



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain

Desain adalah aktivitas yang merencanakan dan merancang sebuah kreasi visual. Desain bertujuan untuk memenuhi sebuah kebutuhan atau menyelesaikan sebuah masalah yang ada pada masyarakat secara kreatif, berbeda dengan kesenian yang lebih memfokuskan untuk kepuasan atau penyampaian ekspresi dan emosi seorang seniman. Oleh karena itu, untuk menyelesaikan sebuah desain, seorang desainer memerlukan keterampilan dalam *critical thinking*, *creative thinking* dan *creative and technical thinking* untuk mengerti konteks dan mengusulkan sebuah solusi. Hal ini juga diakui oleh Lauer & Pentak (2011) bahwa desain melakukan suatu organisasi atau pengaturan dan tidak ada solusi yang telah ditentukan sebelumnya untuk menyelesaikan sebuah masalah.

Desain merupakan sebuah solusi untuk menyelesaikan suatu masalah untuk sebuah *brand*, instansi atau komunitas. Desain komunikasi dapat membantu menjalankan ekonomi, menyampaikan informasi kepada publik, dan mempromosikan kompetisi. Akan tetapi, sisi lain pada grafik desain adalah dapat membantu menyampaikan isu sosial dan politik dan juga mempromosikan tujuan baik. (Landa, 2014)

2.1.1 Elemen Desain

Menurut Landa (2014), elemen desain merupakan kosakata dan alat-alat yang penting untuk berkomunikasi dan berekspresi agar dapat membangun berbagai visual. Formal elemen dalam desain mencakup *Point*, *Line*, *Shape* dan *Texture*:

2.1.1.1 *Line*

1) *Point*

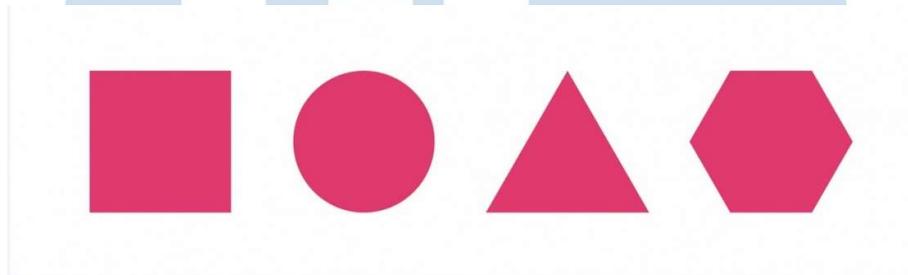
Point, merupakan unit terkecil dan bagian dari *Line* tanpa memiliki panjang atau ruang.

2) *Line*

Line, merupakan titik yang dipanjangkan merupakan pergerakan suatu point yang mengikuti sebuah alur, sehingga menjadi suatu *Line*.

2.1.1.2 *Shape*

Shape merupakan sebuah *outline* yang tertutup atau alur yang tertutup yang membangun tertuti permukaan dua dimensi. *Shape* dibagi menjadi tiga, yaitu:



Gambar 2.1 *Basic Shapes*

Sumber: <https://www.invisionapp.com/defined/elements-of-design>

3) *Figure/Ground*

Figure/Ground, merupakan persepsi visual dengan *positive space* dan *negative space*. Bentuk positif merupakan bentuk yang dapat dengan mudah dikenali, sedangkan bentuk negatif merupakan bentuk yang tidak mudah dikenali karena adanya area kosong dan tanpa bentuk (*white space*). Sehingga untuk melihat bentuk negative perlu melihat secara keseluruhan.

4) *Figure/Ground Reversal*

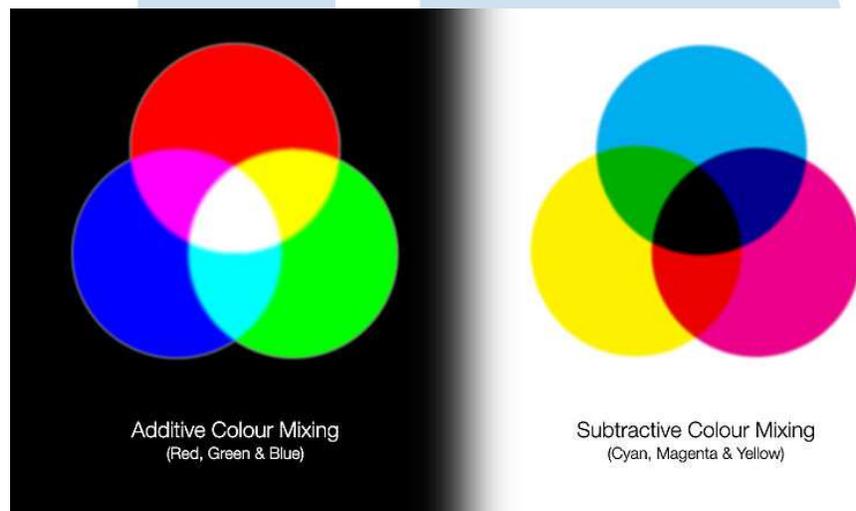
Figure/Ground Reversal, merupakan bentuk yang sama atau dapat ditukarkan, sehingga dapat membuat bentuk baru yang mirip atau samar yang ambigu dengan adanya *negative space*.

5) *Typographic Shapes*

Typographic Shapes, merupakan bentuk yang melambangkan suara dari bahasa, yang dapat dibuat secara *rectilinear*, *curvilinear*, *geometric* atau *organic*.

2.1.1.3 Color

Warna merupakan hal yang dapat dilihat pada permukaan suatu obyek atau lingkungan dipantulkan oleh cahaya. Ketika suatu cahaya menyinari suatu obyek, beberapa cahaya akan diserap sedangkan sisa cahaya lain akan dipantulkan. Cahaya yang dipantulkan merupakan hal yang dilihat sebagai warna sehingga membuat warna hal yang sangat provokatif.



Gambar 2.2 Color System

Sumber: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Subtractive-Additive-Colour-Mixing.jpg>

1) Hue

Hue, merupakan nama dari sebuah warna..

2) Primary Colors

Primary Colors, merupakan sistem warna dasar dan dibagi menjadi dua, yaitu *additive color* dan *subtractive color*. *Additive color* merupakan warna yang biasa digunakan pada *media screen-based* dan ketika warna digabungkan secara setara pada merah, biru dan kuning akan membuat warna putih. Namun, *subtractive color* merupakan warna yang dipantulkan dari permukaan.

3) Value

Value, merupakan tingkatan gelap atau terangnya sebuah warna, hitam sebagai value paling gelap dan putih sebagai *value* paling terang.

Value biasa digunakan untuk membedakan sebuah bentuk dengan suatu permukaan.

4) *Saturation*

Saturation, merupakan tingkatan cerah atau kusam pada suatu warna. Suatu warna yang cerah memiliki tingkat intensitas warna putih yang tinggi, sedangkan suatu warna yang kusam memiliki tingkat intensitas warna hitam yang tinggi.

5) *Technical Considerations*

Technical considerations, merupakan pertimbangan penggunaan sistem warna pada suatu media, baik itu *printing* atau *screen-based*, hal ini digunakan agar hasil akhir tidak akan berubah dari hasil yang diinginkan dan dapat dengan mudah dipandang oleh mata.

2.1.1.4 *Texture*

Texture merupakan sebuah permukaan yang mengikuti kualitas visual yang ada pada suatu benda yang disimulasikan atau direpresentasikan pada permukaan tersebut. *Texture* dibagi menjadi yaitu

1) *Actual Texture*

Actual Texture, sebuah tekstur pada permukaan yang dapat disentuh dan dirasakan secara fisik.

2) *Visual Texture*

Visual Texture, sebuah permukaan yang terlihat memiliki tekstur nyata yang dilakukan dengan menggambar atau fotografi dari sebuah tekstur asli. Namun, tidak memiliki kualitas tekstur fisik nyata.

3) *Pattern*

Pattern, merupakan pengulangan secara konsisten dan sistematis dengan mengikuti arah gerakan dari sebuah unit visual pada suatu area.

2.1.2 **Prinsip Desain**

Menurut Landa (2014), prinsip desain saling bergantung satu sama lain, membuat sebuah komposisi akan perlu memanfaatkan prinsip desain.

2.1.2.1 Format

Format merupakan area yang telah dibatasi dan ditentukan pada suatu proyek desain, hal ini dapat dilihat pada bidang yang dapat digunakan pada kertas atau screen media. Selain itu, format mendeskripsikan jenis sebuah proyek.

2.1.2.2 Balance

Balance merupakan sebuah pembagian rata visual weight, posisi dan susunan seluruh elemen pada sebuah komposisi sehingga menciptakan rasa keseimbangan dan mengomunikasikan stabilitas .

