

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Al-Quran

Drajat (2017) menjelaskan, Al-Quran adalah pedoman utama seluruh umat Islam didunia. Al-Quran berisikan wahyu-wahyu yang diturunkan langsung dari Allah SWT melewati malaikat Ke para nabi dan rasulnya. Al-Quran merupakan bacaan yang berisikan komunikasi Allah SWT dengan para pengikutnya, tidak hanya mengenai agama islam saja saja tetapi juga berisikan tentang filosofi hubungan antara manusia dan penyempurnaan syariat-syariat agama terdahulu. Walaupun Al-Quran diturunkan dengan bahasa arab, tetapi tidak semua manusia bisa memahami makna dari Al-Quran ini baik itu orang arab maupun non-arab.

Dijelaskan oleh Nasution (2019), Dalam Al-Qur'an terdapat aturan-aturan dan metode untuk membacanya agar tidak salah dalam membaca dan menerjemahkannya, salah satu metode pembelajaran Al-Qur'an adalah metode qiraati. Metode qiraati merupakan pembiasaan membaca Al-Qur'an secara langsung, *tartil* dan sesuai dengan kaidah ilmu tajwid. Metode pembelajaran qiraati mengajari para pembelajar secara cepat agar mampu membaca Al-Qur'an dengan waktu yang singkat. Metode qiraati memiliki prinsip-prinsip dasar yaitu:

1. Praktis dan sederhana
2. Sedikit demi sedikit

3. Bimbing dan arahkan
4. Memberi rangsangan untuk saling berlomba
5. Waspada dengan bacaan salah



Gambar 2.22. Al-Quran

(Sumber : <https://konsultasisyariah.com/35129-pembagian-surat-dalam-al-quran.html>)

2.1.1. Pendidikan Al-Quran Untuk Anak

Menurut Alucyana (2017) dalam jurnalnya yang berjudul “Pembelajaran Al-Qur’an Untuk Anak Usia Dini Dengan Metode Musyassar” menjelaskan, pembelajaran Al-Quran sudah ada semenjak agama Islam masuk ke Indonesia. Pendidikan Al-Quran sudah berkembang secara formal maupun non formal seperti Taman Pendidikan Al-Quran (TPA) dan Lembaga Pengembangan Tilawatil Quran (LPTQ). Dengan adanya lembaga-lembaga tersebut memudahkan para anak-anak untuk mendapatkan pendidikan Al-Quran sejak usia dini atau *golden age*. Tanpa adanya Pendidikan sejak usia dini, tidak akan memaksimalkan pengaruh dan perkembangan berikutnya pada anak. Oleh karena itu dengan

mendidik Al-Quran sejak dini akan memberikan stimulus yang signifikan untuk perkembangan anak secara optimal.



Gambar 2.23. Membaca Al-Quran

(Sumber : <https://islami.co/mana-yang-lebih-utama-membaca-al-quran-dengan-suara-keras-atau-pelan/>)

2.1.2. Pengertian Tahsin Al-Quran

Menurut Afifuloh (2019), dalam skripsinya yang berjudul “penerapan Pembelajaran tahsin Dan Tahfidz Al-Qur’an Di MIN 1 Kota Cilegon”, kata tahsin berasal dari tahsinan, yahassinu, dan hassana yang berarti menjadi baik. Tahsin berasal dari pengertian yang artinya membaguskan, memperbaiki, membuat lebih baik dari awal. Kata tahsin tidak jauh dari kata tilawah, yang bermakna bacaan. Dari segi pembacaan adalah membaca Al-Quran dengan berhati-hati sehingga memaknai kandungan Al-Quran didalamnya menjadi lebih mudah dan baik.

Secara umum kata tahsin dengan tajwid sangat memiliki keterkaitan yang kuat. Tajwid sendiri dari fi’il madhi jawwada memiliki arti menyempurnakan, menghaluskan, atau memperkuat. Pengertian tajwid adalah ilmu atau

pembelajaran yang mempelajari semua pemahaman tentang huruf dan hukum bacaan Al-Quran. Tajwid bertujuan untuk memperindah dalam pelantunan bacaan Al-Quran.

Jika disimpulkan tahsin dan tajwid sebenarnya memiliki tujuan yang sama dan hampir tidak memiliki perbedaan, karena tujuannya sama-sama ingin memperindah pengucapan dan tehnik pelantunan Al-Quran secara tartil (baik dan benar). Ibnu Katsir juga berkata: “Sesungguhnya, yang di tuntutan secara syar’I adalah memperindah suara, yang merupakan pendorong untuk mentadaburi Al-Quran serta memahaminya, dan khusuk, tunduk, patuh, serta taat”. Jadi ilmu tajwid baik itu dari segi makhorijul huruf maupun pelantunan bacaan Al-Quran semuanya sudah termasuk dalam cakupan ilmu tahsin.

2.1.3. Tujuan Pembelajaran tahsin Al-Quran

Dikutip oleh Afifuloh (2019) dalam skripsinya dari Murjito (2000:17), metode pembelajaran ilmu tahsin mempunyai tujuan agar pelaksanaan pembelajaran dapat berjalan sebaik mungkin dan sesuai dengan kaidah sebagaimana yang dikehendaki oleh Allah SWT dan rasul-Nya. Tujuan metode pembelajaran tahsin Al-Quran dijabarkan sebagai berikut:

1. Menjaga kesucian, kehormatan dan kemurnian dari Al-Quran dari tehnik membaca yang benar, sesuai dengan kaidah tajwid.
2. Menyebarkan ilmu baca Al-Quran dengan cara yang benar, sebagaimana contoh dari sunnah nabi Muhammad SAW.

3. Mengingatkan para pengajar ilmu tahsin Al-Quran agar lebih berhati-hati dan jangan sembarang dalam mengajar ilmu tahsin Al-Quran.

Dari pembahasan diatas maka disimpulkan bahwa, tujuan pembelajaran ilmu tahsin Al-Quran dinilai dari kualitas Pendidikan atau pembelajarannya. Dengan cara menyebarluaskan ilmu membaca Al-Quran sesuai dengan kaidah ilmu tajwid. Sebagaimana dicontohkan oleh junjungan besar umat Islam nabi Muhammad SAW.

2.1.4. Manfaat Pembelajaran Ilmu Tahsin Al-Quran

Dijelaskan kembali oleh Afifuloh (2019), salah satu tolak ukur kualitas seorang muslim dinilai dari agamanya. Oleh karena itu kualitas membaca Al-Quran seorang muslim juga dapat mempengaruhi kualitas agamanya. Dalam membaca Al-Quran ilmu tahsin juga memiliki manfaat itu sendiri sebagai berikut:

1. Membaca Al-Quran dengan metode tahsin secara baik dan benar akan menjadikan seseorang dicintai oleh Allah SWT.
2. Membaca Al-Quran dengan tartil akan memudahkan pendengarnya, untuk merasakan adanya kehidupan dalam Al-Quran.
3. Pelafalan Al-Quran yang baik akan mempermudah pembacanya untuk mendapatkan pahala dari Allah SWT.
4. Pelafalan AL-Quran yang baik akan meningkatkan derajat dan kualitas seseorang dalam Bergama.
5. Pelafalan Al-Quran yang baik memungkinkan seseorang untuk mengajarkan Al-Quran setidaknya kepada orang-orang terdekatnya.

