

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desain Grafis

Menurut Landa (2011) dalam buku *Graphic Design Solutions 4th*, desain grafis adalah bentuk dari komunikasi visual yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat dari representasi visual yang terdiri dari ide kreasi, seleksi, dan elemen visual. (hlm. 2)

2.1.1. Elemen Desain

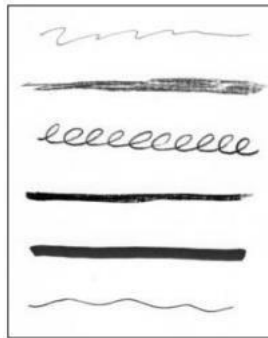
Menurut Robin Landa terdapat beberapa elemen pada sebuah desain. Elemen tersebut adalah garis, bentuk, warna dan tekstur. (hlm. 16-24)

2.1.1.1. *Line*

Garis merupakan sekumpulan titik-titik yang memanjang. Terdapat banyak alat yang dapat digunakan untuk membuat garis, diantaranya yaitu pensil, kuas yang runcing, perangkat lunak, serta benda-benda yang dapat membuat tanda. Dalam elemen desain garis memiliki banyak peran dalam komposisi dan komunikasi karena garis memiliki arah dan kualitas yang dapat membimbing mata pengamat di suatu arah. Terdapat berbagai macam jenis garis, diantaranya yaitu *solid line*, *implied line*, *edges* dan *line of vision*. *Solid line* merupakan garis yang padat dan jelas di permukaan. *Implied line* merupakan garis yang tidak bersambung satu sama lain tetapi terlihat seperti tersambung. *Edges* merupakan titik pertemuan antara garis batas. *Line of*

vision merupakan gerakan mata pengamat saat melihat sebuah komposisi dan biasa disebut juga sebagai garis gerakan.

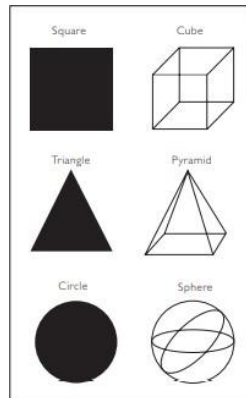
Garis memiliki fungsi sebagai memperjelas bentuk, membuat gambar, huruf dan pola. Garis juga berfungsi sebagai pembatas atau menentukan daerah dalam sebuah komposisi, mengatur komposisi visual, membuat ekspresi kreatif dan menetapkan gaya *linear*.



Gambar 2.1 *Lines Made with a Variety of Media and Tools*
(Landa, hlm. 16)

2.1.1.2 Shapes

Bentuk adalah area yang digambarkan pada permukaan dua dimensi yang dibuat berdasarkan garis, warna, *tone* dan tekstur. Bentuk juga diartikan sebagai bentuk yang tertutup yang dapat diukur dengan tinggi dan lebar. Bentuk biasanya digambarkan sebagai persegi, segitiga dan lingkaran.



Gambar 2.2. *Basic Shapes and Forms*
(Landa, hlm. 17)

2.1.1.3 *Figure and Ground*

Figure and Ground adalah prinsip dasar *visual perception* yang memiliki ruang positif dan negatif. Untuk membedakan bentuk dalam *figure and ground*, pengamat akan mencari petunjuk yang dapat mewakili gambar. Bentuk positif adalah bentuk yang langsung terlihat sebagai sebuah bentuk, sedangkan daerah perantara gambar adalah bentuk negatif.



Gambar 2.3. Poster: *Hope For Peace*
(Landa, hlm. 19)

2.1.1.4 *Color*

Warna adalah properti yang dapat dilihat dengan cahaya. Warna yang dapat dilihat pada permukaan suatu benda merupakan hasil dari pantulan

cahaya karena pada saat cahaya mengenai sebuah objek maka sebagian cahaya terserap pada objek tersebut dan sisanya akan tercermin. Hasil dari tercermin itulah yang akan menghasilkan warna. Warna terbagi menjadi beberapa bagian, diantaranya yaitu:

1. *Color Nomenclature*

Warna pada *color nomenclature* terbagi menjadi 3 kategori yaitu *hue*, *value* dan *saturation*. *Hue* terdiri dari warna merah, hijau, biru dan oranye. *Value* terdiri dari warna yang memiliki tingkat *luminosity* yang terang atau gelap seperti warna biru muda dan merah tua. *Saturation* terdiri dari warna yang cerah atau buram seperti warna merah cerah, merah kusam, biru cerah, dan biru kusam.