1) *Visual Weight*

Visual weight mengacu pada jumlah relative daya Tarik visual, kepentingan atau penekanan pada sebuah komposisi

2) *Symmetry*

Symmetry merupakan distribusi *visual weight* yang sama, yang dimana jika terjadi pencerminan kedua elemen akan setara

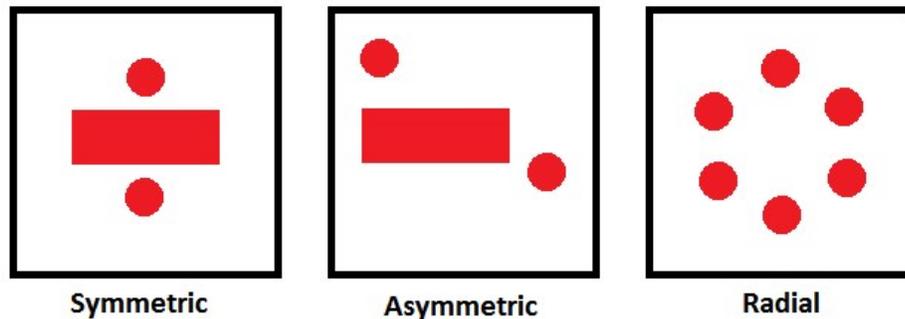
3) *Asymmetry*

Asymmetry merupakan distribusi *visual weight* yang dicapai dengan menyeimbangkan elemen dengan elemen lain tanpa terjadi *mirroring*.

4) *Radial Balance*

Radial balance merupakan simetris yang dicapai dengan kombinasi dari simetris *horizontal* dan *vertical*. Elemen akan memancar keluar dari suatu titik dari tengah komposisi.

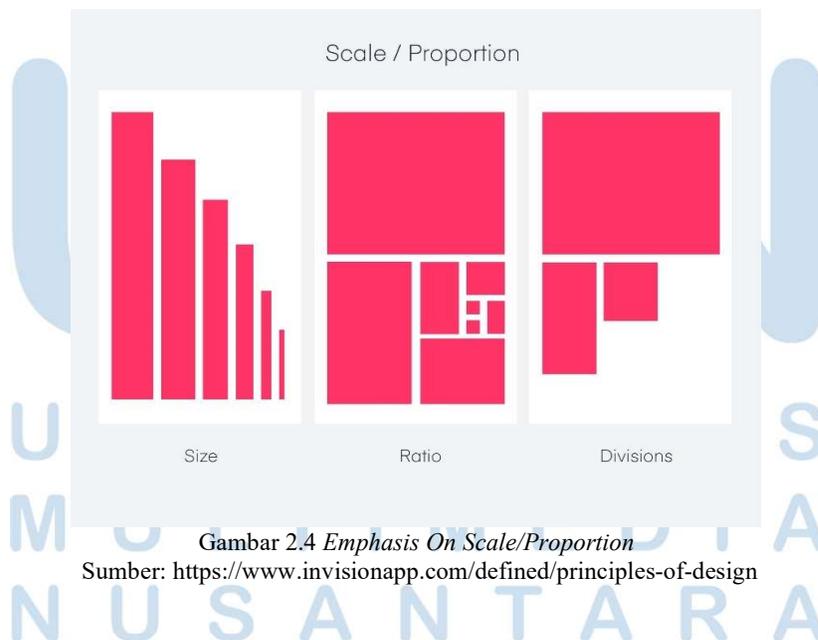
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.3 Jenis *Balance*
 Sumber: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Artistic_balance.png

2.1.2.3 *Visual Hierarchy*

Visual hierarchy merupakan pengaturan informasi untuk membimbing pembaca sesuai dengan susunan kepentingan sebuah informasi. Hal ini biasa dilakukan dengan *emphasis* yang menekankan suatu elemen sehingga membuat sebuah *focal point*. *Emphasis* dapat dilakukan dengan cara *isolation*, *placement*, *scale*, *contrast* dan *diagrammatic structures*.



Gambar 2.4 *Emphasis On Scale/Proportion*
 Sumber: <https://www.invisionapp.com/defined/principles-of-design>

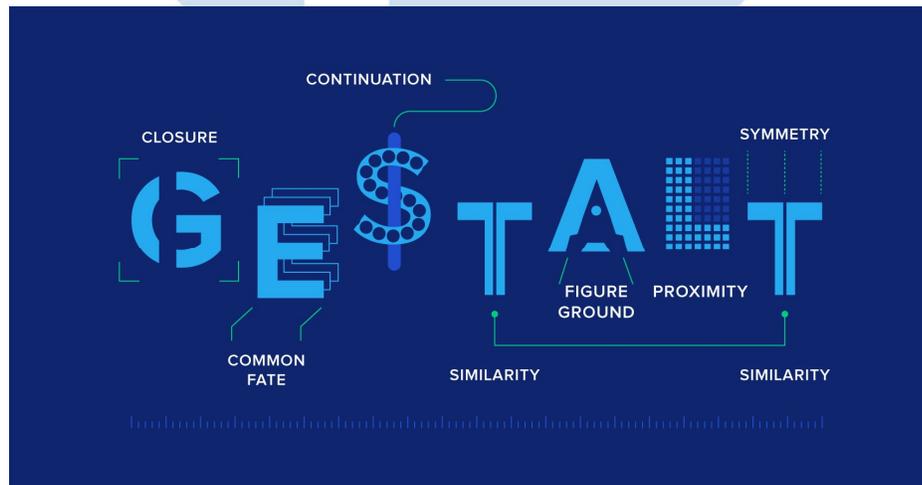
2.1.2.4 *Rhythm*

Rhythm merupakan rangkaian pada pola visual elemen yang diulang secara konsisten yang dapat memandu mata pembaca pada suatu visual desain secara koheren. Hal ini dapat dilakukan dengan *repetition* dan *variation*. *Repetition* merupakan pengulangan pada sebuah atau beberapa visual elemen secara konsisten total. Sementara, *variation* merupakan modifikasi pada sebuah pola dengan mengubah berbagai visual elemen.

2.1.2.5 *Unity*

Unity merupakan kerja sama satu sama lain seluruh elemen visual sehingga membuat suatu desain ketika dilihat secara keseluruhan menyatu dan melengkapi satu sama lain. Hal ini dapat dilakukan dengan *correspondence*, *structure* dan *unity*.

2.1.2.6 *Perceptual Organisation*



Gambar 2.5 Laws of Perceptual Organization

Sumber: <https://www.toptal.com/designers/ui/gestalt-principles-of-design>

1) *Similarity*

Similarity merupakan elemen yang memiliki kemiripan pada karakteristik, akan dianggap milik Bersama. Elemen dapat memiliki kesamaan/kemiripan pada bentuk, tekstur, warna dan arah.

2) *Proximity*

Proximity terjadi jika elemen berdekatan dengan satu sama lain akan dianggap milik Bersama.

3) *Continuity*

Continuity merupakan alur atau koneksi visual yang dirasakan, baik aktual atau tersirat antar bagian.

4) *Closure*

Closure merupakan kecerundungan benak pikiran untuk menghubungkan setiap elemen individual untuk menghasilkan bentuk, pola dan unit yang lengkap

5) *Common Fate*

Common fate terjadi jika elemen bergerak pada satu arah yang sama akan dianggap sebagai unit sama.

6) *Continuing Line*

Continuing line, juga disebut *implied line*, terjadi jika orang dapat mengikuti keseluruhan sebuah garis walaupun garis tersebut putus-putus. Namun, dimata orang tersebut garis akan mengikuti alur yang simpel.

2.1.2.7 *Scale*

Scale merupakan ukuran pada suatu elemen visual dan memiliki relasi dengan elemen lain pada sebuah komposisi. Saat membuat suatu visual elemen visual yang memiliki proporsi sesuai dengan dunia nyata akan membuat suatu desain menjadi realistik. Akan tetapi ketika proporsi sebuah elemen visual didistorsikan, akan membuat desain menjadi surealis atau fantastis.

2.1.3 **Tipografi**

Menurut Landa (2014), *Typeface* merupakan sebuah desain kumpulan huruf dengan karakter dan visual yang konsisten. Karakteristik visual yang konsisten ini merupakan hal yang esensial pada huruf agar dapat dikenali walaupun huruf tersebut dimodifikasi. *Typeface* termasuk huruf, nomor, symbol, tanda, tanda baca, aksen atau tanda diakritik. Menentukan

desain tipografi perlu memahami *readability* dan *legibility*. *Readability* memiliki arti mudah dibaca, maka membuat membaca menjadi lebih menyenangkan dan bebas frustrasi. Sedangkan, *Legibility* merupakan bagaimana pembaca dapat dengan mudah mengenali huruf dari *typeface* yang digunakan. Jenis tipografi sebagai berikut.

1) *Old style*

Old style merupakan *typeface* romawi yang diperkenalkan pada akhir abad kelima belas (15). *Old style* memiliki karakteristik serif kurung dan miring, dan *biased stress*. Contohnya adalah *Caslon*, *Garamond*, *Hoefer Text*, dan *Times New Roman*.

2) *Transitional*

Transitional memiliki *typeface serif*, yang berasal dari abad kedelapan belas (18). Merepresentasikan transisi dari *old style* ke modern, yang memiliki kedua karakteristik dari jenis *typeface* tersebut. Contohnya adalah *Baskerville*, *Century*, *ITC Zapf International*.

