yang kecil. Liu (2017) menyatakan bahwa dalam memilih *typeface* untuk sebuah desain *User Interface*, hanya diperlukan 2-3 jenis *typeface* saja. Pemilihan jenis *typeface* juga harus konsisten pada satu *mobile aplikasi*.

2. Ukuran *font*

Menurut Kennedy (2020), pada media *digital* ukuran tipografi ditentukan dalam satuan pixel, point, *density-independent* pixel dan *scaleable* pixel.

Pada *mobile application*, satuan yang digunakan adalah point (untuk *font size* iOS) dan density-independent pixel (untuk *font size* Android). Pada umumnya untuk *mobile application* ukuran minimum *font* adalah 16 pixel (atau setara dengan 11 points).

3. Warna *font*

Pemilihan warna *font* perlu disesuaikan dengan warna dan terang-gelap latar pada *User Interface* dan diutamakan pada pemilihan warna kontras agar teks lebih dapat terbaca, namun tingkat kekontrasan perlu diperhatikan kembali agar pengguna merasa nyaman ketika mengoperasikan *mobile application*.

4. Penggunaan tulisan dengan tepat

Teks yang terdapat dalam *mobile application* harus dirancang dengan baik untuk menghindari ketidaknyamanan dalam menggunakan aplikasi tersebut, misalnya adalah penggunaan *capslock* jika tidak diperlukan atau penggunaan tanda baca yang berlebihan dapat mengganggu keterbacaan teks dalam *interface*.

5. Jumlah tulisan pada tiap baris

Jumlah tulisan pada tiap baris harus dibatasi agar mendapatkan nilai keterbacaan lebih tinggi. Pada *mobile application*, jumlah tulisan dibatasi pada jangkauan 30-40 huruf per baris.

6. Jarak antar tulisan

Adanya jarak antar tulisan memudahkan pengguna untuk menyerap informasi yang terdapat pada aplikasi yang akan dibuat. Jarak antar tulisan

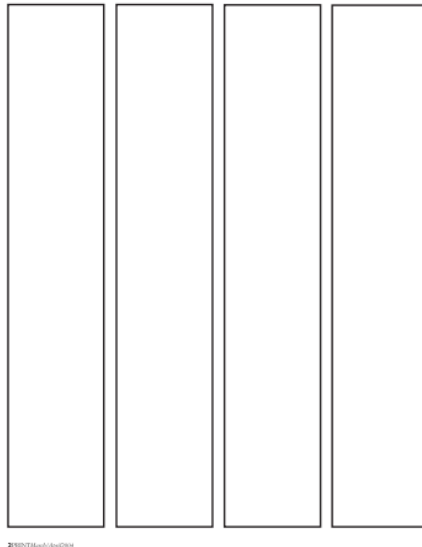
juga dapat membagikan kelompok hierarki antar teks, jadi dapat terlihat mana teks yang berhubungan dan mana yang tidak (Liu, 2017).

2.1.4. Layout

Landa (2014) mendefinisikan *layout* sebagai susunan dan rangkaian yang terdiri dari elemen-elemen desain yang membentuk karya dalam kesatuan utuh. *Layout* umum digunakan pada produk fisik (media cetak) atau media *digital* (seperti *mobile application* dan *website*). (hlm.378)

Landa (2014) menjelaskan *grid* sebagai panduan penyusunan komposisi elemen desain dalam suatu karya desain keseluruhan berdasarkan susunan garis-garis horizontal dan vertikal. Sistem *grid* umum digunakan dalam media cetak maupun *digital* untuk menyusun secara terstruktur peletakkan tulisan dan gambar pada karya desain (hlm.174).

Dalam media *digital*, *grid system* yang digunakan adalah *responsive grid*. *Responsive grid* adalah sebuah sistem *grid* yang bersifat fleksibel dan dapat diubah sesuai dengan ukuran tampilan layar yang sedang dibuka (Tang, 2019). *Responsive grid* umum ditemukan dalam *User Interface* pada *website* dan aplikasi, fungsinya agar desain *User Interface* tetap konsisten walaupun layar dimodifikasi. Pada dasarnya, *responsive grid* adalah *column grid* yang disesuaikan dengan penggunaannya pada *User Interface website* atau aplikasi (Zhulidin, 2019).

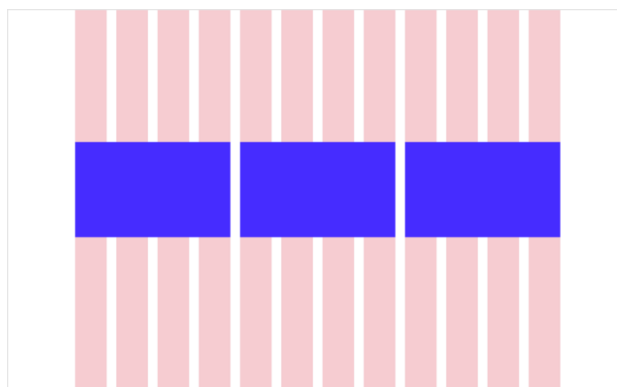


Gambar 2.35. *Column grid*
(Landa, 2014)

Menurut Tang (2019), *responsive grid* seperti halnya sistem *grid* pada umumnya memiliki 4 elemen utama, yaitu:

1. *Field Elements*

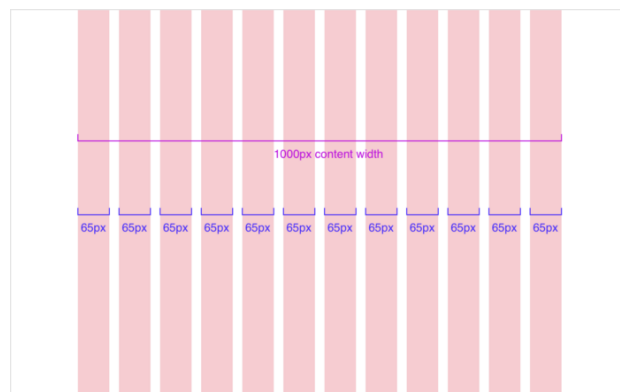
Merupakan area tempat peletakkan elemen desain pada sistem *grid*. Peletakkan elemen ditentukan dengan *columns* yang terdapat pada desain tersebut.