2.1.5. Taman Pendidikan Al-Quran

Menurut As'ad Humam dalam Alim Abdi (2019), taman pendidikan Al-Quran adalah sebuah tempat untuk anak-anak usia 7-12 tahun mempelajari ilmu tentang Al-Quran baik itu membaca dan menulis, serta belajar untuk mencintai Al-Quran sepenuh hati agar menjadi generasi Qur'ani. Taman pendidikan atau TPA adalah tempat yang "indah dan nyaman" begitu juga proses pembelajarannya harus mencerminkan tempat TPA itu sendiri. TPA harus menciptakan nuansa yang indah, nyaman dan menyenangkan bagi anak-anak.

Keberadaan TPA sangatlah penting karena memiliki tujuan yang mulia yaitu memberikan pembekalan ilmu pendidikan Al-Quran dengan baik dan benar sejak anak usia dini dan memberantas buta Al-Quran bagi umat Islam, itu mengapa dalam TPA terdapat proses kegiatan belajar mengajar secara profesional hingga akhirnya bisa mencetak lulusan yang fasih membaca Al-Quran.

2.2. Pengertian Perancangan Desain

Menurut Supriyono (2010) Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah bidang ilmu pengetahuan yang mengkomunikasikan pesan melalui visual. DKV merupakan sebuah proses untuk menyampaikan informasi atau pesan melalui visual yang terdiri dari warna, garis, tipografi, *layout* dan sebagainya, melalui berbagai media atau teknologi. Beliau menegaskan sebuah pesan dalam desain harus dapat dicerna oleh para target dengan mudah dan menyenangkan.

Dalam proses mendesain, terdapat langkah-langkah yang baik untuk menghasilkan sebuah desain yang diterima dengan baik oleh target sasaran, Menurut Lauer (2016), desain merupakan memecahkan masalah menggunakan solusi visual. Dalam sebuah proses desain dibutuhkan sebuah kreativitas karena dalam mendesain tidak ada jawaban yang pasti. Sarana terbaik agar menemukan kreativitas adalah dengan cara berfikir, melihat, mengerjakan dan menyimpulkan. Dari teori tersebut penulis juga harus memikirkan bagaimana merancang sebuah desain dengan kreatif agar bisa diterima dengan baik oleh target sasaran. Pada saat proses pengerjaan karya penulis berharap dapat melakukan eksperimen dalam menentukan material apa yang sesuai dan dapat digunakan oleh target sasaran dengan mudah.

2.2.1. Prinsip Desain

Agar penulis lebih bijaksana dalam merancang desain media informasi interaktif dengan baik, penulis harus memperhatikan prinsip-prinsip desain, Lauer (2016) memetakannya menjadi beberapa jenis prinsip desain yang harus sebagai berikut:

1. *Unity* atau kesatuan adalah presentasi dari gambar yang saling terintegrasi yang menciptakan harmoni elemen desain. Dapat dilihat dari contoh lukisan dibawah ini karya Wayne Thiebaud, dalam lukisan ini hal yang menunjukkan prinsip dari *unity* adalah dari pengulangan bentuk garis oval, selain bentuk juga terlihat dari keharmonisan pada penerapan warna.



2.

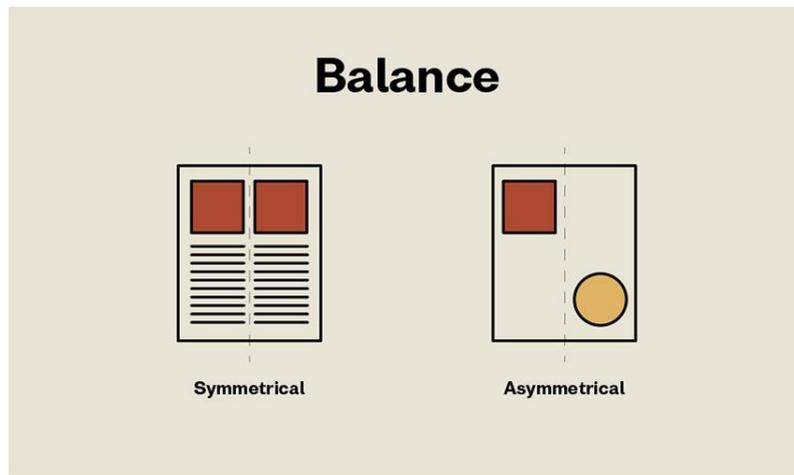
3. Gambar 2.1. Prinsip *Unity*

4. (Sumber: David lauer/Design Basics)

1. *Emphasis* adalah penekanan desain/lukisan untuk menarik perhatian dari para penonton atau yang melihat karya tersebut dengan menggunakan *focal point*, bisa berupa penggunaan warna, ukuran dan peletakan posisi yang kontras.
2. *Emphasis* adalah penekanan desain/lukisan untuk menarik perhatian dari para penonton atau yang melihat karya tersebut dengan menggunakan *focal point*, bisa berupa penggunaan warna, ukuran dan peletakan posisi yang kontras.
3. *Scale and proportion* atau diterjemahkan menjadi mengacu pada ukuran yang relative. Untuk menentukan standar atau referensi seberapa besar atau kecilnya ukuran karya. *Scale and proportion* dapat digunakan untuk penekanan atau *emphasis* agar dapat mempengaruhi perasaan (*feel*) terhadap suatu karya desain atau lukisan.

4. *Balance* atau “keseimbangan” adalah komposisi yang perlu diperhatikan juga dalam sebuah karya atau desain. Secara umum, komposisi yang *balance* pada suatu karya atau desain lebih nyaman untuk dipandang. Bukan berarti karya atau desain yang tidak *balance* tidak mendapatkan tempat dalam seni, namun suatu karya yang tidak memiliki *balance* kurang menarik untuk dipandang. Tujuan adanya *balance* adalah untuk mencapai sebuah keseimbangan, memuaskan Hasrat dan menunjukkan kegelisahan pada suatu karya. *Balance* terbagi menjadi beberapa jenis yakni:

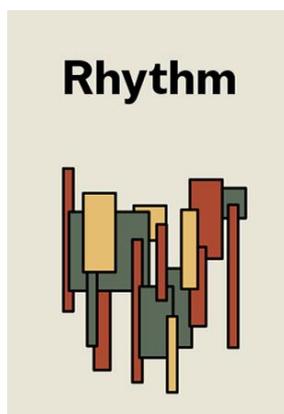
- a) *Symmetrical balance* (Bidang yang diulang pada sisi sebelahnya pada posisi vertical)
- b) *Asymmetrical balance* (Membagi bidang yang sama berat dengan objek yang berbeda)
- c) *Radial balance* (Elemen atau objek membentuk lingkaran dan menyesuaikan dengan titik tengah)
- d) *Crystallographic balance* (Teknik khusus yang menghasilkan impresi berbeda dari *Symmetrical Balance*)



Gambar 2.2. Prinsip *Balance*

(Sumber: <https://design.tutsplus.com/articles/the-principles-of-design--cms-33962>)

4. *Rhythm* atau pengulangan irama yang berbasis pada repetisi. Pada dasarnya *Rhythm* dikaitkan dengan suatu Gerakan namun bisa juga diterapkan pada visual, yang jelas dari unsur yang sama atau sedikit modifikasi agar menciptakan suatu sensai visual.