3) *Modern*

Modern memiliki *typeface serif*, dikembangkan pada akhir abad kedelapan belas (18) dan awal abad kesembilan belas (19). Memiliki bentuk yang lebih geometris pada konstruksinya. Memiliki karakter *stroke* tebal-tipis dan *vertical stress*, merupakan *typeface* paling simetris antara semua Roman *typeface*. Contohnya adalah *Didot*, *Bodoni*, dan *Walbaum*.

4) *Slab Serif*

Slab serif memiliki *typeface serif*, memiliki karakter yang berat dan *slablike serif*, yang diperkenalkan pada awal abad kesembilan belas (19), dan memiliki sub kategori yaitu, *Egyptian* dan *Clarendon*. Contohnya adalah *American Typewriter*, *Memphis*, *ITC Lubalin Graph*, *Bookman*, dan *Clarendon*.

5) Sans Serif

Sans serif, merupakan *typeface* yang tidak memiliki *serif*, yang dikenalkan pada awal abad kesembilan belas (19). Contohnya adalah *Futura*, *Helvetica*, dan *Univers*.

6) Blackletter

Blackletter merupakan *typeface* yang berbasis pada abad ketiga belas (13) dan kelima belas (15). *Blackletter* memiliki karakteristik *stroke* berat dan huruf tebal dengan beberapa kurva. Contohnya adalah *Rotunda*, *Schwabacher*, dan *Fraktur*.

7) Script

Script merupakan *typeface* yang mirip dengan tulisan tangan. Tulisan dengan *typeface* ini memiliki karakteristik mirip dan menyambung. Contohnya adalah *Brush Script*, *Shelley Allegro Script*, dan *Snell Rounhand Script*.

8) Display

Display typeface biasanya digunakan untuk ukuran besar terutama untuk *headlines* dan judul, dan akan lebih sulit untuk dibaca jika digunakan sebagai teks. *Display typeface* cenderung memiliki karakteristik rumit, dekorasi, dan buatan tangan dan masuk ke dalam klasifikasi lain.



Gambar 2.6 Jenis *Typeface*

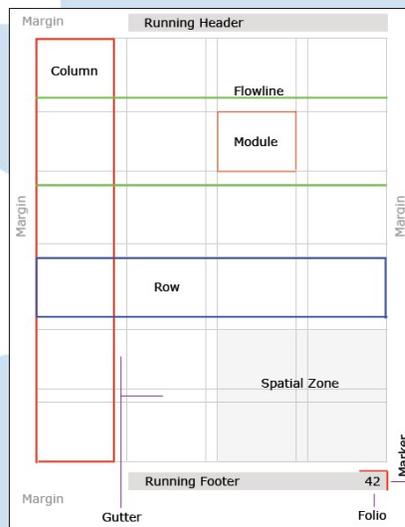
Sumber: <https://99designs.com/blog/tips/types-of-fonts/>

2.1.4 Grid

Menurut Landa (2014), *grid* merupakan sebuah struktur dasar dari segala media desain. panduan, komposisi struktur yang terbuat dari vertikal dan *horizontal* yang membagi format menjadi *column* dan *margins*. *Grids* akan mengatur *type* dan gambar, sehingga dapat memastikan pembaca dapat dengan mudah membaca dan mengakses informasi yang berlimpah (hlm. 174). Kemudian dengan adanya struktur, *grid* dapat menyediakan *continuity*, *congruence*, *unity* dan aliran visual pada banyak halaman.

2.1.4.1 Anatomi Grid

Anatomi *grid* dapat dibagi menjadi *margin*, *column*, *rows*, *flowline*, *grid modules* dan *spatial zones*.



Gambar 2.7 Anatomi Grid

Sumber: <https://vanseodesign.com/web-design/grid-anatomy/>

1) Margin

Margin berfungsi sebagai struktur proporsional pada sekitar visual dan tipografi konten, sehingga memastikan konten tetap aman dalam format atau *viewport*. Selain itu, *margin* berfungsi sebagai *white space* untuk menyajikan konten, namun juga berfungsi sebagai *spatial field* untuk

mengakomodasi *marginalia*, informasi seperti notes, *folios*, *running heads*, dan *running feet*.

2) *Column*

Column merupakan pengaturan atau penyesuaian *vertical* untuk mengakomodasi teks dan gambar. Ketika menggunakan lebih dari satu *column*, lebar dari kolom dapat sama atau berbeda. Ruang antara *column*, disebut *column intervals*.

3) *Rows*

Rows merupakan pengaturan atau penyesuaian *horizontal*. Ruang yang memisahkan antara *row*, disebut *row gutter*.

4) *Flowline*

Flowline merupakan garis *horizontal* pada yang dapat membantu alur visual. Ketika *flowlines* dibuat pada jarak yang sama, kumpulan ruang unit yang disebut *modules* dapat terbentuk.

5) *Grid Modules*

Grid modules merupakan unit individual yang terbentuk dari pertemuan *vertical column* dan *horizontal flowline*. Ketika menggunakan *modular grid*, *text block* atau gambar dapat ditaruh pada salah satu modul atau lebih.

6) *Spatial Zones*

Spatial zone merupakan ruang terbentuk dari mengelompokkan beberapa *grid modules* bersama yang digunakan untuk suatu teks atau gambar atau keduanya. Ketika menggunakan *spatial zone*, perlu menjaga *proportional relationship* dan *visual weight*.

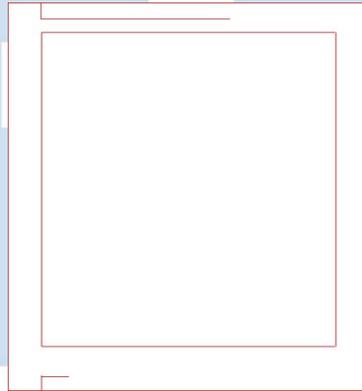
2.1.4.2 Jenis Grid

Terdapat tiga jenis grid yang akan digunakan untuk website Svadara, yaitu *single column grid*, *multicolumn grid*, dan *modular grid*.

1) *Single Column Grid*

Single Column Grid merupakan struktur *grid* yang paling *simple* yang ditentukan dengan satu *column* atau *block of text* yang dikelilingi oleh

margins. Single column grid juga disebut sebagai *manuscript grid*. *Column grid* dapat ditentukan dengan margin yang dapat dilakukan secara simetris atau asimetris.

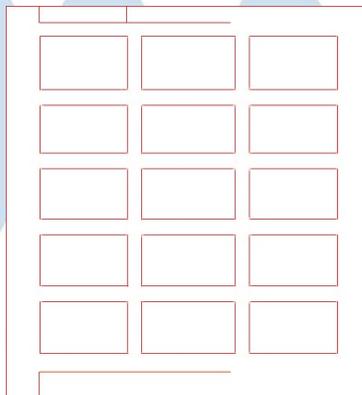


Gambar 2.8 Single Column Grid

Sumber: <https://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>

2) *Multicolumn Grid*

Multicolumn Grid merupakan *grid* pembagian dari *single column grid* sehingga membentuk dari *column* yang berjejer. *Multicolumn grid* dapat dimulai dari dua atau lebih pembagian dari *single column*. *Multicolumn grid* juga yang dapat dilakukan secara simetris atau asimetris.

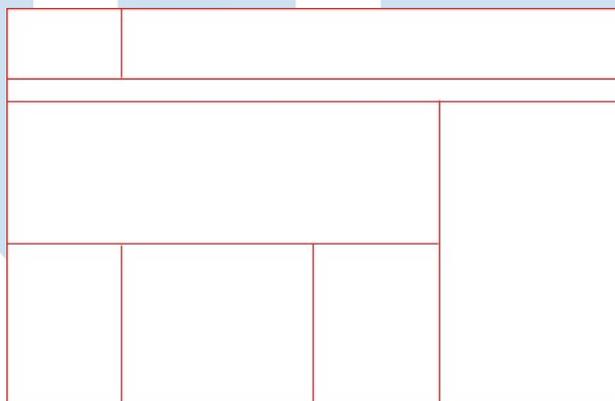


Gambar 2.9 Mutlicolumn Grid

Sumber: <https://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>

3) *Modular Grid*

Modular grid merupakan susunan dari *modules*, yang terbentuk dari pertemuan *column* dan *flowlines*. Teks dan gambar dapat mengisi salah satu modul atau lebih. Manfaat fungsional dari *grid* adalah informasi dapat dipenuhi pada salah satu modul atau dikelompokkan bersama pada *zone*. *Zones* digunakan untuk memproduksi visual hierarki yang jelas dan ketika *modular grid* digunakan pada desain yang banyak dan rumit, sehingga *modular grid* dapat mengakomodasi berbagai fleksibilitas dan variasi.



Gambar 2.10 *Modular Grid*

Sumber: <https://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>

2.2 **Interactive Digital Media**

Menurut Griffey (2020), pada bukunya yang berjudul “Introduction to Interactive Digital Media” media digital interaktif merupakan *computer-driven experience* yang memfasilitasi interaksi dengan antara perangkat dan *user*, penggunaan paling sering merupakan *screen based*. Digital media interaktif dapat diaplikasikan keberagam hal, seperti *website*, *stand-alone kiosk*, aplikasi, *video game*, *computer/sensor driven*, *physical experience in a museum or public space*. Semua dikembangkan dengan berbagai bahasa pemrograman. Akan tetapi, semua media tersebut memfasilitasi interaksi dua arah antara sistem dan *user* (hlm. 3).