Gambar 2.36. *Field Elements*
(<https://uxdesign.cc/responsive-grids-and-how-to-actually-use-them-970de4c16e01>)

2. *Columns*

Merupakan patokan dari ukuran elemen desain pada *interface*, berbentuk kolom berwarna dan memiliki ukuran yang sama satu dengan yang lain. Berbeda dengan *grid* sistem pada umumnya, *column* pada *responsive grid* berukuran fleksibel sehingga lebarnya akan berubah sesuai dengan ukuran layar tampilan (biasanya berukuran 60-80 px). Setiap media memiliki jumlah kolom yang berbeda-beda, pada *mobile application* biasanya terdapat 4 kolom untuk ponsel pintar dan 8 kolom untuk *tablet*.

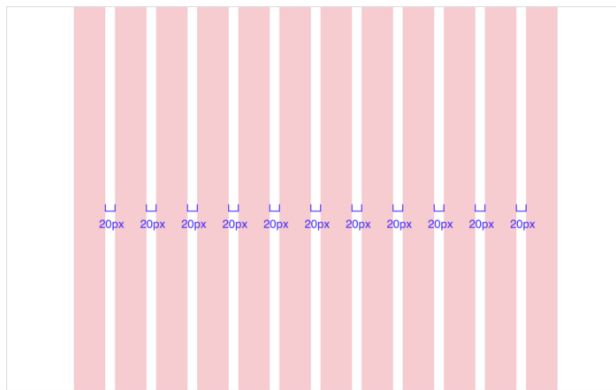


Gambar 2.37. *Columns*

(<https://uxdesign.cc/responsive-grids-and-how-to-actually-use-them-970de4c16e01>)

3. *Gutters*

Merupakan ruang kosong yang memisahkan jarak dari satu kolom ke kolom yang lainnya dan biasanya memiliki ukuran tetap (20 px).

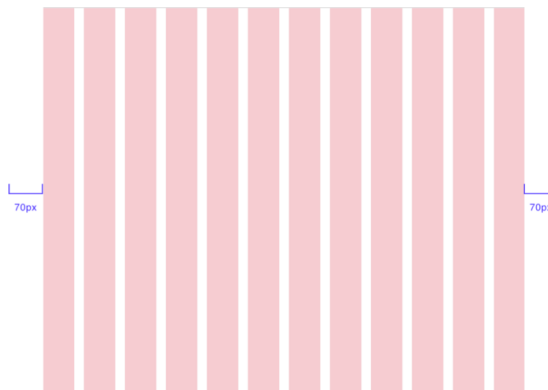


Gambar 2.38. *Gutters*

(<https://uxdesign.cc/responsive-grids-and-how-to-actually-use-them-970de4c16e01>)

4. *Side margins*

Merupakan ruang kosong pada sisi luar dari sistem *grid* sebagai pembatas antara desain *interface* dengan gawai elektronik yang digunakan. Biasanya pada *mobile application*, ukuran *side margin* berada dalam jangkauan 20-30 px namun beragam untuk *tablet*.



Gambar 2.39. *Side Margins*

(<https://uxdesign.cc/responsive-grids-and-how-to-actually-use-them-970de4c16e01>)

2.1.5. **Ilustrasi**

Landa (2014) mendefinisikan ilustrasi sebagai bentuk karya visual sebagai bentuk pendukung dari konten atau tujuan dari karya desain. Ilustrasi

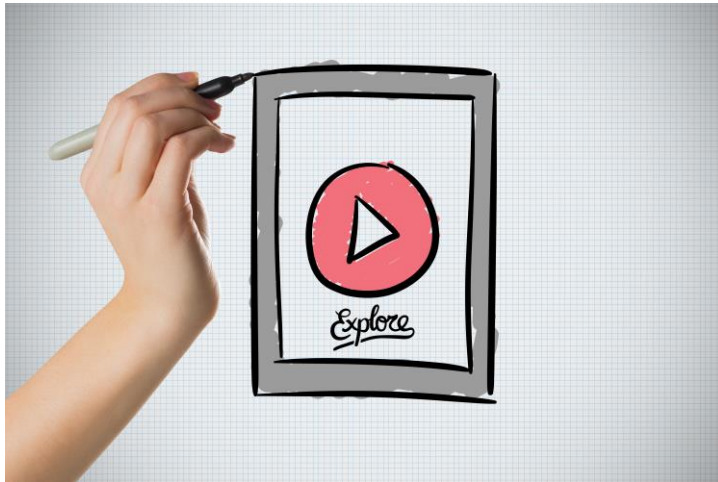
dapat berupa produk *digital*, tradisional, atau cetak tergantung pada fungsinya (hlm.378).

