

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Desain Grafis

Menurut Landa (2014, hlm.1) dalam bukunya yang berjudul “*Graphic Design Solution*” Edisi ke 5, desain grafis adalah bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan ataupun informasi kepada penerima (*audience*) dan merupakan representasi visual dari ide dibalik sebuah kreasi, seleksi dan penyusunan elemen visual. Dalam desain grafis, solusi yang diberikan dapat mempersuasi, menginformasi, mengidentifikasi, memotivasi, hingga mengorganisasi banyak tingkatan makna. Penulis akan menggunakan teori ini sebagai panduan untuk perancangan visual yang akan mendukung desain *website*.

2.1.1 Design Principle

Landa (2014, hlm. 29) menyatakan bahwa terdapat prinsip-prinsip dasar yang saling bergantung satu sama lain yang digunakan dalam penyusunan sebuah desain. Dengan menggabungkan pengetahuan pembuatan konsep, tipografi, gambar, visualisasi, dan elemen formal sebagai fondasi yang diterapkan kepada setiap proyek desain. Prinsip-prinsip dasar yang dimaksud tersebut terdiri dari *Format, Balance, Visual Hierarchy, Rhythm, Unity*, dan *Laws of Perceptual Organization* (Landa, 2011, hlm. 29-36). Pada penjelasan ini penulis hanya akan membahas contoh dalam penggunaan UI/UX *website*.

2.1.1.1. Format

Landa (2014, hlm. 29) mendeskripsikan bahwa para desainer menggunakan istilah format untuk mendeskripsikan tipe proyek, yaitu seperti format poster, format cd cover, format iklan seluler, dan seterusnya. Setiap komposisi visual yang akan digunakan harus menyesuaikan batasan setiap tipe format. Dalam perancangan ini media

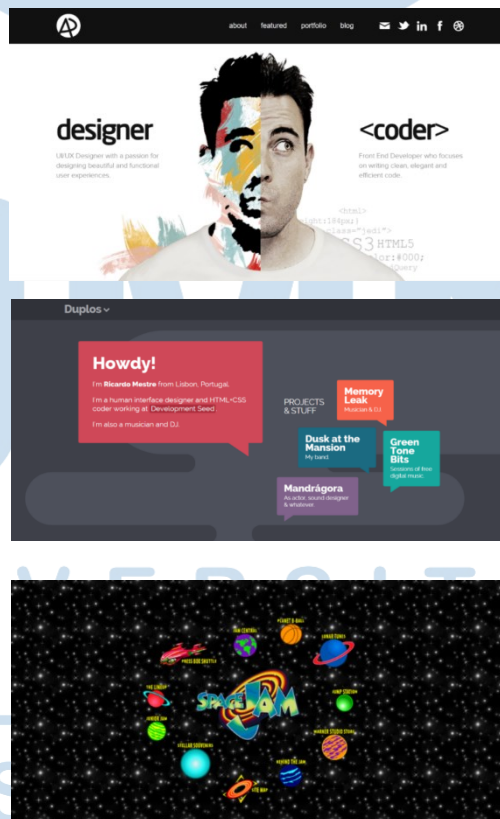
yang akan digunakan adalah *website* dengan batasan tipe format dengan aspek perbandingan *landscape*.



Gambar 2.1 Contoh Aspek Perbandingan Tipe Format
Sumber: Landa (2014)

2.1.1.2. Balance

Landa (2014, hlm. 30) menyatakan dalam bukunya bahwa istilah *balance* dalam desain adalah sebuah keseimbangan yang diwujudkan dalam pembagian bobot visual secara merata dalam elemen komposisi. *Balance* memiliki 3 tipe yaitu *symmetry*, *asymmetry*, dan *radial*.

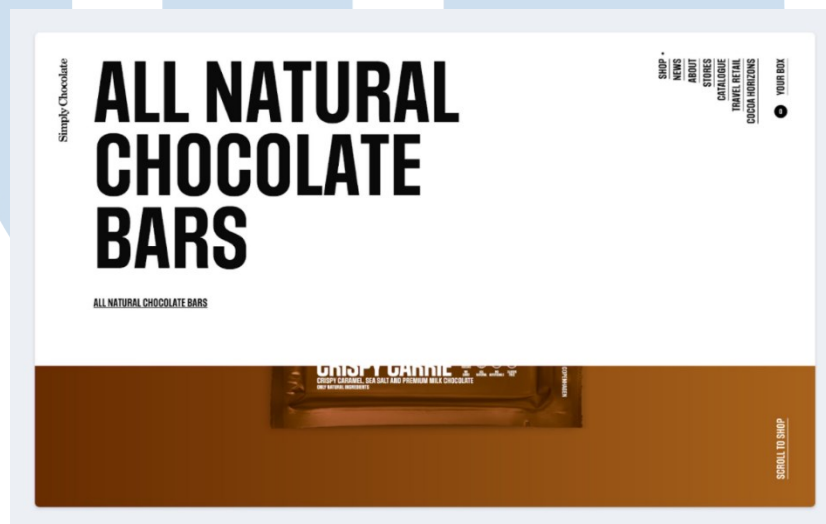


Gambar 2.2 Contoh Penerapan *Balance* dalam Desain UI *Website*

Sumber: UX Engineer (2021)

2.1.1.3. Visual Hierarchy

Berdasarkan penjelasan Landa (2014, hlm. 33), *visual hierarchy* adalah prinsip utama dalam menyusun informasi. Prinsip ini diaplikasikan untuk mengurutkan seluruh elemen grafis sesuai dengan penekanannya (*emphasis*). *Emphasis* adalah sebuah penyusunan elemen visual berdasarkan kepentingannya (hlm. 33).