Hal terpenting dari media digital interaktif dan yang membedakan dengan media lain adalah *user interaction*. Ketika *user* mengonsumsi media lain seperti, melihat sebuah gambar, membaca sebuah *text*, menonton *video* atau

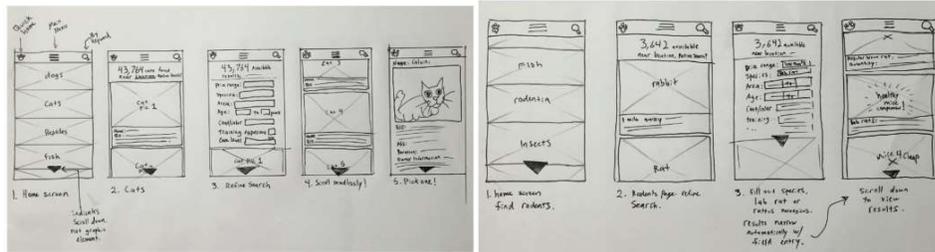
mendengarkan audio, media tersebut tidak akan menanggapi *user*. Media tersebut dapat memicu semacam *response* dari *user*, akan tetapi *user* tidak berinteraksi dengan medianya (hlm. 3). Selain itu, interaktif digital media juga berbeda karena memiliki *non-linear experience*.

User Scenario 1.

Cecilia is a 16 year old girl who wants to adopt a baby kitten. Her price range is anything less than \$200. Also it has to be within 25 miles.

User Scenario 2.

Bobby is a 32 year old male who owns a Black King Snake. He is looking for rodentia to serve as his snakes natural dinner. He is specifically trying to find a feeder rat supplier that is cheaper than PetCo.



Gambar 2.11 User Scenario
Sumber: Griffey (2020)

2.2.1 Bentuk Media Digital

2.2.1.1 Traditional Stand-Alone Kiosk

Sebuah *kiosk* merupakan media berbasis lokasi, biasa dengan *screen-based experience* yang didesain untuk memberikan instruksi, meningkatkan produktivitas, memfasilitasi komunikasi, memberikan hiburan atau memfasilitasi transaksi. Interaktif kiosk merupakan salah satu bentuk media interaktif pertama yang berwujud, sebelum *world wide web* dibuat. *Self-checkout* dan *check-in kiosk* menjadi lebih populer karena dapat meningkatkan produktivitas pada *airline*, *grocery stores*, dan *farmasi*. Pada *museum*, *kiosks* digunakan untuk menarik perhatian dan memberitahu pengunjung, yang memberikan dimensi informasi berbeda atau membuktikan sebuah pengalaman yang berhubungan dengan konten yang disajikan. *Kiosk touchscreen* modern dapat memfasilitasi kolaborasi pengalaman interaktif.



Gambar 2.12 *Traditional Stand Kiosk*
Sumber: Griffey (2020)

2.2.1.2 *Websites*

Website merupakan kombinasi dari halaman *web* yang saling berkaitan, berada di suatu domain yang dapat dilihat pada *browser web* dan dapat diakses dengan koneksi internet dari berbagai komputer. Awal mula *website* hanya memiliki layar statis dengan berbagai teks, seperti sebuah brosur. Akan tetapi, dengan perkembangan teknologi, *bandwidth*, dan *protocol* berubah menjadi lebih canggih. *Website* modern telah berkembang secara signifikan, sehingga dapat diakses melalui berbagai perangkat, dan seluruh *website* menjadi lebih responsif.

2.2.1.3 *Mobile Application*

Aplikasi *mobile* merupakan media digital interaktif yang dapat dengan mudah dibedakan semenjak lahirnya *smartphone*. Aplikasi *mobile* berbeda dengan aplikasi *desktop* atau aplikasi *web* karena dikembangkan untuk bekerja pada *tablet*, dan dikembangkan secara khusus untuk melakukan tugas spesifik. Selain itu, aplikasi menjadi populer karena tidak mahal, mudah *download*, *update* dan *delete*, dan biasanya memberikan pengalaman yang menyenangkan dan berguna untuk sebuah perangkat. Ditambah lagi, aplikasi dapat dikembangkan dan dijual oleh siapapun dengan ide cerdas dan sedikit ilmu *programming*, sehingga inovasi, hal baru dan mengasyikkan akan terus berlanjut.

2.2.1.4 *Video Games*

Video game merupakan *game* yang dimainkan pada sebuah *computer*, perangkat *mobile*, atau perangkat konsol khusus dimana *user* dapat berinteraksi dengan sistem dalam *game*, yang dapat *dicontrol* secara fisik, dengan sensor atau dengan menyentuh layar. Awal mula, *game* yang dapat diakses oleh *public* dapat dilakukan di arkade, dengan mesin sebesar bilik telepon, dan terjadi munculnya kultur arkade. Namun, berkembangnya *video game* pada akhir 1970 dan awal 1980, *video game* dapat dimainkan di rumah. Konsol *video game* pun telah terus berubah dari *handheld*, konsol canggih yang memfasilitasi *gameplay* kolaboratif melalui internet hingga media yang tidak menggunakan *controller* tetapi dapat melihat *gestur* dari pemain sebagai bentuk interaksi. *Video game* telah memasuki seluruh perangkat, yang dapat dimainkan pada *computer*, dengan *web browser*, pada *tablet*, *smartphone* hingga jam tangan. *Game* memiliki variasi yang luar biasa dengan jenis permainan yang tersedia. *Game* tidak hanya digunakan sebagai sebuah hiburan, tetapi juga pada edukasi dan pelatihan untuk murid dan profesional.

2.2.1.5 *Physical Installations, Exhibits and Performance*

Museum menjadi lokasi yang populer untuk mendapatkan pengalaman interaktif yang unik, yang dimana desainer pameran akan menarik perhatian pengunjung dengan memberikan pengalaman dengan teknologi dan *open endedness*. Pameran interaktif ini mendorong pengunjung untuk berhadapan dengan konten pameran dengan berbagai cara inovatif, dan seringkali menumbuhkan kolaborasi dengan pengunjung lain. Sedangkan, pada ruang *public* terkadang dipasang pengalaman partisipasi interaktif yang tidak biasa dan elegan. Selain itu, media interaktif memberikan dimensi baru pada pertunjukkan teater, dimana penonton dapat memberikan interaksi pada sebuah *computer* yang kemudian akan diinterpretasikan oleh *software* yang kemudian memberikan petunjuk pada penari untuk melakukan gerakan tertentu.



Gambar 2.13 *Physical Installations*
Sumber: Griffey (2020)

2.2.2 *Interactive Digital Media*

Menurut Griffey (2020), Proyek digital media interaktif memiliki jenis, media, fungsi dan skala yang luar biasa beragam yang dapat mempengaruhi ukuran tim perancang dan biaya pengembangannya. Akan tetapi memiliki kesamaan diantara proyek dan cakupan yang sangat berbeda, yaitu pada tugas dan proses tetap sama.

2.2.2.1 **Jenis Interaktifitas Yang Dibutuhkan**

Penentuan interaktifitas yang dibutuhkan akan menentukan *budget* dan skala tim. Sehingga jika interaktifitas yang tidak konvensional atau inovasi digunakan, maka pemrograman akan menjadi lebih kompleks dan khusus, sehingga menjadikan biaya dan tim yang besar.

2.2.2.2 **Fungsionalitas Yang Dibutuhkan**

Sebuah aplikasi yang dapat melakukan berbagai hal akan memiliki fungsionalitas tinggi, maka perancangan aplikasi akan menjadi lebih kompleks dan lebih lama.

2.2.2.3 **Tingkat Adaptasi**

Sebuah aplikasi yang memiliki adaptabilitas yang tinggi, dapat berubah sesuai dengan personifikasi *user* berdasarkan riwayat interaksi *user*. Dengan demikian, diperlukan kemampuan untuk menyimpan perilaku dan mengolah informasi *user*, yang kemudian menampilkan konten secara

dinamis kepada *user* berdasarkan algoritma dan data yang telah disimpan pada *database*.

2.2.2.4 The Database Behind It

Database merupakan kumpulan data informasi yang berhubungan dengan data lain. Aplikasi dan *software* membutuhkan *database* untuk dapat menjalankan tugas dan fungsi yang kemudian menggunakan algoritma tertentu untuk melakukan komparasi dan kalkulasi kemudian dapat menampilkan hasil yang ditugaskan. *Database* sangat penting dan dibutuhkan, sehingga semakin kompleks *database*, perancangan aplikasi akan menjadi semakin lama.

2.2.2.5 Jumlah dan Tipe Konten Yang Dimasukkan

Sebuah aplikasi yang memiliki berbagai gambar, *text*, *video*, ilustrasi, musik dan lainnya akan dapat mempengaruhi waktu perancangan. Akan tetapi, beberapa konten sudah tersedia dan dapat digunakan untuk mempercepat proses perancangan, akan tetapi perlu memastikan perizinan secara legal agar dapat menggunakan konten tersebut.