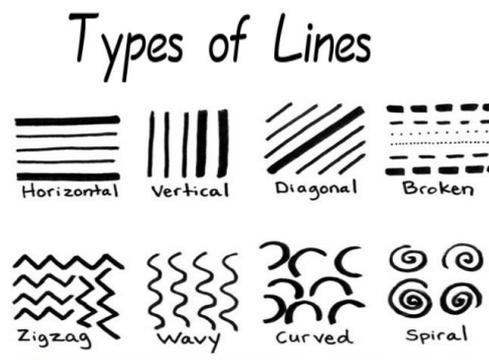
Gambar 2.3. Prinsip *Rhythm*

(Sumber: <https://design.tutsplus.com/articles/the-principles-of-design--cms-33962>)

2.2.2. Elemen Desain

Menurut Lauer dan Pentak (2016), elemen desain adalah bagaimana cara yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dan berekspresi secara visual. Secara formal elemen untuk membentuk dua dimensi ada beberapa macam jenis elemen dua dimensi, sebagai berikut:

1. *Line* atau garis, adalah titik yang ditarik atau bergerak menjadi sebuah garis. berfungsi untuk mengartikan sebuah *shapes*, *edges*, *forms*, *letters* dan *patterns*. *Line* memiliki berbagai macam banyak bentuk dan ketebalan, seperti contoh pada gambar dibawah ini.



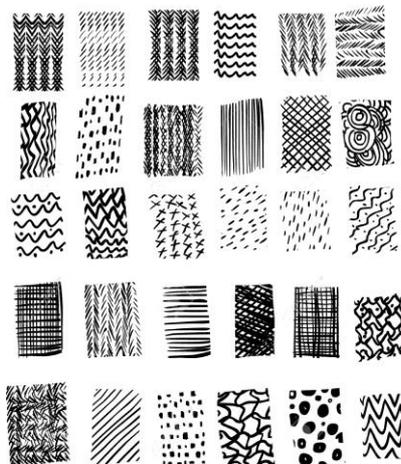
Gambar 2.4. Contoh Elemen Garis

(Sumber: <https://www.tes.com/lessons/Rb85Zx4xDeaUrA/e-elem-line-collage>)

2. *Shape* atau bentuk, adalah garis besar yang tertutup dari ujung titik ke ujung titiknya lagi menjadi suatu bentuk. Bentuk juga bisa terlihat dari warna, kontur, kedalaman, dan tekstur. Ada beberapa dasar dari bentuk seperti geometri, pada umumnya seperti persegi, lingkaran, dan segitiga. Ada pula bentuk *organic*, ciri-cirinya memiliki nuansa

naturalis, biomorfik, atau lengkung, dan masih banyak lagi jenis-jenis elemen garis.

3. *Texture* adalah representative kualitas sentuhan pada permukaan sebuah karya atau desain. Tekstur juga membuat para penonton untuk merasakan keadaan yang sebenarnya dalam sebuah karya. Tekstur tidak harus timbul, ada juga tekstur yang diprint namun karena hasil printnya memiliki “kedalaman” maka para penonton juga bisa merasakan bagaimana rasa dari tekstur tersebut walaupun tanpa menyentuhnya.



Gambar 2.5. Contoh Elemen *Texture*

(Sumber: https://www.123rf.com/photo_61942348_stock-vector-set-of-hand-drawn-textures-background-in-grunge-style.html)

4. *Illusion of space* atau disebut sebagai area permukaan dan kedalaman. Biasanya tertera pada karya seni tiga dimensi dimana seniman ingin menyampaikan perasaan melewati ruangan. Dalam hal ini ruang

adalah ilusi, karena gambar atau lukisan yang ditampilkan diatas kertas, canvas, atau papan diatasnya yang pada dasarnya adalah datar.



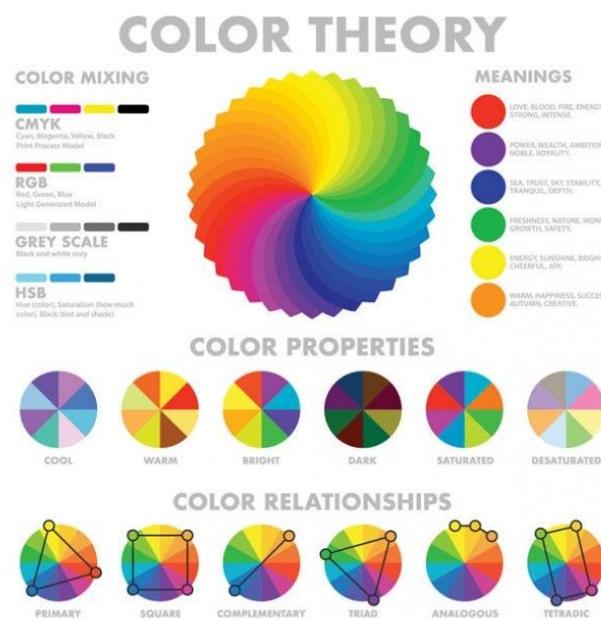
Gambar 2.6. *Illusion of space* Oleh Jacob Lawrence

(Design Basic, Lauer, hlm. 200, 2016)

5. *Value* mengacu kepada tingkat luminositas – Cahaya atau kegelapan – warna, seperti Biru muda atau gelap merah. Tujuan *value* adalah untuk menyesuaikan nilai “rona”, kecuali pada warna hitam dan putih karena kedua warna ini tidak dapat dipertimbangkan *achromatic* atau netral (tanpa rona). Pada penggabungan Hitam dan putih akan menciptakan warna abu-abu, warna abu-abu inilah yang akan menjadi penentu warna untuk lebih gelap (*shades*) atau jika ingin memiliki warna yang lebih terang (*tints*) cukup dengan menggabungkan warna putih saja pada warna warna yang diinginkan untuk. Pada komposisi, nilai kontras sangat berguna untuk menggambarkan sebuah bentuk seperti tulisan berwarna hitam diatas kertas putih tujuannya agar memperjelas

informasi dari tulisan tersebut. Berbeda dengan Saturasi, yang mengau kepada intensitas warna dan kekeruhan warna.

6. *Colour* atau warna adalah energi dari sebuah cahaya yang tidak dapat beridiri sendiri dan dengan adanya cahaya kita dapat melihat warna. Secara teori cahaya yang mengenai suatu benda maka benda tersebut akan menyerap cahaya menjadi warna sedangkan sisanya akan di refleksikan atau dpantulkan. Warna bisa merepresentasikan keadaan suatu tempratur, semakin berwarna merah maka diartikan semakin panas sebalik jika warna semakin berwarna biru maka akan menciptakan keadaan suhu yang dingin.



Gambar 2.7. Contoh Elemen *Colour*

(Sumber: <https://www.homeadvisor.com/r/color-theory-in-interior-design/>)

Menurut Lauer (2016), saat melihat suatu warna misalnya, warna merah menimbulkan rasa “hangat” atau sebaliknya saat melihat warna biru maka akan menimbulkan rasa “dingin”, hal ini bukan karena seseorang menyentuh warna merah akan menimbulkan rasa hangat atau terbakar namun ini karena warna dikaitkan dengan sensasi fisik, bukan dengan visual. Warna memiliki efek psikologis yang dapat memengaruhi efek psikologis yang dapat mempengaruhi emosi manusia. Perlu diketahui bahwa warna tidak mempunyai arti yang pasti, namun setiap warna memiliki konotasi yang *positif* dan *negative*.