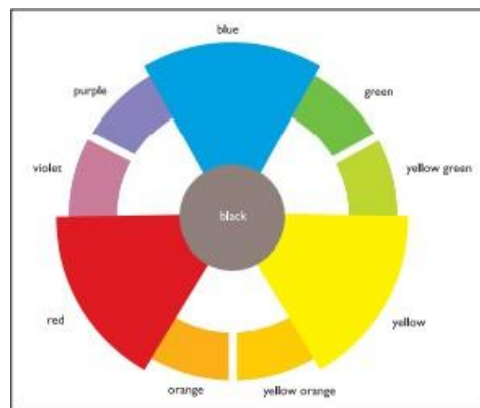
2. *Primary Colors*

Warna primer atau yang biasa disebut dengan warna dasar terdiri dari warna aditif dan subtraktif. Warna aditif merupakan warna yang terdapat pada cahaya layar. Warna yang dihasilkan berupa warna merah, hijau dan biru. Tetapi warna yang dihasilkan saat menggunakan RGB adalah warna cyan, magenta dan kuning.



Gambar 2.4. Diagram: Additive Color System
(Landa, hlm. 20)

Warna subtraktif merupakan warna yang muncul dari pantulan suatu permukaan seperti tinta kertas. Warnanya terdiri dari warna merah, kuning dan biru. Hasil pencampurannya adalah warna *orange*, hijau dan ungu.



Gambar 2.5. Diagram: Subtractive Color System (Landa, hlm. 20)

2.1.1.5 Texture

Tekstur adalah kualitas permukaan dari kualitas sentuhan suatu permukaan, simulasi dan representasi. Pada seni visual, terdapat 2 jenis tekstur yaitu *tactile* dan *visual*. Tekstur *tactile* adalah tekstur yang kualitas sentuhannya dapat dirasakan langsung melalui fisik. Tekstur *visual* adalah tekstur yang dipindai dari tekstur yang sebenarnya seperti renda dan difoto, hanya ilusi dari tekstur yang sebenarnya.

2.1.1.6 Pattern

Pola adalah pengulangan dari suatu bentuk visual secara konsisten dalam daerah yang ditentukan. Pola memiliki tiga dasar penyusunan yaitu titik, garis, dan *grids*. Dalam pembuatan pola harus terdapat pengulangan bentuk visual secara sistematis supaya pengamat dapat mengantisipasi urutan.



Gambar 2.6. *Open Your Heart-Give Blood*
(Landa, hlm. 24)

2.1.2. Prinsip Desain

Menurut Robin Landa terdapat beberapa prinsip yang perlu digunakan dalam menyusun suatu komposisi desain, diantaranya adalah:

1. Format

Format adalah batasan suatu desain. Desainer menggunakan format sebagai deskripsi untuk jenis aplikasi seperti poster, *cover* CD, dan lain-lain. Terdapat beberapa ukuran standar untuk beberapa jenis format (contoh: semua sampul CD memiliki ukuran yang sama). (hlm. 24-25)

2. *Balance*

Keseimbangan adalah sebuah prinsip yang datang apabila digunakan dalam gerakan fisik. Keseimbangan merupakan kestabilan yang tercipta dari distribusi bobot visual secara merata. Keseimbangan dalam desain harus dapat bekerja sama dengan prinsip desain yang lainnya.

3. *Hierarchy*

Hirarki visual adalah sebuah titik fokus yang berguna sebagai pemandu pengamat. Pada hirarki visual penekanannya lebih ke penataan visual dari bagian yang paling penting.

4. Ritme

Dalam desain grafis, ritme adalah pengulangan yang konsisten seperti ketukan musik yang dapat diatur dengan *interval* diantara posisi elemen. Faktor-faktor yang dapat membangun ritme dalam sebuah desain berupa warna, tekstur, figur, penekanan dan keseimbangan.