2.2.3 Keterampilan Esensial

Menurut Griffey (2020), Keterampilan yang dibutuhkan pada media digital interaktif bergantung pada peran yang dimiliki pada proses perancangan. Akan tetapi, pengetahuan mengenai berbagai jenis media dan interaktifitas yang diinginkan merupakan keterampilan yang diharapkan dimiliki oleh siapa pun ketika memasuki industri interaktif media, apapun pekerjaannya.

2.2.3.1 Mengenal Media

Konten, terdiri dari *video*, audio, animasi, *text*, *graphics*, ilustrasi merupakan hal utama pada pengalaman interaktif. Setiap jenis bentuk media membutuhkan pertimbangan khusus dan akan dikaitkan dengan serangkaian proses dan praktik terbaik ketika mengintegrasikan ke dalam pengalaman interaktif.

2.2.3.2 User Experience Design

Media interaktif secara tipikal memiliki komponen visual yang besar, maka dari itu, keterampilan dalam mengkomunikasikan visual sangat dibutuhkan agar *user* mengerti tujuan dan kegunaan sebuah aplikasi, sehingga memberi *user experience* yang menyenangkan dan informasi dapat tersampaikan dengan jelas kepada *user*.

2.2.3.3 Coding & Authoring Media

Media interaktif akan pasti ditulis oleh seseorang dengan *coding* atau dengan dibangun dengan *authoring application* (*software* yang dapat digunakan oleh dibuat oleh *developer* dengan menggabungkan elemen media, menyerempakkan konten, desain *user interface* dan menentukan interaktifitas). Bahasa pemrograman dan *authoring tool* yang digunakan untuk membangun interaktifitas bergantung pada format final dan konteks dari aplikasi interaktif yang dibuat.

2.3 Media Promosi Digital

Menurut Quesenberry (2019), Iklan atau sebuah promosi merupakan penempatan pengumuman dan pesan persuasive dalam waktu atau ruang yang dibeli di media massa. Dasar dari profesi iklan adalah membuat pesan *persuasive* dan kemudian membeli ruang di media massa untuk menjangkau audiens yang besar. Oleh karena itu, pemasar harus melakukan lebih dari sekadar membuat pesan pemasaran yang konsisten yang kemudian didorong kepada konsumen melalui disiplin komunikasi tradisional. Baik pesan yang dihasilkan perusahaan maupun komunikasi yang dibuat oleh konsumen harus terintegrasi melalui keterlibatan untuk menciptakan satu strategi pemasaran yang kohesif. Media sosial menciptakan percakapan dengan konsumen daripada satu sisi yang benar-benar persuasive atau berorientasi pada penjualan pesan merek.

2.3.1 Social Media

Menurut Quesenberry (2019) sosial media merupakan tentang pembuatan dan berbagi informasi, ide dan berbagai bentuk dari ekspresi

personal suatu individu pada komunitas virtual dan jaringan. Media sosial telah meningkat dari jumlah dan perhatian, mengubah konten dari *publisher-centric model* menjadi *user-centric*. *User centric* artinya kontrol, pilihan, fleksibilitas dimana kebutuhan, keinginan dan keterbatasan oleh seorang *end user* akan menjadi pertimbangan yang lebih besar. Oleh karena itu, media sosial memerlukan pembuatan konten yang bermakna untuk konsumen dan konsumen akan memilih untuk terlibat dan membagikan kepada orang lain.

2.3.1.1 Pull Marketing

Pull marketing merupakan sebuah usaha untuk menarik perhatian suatu *consumer* kepada suatu *brand* dengan mengkomunikasikan konten yang berarti sebagai sebuah penangkal dari gangguan banyak iklan yang bermunculan di tempat yang tidak terduga sehingga orang akan biasa untuk mengabaikan dan mencari cara untuk memblokir dalam suatu waktu.

2.3.1.2 Interactivity and Two-Way Marketing

Interactive marketing merupakan sebuah kemampuan untuk menyapa *consumer*, mengingat apa yang konsumen katakan dan kemudian mengatasi pelanggan dengan cara yang menggambarkan bahwa organisasi mengingat apa yang *consumer* katakan kepada mereka. *Interactivity* memiliki 3 (tiga) elemen yang sering muncul yaitu, *direction of communication*, *user control* dan waktu. Pertama, Interaktifitas harus mampu melakukan komunikasi dua arah yang memberikan percakapan timbal balik dan mampu untuk menawarkan umpan balik, selain itu, hal ini juga dapat berupa dalam bentuk UI yang ramah yang dapat memberikan berita positif dari mulut ke mulut untuk Sanggar Svadara Indonesia. Kedua, *user control* juga merupakan karakteristik utama dari interaktifitas. Secara general, *website* dapat memberikan *user control* melalui berbagai konten dan pilihan navigasi dibandingkan media tradisional. Ketiga, merupakan persepsi interaktifitas merupakan pertimbangan yang penting. Persepsi ini dipengaruhi oleh waktu dan kecepatan penyampaian suatu pesan. Semakin

lama konsumen menunggu tanggapan semakin kurang interaktif komunikasi yang dirasakan.

2.3.1.3 SWOT Analysis

SWOT analysis berasal dari kata *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat* merupakan sebuah penilaian dari sebuah instansi dari faktor internal maupun eksternal. Hal ini akan dilakukan pada sanggar Svadara Indonesia. *Strength* dan *Weakness* merupakan faktor internal yang dapat dikontrol dan diubah oleh sanggar Svadara Indonesia, sedangkan *opportunity* dan *threat* merupakan faktor eksternal di luar sanggar Svadara Indonesia, yang dapat diambil keuntungannya dan melindungi dari *threats* akan tetapi hal tersebut tidak dapat diubah. Hal ini digunakan untuk menilai sanggar Svadara Indonesia, sehingga dapat membuat strategi yang solid untuk memprioritaskan suatu tugas untuk mengembangkan Svadara Indonesia.

2.3.1.4 SMART Objective

SMART Objective merupakan sebuah strategi sosial media yang digunakan untuk mengidentifikasi objektif luas Svadara Indonesia, dan memastikan dapat diukur dan terikat waktu. Dalam rencana Svadara Indonesia ini, hal ini difokuskan pada sosial media untuk meningkatkan *awareness* (*views*, *reach*, *impression*, dll), dan juga mempromosikan sanggarnya (*likes*, *comments*, *shares*, dll).

2.3.2 Instagram

Instagram merupakan sebuah layanan jaringan sosial *mobile* dan *online* yang dimana *users* dapat mengambil sebuah foto dan *video* dan membagikan kepada berbagai *social networking platform*. *Instagram* sangat populer pada remaja dan dewasa muda, dimana di Amerika 50 persen dari umur 18 hingga 29 tahun memakai *Instagram*. *Instagram* unik karena *users* dapat mengambil foto dan *video*, dan mengaplikasikan sebuah *filters* dan secara langsung membagikan ke berbagai media sosial lain seperti

Facebook, Twitter dll. Instagram adalah semua tentang pembagian foto dan video yang berkualitas. User Instagram dapat mengikuti user lain, like, dan comment pada foto mereka, dan juga membagikan kepada user lain. Instagram juga menggunakan *hashtags* untuk mengkategorikan photo dan video.

2.3.3 AISAS

Menurut Sugiyama dan Andree (2010), *AISAS* merupakan sebuah model promosi modern yang menggambarkan sikap dan perilaku konsumen terhadap suatu produk atau jasa, terutama pada era digital dan internet. Pada model ini *user* melakukan kontak aktif dengan informasi yang didapatkan dan secara sukarela mencari tahu lebih dalam dan *share* dengan orang lain mengenai informasi yang mereka temukan. Berikut merupakan lima (5) tahapan dari model AISAS.



Gambar 2.14 Model AISAS
Sumber: Sugiyama & Andree (2011)

1) *Attention*

Attention, merupakan sebuah momen dimana *user* melihat dan memperhatikan sebuah iklan dari suatu jasa atau produk.

2) *Interest*

Setelah mendapatkan perhatian *user*, *interest* suatu perasaan yang dirasakan *user* untuk mencari tahu lebih dalam dan diharapkan dapat menimbulkan *desire* dengan suatu jasa atau produk.

3) *Search*

Search merupakan sebuah proses yang dilakukan oleh *user* untuk mencari lebih tahu mengenai suatu jasa atau produk. Tahap *search* dapat dilakukan oleh *user* melalui berita *online*, media sosial, *website*, atau bahkan bertanya kepada kenalan mengenai suatu jasa dan produk.

4) *Action*

Pada tahap *Action*, setelah menilai dan mempertimbangkan informasi yang telah dicari. *User* dapat mendatangi sanggar atau menghubungi pihak sanggar untuk menjadi anggota sanggar.

5) *Share*

Tahap *share* merupakan pembagian perasaan puas dan apresiasi yang *user* rasakan kepada orang lain melalui *word of mouth* atau media sosial. Hal ini dapat membuat *user* lain untuk memberikan perhatian dan proses AISAS dapat kembali terjadi.