Gambar 2.8. *Colour*

(Sumber: Design Basic 5th, Lauer, hlm. 200, 2016)

2.3. Media Informasi

Menurut Cahyadi (2019, hl. 2), Media berartikan ‘*medius*’ dalam Bahasa latin yang berarti ‘di antara’. Selain itu media diartikan sebagai sumber informasi dan sarana komunikasi, segala hal yang memuat informasi dari suatu sumber kepada penerimanya seperti “televise, video, diagram, bahan cetak, aplikasi, internet, dan

sejenisnya”. media merupakan sarana untuk berkomunikasi kepada penerima pesan. Panca indera manusia memiliki media yang paling mendominasi yaitu mata dan telinga, lalu pesan yang diterima akan diproses oleh otak manusia untuk berfikir sebelum bertindak. Media menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran, sebabnya adalah media memiliki fungsi yang strategis yang dapat memotivasi, minat dan perhatian para pelajar.

Media dapat disebut sebagai media pembelajaran jika informasi media tersebut berisi tentang pembelajaran. Media pembelajaran merupakan perantara atau penghubung untuk menyampaikan suatu pesan kepada penerimanya yang dapat merangsang “pikiran, perasaan, perbuatan, minat dan perhatian siswa”. Media pembelajaran memiliki dua unsur yaitu perangkat lunak (bahan materi pengajaran) dan perangkat keras (alat peraga yang dapat meningkatkan minat pengguna atau media). Media pembelajaran memiliki berbagai manfaat diantaranya adalah seperti mengatasi keterbatasan ruang dan waktu, penyajian pesan yang tidak terlalu verbal, dan lain-lain.

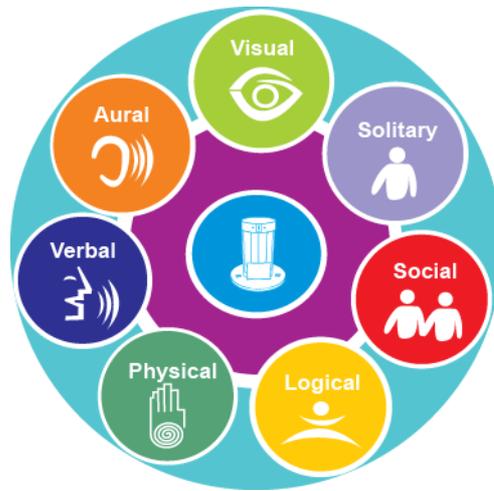
2.3.1. *Interactive Multimedia*

Dijelaskan oleh Anggraeni dan Daulay (2019), *multimedia interactive* adalah multimedia yang dilengkapi dengan pengontrol yang dapat dioperasikan oleh pengguna dan pengguna dapat memilih apa yang diinginkan penggunanya untuk proses selanjutnya. Multimedia semakin berkembang dengan pesat hingga mengarah kepada media *computer* dan teknologi, sehingga multimedia mampu

membantu didalam dunia Pendidikan. Pembelajaran interaktif termasuk dalam kategori *interactive multimedia*, karena memiliki media dan interaktifnya.

Masih tentang *interactive multimedia*, Septiani dan Rejekiningsih (2020) berpendapat bahwa *Interactive multimedia* merupakan salah satu sarana untuk meningkatkan pembelajaran dan keterampilan para peserta didik. Sebagian besar *interactive multimedia* dikembangkan untuk meningkatkan indera dan kemampuan kognitif siswa. Penerapan teknologi multimedia menjadi suatu kebutuhan dalam pembelajaran agar dapat berkembang lebih aktif berkat interaktif dan pembelajaran yang berkualitas, hal itu terbantu oleh beberapa komponen yang menjadi satu dalam produk aplikasi pembelajaran sebagai berikut:

- a. *Text*: mengenai penjelasan atau instruksi untuk penggunaan media
- b. *Graphic*: berupa gambar, ilustrasi, diagram atau simulasi latar suasana.
- c. *Video*: Gambaran umum dari suatu kegiatan.
- d. *Animation*: pergerakan dari gambar untuk mensimulasikan kegiatan tersebut.
- e. *Audio*: Narasi, percakapan, efek suara, dan background.



Gambar 2.9. Media Pembelajaran Multimedia

(<https://justeteacher.wordpress.com/2016/05/18/educational-multimedia-and-learning-style-preferences/>)

2.3.2. *Mobile Application (Apps)*

Mobile application atau aplikasi seluler merupakan program berbasis computer yang di desain pada perangkat seperti *smartphone* dan *tablet*. A *mobile application* atau biasa disebut ‘aplikasi seluler’, merupakan perangkat lunak yang dirancang untuk perangkat seluler seperti *smartphone*. *Mobile applicaton* memiliki peranan dibidang teknologi yang tinggi. *Mobile application* sangat disukai oleh anak-anak terutama aplikasi khusus yang di rancang untuk anak-anak seperti aplikasi edukasi, *E-book*, *game* (Papadakis dan Kalogiannakis, 2017).



Gambar 2.10. Mobile Application

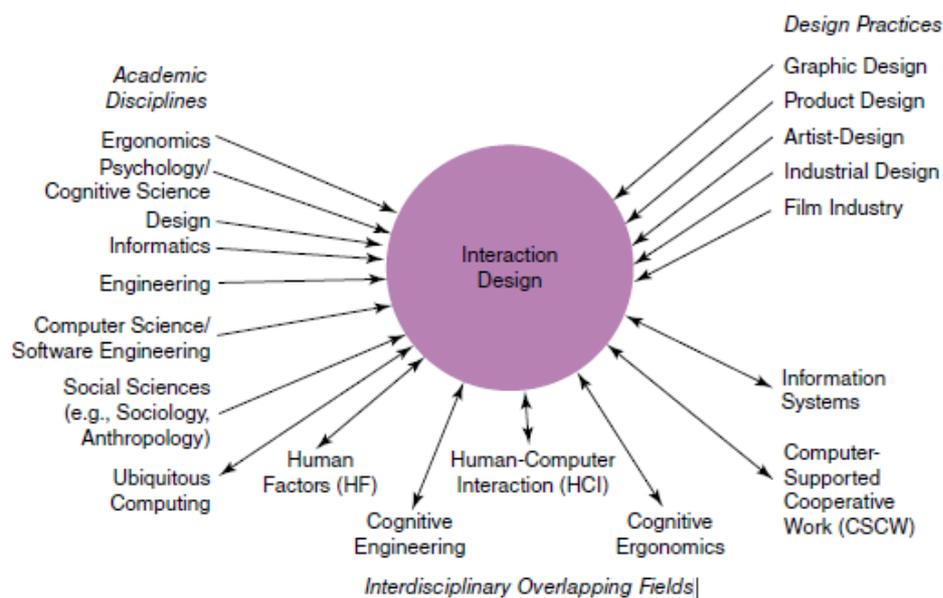
(<http://proceedinteractive.com/exploring-the-benefits-of-mobile-app-development/>)

2.3.3. *Interaction Design*

Dijelaskan oleh Sharp (2019, hlm. 9) dalam bukunya yang berjudul *Interaction Design: Beyond Human Computer Interaction 5th edition*, *interaction design* atau biasa disebut sebagai interaktif desain akan menghasilkan produk interaktif untuk mendukung seseorang untuk berkomunikasi dan berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari atau pekerjaan seseorang. *Interaction design* sudah pasti memiliki keterkaitan dengan *User Experience (UX)* dan *User Interface (UI)*. ID memiliki fokus utama yaitu praktik dan cara mendesain dari pengalaman pengguna. Desainer perlu mengetahui setiap perbedaan *user*, perkembangan *technology*, dan interaktif, untuk menciptakan pengalaman pengguna yang efektif. Setidaknya para desainer memahami bagaimana *user* bereaksi di setiap peristiwa dan bagaimana cara mereka berkomunikasi secara interaktif (hlm. 11).