Ilustrasi *digital* sering disebut sebagai ilustrasi *modern*. William (2019) mendefinisikan ilustrasi *digital* sebagai bentuk ilustrasi yang dibuat serupa dengan ilustrasi tradisional namun dengan bantuan *gadget digital* sebagai media perancangan. Ilustrasi *digital* umum ditemukan dan digunakan dalam media *digital*, salah satunya seperti media interaktif. William (2019) juga mendefinisikan ilustrasi *digital* menjadi 2 kategori besar, yaitu:

1. Ilustrasi *Freehand Digital*

Ilustrasi *Freehand Digital* adalah ilustrasi yang dibuat dengan cara yang serupa dengan ilustrasi tradisional yaitu memanfaatkan goresan dari tangan namun memanfaatkan media *digital*. Pada umumnya, ilustrasi jenis ini digunakan untuk menggambarkan sebuah visual detail dan memiliki efek serta penggambaran yang lebih kompleks.

Produk akhir ilustrasi *freehand digital* juga berupa *bitmap*, yang mana gambar akan pecah menjadi pixel ketika diperbesar sehingga hasil akhir harus memiliki ukuran yang stabil dan tidak berubah-ubah. Biasanya juga, *freehand digital* dimanfaatkan untuk ilustrasi *digital* dalam media animasi.



Gambar 2.40. *Freehand Digital Illustration*
(<https://www.freepik.com/photos/background>)

2. Ilustrasi *Vector*

Ilustrasi *Vector* adalah jenis ilustrasi yang didasari dengan koordinat matematis, sehingga tidak berpaku pada patokan pixel. Ilustrasi jenis ini jika diubah ukurannya tidak akan merusak kualitas gambar, sehingga penggunaan ilustrasi vector lebih fleksibel untuk digunakan dalam media *digital* yang cenderung fleksibel ukurannya, seperti ilustrasi pada *website*, aplikasi, logo, dan lain sebagainya.



Gambar 2.41. *Vector Flat Design Illustration*
(<https://www.freepik.com/vectors/people/>)

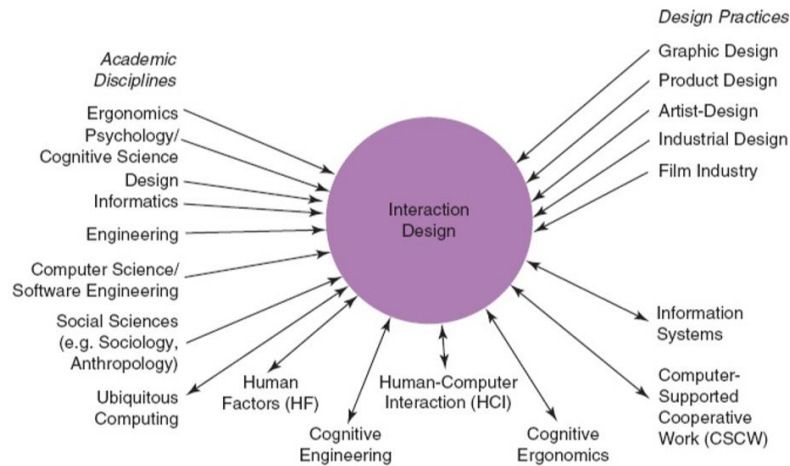
Pada umumnya, ilustrasi *vector* tidak memiliki banyak detil dan lebih sederhana. Salah satu contoh gaya ilustrasi yang digunakan dalam ilustrasi *vector* adalah *flat design*. Kramer (2018) mendefinisikan *flat design* sebagai ilustrasi yang didasari dengan bentuk 2 dimensi dasar tanpa adanya detail seperti pencahayaan dan kedalaman dalam ilustrasi untuk menimbulkan kesan sederhana dan dapat menyampaikan informasi dengan cepat. Flat design umum digunakan untuk memberikan komunikasi yang sederhana namun efisien. Gaya ilustrasi ini umum ditemukan dalam infografis, halaman *tutorial*, iklan, logo, *icon* aplikasi, dan *User Interface*.

2.2. Desain Interaktif

2.2.1. Definisi Desain Interaktif

Rogers, Sharp, dan Preece (2011) mendefinisikan desain interaktif sebagai perancangan media yang berinteraksi dengan manusia guna memberikan manfaat positif terhadap kehidupan bermasyarakat.

Desain interaktif melibatkan adanya hubungan timbal-balik antar sebuah media dengan penggunanya. Hasil desain interaktif memiliki fungsi selain untuk hiburan tetapi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dalam masyarakat modern. Dalam perencanaan desain interaktif, dasar dari perancangan tersebut berpusat pada kebutuhan target penggunanya (hlm.19).



Gambar 2.42. Komponen Desain Interaksi
(Rogers, Sharp & Preece, 2011)

2.2.2. Bentuk Interaksi

Rogers dkk (2011) membagi jenis interaksi menjadi 2 yaitu:

1. Interaksi sosial

Interaksi sosial adalah bentuk interaksi yang melibatkan dua orang atau lebih. Adanya interaksi sosial menunjukkan bahwa manusia adalah manusia sosial. Interaksi sosial dalam desain interaktif diwujudkan dengan adanya media sosial yang menghubungkan seorang personil dengan orang lain, tanpa dibatasi ruang dan waktu (hlm. 87).

2. Interaksi emosional

Interaksi emosional merupakan bentuk interaksi yang melibatkan emosi dari penggunanya. Emosi yang ditimbulkan berdasarkan pengalaman pengguna yang didapatkan dari desain interaksi yang dilakukan ataupun dampak dari pesan yang ingin disampaikan dalam

perancangan desain tersebut. Interaksi emosional memberikan pengaruh signifikan terhadap tindakan atau perilaku penggunanya setelah menggunakan produk desain yang dimaksud (hlm. 107).