Gambar 2.3 Contoh Penerapan *Emphasis* lewat teks dalam Desain UI *Website*

Sumber: Simply Chocolate (2021)

2.1.1.4. Rhythm

Dalam desain grafis, Landa (2014, hlm. 35) menjelaskan bahwa *rhythm* merupakan pola repetisi elemen desain yang muncul secara konsisten.

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

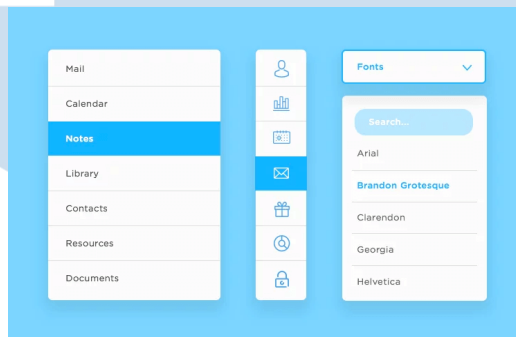


Gambar 2.4 Contoh Penerapan Pola Repetisi dalam Desain UI Website

Sumber: GiftRocket (2021)

2.1.1.5. Unity

Prinsip *Unity* dapat dicapai dengan melakukan *grouping* yaitu pengelompokan unit visual berdasarkan lokasi, orientasi, kemiripan, bentuk, dan warna (hlm. 36).



Gambar 2.5 Contoh Penerapan *Unity* Dalam Dropdown Menu Desain UI Website

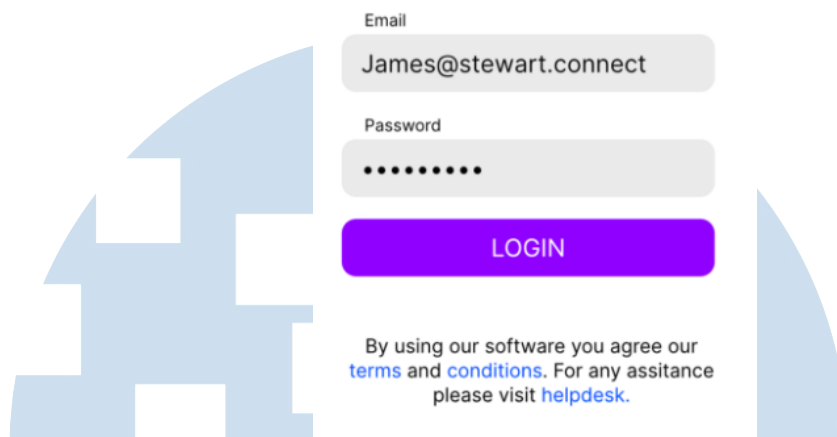
Sumber: Costa (2020)

2.1.1.6. Laws of Perceptual Organization

Landa (2014, hlm. 36) menyatakan bahwa *Laws of Perceptual Organization* terdiri dari beberapa acuan dan penulis akan membahasnya sesuai acuan yang akan digunakan pada perancangan sebagai berikut:

1) *Similiarity*

Merupakan elemen yang memiliki kesamaan karakteristik (kemiripan bentuk, tekstur, warna atau arah) dianggap sebagai satu kesatuan.



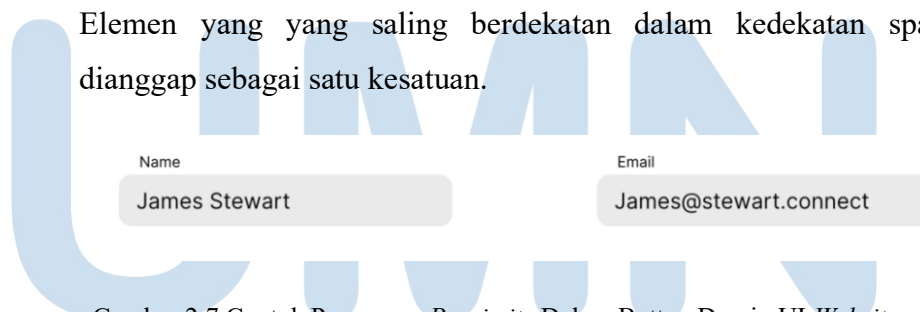
Gambar 2.6 Contoh Penerapan *Similarity* Dalam Button Desain UI Website

Sumber: Moon (2019)

Menurut Moon (2019), pada contoh diatas ketiga *button* memiliki bentuk dengan ukuran yang sama. Pada bagian bawah juga terdapat teks dengan ukuran yang sama. Namun dari seluruh elemen tersebut, terdapat perbedaan warna yang mengindikasikan perbedaan fungsi sehingga memiliki suatu kesatuan yang berbeda.

2) *Proximity*

Elemen yang saling berdekatan dalam kedekatan spasial dianggap sebagai satu kesatuan.



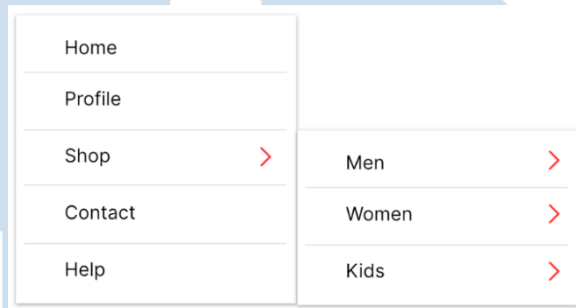
Gambar 2.7 Contoh Penerapan *Proximity* Dalam Button Desain UI Website

Sumber: Moon (2019)

Moon (2019) menyatakan bahwa contoh diatas merupakan contoh dari *proximity*, dimana penamaan label berdekatan dan berada diatas *button* teks sehingga menjadi suatu kesatuan.

3) *Continuity*

Elemen yang terlihat seperti memiliki kelanjutan dari elemen sebelumnya dianggap sebagai satu kesinambungan yang mewujudkan kesan gerakan.