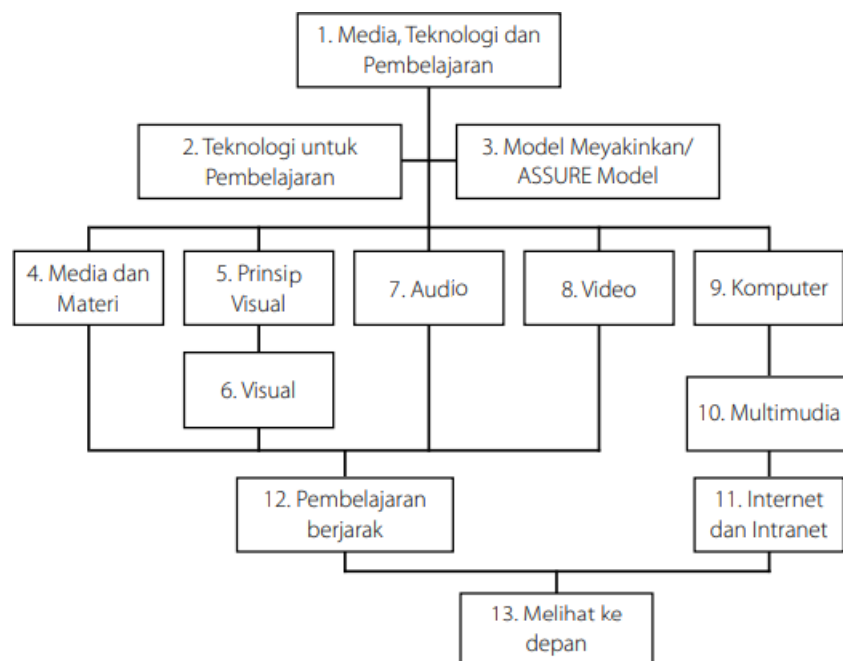
5. *Unity*

Unity adalah persatuan dari semua elemen grafis yang dapat menghasilkan keseluruhan yang lebih besar dengan elemen desain yang saling terkait satu sama lain.

2.2. Media Informasi

Menurut Cahyadi (2019, hl. 2) dalam buku Pengembangan Media dan Sumber Belajar: Teori dan Prosedur, media merupakan sumber informasi dan sarana berkomunikasi. Media mencakup informasi dari suatu sumber, penerima mendapatkan informasi tersebut melalui “televisi, video, diagram, cetak, aplikasi, internet, dan sejenisnya”. Media dapat menjadi media pembelajaran jika isinya berupa pesan yang bertujuan untuk pembelajaran. Dalam berkomunikasi antarmanusia media yang berdominasi yaitu pancaindera manusia, yaitu mata dan telinga. Setelah pancaindera menerima pesan tersebut, pikiran manusia memproses untuk menentukan tindakan yang akan dilakukan.

Media pembelajaran merupakan sarana untuk menyampaikan suatu pesan yang dapat membuat siswa berpikir sehingga siswa memproses belajar mengajar. Terdapat dua unsur yang terkandung dalam media pembelajaran, “(a) pesan atau bahan pengajaran yang akan disampaikan atau perangkat lunak, dan (b) alat penampil atau perangkat keras”.



Gambar 2.7. Diagram Keberagaman Media (Cahyadi, hlm. 4)

2.2.1. Instalasi Interaktif

Menurut Hu, Funk, dan Wank (2014) dalam buku *Designing Interactive Public Art Installations: New Material Therefore New Challenges*, terdapat 3 macam generasi seni dan teknologi generatif sesuai dengan pembawa teknologi dan interaktifitas. (hlm. 200)

1. Bentuk Statis

Tidak ada interaksi antara pengamat dan karya seni. Karya seni juga tidak berinteraksi dengan konteks dan lingkungan di sekitarnya.

1. Bentuk Dinamis

Karya seni dapat melakukan perubahan bentuk melalui mekanisme *internal*. Perubahan dapat terjadi karena suhu, suara dan cahaya yang ada dilingkungannya. Pengamat tidak memiliki pengaruh terhadap karya seni.

2. Bentuk Interaktif

Pengamat memiliki peran penting dalam melakukan interaksi untuk merubah dinamis yang ada pada karya seni. Pengamat bisa memberikan pengaruh dari gerak, suara dan aktifitas lainnya yang bisa direkam oleh sensor dari karya seni. Interaksi yang diberikan bervariasi, tergantung dari perilaku pengamat.

3 contoh macam bentuk interaktif adalah sebagai berikut:

1. Blobulous

Pengamat dapat melakukan interaksi melalui avatar yang diproyeksikan, seperti menggerakkan tubuh dan detak jantung pengamat. Data detak jantung pengamat yang terekam oleh sensor dikirim ke jaringan ZigBee sehingga terjadi komunikasi terhadap pengamat dengan karya seni.