AISAS juga merupakan model non-linier yang dikarenakan suatu tahap dapat dilewati dan diulang, dan tidak berurutan. Selain itu, media promosi yang digunakan tidak perlu secara khusus ditentukan untuk setiap tahap sehingga bersifat fleksibel. Akan tetapi, penting untuk mempertimbangkan dan menyesuaikan dengan media yang digunakan oleh *user*.

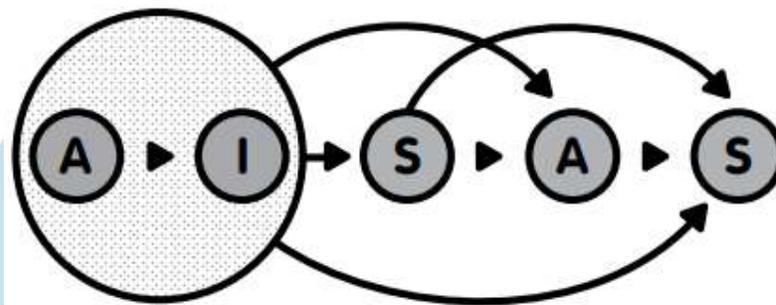


Figure 3.11 AISAS as a nonlinear model.

Gambar 2.15 Diagram Non-linier AISAS
Sumber: Sugiyama & Andree (2011)

2.4 UI/UX

Menurut McKay (2018), *user interface* secara esensial merupakan sebuah komunikasi antara *users* dan produk untuk melakukan sebuah tugas tujuan pengguna. Sebuah *user interface* berbeda dengan percakapan antara manusia terutama menggunakan bahasa *user interface* daripada bahasa natural. Sebuah UI yang memiliki desain baik dapat mengkomunikasikan kepada *user* secara natural,

profesional dan *friendly*, mudah dipahami dan efisien. Oleh karena itu UI membutuhkan komunikasi yang efektif agar dapat membuat perbedaan.

2.4.1 *Interaction*

Elemen-elemen interaksi pada sebuah UI elemen dapat dipecah menjadi bagian penyusun ini:

- 1) Elemen
 - a. *Purposes*, tujuan dari sebuah elemen, contohnya adalah *textbox* yang dimana *user* dapat menulis apapun.
 - b. *Affordance*, petunjuk visual yang menunjukkan cara melakukan interaksi.
 - c. *Body language*, detail presentasi elemen yang memberikan informasi tambahan diluar tujuan dan keterjangkauannya.
 - d. *Interaction*, tindakan pengguna tertentu untuk melakukan interaksi.
 - e. *Labelling*, *Text labels placeholders*, *icons*, atau *tootips* yang menjelaskan maskan atau efek dari elemen.
- 2) *Common mouse interactions*
 - a. *Left click*, mengaktivasi atau menyeleksi sebuah obyek. Untuk text, memasukkan *insertion point*.
 - b. *Double-(left) click*, Menyeleksi obyek dan melakukan perintah default, seperti pembukaan. Untuk text, menyeleksi kata.
 - c. *Hover*, menunjukkan *tooltips* atau kemampuan sekunder
 - d. *Right click*, menyeleksi obyek, dan menunjukkan menu konteks.
 - e. *Left click + drag*, menggeser, memindahkan, mengubah ukuran atau menyeret obyek. (Efek akan diindikasikan oleh *mouse pointer*)
 - f. *Control+left click*, mengaktifkan pilihan *item selection*.
 - g. *Triple click*, untuk teks, menyeleksi paragraph.
 - h. *Shift+left click*, Perpanjang pilihan daftar secara berurutan.
 - i. *Shift+left click+drag*, *control+left click* yang dibatasi. Misalnya pengubahan ukuran suatu bentuk dengan aspek ratio yang sama.

3) Common Keyboard interaction

- a. Shortcut keys, penekanan tombol *advanced* terutama untuk efisiensi, Sebagian besar diketahui oleh *advanced users*. Pada windows, menggunakan *Fuction* atau *Control Keys*. Pada Mac, biasanya menggunakan *Control, Option dan Command keys*. *Shortcut keys* diingat oleh *user*, sehingga perlu memiliki konsistensi pada sebuah platform.
- b. Access keys, Keyboard mengakses kontrol secara utama untuk aksesibilitas. Pada windows, menggunakan Alt Keys, Access keys tidak dapat ditaruh secara konsisten, sehingga mereka didokumentasikan di UI. Access Keys tidak digunakan di Mac.

4) Common interaction and gesture

- a. *Tap*, mengaktivasi atau menyeleksi objek. Untuk text menaruh *insertion point*. Dan menghentikan scroll.
- b. *Double tap*, Pada tengah screen, melakukan zoom in dan menengahi konten atau zoom out jika sudah zoom in. Jika diatas atau dibawah screen, akan melakukan scroll up atau scroll down setengah halaman. Jika pada text, melakukan seleksi.
- c. *Touch and hold*, menampilkan tampilan yang diperbesar untuk *insertion point*, Menampilkan menu konteks atau perintah tambahan. Perubahan mode (misalnya, edit mode)
- d. *Drag*, menyeret obyek, susun ulang sebuah daftar, melakukan *pan* atau *scroll layer*.
- e. *Pinch or spread*, memisahkan dua jari untuk *zoom in*, menjepit kedua jari untuk *zoom out*.
- f. *Rotate*, memutar sebuah obyek.
- g. *Flick*, pan atau scroll layar dengan cepat.
- h. *Drag from top*, ketika sudah diatas, menyeret kebawah akan memperlihatkan search box atau meresfresh konten.

- i. *Swipe*, menggeser secara menyilang untuk menunjukkan delete button untuk list item, Menggeser dari atas *screen* untuk menunjukkan notifikasi, informasi waktu dan pengaturan penting.
- 5) *Commands*
- a. *Ribbons*, *Ribbons* mengatur *command* ke dalam tab yang dikelompokkan. Mudah di temukan secara langsung pada satu tempat. Space efficient.
 - b. *Text only labels*, menjelaskan dirinya sendiri, akan tetapi tidak mudah dipindai dan dikenali. Secara tradisional digunakan dimenu tetapi sekarang digunakan pada *toolbars* juga.
 - c. *Icon and text labels*, keduanya menjelaskan dirinya sendiri, dapat dipindai dengan mudah tetapi mengorbankan menjadi lebih besar dibandingkan alternatif lain.

2.4.2 Attributes of Effective UI

Layout merupakan penempatan, *sizing*, *spacing* dan *emphasis* dari elemen UI dan konten dalam sebuah halaman. *Layout* yang efektif dapat membantu *user* untuk mendapatkan apa yang mereka cari dengan cepat sekaligus membuat tampilan halaman menarik secara visual.

- 1) *Useful, relevant, necessary*. Label memberikan informasi yang berguna dan relevan dengan tugas yang ada.
- 2) *Purposeful*. Label membantu *user* untuk memahami UI elemen, memfokuskan pada tujuan dan mengikatkan mereka pada tujuan dan motivasi *user*.
- 3) *Clear and Natural*. Label berbicara dalam bahasa *user*. Menggunakan bahasa alami yang digunakan *user* dalam percakapan. Teks akan menghindari jargon, singkatan, akronim yang tidak perlu, mengeja kata-kata secara lengkap dalam bahasa sederhana sebisa mungkin.
- 4) *Easy to understand*. Label tidak memerlukan pemikiran, eksperimentasi atau pengetahuan spesial untuk dipahami.

- 5) *Specific and explicit.* Label memberikan tingkat detail yang tepat sehingga *user* dapat tahu apa yang dilakukan.
- 6) *Concise and efficient.* Label memberikan tingkat detail yang tepat sehingga pengguna dapat membuat keputusan berdasarkan informasi dengan percaya diri.
- 7) *Good personality and tone.* Teks memiliki kepribadian dan nada yang baik, seperti orang yang disukai. Jika mengatakan apa yang di label tidak pantas, tidak sopan, tidak menghargai, harus dianggap sama tidak pantas jika menggunakan *software*.

2.4.3 *Layout*

Layout merupakan penempatan, sizing, spacing dan emphasis dari UI elements dan konten dalam sebuah halamn. *Layout* yang efektif dapat membantu *user* untuk mendapatkan apa yang mereka cari dengan cepat sekaligus membuat tampilan halaman menarik secara visual.

Sebuah halaman *layout* mengkomunikasikan tujuan sebuah halaman, bagaimana memindai dan urutan untuk menggunakan elemen-elemen pada halaman tersebut. Sebuah *layout* yang di desain dengan baik dapat terlihat simple, rapih, mudah dipindai, efisien, dan secara estetika menyenangkan.

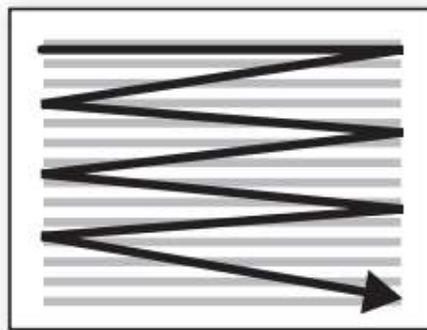


FIGURE 3.8

An immersive reading pattern—for comprehension.