Gambar 2.8 Contoh Penerapan *Continuity* Dalam Button Desain UI Website

Sumber: Moon (2019)

Moon (2019) menyatakan bahwa *continuity* pada contoh diatas terdapat dari kelanjutan dari elemen *button* “shop” yang membuka deretan *button* baru dan seterusnya.

4) *Closure*

Merupakan elemen kecenderungan pikiran untuk mengubungkan elemen-elemen individu yang memberikan kesan sebuah bentuk, unit, atau pola.



Gambar 2.9 Contoh Penerapan *Closure* Dalam Icon Desain UI Website

Sumber: Wheeler (2018)

Wheeler (2018) menyatakan bahwa salah satu penerapan *closure* dalam desain UI yaitu penggunaan icon *loading*, dimana icon bermula dengan bentuk persegi panjang yang melingkar dan terus

bergerak membuat pola hingga elemen tersebut menjadi bentuk lingkaran penuh.

2.1.2 Tipografi

Menurut Landa (2014, hlm. 44), salah satu elemen tipografi yaitu *typeface*. Elemen ini merupakan jenis huruf yang terdiri kumpulan karakter yang memiliki kesatuan visual yang sama dan berkesinambungan.

2.1.2.1. Design Concepts

Landa (2014, hlm. 52) menyatakan bahwa pemilihan *typeface* berhubungan dengan periode waktu atau gaya seni. Setiap gaya memiliki unsur sejarah dan makna estetika tersendiri. Pemahaman tersebut sangat dibutuhkan dalam proses pemilihan *typeface* agar sesuai dengan penyampaian konsep desain.



Gambar 2.10 Contoh *Typeface Design Concepts* Desain UI Website

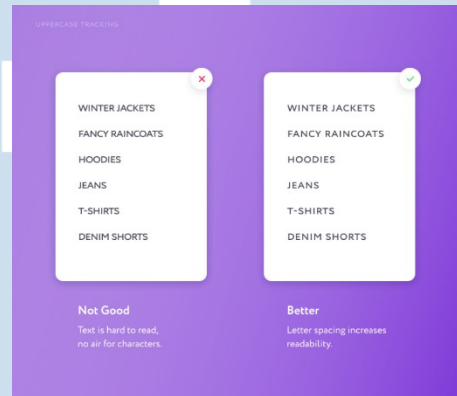
Sumber: Baldrige (2016)

Contoh diatas merupakan pemilihan *typeface* pada logo dan visual pendukung yang didasarkan atas tema dari konsep *website* tersebut.

2.1.2.2. Readability and Legibility

Menurut Landa (2014, hlm. 53), *readability* adalah memastikan bahwa sebuah teks dapat mudah untuk dibaca. Beberapa unsur untuk mendukung *readability* sebuah teks adalah dengan mempertimbangkan

ukuran, spasi, margin, warna, dan pemilihan kertas (dalam hal ini adalah *background*). Sedangkan *Legibility* adalah seberapa mudah seseorang dapat mengenali huruf karakter dalam sebuah *typeface*.



Gambar 2.11 Contoh *Readability & Legibility* Tipografi Desain UI Website
Sumber: Sherruble (2020)

2.1.2.3. Orchestrating the Flow of Information

Landa (2014, hlm. 62) menyatakan bahwa ada beberapa cara untuk melakukan penekanan atau *emphasis* dalam teks yaitu dengan melakukan pembedaan dalam penggunaan ukuran, warna, huruf tebal, huruf miring, huruf tebal miring, perubahan *typeface*, dan perubahan *type style*.



Gambar 2.12 Contoh *Typeface Design Concepts* Desain UI Website
Sumber: Muller (2011)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.3 Warna

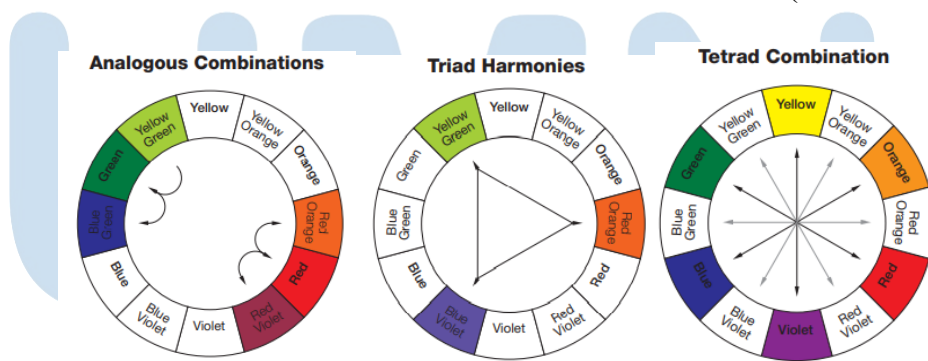
Pembahasan warna pada perancangan ini akan membahas teori warna, pemilihan *color palette*, dan *color system* menurut Aaris Sherin (2012) dalam bukunya yang berjudul “*Design Elements: Color Fundamentals*”.

2.1.3.1. Teori Warna

Menurut Sherin (2012, hlm. 16), Teori warna atau *color theory* merupakan teori yang paling berguna untuk desainer. Penguasaan teori warna dapat mempermudah desainer dalam memahami mengapa hubungan dan kombinasi warna dapat berhasil dalam menyampaikan suatu informasi dengan efektif (hlm. 16).