Interaction Design juga memiliki komponen penting yang memiliki hubungan dengan kedisiplinan tentang ilmu, bidang, dan pendekatan yang

berkaitan dengan penelitian dan perancangan sistem berbasis computer untuk manusia. Pendekatan tersebut tentunya mempengaruhi hasil desain interaksi. Hampir seluruh media membutuhkan interaksi, dan interaksi tersebut berjalan dan terbentuk sesuai dengan kebutuhan manusia sebagai penggunanya. Bahkan hampir setiap produk yang digunakan seseorang memiliki *user experience*. *Interaction design* adalah tentang bagaimana perasaan seseorang sebagai pengguna tentang suatu produk atau media yang mereka gunakan, lihat, sentuh, hingga efek sensual kecil pada mereka sebagai pengguna (hlm. 9).



Gambar 2.11. *Interaction Design*

(Sumber: Sharp, 2019)

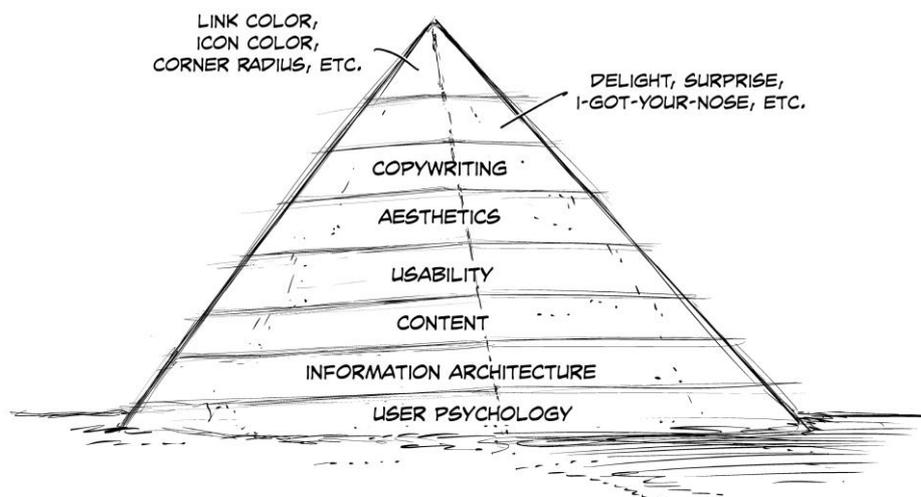
2.3.4. *User Experience (UX)*

Menurut Marsh (2016, hlm. 2), *user experience (UX)* adalah sebuah proses yang tidak jauh dari penelitian. Desainer harus mencari dan mengerti target penggunanya, mengembangkan desain untuk memecahkan pemasalah pengguna

dari apa yang mereka butuhkan dan pastikan hasilnya benar-benar berhasil di dunia nyata. Seorang desainer UX harus mengerti dan mempelajari lebih banyak tentang masukan dari penggunanya. *User Experience* adalah sebuah proses, dan seorang desainer UX harus mengetahui lima komponen utama yang harus selalu diingat dalam proses mendesain untuk UX, sebagai berikut:

- a) *Psychology*, Terkadang seorang desainer harus mengabaikan psikologi mereka sendiri untuk menanggapi pemikiran dari pengguna. Desainer bekerja dengan subjektif dan lebih banyak menggunakan perasaan. *User* juga dapat menghancurkan hasil asumsi desainer. Desainer harus mempertanyakan dirinya sendiri terlebih dahulu seperti apakah yang membuat pengguna nyaman?, apa yang pengguna ekspektasikan jika menggunakan navigasi seperti ini?, apa yang pengguna butuhkan?, dan lain-lain.
- b) *Usability*, Sebagian besar menggunakan kesadaran, desainer juga harus mengetahui hal apa yang menyebabkan kebingungan. Komponen ini memiliki konsep untuk memudahkan pengguna sehingga orang yang kurang mengerti pun dapat menggunakannya.
- c) *Design*, dalam dunia desainer UX seorang desainer harus bisa membedakan pemaknaan dari desain itu sendiri. Definisi dari kata “*design*” harusnya lebih banyak pemaknaan dari desain itu sendiri dibandingkan dengan kesenian. Dalam desain UX, seorang desainer harus berfikir bagaimana sebuah desain bekerja, tampilan bukanlah yang utama.

- d) *Copywriting*, ada perbedaan besar tentang *writing brand copy* dengan *writing UX copy*. *Brand copy* cenderung lebih ke arah gambar dan nilai-nilai perusahaan sedangkan *UX copy* tentang menyelesaikan sesuatu secara langsung dan sesederhana mungkin seperti apakah desain ini bersih, bertujuan, *simple*, dan berfungsi.
- e) *Analysis*, adalah hal utama yang membedakan *UX* dengan desain lainnya. Dengan menganalisis desainer *UX* menjadi lebih bernilai dengan keahlian dari analisis tersebut.



Gambar 2.12. *The Pyramid of UX Impact*

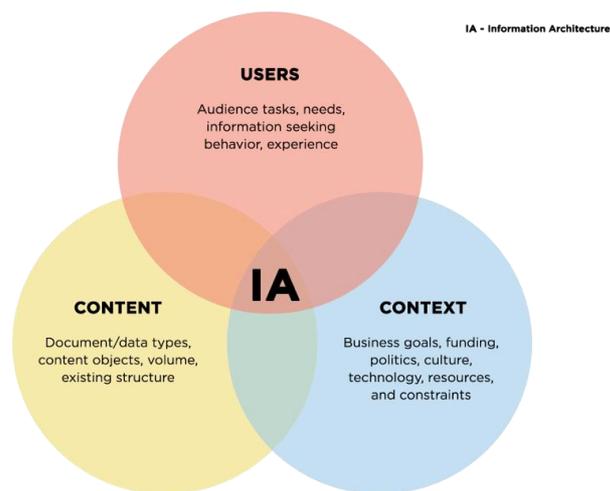
(Sumber: Marsh, 2016)

2.3.5. *Information Architecture*

Menurut Ronsefield (2015, hlm. 24) dalam buku *O'Reilly* yang berjudul *Information Architecture For The Web And Beyond*, secara konsep dan semiotika *information architecture (IA)* merupakan sebuah sistem dalam desain untuk

menyampaikan informasi kepada pengguna agar lebih mudah dipahami dan ditemukan, walaupun sistem ini tidak terlihat secara langsung oleh penggunanya, namun alurnya akan mempengaruhi intuisi pengguna saat menavigasi sebuah *digital design*. Ronsefield menjabarkan pengertian *information architecture* lebih dalam lagi sebagai berikut:

1. Merupakan desain yang terstruktur dalam lingkungan informasi bersama.
2. Bagian sintesis sistem organisasi, *labeling*, *search*, dan sistem navigasi dalam ekosistem *digital*, fisik, maupun *cross-channel*.
3. Merupakan seni dan pengetahuan dalam membentuk produk serta pengalaman informasi untuk mendukung fungsi, kemudahan, dan pemahaman.
4. Sebuah prinsip ilmu dan praktik yang berfokus membawa prinsip desain dan arsitektur ke *digital landscape*.