Gambar 2.16 *Immersive Reading Pattern*

Sumber: McKay (2018)

Pada budaya barat, users membaca secara mendalam dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah, mengikuti *layout* dari halaman. Pengguna dapat membaca kebanyakan dari kata dan konten, namun dapat melewati konten yang tidak relevan atau membutuhkan upaya besar untuk dibaca.

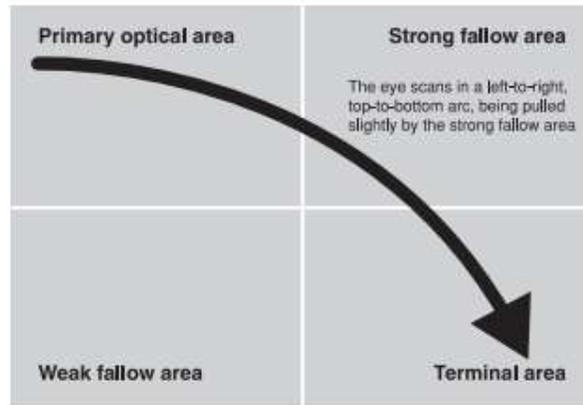


FIGURE 3.9

A scanning pattern for finding things quickly.

Gambar 2.17 Gutenberg Diagram
Sumber: McKay (2019)

Secara kontras, *user* akan memindai sebuah halaman dengan pola melengkung, mulai dari atas kiri ke bawah kanan. Sepanjang membaca, *users* mungkin dapat memperhatikan pada bagian sudut atas kanan (*strong fallow area*). *User* kemungkinan melihat sudut kiri bawah (*weak fallow area*) terakhir, jika mereka melihatnya sama sekali. Jalur pemindaian ini secara resmi dikenal sebagai *Gutenberg diagram*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

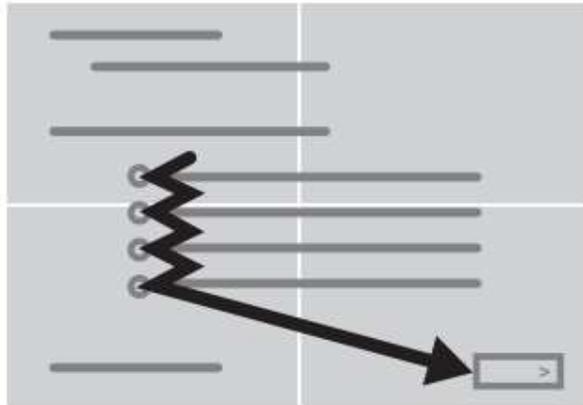


FIGURE 3.10
Interactive controls get the user's immediate attention.

Gambar 2.18 *Interactive Control*
Sumber: McKay (2019)

Users akan mengikuti pola ini secara general, namun akan berubah ketika ada konten yang menarik atau menolak perhatian.

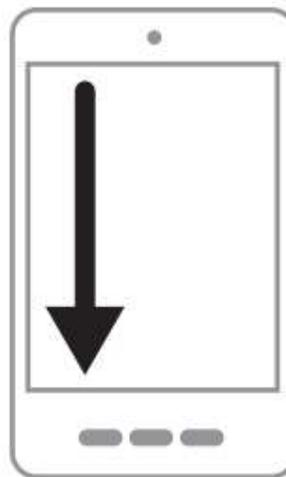


FIGURE 3.11
The scan path for small screens is straight down.

Gambar 2.19 *Scrolling Down*
Sumber: McKay (2020)

Untuk membantu *user* dengan mudah menemukan apa yang mereka cari dan dengan cepat memutuskan apa yang akan dilakukan dan membuat

tampilan menarik secara visual, sebuah *layout* yang efektif akan memiliki atribut sebagai berikut.

1) *Focus*

Mengindikasikan kemana *user* harus melihat terlebih dahulu, biasanya pada sudut atas kiri, atau diatas tengah pada halaman.

2) *Flow*

Memberikan pemindaian alur untuk mata *user* untuk diikuti secara mulus dan natural pada halaman.

3) *Termination*

Mengindikasikan dimana alur pemindaian harus berakhir, biasanya dengan sebuah elemen UI untuk melanjutkan tahap atau tugas berikutnya.

4) *Order*

Elemen UI akan dipresentasikan secara logical, urutan alur tugas. Informasi paling penting ditaruh diatas. Secara general, *users* tidak akan scroll kebawah jika mereka tidak memiliki alasan untuk melakukan hal tersebut. Selain itu, konten paling penting pada halaman, alasan utama, *user* berada di halaman tersebut, harus menonjol dari segala konten lainnya.

5) *Control sizing and spacing*

Control akan berukuran tepat berdasarkan tujuan dan kebutuhannya. Kontrol juga ditempatkan dengan tepat untuk menunjukkan hubungan dan memiliki ruang yang memadai untuk menghindari tampak berlebihan.

6) *Emphasis*

Elemen-elemen UI akan ditekankan berdasarkan kepentingannya untuk menunjukkan hierarki visual. Halaman akan sulit untuk dipindai dan dibaca jika semua elemen UI terlihat seragam.

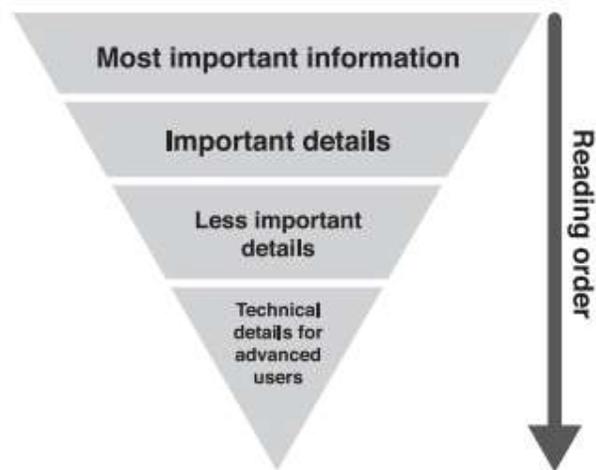


FIGURE 3.14

The inverted pyramid presentation style allows users to stop reading once they have the information they need.

Gambar 2.20 *Reading Order*
Sumber: McKay (2019)

2.4.4 Icons & Glyphs

Icons merupakan sebuah gambar yang kecil, biasanya dengan 3D, full color dan *shading*, yang digunakan untuk melabel sebuah command. Options atau object. Sedangkan *glyphs* merupakan flat (2D tanpa shading), symbol monokrom atau bentuk, yang digunakan untuk tujuan yang sama. UI modern sudah mulai meninggalkan icons dan menggunakan *glyphs*.

2.5 Website

Menurut Beaird & George (2014), sebuah website harus dapat secara estetika menyenangkan dan harus dapat memenuhi keinginan klien. Keinginan tersebut bisa jadi sangat tinggi dan rumit atau hanya dapat memberikan informasi menjadi tersedia. Oleh karena itu, sebuah desain website harus mampu memberikan hubungan dengan keseluruhan elemen sehingga menciptakan keseimbangan antaranya.

2.5.1 Anatomi Website

1) Containing Block

Setiap halaman *website* memiliki *container*. Hal ini dapat berbentuk pada tubuh halaman. Tanpa sebuah *container*, sebuah konten tidak dapat ditempatkan pada sebuah halaman. Elemen-elemen akan melayang keluar batas *browser window* dan pergi ke ruang kosong. Lebar dari *container* ini dapat berubah-ubah. Yang dimana *container* ini dapat memenuhi *browser window* atau memiliki skala yang tetap, sehingga konten akan memiliki lebar yang sama tidak peduli berapa ukuran *browser window*.

2) Logo

Ketika desainer merujuk pada sebuah identitas, mereka merujuk pada logo dan warna yang digunakan pada berbagai bentuk *marketing* sebuah instansi. Blok identitas yang muncul pada *website* harus dapat berisi logo dan nama sebuah instansi, dan menempati pada bagian atas halaman *website*. Blok identitas meningkatkan *brand recognition* dan juga memberitahu *user* bahwa halaman yang mereka lihat adalah bagian dari suatu *website*.

3) Navigation

Sangat esensial untuk navigasi sebuah *website* mudah dicari dan digunakan. *User* mengharapkan untuk melihat navigasi pada di atas halaman. Jika menggunakan menu vertical kebawah pada sisi samping sebuah *website* atau menu horizontal yang berlintas pada sebuah halaman, navigasi harus berada dekat dengan bagian atas dari layout.