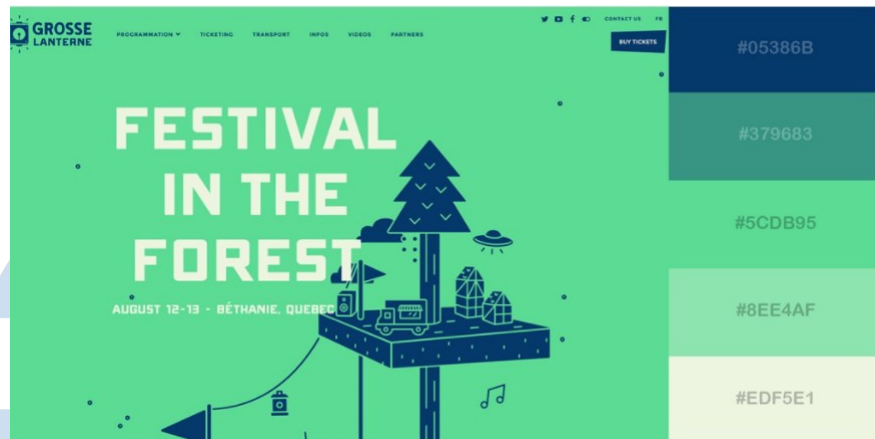
1) *Color Combination*

Desainer memiliki kombinasi warna yang tak terbatas yang akan memberikan dampak positif pada suatu desain. Membuat *color palette* dengan kombinasi warna yang sudah diketahui dapat memberikan keuntungan dalam memulai tahap awal permulaan desain (hlm. 17). Contoh dari kombinasi warna yang sudah diketahui adalah *analogous combinations*, *triad harmonies*, dan *tetrad combinations* (hlm. 20-21)



Gambar 2.13 *Known Color Combinations*

Sumber: Sherin (2012)

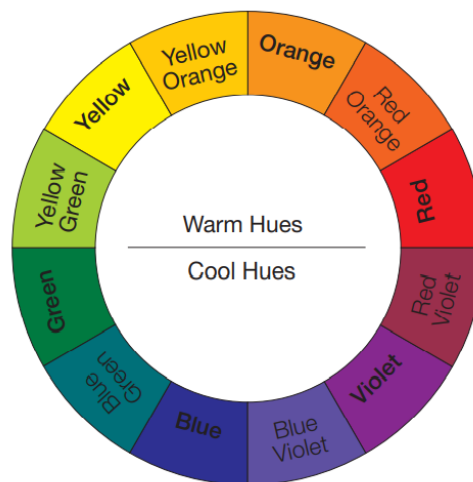


Gambar 2.14 Contoh Penerapan *Analogous Combinations* Dalam Desain UI Website

Sumber: Akufen (2016)

2) *Color Wheels*

Warna dikategorikan sesuai penempatannya dalam *color wheel* dan dari bagaimana satu warna (*hue*) bereaksi dengan warna lain. Dengan memahami penempatan warna tersebut akan mempermudah proses pemilihan warna dan menghasilkan hasil visual (hlm. 18).



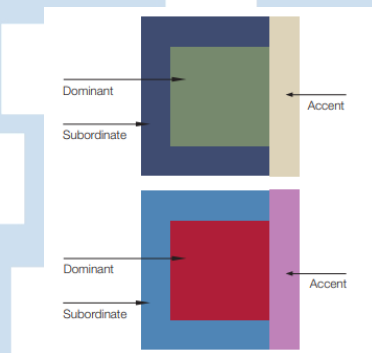
Gambar 2.15 *Basic Color Wheel*

Sumber: Sherin (2012)

Suatu *basic color wheel* dapat berguna sebagai referensi untuk mengetahui hubungan antara warna sehingga dapat mempermudah proses pengerjaan desain (hlm. 18).

2.1.3.2. Pemilihan *Color Palette*

Sherin (2012, hlm. 30) menyatakan bahwa membuat komposisi visual dengan menggunakan *color palette* terbatas dapat menghasilkan karya visual yang lebih menonjol dari karya lain. Menggunakan model dan sistem merupakan cara yang baik untuk memulai membuat keputusan desain yang efektif (hlm. 30). Salah satu model pemilihan *color palette* yang efektif adalah cara *The Dominant, Subordinate, and Accent System* (hlm. 31).

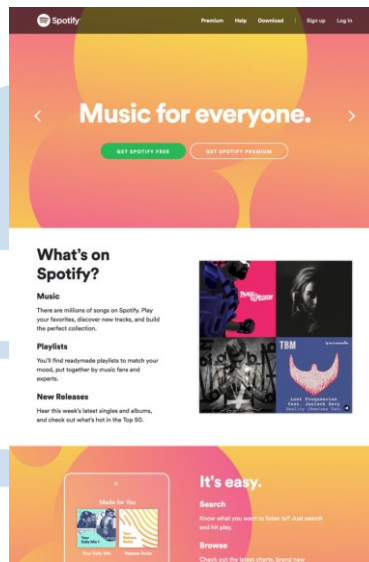


Gambar 2.16 *The Dominant, Subordinate, and Accent System*

Sumber: Sherin (2012)

Model ini memiliki kelebihan dalam memberikan struktur dan variasi warna. Cara menggunakan model ini yaitu menentukan yang akan menjadi warna dominan yang dapat mendukung pesan dari desain, lalu tentukan warna bawah yang akan mendukung warna, dan terakhir yaitu pemilihan warna aksen (warna yang lebih sedikit dipakai) yang dapat membantu melengkapi warna-warna sebelumnya sehingga menjadi kombinasi warna yang harmonis (hlm. 31).

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



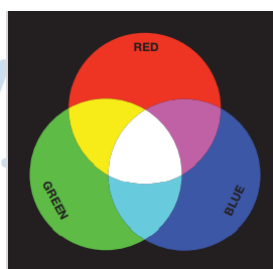
Gambar 2.17 Contoh Penerapan Model Pemilihan Color Pallette dalam Desain UI Website

Sumber: Spotify (2018)

Contoh dari penerapan model *The Dominant, Subordinate, and Accent System* dimana warna merah muda berperan sebagai *dominant*, warna kuning berperan sebagai warna *subordinate*, dan warna hijau berperan sebagai *accent*.