Gambar 2.13. Pengertian *Information Architecture*

(Sumber: <https://medium.com/@gabester78/understand-information-architecture-ia-e87373760936>)

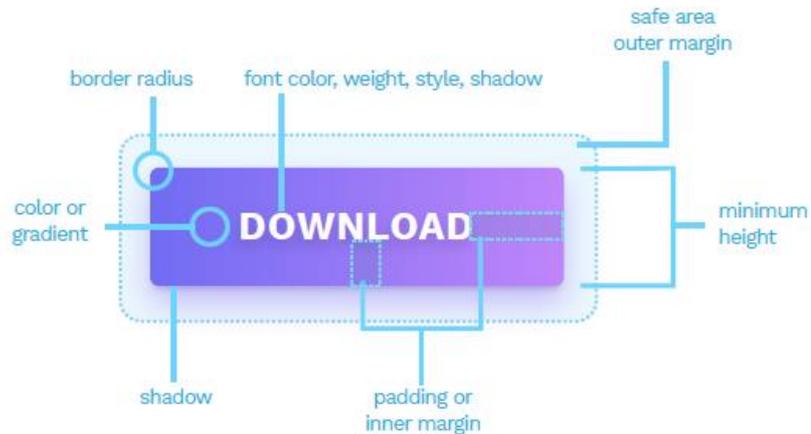
Information architecture (IA) memiliki beberapa prinsip dasar yang harus para desainer pahami, dan dijabarkan sebagai berikut:

1. *Information*: Dalam *IA* desainer mendapatkan informasi dari data dan manajemen pengetahuan. Data adalah fakta berupa angka sementara manajemen pengetahuan adalah benda yang ada di pemikiran seseorang. Dengan adanya sistem informasi maka tidak ada jawaban yang benar-benar pasti untuk menjawab sebuah pertanyaan.
2. *Structuring, organizing, and labeling*: Mengelompokkan komponen ke dalam kategori. Menciptakan konteks yang tepat bagi pengguna untuk memahami apa yang mereka lihat di lingkungan mereka. Sementara *labelling* adalah mencari tahu apa yang harus di kategorikan dan menavigasikan kearah kategori tersebut.
3. *Finding and managing*: Memanajemen konten yang efisien serta kebijakan prosedur yang jelas sangat penting. *Findability* akan mempengaruhi seluruh kesuksesan *usability*. Jika pengguna tidak mampu menemukan apa yang mereka cari dan butuhkan, pengguna akan bertanya dan *browsing* yang pada akhirnya sistem tersebut gagal membantu pengguna.
4. *Art and science*: *IA* sudah seharusnya mengandalkan pengalaman, intuisi, dan kreativitas. Desainer harus mempercayai intuisinya, dan inilah yang disebut sebagai seni dari *information architecture*.

2.3.6. User Interfece (UI)

Menurut Malewicz (2020, hlm. 16), jika *UX* adalah definisi dari *information architecture* maka *user interface (UI)* adalah *blueprint* atau tampilan akhir dari sebuah desain dan desainer *UI* harus bertanggung jawab akan hal tersebut. *UI* merupakan representasi visual dari sebuah produk digital. Biasanya *UI* sering di temukan pada penggunaan aplikasi dan website. *UI* memiliki hubungan dengan *user* dan fungsi dari sebuah produk. *UI* seharusnya lebih berpengalaman pada kenyamanan mata pengguna. *UI design* sudah seharusnya berhubungan dengan *grid system, layout, typography, colours, animation, dan microinteraction*.

Representasi visual seharusnya mudah untuk dibaca, digunakan, dan tidak memiliki elemen desain yang mengganggu. Jika sebuah desain *UI* masih membutuhkan penjelasan lagi, desain *UI* tersebut sudah pasti tidak baik. *UI* merupakan bagian dari *UX* karena *readability* dan tampilan juga mempengaruhi kemudahan dalam berinteraktivitas pengguna dan mempengaruhi perasaan pengguna terhadap suatu produk. *UI* desain merupakan rancangan arsitektural akurat dengan sedikit artistic. Jadi jika dirangkum keberhasilan *user interface design* adalah hasil yang memiliki *readability, useful, dan aesthetically*.

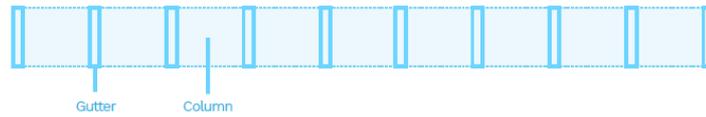


Gambar 2.14. *User Interface Design*

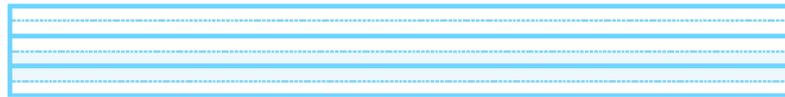
(Sumber: *Designing User Interface by Michael malewicz & Diana Malewicz*)

2.3.7. *Grid system & Layout*

Dijelaskan kembali oleh Malewicz (2020, hlm. 56), *grid* adalah bagian terstruktur dari sebuah layout. *Grid* merupakan garis yang membantu desainer untuk membentuk *layout* secara bersamaan. *Grid* memiliki dua tipe yakni *horizontal grid* dan *vertical grid*. *Horizontal grid* terdiri dari kolom vertikal ke samping dan ada *margin* atau talang diantara kolom - kolom tersebut. *Horizontal grid* merupakan dasar dari *layout interface design*. Sementara itu *vertical grid* terdiri dari kolom horizontal ke bawah. *Vertical grid* difungsikan untuk membantu desainer mengatur tinggi dari elemen, tahapan, dan *vertical whitespace*. Desainer harus selalu mengingat bahwa *grid* adalah aturan untuk menyelaraskan objek menggunakan bilangan dasar dan kelipatan *point grid*, artinya bagian margin luar dan semua padding termasuk dalam komponen dan *layout* (hlm. 70).