Gambar 2.8. Blobulous
(Hu, Funk, Wang, & Zhang, 2014)

2. Yang Sheng

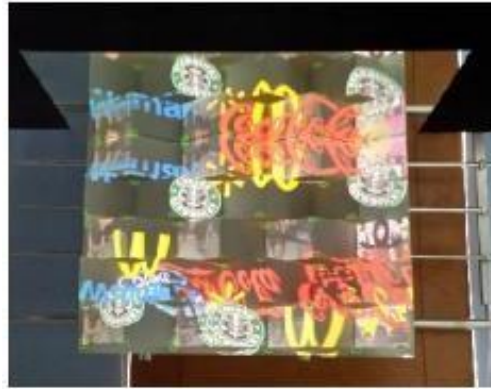
Yang Sheng merupakan filosofi kuno dari Tiongkok yang berguna untuk memelihara kesehatan seseorang. Salah satu contoh yang dapat diberikan yaitu Tai Chi, yang merupakan praktik meditasi yang berasal dari Cina. Untuk menarik kaum muda, karya seni ini menggunakan *computer vision* untuk melacak gerak tubuh pengamat yang melakukan gerakan Tai Chi.



Gambar 2.9. Yang Sheng
(Hu, Funk, Wang, & Zhang, 2014)

3. Replication

Pengamat yang melewati karya seni dapat melihat diri mereka dalam karya seni yang diproyeksikan. Setiap video baru ditayangkan akan menyalin dari video yang sebelumnya.



Gambar 2.10. Replication
(Hu, Funk, Wang, & Zhang, 2014)

2.3. Sinar UV

Menurut *World Health Organization* (2003) dalam buku *Sun Protection and Schools: How To Make a Difference*, sinar UV merupakan sinar yang dihasilkan oleh matahari yang menjadi sumber energi vital untuk makhluk hidup di bumi. Paparan dari sinar UV dapat memberikan tubuh manusia vitamin D yang memiliki peran penting untuk menjaga kekebalan tubuh, daran dan pembentukan sel.

2.3.1. Bahaya Sinar UV

Sinar UV dapat berdampak buruk jika terkena secara berlebihan dalam kurun waktu yang singkat. Dampak buruknya berupa sengatan matahari, nyeri, dan kulit melepuh. Apabila dalam kurun waktu yang lama, dampak buruk yang terjadi yaitu penuaan pada kulit, kanker kulit dan kematian. Sinar UV juga dapat berdampak buruk terhadap mata dan kekebalan tubuh.

2.3.2. Jenis Kerusakan dari Sinar UV

Kerusakan yang terjadi pada kulit yaitu kanker kulit. Dari data yang dikumpulkan oleh *World Health Organization*, dua hingga tiga juta non meloma pada kanker

kulit terdapat 132.000 melona ganas yang terjadi secara global setiap tahunnya. Kasus kanker kulit di Amerika Serikat sudah ada sejak tahun 1970 dan terus meningkat sebesar 4% setiap tahunnya.

Jenis kerusakan yang terjadi pada mata yaitu katarak. Kasus ini ada di seluruh dunia dan telah terjadi kebutaan terhadap 12-15 juta orang, 20% dari data tersebut terjadi karena paparan sinar matahari terutama di negara India dan Pakistan.

Sinar UV dapat menurunkan kekebalan tubuh pada manusia. Hal ini dapat mengakibatkan resiko terkenanya infeksi dan membuat sistem imun tidak efektif, terutama orang yang berdomisili di daerah yang mendekati khatulistiwa

2.4. Copywriting

Copywriting merupakan proses penulisan promosi yang dibuat secara menarik untuk menunjukkan manfaat suatu produk. *Copywriting* merupakan hasil penulisan dari *Copywriter*. Untuk menghasilkan naskah yang menarik, *copywriter* harus memiliki jiwa yang kreatif sehingga pesan yang disampaikan dapat menjadi efektif dan menghibur.