2.1.3.3. Color System

Sherin (2012, hlm. 30) menyatakan bahwa pada umumnya *color system* yang digunakan dalam desain adalah RGB, CMYK, dan Pantone. Namun pada perancangan ini *color system* akan berfokus pada acuan RGB. Sistem RGB merupakan *color system* yang digunakan dalam media digital yaitu pada layar monitor, hp, dan kamera (hlm. 41).



Gambar 2.18 Diagram RGB

Sumber: Sherin (2012)

2.2 User Interface

Galitz (2007, hlm. 1) dalam bukunya yang berjudul “*The Essential Guide to User Interface Design: An Introduction to GUI Design Principles and Techniques, Third Edition Published*”, menyatakan bahwa *user interface* merupakan bagian terpenting dalam sistem computer. Hal ini dikarenakan tujuan dari desain antarmuka adalah untuk membuat interaksi dengan computer menjadi lebih mudah, produktif, dan dapat menyenangkan.

2.2.1 Defining the User Interface

Menurut Galitz (2007, hlm. 4), *user interface* adalah bagian dari komputer dan perangkatnya yang dapat dilihat, dirasakan, didengar, berbicara, dan dimengerti. Galitz menyatakan bahwa terdapat 2 komponen penting yang dimiliki oleh *user interface* yaitu:

1. *Input*

Merupakan cara bagaimana seorang *user* mengkomunikasikan kebutuhan atau keinginannya lewat komputer. Contoh dari *input* adalah mengkomunikasikan lewat menggunakan keyboard, mouse, trackball, dan sebagainya. Komponen ini akan digunakan untuk seluruh cara interaksi *user* dalam *website*.

2. *Output*

Merupakan cara komputer menyatakan sebuah hasil dari perhitungan dan persyaratan kepada *user*. Salah satu contoh dari *output* adalah mekanisme dari sebuah *display screen*.

2.2.2 Interaction Style

Galitz (2007, hlm. 13) menyatakan bahwa cara *user* dan komputer berkomunikasi dengan satu sama lain menentukan gaya interaksi yang dihasilkan, yaitu diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Command line*

Gaya interaksi dari *user* untuk menekan suatu fungsi tombol atau menginput suatu perintah ke area entri tertentu. Gaya ini akan digunakan

saat *user* (musisi independen) akan menginput data mengenai lagu yang dimasukan ke *website*.

2. *Menu selection*

Interaksi berupa serangkaian opsi dan pilihan yang harus dipilih oleh *user*. Gaya ini akan digunakan saat *user* akan melakukan pencarian di halaman *explore*, melakukan *submission*, dan *pitching* lagu kedalam *website*.

3. *Form fill-in*

Interaksi berupa pengisian atau pemilihan serangkaian daftar pilihan yang dapat dilakukan oleh *user*. Gaya ini akan banyak digunakan saat *user* akan melakukan *submission* dan *pitching*.

4. *Direct manipulation*

User dapat melakukan *interaksi* langsung terhadap elemen yang tersedia pada layar.

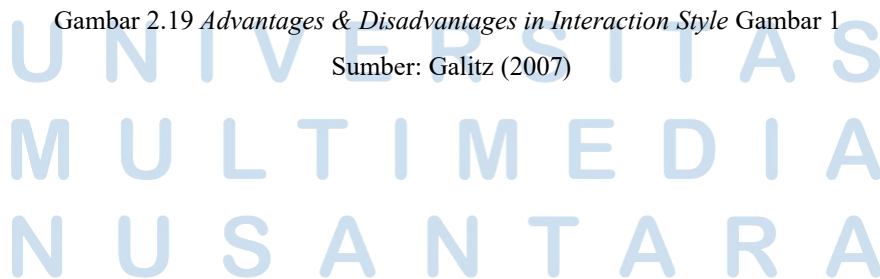
Semua jenis gaya interaksi memiliki kelebihan dan kekurangannya. Terdapat kelebihan yang dapat mendukung kemudahan penggunaan ataupun keberlangsungan proses interaksi. Begitu pun juga dengan kekurangan, terdapat kekurangan yang hanya mempengaruhi proses interaksi dan kekurangan yang mengakibatkan sebuah gaya interaksi sulit untuk di eksekusi.

STYLE	ADVANTAGES	DISADVANTAGES
Command Line	Powerful Flexible Appeals to expert users Conserves screen space	Commands must be memorized Requires learning Intolerant of typing errors Difficult for casual users

(continued)

Gambar 2.19 *Advantages & Disadvantages in Interaction Style* Gambar 1

Sumber: Galitz (2007)



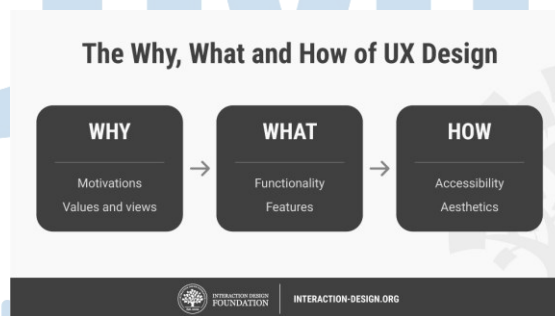
STYLE	ADVANTAGES	DISADVANTAGES
Menu Selection	Utilizes recognition memory Reduces interaction complexity Aids decision-making process Minimizes typing Aids casual users	May slow knowledgeable users Consumes screen space May create complex menu hierarchies
Form Fill-in	Familiar format Simplifies information entry Requires minimal training	Consumes screen space Requires careful and efficient design Does not prevent typing errors
Direct Manipulation	Faster learning Easier remembering Exploits visual/spatial cues Easy error recovery Provides context Immediate feedback	Greater design complexity Window manipulation requirements Requires icon recognition Inefficient for touch typists Increased chance for screen clutter
Anthropomorphic	Natural	Difficult to implement