Horizontal grid



Vertical grid

Gambar 2.15. *Horizontal Grid Dan Vertical grid.*

(Sumber: *Designing User Interface by Michael malewicz & Diana Malewicz*)

Layout adalah hasil hirarki dari sebuah komponen *grid* yang membantu pengguna memindai dan mengarahkan sebuah desain yang akan diikuti oleh mata pengguna saat melihat sebuah konten. Walaupun tidak akan tampak pada hasil akhir sebuah produk, namun membantu desainer untuk membentuk hirarki terstruktur pada *blueprint* karya desain dan proyek desain. *Layout* memiliki dua jenis *pattern* yaitu *F-pattern* dan *Z-pattern*. *F-pattern* menunjukkan bahwa mata kita membaca dari tepi kiri konten lalu melompat ke kanan hanya melalui foto dan judul konten. Sementara *z-pattern*, Ketika ada sebuah foto dan video berukuran besar di tengah-tengah konten, pengguna membaca dari tepi kiri secara diagonal melewati foto atau video yang terdapat pada sebuah konten (hlm. 76).



Gambar 2.16. *Layout Pattern, F-patter (kiri) dan Z-pattern (kanan).*

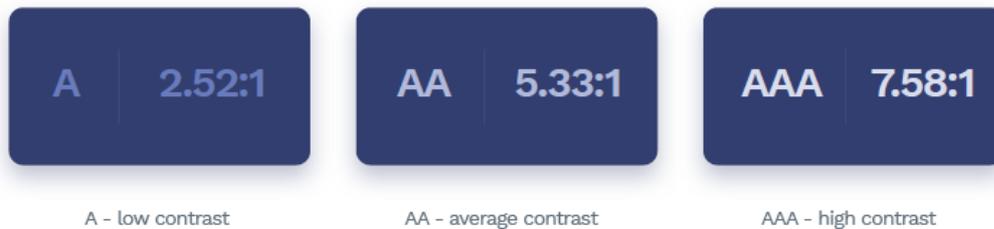
(Sumber: *Designing User Interface by Michael malewicz & Diana Malewicz*)

2.3.8. Warna *User Interface*

Warna memiliki kekuatan emosional terhadap orang itu mengapa memilih warna yang sesuai adalah suatu hal yang sangat penting dalam proses desain. Ini juga menjadi alasan mengapa kebanyakan orang-orang kurang mengingat nama produknya namun mudah mengingat warnanya seperti “aplikasi yang biru itu ” atau “situs website hitam putih itu ”. warna juga memiliki ikatan yang kuat dengan emosi kita , itulah mengapa pemilihan warna tidak hanya berdasarkan tampilan estetika nya saja.

Komponen warna seperti *brightness* dan *saturation* warna, secara langsung mempengaruhi keterbacaan. Tingkat kontras yang memadai membantu pengguna dengan masalah penglihatan untuk dapat mempermudah dalam penggunaan aplikasi. WCAG mendefinisikan tiga tingkat kontras yang bergantung pada ukuran elemen. Saat mendesain tampilan *UI*, penulis harus

mengingat 4: 5: 1 rasio kontras (atau AA) untuk semua elemen *UI* penulis seperti tombol, formulir, dan teks penting.



Gambar 2.17. kontras Warna
(Interface Design, hlm. 98)

Malewicz (2020) menjelaskan kembali mengenai *colour palette*, atau sekumpulan warna yang bekerjasama dengan baik. *Colour palette* juga berpengaruh dalam mengatur suasana hati pengguna saat melihatnya, hal ini adalah bagian terpenting dalam proses mendesain visual. Setiap warna juga memiliki fungsi dan makna psikologisnya masing-masing dalam perancangan *user interface*.

a. *Blue*

Secara statistik, biru juga merupakan warna yang paling disukai - baik oleh pria dan wanita. mereka jarang sekali menciptakan emosi negatif pada orang. Secara psikologi warna, biru adalah warna yang memiliki ketenangan dan relaksasi. warn biru bisa digunakan atau ditempatkan pada tampilan background atau sebagai panggilan interaktivitas pada *button*.

b. *Green*

Hijau adalah warna yang paling sensitif bagi mata manusia dalam psikologi warna, hijau sering diartiatikan sebagai lambang kesehatan, alam, ketenangan,

dan relaksasi. Hijau juga membangkitkan emosi positif dalam mengambil suatu Tindakan, warnanya cocok digunakan untuk tingkat interaksi paling tinggi pada *button*.

c. *Red*

Warna merah dikenal sebagai warna peringatan, dan yang paling menarik perhatian. Psikologi warna merah dikaitkan dengan emosi positif dan negative seperti energi, bahaya dan peringatan. Dalam penggunaan *user interface (UI)*, warna merah biasanya berkaitan jika adanya kesalahan atau peringatan kepada pengguna atau bisa juga diartikan untuk nilai yang lebih rendah atau penurunan nilai.

d. *Yellow*

Kuning membangkitkan emosi terutama positif, karena dikaitkan dengan matahari, kehangatan, dan emas. Namun warna kuning juga bisa dianggap sebagai warna peringatan. Dalam produk digital, kuning bekerja paling baik dengan warna pastel yang lebih terang, dan kebanyakan digunakan sebagai latar belakang.

e. *Orange*

Oranye adalah warna yang energik dan optimis, mirip seperti warna kuning. Warna oranye dilambangkan sebagai panggilan untuk bertindak dan aktivitas. Dalam produk digital, oranye paling cocok untuk aksen dan *CTA button*, karena tidak seagresif warna merah atau kuning. Warna ini juga tidak terlalu terkait dengan risiko seperti pada dua warna lainnya.

f. *Pink*

Warna *pink* adalah warna stereotip yang diasosiasikan dengan sisi feminin. Psikologi Warna Merah muda dikaitkan dengan wanita, keibuan, kepolosan, masa muda, romansa, dan kelembutan. Itu juga bisa berarti kenafian dan kekanak-kanakan. Jika digunakan pada tampilan visual, dengan rona yang lebih gelap dan lebih halus mungkin cocok untuk telekomunikasi atau layanan konsultasi

g. *Purple*

Ungu adalah warna paling langka, baik dalam produk digital maupun di alam. Warna ungu sering digunakan pada telekomunikasi dan teknologi. Secara psikologi warna berartikan profesionalisme, kebijaksanaan, kepercayaan, kualitas tinggi, dan modernitas. Warna ungu juga sangat cocok bila digabungkan dengan dengan banyak warna lain seperti biru, hijau, oranye, dan kuning.

h. *Black & Grey*

Dalam dunia desain, abu-abu paling umum pada gambar rangka dan elemen UI tertentu seperti bidang teks atau ikon yang tidak aktif. Kontras yang berlebihan pada kedua warna ini bisa sangat mengganggu dalam tampilan *user interface* karena akan memberikan kesan dan efek yang tidak wajar. Warna hitam dan abu-abu adalah warna yang serius, formal, dan netral secara emosional. Mereka terkait dengan keanggunan.

i. *White*

Putih adalah warna minimalis, sering kali cocok untuk menciptakan desain yang bersih dan "lapang". Warna putih adalah warna yang paling sering

digunakan saat mendesain *user interface*. Warna putih juga digunakan sebagai latar atau *negative space* yang merupakan ketetapan hierarki dalam desain.