2.5. Strategi Komunikasi

Pada tahapan Strategi Komunikasi, penulis menggunakan model AIDA. AIDA merupakan singkatan yang digunakan dalam pemasaran dan periklanan yang mengacu pada *Attention, Interest, Desire, dan Action*. *Attention* dilakukan dengan menarik perhatian pengguna dengan tampilan visual dan verbal yang menarik. Warna yang kontras dan tampilan modern mengajak pengguna untuk berinteraksi. Sementara *Interest* mengenalkan pelanggan akan makna ketertarikan topik yang

dibahas. Dimana topik tersebut berkaitan dengan ketertarikan wanita pada masa remaja akhir dalam merawat kesehatan kulit. Kemudian *Desire* berperan dalam meyakinkan pengguna bahwa mereka perlu menelusuri lebih lanjut *booth* interaktif agar mengetahui tujuan akhir dari pembuatan *booth* interaktif tersebut yakni menyebarkan pengetahuan akan pentingnya akan bahaya sinar UV terhadap kesehatan kulit manusia. Pada tahap terakhir, yaitu *Action* penulis berharap dengan menegur dan mengingatkan pengguna *booth* interaktif, pengguna menjadi sadar dan mau memulai hidup yang kedepan dengan lebih memperhatikan kesehatan kulit dari paparan sinar UV.

Sesuai dengan kebutuhan model AIDA, tujuan *booth* interaktif adalah untuk berbagi pengetahuan akan bahaya Sinar UV, mencerdaskan masyarakat, dan meningkatkan kesadaran, serta mengajak pengguna untuk memulai memperhatikan kesehatan kulit dari paparan sinar UV.

1. *Attention*

Untuk membuat informasi yang dapat menarik perhatian pengguna, perancang harus dapat membuat kata-kata atau gambar yang kuat dan dapat menyampaikan pesan yang mudah dipahami. Dalam tahapan *Attention*, pengguna *booth* interaktif diharapkan tertarik untuk mencoba *booth* interaktif tersebut ketika menemukannya di tempat *booth* itu dipasang.

2. *Interest*

Setelah membuat media informasi yang efektif, perancang perlu menentukan sebuah media yang akan digunakan. Salah satu cara yang

dapat menarik perhatian konsumen yaitu dengan memberikan penjelasan fitur dan manfaat yang singkat, padat, jelas, serta menarik. Ketertarikan desain akhir diharapkan menarik minat pengguna *booth* interaktif. Hal ini bisa diwujudkan melalui warna yang menarik, tulisan yang mudah dibaca, serta ilustrasi-ilustrasi yang berubah dalam setiap klik, sehingga pengguna bisa merasa betah dalam menggunakan *booth* interaktif tersebut.

3. *Desire*

Seorang perancang harus memperhatikan target masyarakat yang dituju dalam pembuatan desain. Langkah ini penting agar pemasaran *booth* interaktif bisa tepat pada sasaran target penggunanya. Pertanyaan-pertanyaan yang muncul pada *booth* interaktif akan membawa pengguna ke berbagai pertanyaan dalam hidup dan keinginan tahu untuk menelusuri jawaban sebenarnya beserta solusi dari pertanyaan trivia tersebut.

4. *Action*

Langkah ini merupakan langkah yang cukup utama. Seorang perancang harus memikirkan bagaimana beliau dapat mengarahkan pengguna *booth* interaktif agar paham bahwa sinar UV merupakan hal yang tidak sepele dan dapat berdampak buruk bagi kesehatan kulit. Selain itu, perancang harus mendesain dengan matang agar tujuan akhir berbuah aksi positif dari masyarakat yang menggunakan *booth* interaktif, yaitu agar pengguna ingin lebih berhati-hati dan menjaga kesehatan kulit dari paparan sinar UV.

2.6. Booth

Booth merupakan tempat untuk mempromosikan produk, jasa, dan *branding* dalam bentuk panggung *mini* dengan hiasan aksesoris. Hal ini karena *booth* digunakan untuk bisnis atau pameran. Isi dari *booth* adalah informasi atau produk untuk konsumen. Namun, sekarang *booth* dapat digunakan untuk menjual produk. *Booth* terdiri dari beberapa jenis, diantaranya yaitu: display booth dan modular booth. *Display booth* terbuat dari *frame* aluminium berlatar yang dapat diganti. Sedangkan *modular booth* menggunakan komponen terpisah yang dapat diganti dengan efisien. Dalam desain, *booth* harus memiliki fungsi, aman, awet, ergonomis, berkemampuan mandiri, dapat beradaptasi dengan lingkungan, ramah lingkungan, mudah dimengerti, berkualitas dan berempati.