Gambar 2.20 *Advantages & Disadvantages in Interaction Style* Gambar 2

Sumber: Galitz (2007)

2.3 User Experience

Sebuah *website* kursus Interaction Design Foundation, menjelaskan bahwa *User Experience* atau UX adalah sebuah desain proses yang dilakukan untuk membuat suatu produk dapat memberikan pengalaman yang bermakna dan relevan kepada *user*. Pada tahapan ini, diperlukan integrasi dari produk yang meliputi aspek-aspek seperti *branding*, *design*, *usability*, dan *function* (*Interaction Design Foundation*).



Gambar 2.21 *The Why, What and How of UX Design*

Sumber: Interaction Design Foundation Galitz (n.d.)

2.3.1. UX Design

Menurut Unger & Chandler (2012, hlm. 3) dalam buku “*A Project Guide to UX Design: For User Experience Designer Designers In The Field Or In The Making*” Edisi ke 2 menyatakan bahwa *User Experience* merupakan *User Experience Design* merupakan proses pembuatan dan penyesuaian elemen yang berdampak pada pengalaman *user* dalam suatu masalah yang bertujuan untuk mempengaruhi perilaku dan persepsi dari *user*.

2.3.1.1. Project Ecosystem

Tahapan awal dalam melakukan UX Design yaitu dengan menentukan ekosistem dari proyek. Dalam tahapan ini desainer harus menentukan dan mengkategorikan proyek kedalam *4 type of sites* (hlm. 11).

1) *Brand Presence*

Merupakan *image* dari brand yang memiliki tujuan untuk memberikan kesan yang ingin disampaikan tentang suatu *company* atau produk mereka (hlm. 11).

2) *Marketing Campaign*

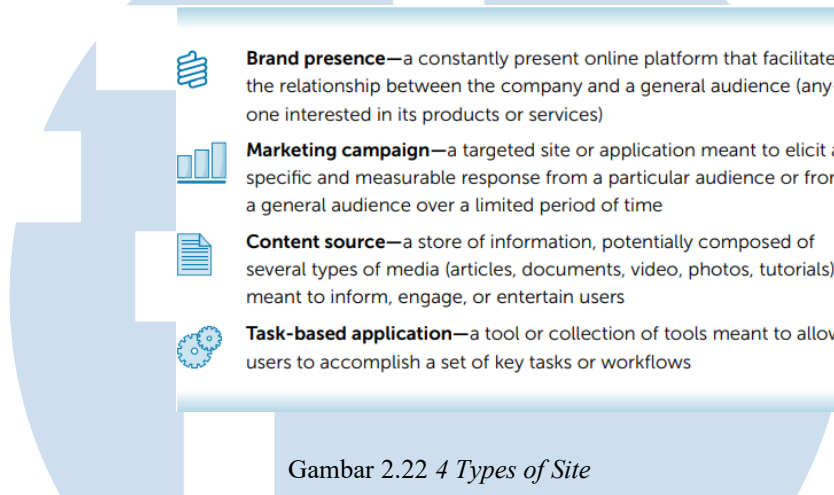
Merupakan penentuan nilai yang jelas dalam suatu produk atau jasa yang dapat memberikan ketertarikan kepada kelompok target *user* utama (hlm. 15-16).

3) *Content Source*

Tujuan dari content source adalah menaikan pengetahuan *user* yang dapat memenuhi kebutuhan *user* secara mandiri dengan menyediakan konten-konten yang relevan dan selesain itu bertujuan untuk mendorong suatu aksi dari *user* seperti membagikan informasi maupun membeli suatu produk setelah melihat review (hlm. 17).

4) *Task-based Application*

Tujuan utama dari task-based application adalah menentukan penugasan yang menyalarkan dengan kebutuhan dan tujuan utama dari *company* maupun produk mereka (hlm. 18).



Gambar 2.22 4 Types of Site

Sumber: Unger & Chandler (2012)

2.3.1.2. Project Objectives

Tujuan dari Project Objectives adalah untuk menentukan tujuan yang jelas mengenai fokus dari suatu desain sehingga menjadi satu pernyataan yang dapat menjadi taraf ukur kesuksesan proyek (hlm. 68-69).

2.3.1.3. Business Requirement

Merupakan proses pengumpulan *insights* dari *user* untuk menghasilkan suatu pemahaman mengenai situasi yang ada dan dari proses tersebut seorang desainer dapat mengelompokkan fitur-fitur yang dibutuhkan dalam desain proyek (hlm. 83)

2.3.1.4. User Research

Merupakan proses riset atau pencarian data mengenai *user* yang di tahapkan sebagai berikut (hlm. 102):

1) Define Your Primary User Groups

Membuat kerangka untuk menjelaskan tipe-tipe *user* utama dari desain proyek sehingga dapat mempermudah proses pencarian calon *user* untuk keperluan riset.

2) *Plan for User Involvement*

Memilih teknik pencarian data untuk riset *user* yang sesuai kebutuhan desain proyek.

3) *Conduct Research*

Pelaksanaan riset dengan menggunakan teknik pencarian data yang telah ditentukan.

4) *Validate Your User Group Definitions*

Mengelompokan kelompok *user* berdasarkan hasil riset.

5) *Generate User Requirements*

Mengelompokan pernyataan mengenai fitur dan fungsi yang dapat dipertimbangkan dalam desain proyek. Pernyataan ini akan digunakan kembali untuk menentukan fitur pada tahapan *business requirement*.