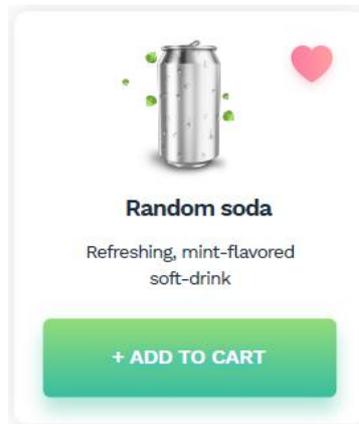


Gambar 2.18. *Colour Palettes*

(Interface Design, hlm. 109)

2.3.9. *Icon*

Menurut Malewicz (2020), *icon* adalah sebuah *pictogram* kecil atau simbolisasi yang berfungsi atau hanya sekedar status. Kebanyakan *icon* berbentuk sederhana dan tidak jauh dari *shape* dan objek sekitar. Perlu diketahui bahwa tidak semua bentuk *icon* bisa bermakna secara universal, dan terkadang sering disalah artikan oleh beberapa *user* karena *Icon* dapat berbeda bermakna di setiap kultur dan kebudayaan. Contoh yang dialami beberapa tahun lalu oleh Malewicz (2020) adalah, saat mendesain sebuah aplikasi untuk petani dan melakukan *user test*, saat ditanya apa maksud itu *icon* berbentuk hati, 67% menjawab bahwa produk ini sehat, dan hanya 21% berkata “*add to favorite*”. Jadi rata-rata semua *icon* yang dikenal secara umum tetap bisa di salah artikan.

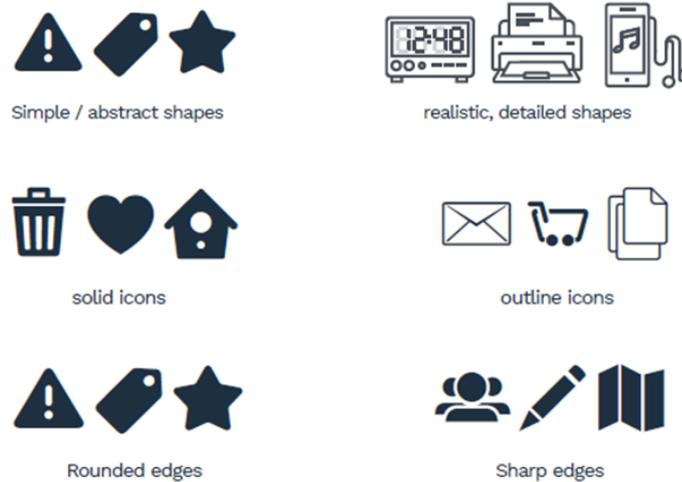


Gambar 2.19. Icon Design Karya Malewicz (2020).

(Interface Design, hlm. 168)

Icons adalah arahan untuk mengatur nada dan gaya produk yang membuat lebih *user-friendly*. *Icon* dan label akan mempermudah pengguna untuk memahami apa yang dilakukannya. Semakin lama atau sulit untuk memahami sebuah *icon* dan label maka semakin lama juga penggunaannya untuk memahaminya, maka sebaiknya gunakan bentuk visual yang lebih kompleks, sederhana tapi cukup untuk memaknai artinya. *Icon* memiliki banyak sekali jenis-jenisnya, sebagai berikut:

1. *Level of detail*, *interface icon* terbaik tentunya adalah simpel, tetapi bisa juga lebih realistic
2. *Fill vs outline*, *icon* bisa berbentuk penuh warna, atau menggunakan garis saja, bisa juga memiliki *shadow* atau *multiple colour*.
3. *Roundness*, Memiliki sudut visual yang tumpul yang bermakna *user friendly*, dan *sharp corner* bisa bekerja dengan baik untuk produk-produk serius.



Gambar 2.20. Icon Style.

(Interface Design, Malewicz (2020), hlm. 168)

Setiap bentuk bisa memiliki berat optic yang berbeda. Yang berarti sebuah objek bisa kekurangan ruang visual bahkan dalam tinggi dan lebarnya yang sama dengan yang lainnya. Itu mengapa sebuah icon lebih baik dikemas dalam bentuk oval dan persegi dengan ukuran 100 x 100 pixel.

2.3.10. *Typography*

Malewicz (2020, hlm. 140) menjelaskan, tipografi adalah suatu subjek yang sangat luas didalam dunia desain. Walaupun demikian tipografi memiliki aturan dasar yang dapat membantu *user interface design* kedalam level berikutnya. *Font* yang desainer pilih akan sangat mempengaruhi tampilan, suasana, *style*, dan pesan dari keseluruhan projek desain. Ada perbedaan antara *font* dan *typeface* (jenis huruf) yang penting untuk dipahami oleh desainer. *Typeface* adalah kumpulan jenis tampilan huruf yang masih dalam satu kategori, dan masing-masing tampilan

huruf tersebut adalah *font*. Jika diartikan *Helvetica* adalah *typeface*, dan *Helvetica Bold* adalah *font*. Setiap *font* memiliki pengelompokan karakteristik berdasarkan definisi strukturalnya. Sebaiknya desainer harus memahami nilai-nilai relevan pada *typography* sebagai berikut:

2. *Baseline*, adalah permukaan datar tempat *font* berada.
3. *Cap-height*, adalah tinggi dari huruf kapital.
4. *X-Height*, adalah tinggi huruf kecil sebagai *default* lainnya .
5. *Ascenders*, adalah semua elemen diatas *x-height*.
6. *Descenders*, adalah semua elemen dibawah *x-height*.



Gambar 2.21. *Typography*.

(Sumber: *Designing User Interface* by Michael malewicz & Diana Malewicz, hlm. 142)

Dalam mendesain tipografi pada *mobile design*, desainer harus mengetahui beberapa jenis *typeface*. Desainer *user interface* harus bijak dalam pemilihan *typeface* khususnya yang baik digunakan untuk *mobile design*. *Typeface* memiliki empat jenis yaitu *sans-serif font*, *serif font*, *decorative font*. Dari keempat jenis tersebut, *Sans-serif font* menjadi salah satu jenis *typeface* yang baik digunakan untuk *mobile design*.

Sans-serif adalah jenis *typeface* yang tidak menggunakan *serif* atau garis kecil tambahan seperti kaki untuk huruf. *Sans-serif* adalah tampilan *font* dasar

untuk semua *interface*, itu mengapa sangat cocok untuk produk digital karena kesederhanaannya dalam bentuk bahkan pada tampilan sederhana. *Sans-serif* terlihat minimalis dan lebih modern untuk meminimalisir *distraction*, sehingga memfokuskan pada konten itu sendiri. *Sans-serif font* sangat baik jika diletakan pada judul, *text block*, deskripsi, label, *button*, dan *forms*.



Gambar 2.22. *Sans-serif Font*.

(Sumber: *Designing User Interface* by Michael malewicz &
Diana Malewicz, hlm. 153)

Decorative font adalah jenis *typeface* seperti *script*, *calligraphy*, *handwritten* dan berbagai gaya *typeface* lainnya. *Decorative font* tidak boleh digunakan dalam *user interface design* kecuali memang memiliki tujuan tertentu. *Decorative font* dapat menghilangkan lapisan keseriusan dan membuat produk desain tampak lucu, santai, dan kekanak-kanakan, oleh karena itu *decorative font* tidak cocok untuk produk keuangan, perbankan, atau produk keseriusan lainnya.



Gambar 2.23. *Decorative Font*.

(Sumber: *Designing User Interface* by Michael malewicz &
Diana Malewicz, hlm. 155)