2.2.3. Interface

Interface (atau *User Interface*) menurut Rogers dkk (2011) adalah tampilan dan bentuk visualisasi dari desain interaksi yang meliputi *User Experience* atau pengalaman pengguna. Desain *interface* menyesuaikan tampilan media yang digunakan dalam menyelesaikan masalah. Bentuk *interface* disesuaikan dengan kebutuhan dan minat dari *target* pengguna secara umum, maka dari itu dibutuhkan penelitian dan riset untuk menyesuaikan gaya *interface* dengan preferensi penggunanya (hlm.129).

2.2.4. Proses Desain Interaksi

Menurut Rogers dkk (2011) dalam bukunya yang berjudul *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*, proses perancangan desain interaksi terbagi menjadi 4 (empat) tahap, yaitu:

1. Establishing requirements

Establishing requirements adalah tahap yang mana *target user* dari perancangan media interaktif disoroti permasalahan dan kebutuhannya. Pencarian informasi seputar *user* dapat berupa *survey*, wawancara, dan observasi lapangan menggunakan metode *empathy* dan pendekatan yang berpusat pada *user* tersebut (hlm.269).

2. *Designing Alternatives*

Desain alternatif adalah tahap perancangan secara keseluruhan ide dari informasi yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya. Informasi yang telah dikumpulkan dirangkum kembali menjadi satu bagan besar yang berisikan permasalahan dan kebutuhan dari *user* kemudian dirancang menjadi produk yang dapat diimplementasikan (hlm.296).

Tahap ini terdiri menjadi 2 (dua) tahapan kecil, yaitu:

1. *User Experience Design*

User Experience (UX) Design atau sering disebut desain konsep merupakan perancangan sistem dibalik layar dalam sebuah media interaktif.

2. *User Interface Design*

User Interface (UI) Design atau desain tampilan adalah tampilan luar dari media interaktif.

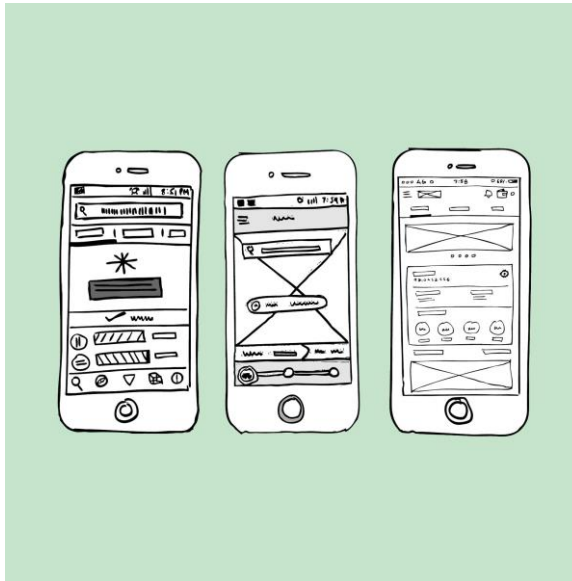
3. *Prototyping*

Prototyping adalah proses melakukan ujicoba implementasi produk kepada *user* target. Pada proses *prototyping*, produk harus dipantau untuk melakukan pendataan evaluatif terhadap kinerjanya (hlm.296).

Prototyping terbagi menjadi 2 yaitu:

1. *Low-Fidelity Prototyping*

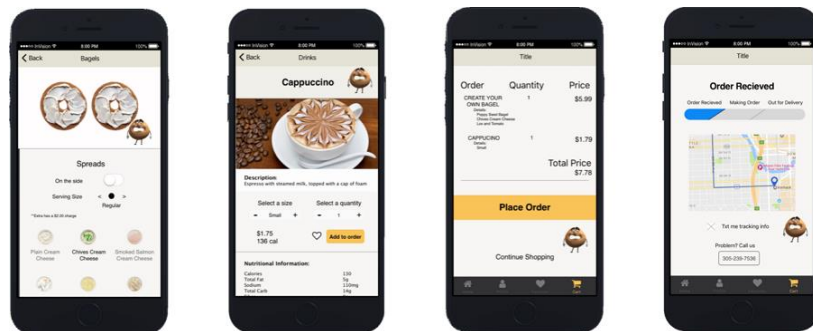
Merupakan bentuk *prototyping* seperti sketsa kasar yang belum menyerupai produk akhir, namun ditekankan pada eksplorasi *User Experience (UX)* yang akan dibuat (hlm.297-298).



Gambar 2.43. *Low-Fidelity Prototype*
 (<https://www.invisionapp.com/inside-design/low-fi-vs-hi-fi-prototyping/>)

2. *High-Fidelity Prototyping*

Merupakan bentuk *prototyping* tahap akhir yang menyerupai dengan produk akhir untuk melakukan eksplorasi dan tahapan finalisasi terhadap *visual User Interface* (UI) dari produk (hlm.301).



Gambar 2.44. *High-Fidelity Prototype*
 (<https://www.mockplus.com/blog/post/high-fidelity-and-low-fidelity>)

4. *Evaluating*

Evaluasi adalah tahap perbaikan produk yang telah diujicoba dan dicatat pendataannya (hlm.329). Dari hasil evaluasi tersebut, produk

dikembangkan hingga akhirnya sudah mencapai titik kepuasan target *user* tertentu untuk bisa diimplementasikan secara nyata (hlm. 330).

2.3. *Mobile Application*

2.3.1. Definisi *Mobile Application*

Menurut Salz dan Moranz (2013) dalam bukunya yang berjudul *The Everything Guide to Mobile Apps: A Practical Guide to Affordable Mobile App Development for Your Business*, *mobile application* adalah serangkaian program yang dirancang dengan tujuan tertentu dan ditujukan untuk pengguna ponsel pintar dan *tablet*. Perancangan *mobile apps* ditujukan untuk memudahkan pekerjaan manusia dengan memberikan alternatif lain sebagai pengganti komputer atau gawai elektronik berat dalam memenuhi kebutuhan keseharian.