2.3.1.5. **Personas**

Persona merupakan dokumentasi yang menjelaskan tipe-tipe *user s* (berdasarkan hasil riset). Persona juga dapat berguna untuk menjelaskan gambaran dari *user s* yang akan menggunakan hasil akhir dari proyek (hlm.130).



Gambar 2.23 Contoh Persona

Sumber: Unger & Chandler (2012)

2.3.1.6. **Content Strategy**

Menentukan seluruh konten dan fitur yang akan digunakan dalam perancangan desain proyek kedalam bentuk *qualitative audits*.

Creek
CONTENT
Site Audit

Number	Browser Title	Headline	Char Limit	Body Description	Char Limit	Main Message	Image
1.0	UserGlue - User Experience Design Strategy and Research, Information Architecture, and Usability	Sticky, Simple and Specific to Your Needs		2 paragraphs of branding copy Full-graph etc. sample presentation. List of speaking engagements.		UserGlue provides user experience design and usability services. Specialize in integrating into your process.	Large form Hierarchy of fit on related...
2.0	Russ Unger's Bio	Russ Unger's Bio		This section: Where We've Been (Client listings by company), What We Do (Services provided)		Russ Unger is a UX design expert consultant, author and experienced speaker.	Images of UI books
3.0	The Work of UserGlue	The Work of UserGlue		Multi-graph agency description		List of clients and services	Wireframe in column
4.0	About UserGlue	About UserGlue		Contact form		UserGlue's work process and expertise	Subway turn column
5.0	Contact UserGlue	Contact UserGlue		Right column: Search box, Recent and links, UX Agency, Companies, Archive, Meta, Social links, Syndication, Advertising		Contact us	
6.0	UserGlue Usability	UserGlue Usability		Blog post page			Small landing images at to
6.1	UserGlue Usability - Blog Archive - Facebook To NOT Making You Miserable, YOU Are.	Facebook Is NOT Making You Miserable, YOU Are.		Multi-graph terms and conditions		User agreement	Small form i top
7.0	UserGlue Terms & Conditions	UserGlue Terms & Conditions					

USERglue
USER EXPERIENCES THAT STICK

Gambar 2.24 Contoh *Qualitative Audit*

Sumber: Unger & Chandler (2012)

2.3.1.7. Designing

Merupakan tahapan pembuatan desain secara konseptual seperti *storyboard* (hlm. 165 & 181). Tahapan designing juga akan memuat segala bentuk proses design, mulai dari *brainstorming*, branding, *mind mapping*, *moodboard*, pembuatan design, dan lain-lain. Selain itu seluruh progress dari tahapan ini akan dimuat menjadi satu *design documentation* (hlm. 181).

2.3.1.8. Site Map & Task Flow

Site Map berperan untuk membantu proses identifikasi struktur dari suatu *websites* (desain proyek) dan juga dapat menunjukkan hirarki serta hubungan interaksi yang akan mempermudah *user* untuk memahami dimana *user* harus menemukan konten-konten tertentu (hlm. 219). Sedangkan task flow membawa site map ke tahapan yang lebih jauh dengan mengidentifikasi variasi alur interaksi yang akan *user* lalui berdasarkan *decision points* (hlm. 219). Pembuatan site map dan task flow juga dimuat dalam *design documentation*.

2.3.1.9. Wireframe

Merupakan tahapan pembuatan sketsa maupun *low fidelity* dari halaman-halaman *website* maupun aplikasi (desain proyek) yang dibuat berdasarkan pertimbangan dari seluruh tahapan diatas (hlm. 249). Sketsa hasil akhir *wireframe* akan dimasukkan kedalam *design documentation*.

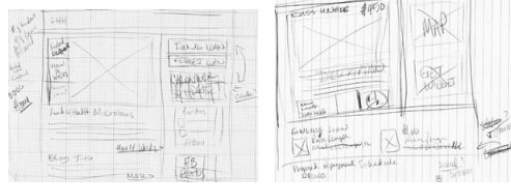


Figure 12.7 Still the same sketches

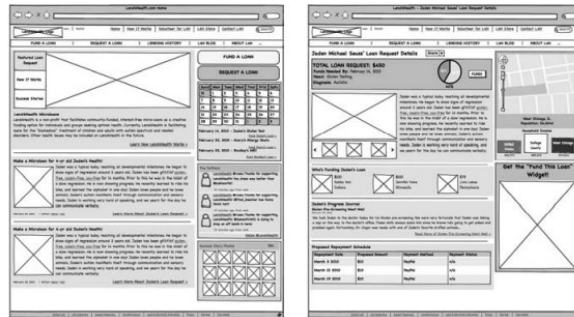


Figure 12.8 The sketches turned into beautiful Balsamiq wireframes

Gambar 2.25 Contoh Wireframe
Sumber: Unger & Chandler (2012)

2.3.1.10. Prototyping

Prototyping merupakan cara yang efektif untuk melakukan proses pengecekan dan validasi tujuan serta fungsi dari suatu *website* atau aplikasi (hlm. 262). Prototyping terbagi menjadi dua tipe yaitu *paper prototyping* dan *digital prototyping* (hlm. 261-262). Kedua *prototyping* ini dapat menggunakan acuan alur interaksi sesuai wireframe yang sudah dibuat.

2.4 E-commerce

Menurut Qin (2009, hlm. 7) dalam bukunya yang berjudul “*Introduction to E-commerce*”, dirinya menjelaskan bahwa *e-commerce* merupakan berbagai kegiatan komersial yang dilakukan secara *online* yang berpusat pada pertukaran komoditas lewat cara elektronik. Kegiatan ini dilakukan oleh perusahaan, pabrik, bisnis, industry, dan konsumen individu.