4) Content

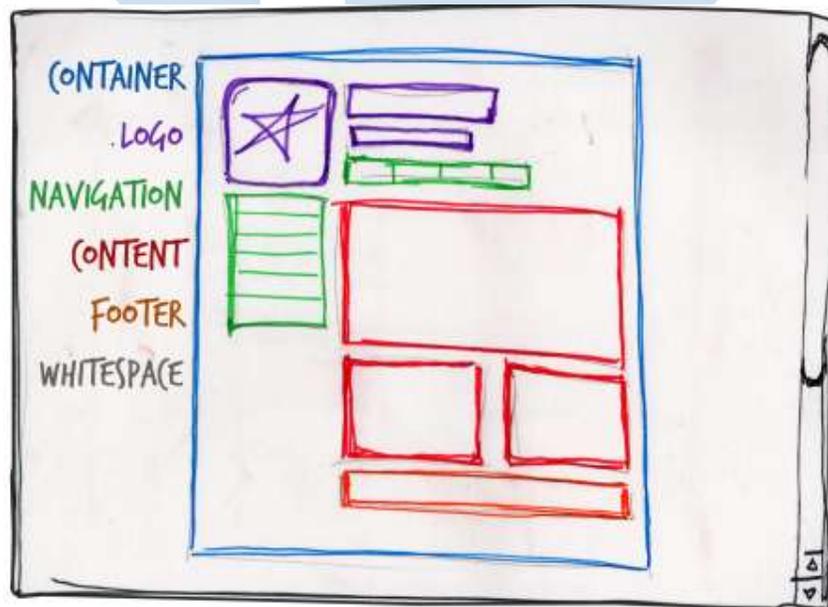
Konten adalah raja. Konten dapat berbentuk teks, gambar atau video yang dapat ditemukan pada *website*. Jika *user* tidak dapat menemukan apa yang mereka cari, mereka tentu akan menutup *browser* dan pindah ke *website* lain. Sangat penting untuk menyimpan konten blok utama sebagai *focal point* dari sebuah desain, sehingga *user* dapat memindai halaman untuk informasi yang mereka butuhkan.

5) Footer

Footer ditempatkan dibawah halaman, biasanya memiliki isi *copyright*, kontak dan informasi legal. Selain itu, dapat berisi beberapa link ke seksi utama pada *website*. Dengan memisahkan konten dari bawah *browser window*, *footer* harus dapat mengindikasikan bahwa mereka ada pada halaman paling bawah.

6) Whitespace

Whitespace atau *negative space* merupakan seluruh area pada halaman tanpa sebuah *type* atau ilustrasi. Tanpa sebuah *whitespace* desain akan terasa sangat tertutup, seperti pada ruangan yang penuh yang berdesak. *Whitespace* membantu sebuah desain untuk memberi nafas dengan memandu mata *user* pada sebuah halaman, tetapi juga membantu memberikan keseimbangan dan kesatuan.



Gambar 2.21 Anatomi Website
Sumber: Beard & George (2014)

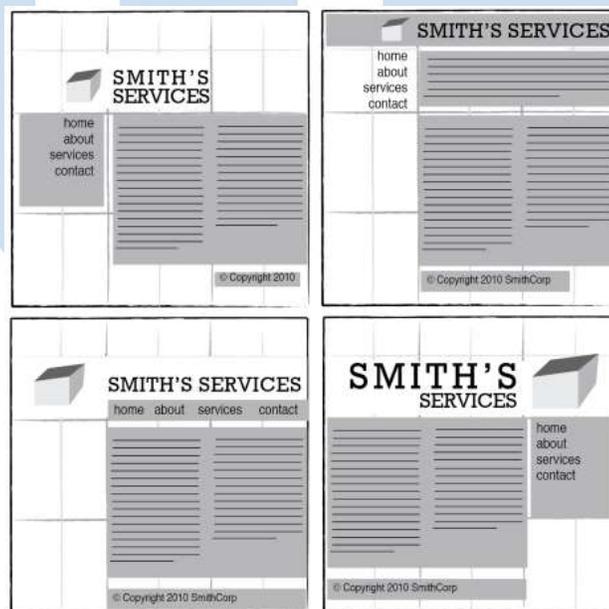
2.5.2 Grid Website

Menggunakan sebuah grid tidak hanya membuat elemen menjadi sebuah persegi dan berbaris, namun juga tentang proporsi. Komposisi yang

dibagi menjadi sebuah garis yang proporsional dengan *golden ratio* dianggap sebagai estetis atau estetika yang menyenangkan.

1) *The rule of thirds*

Versi simple dari *golden ratio* adalah *rule of thirds*. Garis yang dibagi menjadi dua oleh *golden ratio* dibagi menjadi dua bagian, salah satunya akan memiliki ukuran dua kali lebih besar. Membagi komposisi menjadi sepertiga adalah cara yang mudah untuk menerapkan proporsi tanpa menggunakan kalkulator.



Gambar 2.22 Contoh Layout Dengan Rule of Third
Sumber: Beard & George (2014)

2) *960 Grid System*

960 grid system merupakan sebuah *grid system* yang dapat dengan pas memenuhi dalam layar *display* 1024px. Dan dengan 960px, angka tersebut dapat dibagi dengan angka 3, 4, 5, 6, 8, 10, 12, 15, dan 16. Yang merupakan hal ideal untuk sebuah grid. Hal ini juga dapat dilakukan dengan layar resolusi 1920x1080, yang merupakan resolusi standard saat ini.



Gambar 2.23 Contoh 16 Column Grid Pada Website
Sumber: Beard & George (2014)

2.6 Musik Tradisional

Menurut Bakan (2011), properti dasar dari musik adalah suara (dan silences) yang diorganisi secara tertentu oleh manusia sesuai dengan niat dan persepsi pembuatnya, sehingga membuat sebuah kumpulan suara yang terorganisir.

2.6.1 Pendekatan Musik

2.6.1.1 Budaya Dalam Musik

Budaya merupakan pandangan dunia kolektif yang dirasakan bersama oleh masyarakat budaya tersebut. Dan budaya sangat erat dengan ide, keyakinan, dan praktik yang menggarisbawahi organisasi sosial, seperti agama, ideologi, filsafat, ilmu pengetahuan, moral, etika, kreasi seni dan pertunjukkan ritual.

2.6.1.2 Makna Dalam Musik

Musik muncul karena ada pertemuan dari suara dan budaya. Tanpa adanya makna pada suatu suara, suara-suara ini akan sulit dianggap sebagai musik karena akan terdengar sebagai acak. Maka dari itu, makna, merupakan perekat esensial yang menyatukan suara dan budaya untuk membentuk musik.

2.6.1.3 Identitas Dalam Musik

Memahami makna pada suatu musik, tidak dapat dipisahkan dengan bagaimana pendengar memikirkan dan mewakili diri mereka sendiri dengan satu sama lain. Konsepsi sebuah musik dari seluruh dunia terkait erat dengan penggambaran suatu identitas, yaitu gagasan orang mengenai siapa mereka dan apa yang menyatukan mereka atau bahkan yang membedakan mereka dari orang atau entitas lain: baik individu, keluarga, komunitas, institusi, budaya, masyarakat, bangsa, kekuatan gaib.

2.6.1.4 Individu dalam Musik

Budaya, masyarakat, negara dan komunitas *transnational* memberikan kerangka penting untuk memahami identitas pada musik, akan tetapi, mereka tidak melakukan atau memikirkan apapun, apalagi membuat musik. Seorang individu atau sebuah kelompok yang membuat dan mendengarkan lagu, dan memberikan dan mendefinisikan makna identitas yang berelasi dengan hal tersebut.

2.6.1.5 Spiritualitas dan Transendensi

Dalam beberapa tradisi, musik memiliki peran integral pada ibadah, ritual keagamaan dan ekspresi iman. Musik dapat digunakan sebagai jembatan antara alam tak terlihat dan persatuan dengan kekuatan supernatural. Maka pada topik tersebut musik dapat memfasilitasi *transcendence*. Kepentingan spiritual musik juga dapat dilihat dengan kapasitas keunikannya yang dapat membawa anggota dari komunitas mengekspresikan solidaritas serta mengekspresikan satu keyakinan yang sama.

2.6.1.6 Tari dan Musik

Musik memiliki kapasitas untuk menggerakkan orang secara literal sehingga menginspirasi mereka untuk menari. Menari dan musik yang mengiringnya, pada perayaan sosial, solidaritas masyarakat, dapat dilihat sebagai ekspresi fisik budaya, dan pertunjukan identitas. Berbagai

bentuk dan konteks tarian yang diiringi musik terjadi di hampir setiap jenis situasi sosial dan budaya, dari ritual keagamaan yang paling sakral hingga tontonan pesta pora yang paling sekuler.

2.6.1.7 Ritual Pada Musik

Ritual merupakan peristiwa special dimana seorang individu atau komunitas memerankan sebuah pertunjukkan, dengan menunjukkan inti keyakinan, nilai dan cita-cita mereka. Ritual ini sering mengambil bentuk pertunjukkan dari mitos, legenda, epos atau teks yang menjadi dasar identitas suatu budaya. Sebuah ritual mungkin sakral atau mungkin sekuler. Biasa digunakan untuk menandakan peristiwa siklus hidup yang penting dan *rites of passage* di semua budaya.

2.6.1.8 Musik Sebagai Komoditas dan Perlindungan Musik

Dukungan dan kepemilikan musik merupakan faktor utama yang mempengaruhi bagaimana musik hidup dalam komunitas, budaya, dan masyarakat. Beberapa musik dianggap properti kepemilikan sebuah keturunan keluarga atau seluruh masyarakat desa. Kepemilikan musik oleh suatu individu juga umum sangat umum.