Salz dan Moranz (2013) juga menyatakan bahwa dalam menjalankan sebuah *mobile apps*, dibutuhkan sistem untuk menjalankan aplikasi tersebut atau yang sering dikenal sebagai Operating System (OS).

2.3.2. Jenis-jenis *Mobile Application*

Salz dan Moranz (2013) mengelompokkan *mobile apps* menjadi 5 jenis, yaitu:

1. *Mobile web apps*

Mobile web apps merupakan jenis aplikasi yang berfungsi untuk memberikan kemudahan penggunanya untuk mengakses *web* situs melalui ponsel pintar atau *tablet*. Tujuan dari adanya aplikasi ini

adalah untuk memberikan akses aplikasi yang lebih rutin dan leluasa untuk penggunaannya. *Mobile web apps* membutuhkan adanya aplikasi *web browser* terlebih dahulu yang sudah terinstall di gawai elektronik pengguna.

2. *Native apps*

Native apps merupakan jenis aplikasi yang dapat diakses tanpa membutuhkan koneksi terhadap *website* tertentu dan biasanya tersedia di aplikasi toko (seperti Google PlayStore dan Apple Appstore). *Native apps* merupakan jenis aplikasi yang umum ditemukan dan digunakan dalam kehidupan keseharian pengguna. Aplikasi jenis ini hanya dapat ditemukan dalam satu platform saja.

3. *HTML5 apps*

HTML5 apps merupakan aplikasi yang hanya dapat dirancang dan dibuat hanya sekali namun dapat diimplementasikan dalam platform yang beragam.

4. *Hybrid apps*

Hybrid apps adalah jenis aplikasi yang tidak membutuhkan akses ke situs *web* tertentu, namun dapat diimplementasikan dalam beragam platform sekaligus. Secara structural, *hybrid apps* merupakan bentuk penggabungan dari *native apps* dan *HTML5 apps*.

5. *Cross-platform apps*

Cross-platform apps adalah jenis aplikasi yang melibatkan lebih dari satu platform. Tujuannya adalah agar lebih banyak pengguna dapat dijangkau melalui jenis platform yang lebih fleksibel.

2.3.3. *User Experience (UX)*

Lamprecht (2017) mendefinisikan *User Experience (UX)* sebagai segala jenis bentuk alur interaksi dalam yang dilakukan oleh pengguna sebuah produk yang menitik beratkan pada pengalaman pengguna ketika memakai sebuah produk media interaktif. *User Experience Design* merupakan proses perancangan dan pengembangan interaksi pada suatu aplikasi yang dibuat untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh pengguna.

Menurut Stevens (2019), prinsip perancangan sebuah *User Experience Design* terbagi menjadi empat ruang lingkup dalam sebuah *quadrant model*, yaitu:

1. Experience Strategy (ExS)

Experience Strategy adalah perancangan sebuah sistem yang terstruktur sebagai jembatan antara pengguna (*user*) dengan perusahaan melalui produk yang dirancang.

2. Interaction Design (IxD)

Interaction Design adalah bentuk interaksi yang dilakukan oleh pengguna terhadap elemen-elemen interaktif pada produk yang nantinya akan menghasilkan sebuah reaksi atau hasil tertentu. Hasil dari interaktivitas akan memberikan pengalaman baru terhadap pengguna dari produk tersebut.

3. *User Research* (UR)

User Research adalah proses penelitian untuk mencari tahu kebutuhan pengguna dan permasalahan yang dihadapi sebagai pusat dari perancangan sebuah *User Experience*.

4. Information Architecture (IA)

Information Architecture adalah pusat navigasi utama pengguna terhadap produk dan sebagai penghubung antar satu fitur dengan fitur yang lainnya. *Information Architecture* memberikan korelasi antar satu konten pada produk media interaktif yang dihubungkan melalui *Interaction Design* yang telah dirancang.

2.3.4. *User Interface* (UI)

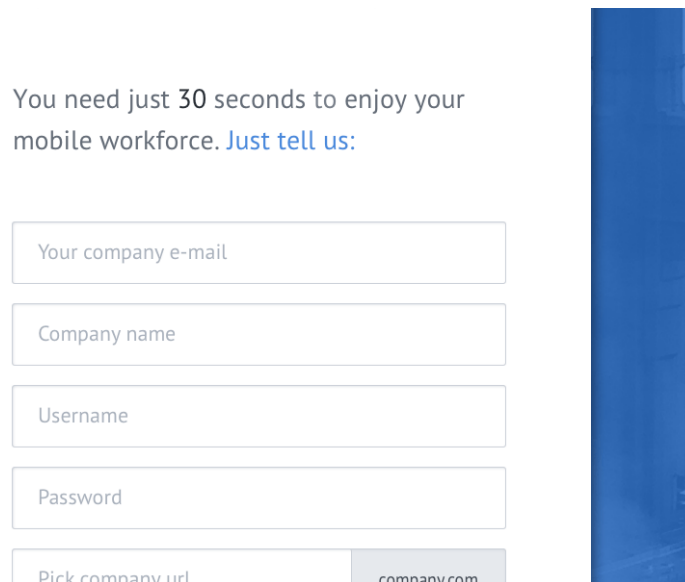
Menurut Lamprecht (2017), *User Interface* (UI) adalah segala sesuatu yang dilihat oleh pengguna secara visual dan merupakan tampilan tubuh nyata ketika melihat sebuah produk. *User Interface Design* adalah perancangan tampilan sebuah produk secara *digital* yang bertujuan untuk memberikan petunjuk kepada penggunanya melalui elemen visual yang terdapat pada tampilan tersebut.