2.4.1. Jenis E-commerce

Qin (2008, hlm. 24) menyatakan *e-commerce* memiliki 5 kategori berdasarkan aktivitas dan proses transaksi antara para pelaku. Menurut Pradana (2015, hlm. 36), C2C (*Customers to Customers*), merupakan kegiatan jual-beli yang dilakukan oleh sesama konsumen individu. Pada

perancangan UI/UX *website* e-commerce ini, penulis akan menggunakan jenis e-commerce C2C karena musisi independen dan penyewa lisensi berperan sebagai *customer* yang memiliki tujuan yang sama.

2.4.2. Online Marketplace

Pradana (2015, hlm. 37) menyatakan bahwa salah satu jenis *website* untuk jenis e-commerce C2C adalah *online marketplace*. Pada jenis ini, pihak *website* bertugas sebagai fasilitator setiap transaksi uang yang dilakukan oleh para *customer* secara online.

2.4.3. Manfaat E-commerce

Menurut Sugeng (2017, hlm. 149) dalam jurnal mengenai “*E-Commerce Sebagai Media Pemasaran*” menyatakan bahwa e-commerce memiliki manfaat bagi organisasi, konsumen, dan masyarakat luas. Beberapa diantaranya adalah (hlm. 149 – 150):

- 1) Dapat menjangkau pasar yang lebih luas.
- 2) Memperluas pelanggan.
- 3) Memungkinkan untuk mewujudkan bisnis yang lebih terspesialisasi.
- 4) Memperluas jangkauan (*global reach*).
- 5) Menyediakan produk dan *supplier* lebih banyak kepada pelanggan.

2.5 Synchronization (Sync)

Tim penerbit musik dari Inggris yaitu *Anara Publishing*, telah menjelaskan pengertian *Synchronization* (yang selanjutnya akan disebut dengan *Synch*) dimana kegiatan ini merupakan kegiatan penggunaan sebuah karya musik dalam media audiovisual, seperti film, serial tv, *video game*, *trailer*, dan sebagainya. Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan ini adalah pemilik karya musik dan pihak *music supervisor* dari suatu instansi maupun individu (*Anara Publishing*).

2.5.1. Synchronization Licensing

Lisensi sinkronisasi merupakan hak lisensi yang diberikan oleh pemilik karya musik berupa rekaman lagu atau komposisi kepada pihak yang akan menggunakannya pada media audio visual terpisah (Shank,

2020). *Synchronization Licensing* selanjutnya akan disebut sebagai disebut sebagai *Synch*.

2.5.2. Jenis-Jenis kesepakatan Licensing

Menurut Creative & Productive (2020), kesepakatan yang didapat dari proses *Synch* terbagi menjadi 2 kategori yaitu sebagai berikut:

1. *Non-Exclusive License Agreement*

Merupakan kesepakatan dimana setelah melakukan kontrak, pemilik karya musik dapat menjual karyanya lagi kepada pihak lainnya dibawah jenis kontrak yang sama (*non-exclusive*).

2. *Exclusive License Agreement*

Merupakan kesepakatan dimana setelah melakukan kontrak, pemilik karya musik tidak bisa menjual karyanya lagi kepada pihak lainnya.

2.5.3. UU No. 28 Tahun 2014

Pemerintah telah memperbarui Undang-Undang mengenai Hak Cipta pada UU No. 28 Tahun 2014. Pada perancangan ini, UU tersebut akan berperan sebagai panduan yang akan menjadi dasar mengenai penjelasan proses *sync*. Perancangan ini hanya akan berfokus kepada pasal-pasal UU No. 28 Tahun 2014 sebagai berikut:

1. Pasal 1 Angka 1

Menjelaskan definisi hak cipta bahwa setelah seorang pencipta membuat suatu ciptaan pencipta akan langsung memiliki hak secara otomatis yang melekat pada dirinya.

2. Pasal 8

Menjelaskan bahwa pencipta memiliki hak ekonomi atas ciptaannya.

3. Pasal 9 Ayat 1 Huruf d dan i

Menjelaskan hak ekonomi yang dapat diperoleh pencipta diantaranya adalah

- a. Melakukan pengadaptasian, pengaransemen, atau perubahan (aransemen) ciptaan.

- b. Melakukan penyewaan ciptaan.
4. Pasal 1 Angka 20
Menjelaskan bahwa lisensi merupakan perjanjian atau izin tertulis yang diberikan oleh pemegang hak cipta (dalam rangka melakukan hak ekonomi atas ciptaannya) kepada pihak lain dengan pemberlakuan syarat tertentu.

2.6 Peran Stakeholders Dalam Perancangan

Dalam perancangan ini, terdapat 3 *stakeholders*. Dalam rangka mempermudah proses pemahaman dalam perancangan, penulis mengkategorikan *stakeholders* sebagai berikut:

- 1) Musisi Independen

Musisi independen merupakan musisi yang memproduksi dan mendistribusikan lagu karya ciptaannya secara mandiri. Pada perancangan ini Musisi Independen adalah *user* yang berperan sebagai *supplier* atau pemasok.

- 2) Penyewa Lisensi

Penyewa Lisensi merupakan pihak-pihak yang akan melakukan *sync*. Salah satu contoh penyewa lisensi yaitu seperti *production house* film maupun iklan yang sedang mencari lagu untuk produk mereka. Pada perancangan ini Penyewa Lisensi adalah *user* yang berperan sebagai *buyer* atau pembeli.

- 3) Pengelola

Pada perancangan ini penulis memberikan contoh Lembaga yang bisa mengelola *website* dari perancangan ini yaitu Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMKN) selaku lembaga lisensi musik nasional Indonesia. Hal ini didasarkan karena penulis berpendapat bahwa LMKN akan bersedia untuk mendukung dalam memajukan perekonomian musisi independen Indonesia.