2.7. User Experience

Menurut Edward (2018), user experience berasal dari 2 kata yaitu “user” dan “experience”. “User” berasal dari kata dasar yaitu “use”, dan kata ini berasal dari Bahasa Latin yaitu “oeti” yang berarti “berlatih dan menampilkan”. Sedangkan kata “Experience” berasal dari kata Latin “experientia” yang berarti “hasil yang didapatkan dari melakukan tindakan secara berulang-ulang”. Keduanya jika digabungkan dapat diartikan sebagai “ilmu yang didapatkan dari ketika seseorang melakukan sesuatu”.

Aktifitas User Experience dapat diuraikan dalam 2 buah kategori, yaitu User Experience Design (UXD) dan User Experience Research (UXR). User Experience dapat dirasakan ketika seseorang mendesain produk maupun jasa.

Seorang UX professional bekerja dalam menggabungkan UXD dan UXR, menyempurnakan dan merekonsiliasi apa yang user butuhkan sebagai tujuan utama pekerjaannya. UX berfungsi sebagai penghubung tujuan utama User dengan objektifitas Bisnis. Hasil dari penghubungan User Experience kemudian disebut sebagai “meaningful experience” yang berfungsi mengubah ciptaan digital menjadi pengalaman yang lebih rapi an indah untuk user maupun bisnis.

2.8. *User Interface*

Menurut Ben, Jerry dan Kamil (2015), *User Interface* memiliki pola karena beberapa masalah dapat diatasi oleh penggunaan solusi yang dapat bekerja dengan baik secara berulang kali. Berdasarkan penelitian yang telah mereka lakukan, user mencari hubungan pola dan nilai untuk memperkuat hubungan. Pola dilakukan untuk menyelesaikan masalah ketika tidak sempat untuk menciptakan hal yang baru. User berinteraksi dengan pola design melalui kesan pertama. Dalam kurun waktu 10-20 detik, user akan menentukan pilihan mereka untuk tertarik atau meninggalkan situs yang dibuat.

Gagasan suatu pola dapat menggantikan implementasi karena pola tidak selalu mutlak. Hal ini terjadi karena user lebih memfokuskan diri dengan pola perilaku yang sudah menjadi kebiasaan. Untuk membuat UI yang aman, diperlukannya pengamatan perilaku user.

- *Following Universal Design Conventions*

Apabila desain UI terlalu menyimpang dari konvensi eksternal yang tidak konsisten, desainer dapat mengalami penolakan dari *user*. Sedangkan jika desain

UI menyimpang karena secara internal tidak konsisten, maka *user* akan merasakan frustrasi. Untuk memperkenalkan user mengenai konvensi yang baru maka dibutuhkan interest yang tinggi dari *user*. Terdapat beberapa dasar dibalik pola visual dalam desain web untuk mata manusia:

1. Gestalt

Dalam teori ini dinyatakan bahwa “orang menarik hubungan antar bentuk yang berbeda”. Prinsip Gestalt cenderung terhadap konsep-konsep yang serupa dan berkaitan dengan persepsi penglihatan.

2. *Proximity*

Dalam teori ini dinyatakan bahwa user mempersepsikan elemen-elemen yang diletakkan dengan dekat akan saling berhubungan. Hal ini berkaitan dengan hukum Wick (elemen waktu dan ruang). Prinsip ini mendorong elemen tertentu yang terpisah dengan elemen lain yang dekat satu sama lain dengan menggunakan ruang negatif.

3. Warna

Terdapat 3 bagian dalam warna:

1. Kontras: bayangan warna yang berlawanan.
2. Komplementasi: warna yang saling menonjolkan satu sama lain dengan baik.
3. Vibrancy: warna yang hangat dan cerah yang memberikan kesan bersemangat atau warna yang dingin dan gelap yang memberikan kesan santai.

- Applying Empathy to UI Design Patterns

Untuk mendapatkan keuntungan dari pola yang sudah dikenal diperlukannya empati dan banyak perencanaan. Maka karena itu dibutuhkan definisi yang tepat mengenai masalah yang dimiliki. Dalam mencari definisi tersebut dibutuhkan pertanyaan yang berdasarkan sukses dari penyiapan user yang mengandung kebutuhan user dalam mengabaikan apa yang tidak mereka lakukan.