Hannah (2020) membagikan komponen *User Interface Design* menjadi empat kelompok besar. Komponen tersebut umum ditemukan dalam layar media *digital* interaktif seperti aplikasi, situs *web*, dan perangkat gawai elektronik, diantara lain adalah:

1. Kontrol Input

Input pada kontrol memberikan akses bagi pengguna untuk mengisi kolom tersebut dengan tulisan dan memiliki tujuan tertentu (Hannah,

2020). Kolom input biasanya digunakan dalam media sosial dalam bentuk *comment bar*, kolom pencarian, dan formulir (Riva, 2019).



You need just 30 seconds to enjoy your mobile workforce. [Just tell us:](#)

Your company e-mail

Company name

Username

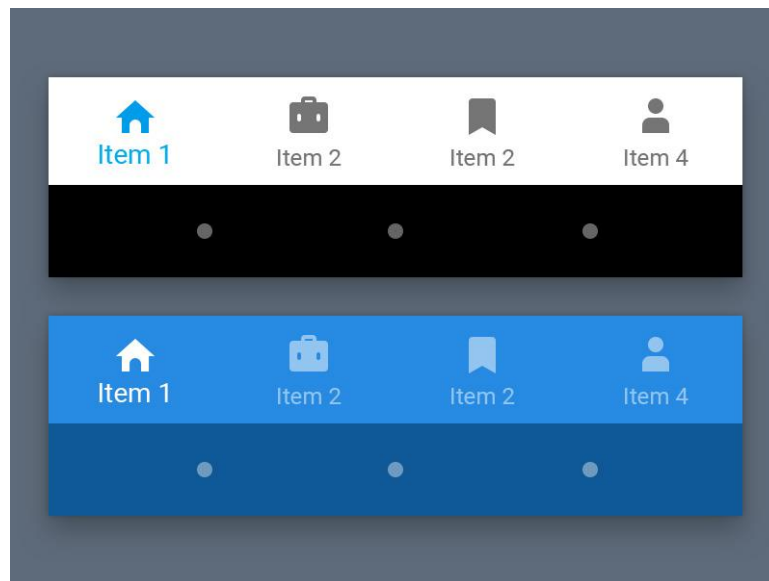
Password

Pick company url

Gambar 2.45. Contoh Kontrol Input: Formulir
(<https://www.sketchappsources.com/free-source/1238-sign-up-form-sketch-freebie-resource.html>)

2. Navigasi

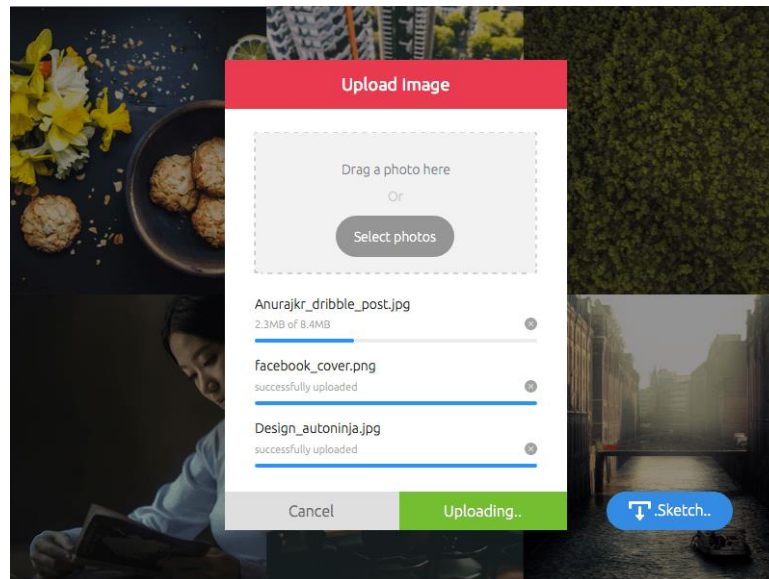
Navigasi memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan eksplorasi terhadap situs atau aplikasi (Hannah, 2020). Beberapa bentuk navigasi dilihat dari daftar elemen *User Interface* yang dijabarkan Riva (2019) adalah *menu button* (yang terdiri dari berbagai jenis seperti hamburger button, kebab button, dan lain sebagainya), *icon*, dan tombol yang memiliki fungsi masing-masing.



Gambar 2.46. Contoh Navigasi: *Navigation Bar*
(<https://www.sketchappsources.com/free-source/2084-material-bottom-navigation-sketch-freebie-resource.html>)

3. Konten Informasi

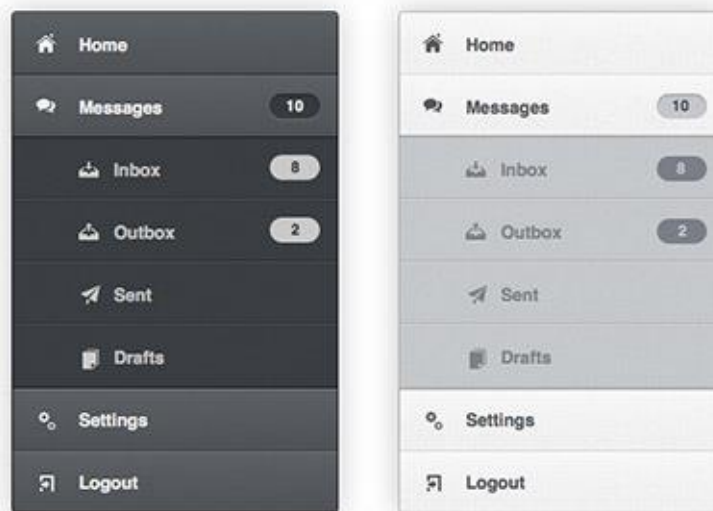
Konten informasi berfungsi sebagai komponen penyedia informasi kepada pengguna dan biasanya berupa progresif (Hannah, 2020). Beberapa contoh dari konten informasi yang ditemukan dalam *User Interface* adalah kotak notifikasi, loader, kotak pesan, dan *progress bar* (Reid, 2019).



Gambar 2.47. Contoh Konten Informasi: *Uploader*
(<https://www.sketchappsources.com/free-source/1512-image-uploader-ui-sketch-freebie-resourcehtml>)

4. *Containers*

Containers merupakan suatu komponen pada *User Interface* yang berfungsi sebagai opsi untuk menyembunyikan konten-konten yang berhubungan menjadi suatu wadah kecil. Pengguna dapat menggunakan container untuk menyembunyikan konten-konten tersebut lalu dapat dimunculkan kembali sesuai dengan kebutuhan. Contoh dari *containers* adalah *accordion*.



Gambar 2.48. Contoh *Containers: Accordion*
(<https://www.sketchappsources.com/free-source/155-accordion-sliders.html>)

2.3.5. Proses perancangan *Mobile Application*

Menurut Lam (2016), proses perancangan sebuah *mobile application* dibagi menjadi 6 tahapan, yaitu:

1. Melakukan riset terhadap *user*

Tahap pertama dalam perancangan sebuah *mobile application* adalah menganalisa siapa target pengguna beserta dengan latar belakang, kebutuhan, dan permasalahan dari pengguna tersebut. Data dicari melalui survey dan mengumpulkan opini serta masukan dari calon pengguna. Berdasarkan data yang telah diperoleh, permasalahan ditarik kemudian dianalisis yang kemudian akan dijadikan sebagai akar dari perancangan *mobile application*.

2. Membuat *User Persona*

Setelah mendapatkan data mengenai pengguna, data tersebut dirangkum menjadi ringkasan berupa *Persona*. *Persona* merupakan perwakilan dari calon pengguna dari *mobile application* yang dirancang, dengan melihat tujuan, kebutuhan, kebiasaan, perilaku, serta minat dari pengguna. *User Persona* dirancang serealistis mungkin dan menyerupai dengan manusia pada umumnya dengan tujuan menjadi patokan bagaimana *mobile application* yang dirancang.

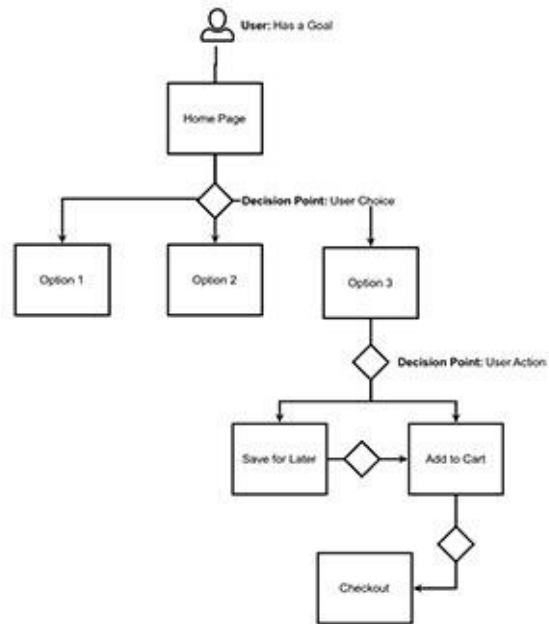
3. Melakukan analisa pengguna (*brainstorming*)

Analisa pengguna didasari oleh data yang telah diperoleh dari perancangan *user Persona*. Pada tahapan ini, *developer mobile application* melakukan *brainstorming* ide berdasarkan kebutuhan dari *user*.

Tahapan analisa pengguna dan *brainstorming* dibagi menjadi tiga tahapan kecil:

a. *Scenario map*

Setiap *user Persona* pasti memiliki penggambaran masing-masing sesuai dengan kehidupan nyata. Dalam *scenario map*, cerita-cerita dari masing-masing *Persona* dipisahkan dan dibagi sesuai dengan kategori menggunakan *sticky notes* (misalnya terdapat kategori: *goal*, *needs*, *struggle*, dll.) sehingga setiap kategori terpenuhi dengan berbagai *insight*. *Insight* tersebut kemudian dirangkum dan

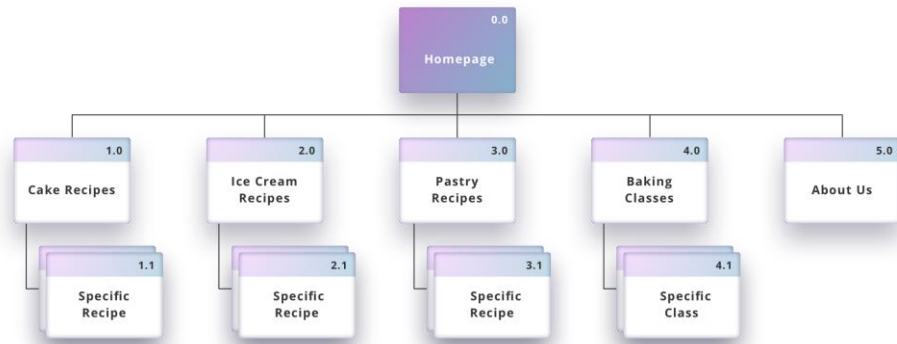


Gambar 2.50. *User Flow*

(<https://slickplan.com/blog/getting-started-with-building-ux-user-flows-for-e-commerce>)

c. *Sitemap*

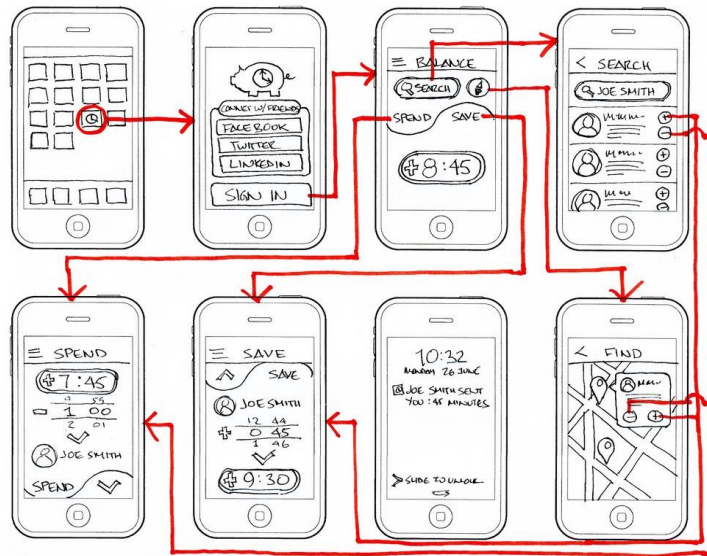
Berdasarkan *scenario map* dan *user flow* yang telah dibuat, sitemap dirancang sebagai kesimpulan dari setiap interaksi dan kebutuhan *user* pada *mobile application*. Pada *sitemap*, seluruh halaman yang akan tampil dirangkum menjadi sebuah bagan besar, yang mana pada bagan tersebut dihubungkan sesuai dengan simulasi penggunaan *mobile application* pada *user flow*.



Gambar 2.51. *Sitemap*
 (<https://uxdesign.cc/how-to-create-a-ux-sitemap-a-simple-guideline-8786c16f85c1>)

4. *Wireframing*

Pada tahapan *wireframing* atau *interaction prototyping*, interaksi dirancang dan dihubungkan secara nyata melalui visual. *Prototype* dibuat menjadi *Low Fidelity* terlebih lalu dijadikan bahan untuk *user test* terlebih dahulu untuk melihat apakah *flow* dan *sitemap* sudah berfungsi dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Masukan dari *user test* tersebut dijadikan sebagai bahan perbaikan untuk dilanjutkan ke tahap berikutnya.



Gambar 2.52. Wireframe

(<https://blog.prototypr.io/why-you-shouldnt-skip-your-wireframing-1f7a70d5c125>)

5. Desain Visual (*User Interface*)

Setelah tahap *wireframing* dan *prototyping* awal sesuai dengan kebutuhan dan tujuan target pengguna, desain visual (*high fidelity*) mulai dirancang. Dalam merancang *User Interface*, harus dibuat juga sebuah panduan yang berisikan informasi mengenai warna, jenis *font*, ukuran *font*, dan ketentuan dasar lainnya untuk menjaga konsistensi visual *mobile application*, terutama jika aplikasi tersebut akan diperbarui secara berkala.

6. Analisa (Validasi)

Setelah *mobile application* selesai dirancang, penggunaan aplikasi harus diuji kembali apakah aplikasi tersebut sudah memenuhi kebutuhan dan tujuan awal perancangan. Jika ada aspek yang menjadi kekurangan saat aplikasi digunakan, masukan tersebut menjadi patokan untuk pembaruan

pada masa yang akan mendatang. Proses validasi biasa dilakukan dengan menganalisis metrik pengguna melalui perangkat analisis (*analytic tool*).

2.4. Vent

Vent didefinisikan sebagai sebuah tindakan melampiaskan emosi yang ada di dalam diri seorang individu (Vocabulary, n.d.). Pada dasarnya *vent* berarti melampiaskan emosi negatif dan emosi lainnya sebagai bentuk pengekspresian diri. Kurz (2017) menjelaskan bahwa *venting* merupakan salah satu cara yang umum bagi seorang pribadi untuk menurunkan level stress. Secara umum, *venting* terdiri dari 2 proses penting yaitu melakukan *venting* dan mendengarkan *venting*.

Melakukan *venting* berarti mengeluarkan emosi yang ada dalam diri kita melalui perkataan atau tindakan tertentu (Behera, 2014).

2.4.1. Dampak Venting

Seltzer (2014) menjabarkan dampak positif dan dampak negatif dari *venting*, diantara lain adalah:

1. Dampak Positif
 - a. Sebagai media melepaskan emosi negatif.
 - b. Membantu mengembalikan kontrol emosi.
 - c. Memancing simpati orang lain dalam menghadapi masalah pribadi.
 - d. Menyeimbangkan kembali daya pikir seseorang akibat emosi.
 - e. Membantu pribadi seseorang melepaskan masalah yang sedang berlangsung.

f. Sebagai media melampiaskan emosi yang aman dan nyaman.

2. Dampak Negatif

- a. *Venting* yang tidak terkendali dapat merusak hubungan antar-*Personal*.
- b. Memilih untuk *venting* secara terang-terangan, terutama kepada orang yang menjadi sumber permasalahan, dapat menimbulkan konflik lain.
- c. Sering dikelirukan menjadi alternatif untuk menyelesaikan masalah, padahal *venting* tidak menyelesaikan masalah apapun.
- d. Dapat menjadi bentuk pelarian seseorang dari tanggung jawab yang sedang dilakukan atau yang harus dihadapi.
- e. *Venting* yang ditujukan pada orang yang salah dapat menciptakan permasalahan dan asumsi negatif oleh orang lain.
- f. Sering melakukan *venting* membuat seseorang menjadi mengandalkan *venting* dalam menghadapi masalah dan malah menciptakan kebiasaan buruk.