

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Desain

Landa (2018) menuliskan dalam bukunya “Graphics Design Solutions”, bahwa desain grafis adalah sebuah bentuk dari komunikasi yang dapat dilihat, yang digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada audiens. Desain grafis merepresentasikan ide yang bergantung daripada penciptaan, pemilihan, dan pengaturan elemen visual.

2.1.1. Elemen Desain

Landa (2018) membagikan elemen desain menjadi enam elemen, yaitu garis, bentuk, ruang, warna, tekstur, dan pola.

2.1.1.1. Garis (*Line*)



Gambar 2.1 Contoh Garis
Sumber: Landa (2018)

Landa menjelaskan bahwa sebuah titik adalah bentuk paling pendek dari sebuah garis, dan selalu dikenal dengan bentuknya yang bulat dalam bentuk fisik, sementara dalam bentuk digital, titik berbentuk kotak dan diberi nama “*pixel*”. (hal 19-20)

Sebuah garis adalah titik yang diperpanjang sehingga membentuk sebuah jalur dari satu titik ke titik yang lain. Adapun jenis-jenis garis menurut Landa adalah:

- 1) Garis Nyata (Solid Line), yaitu garis yang digambar di atas permukaan.
- 2) Garis Tersirat (Implied Line), yaitu garis abstrak yang terlihat bersambung.
- 3) Tepi (Edge), yaitu batas dari sebuah bentuk dan tone.
- 4) Garis Pandangan (Line of Vision), yaitu pergerakan pandangan audiens.

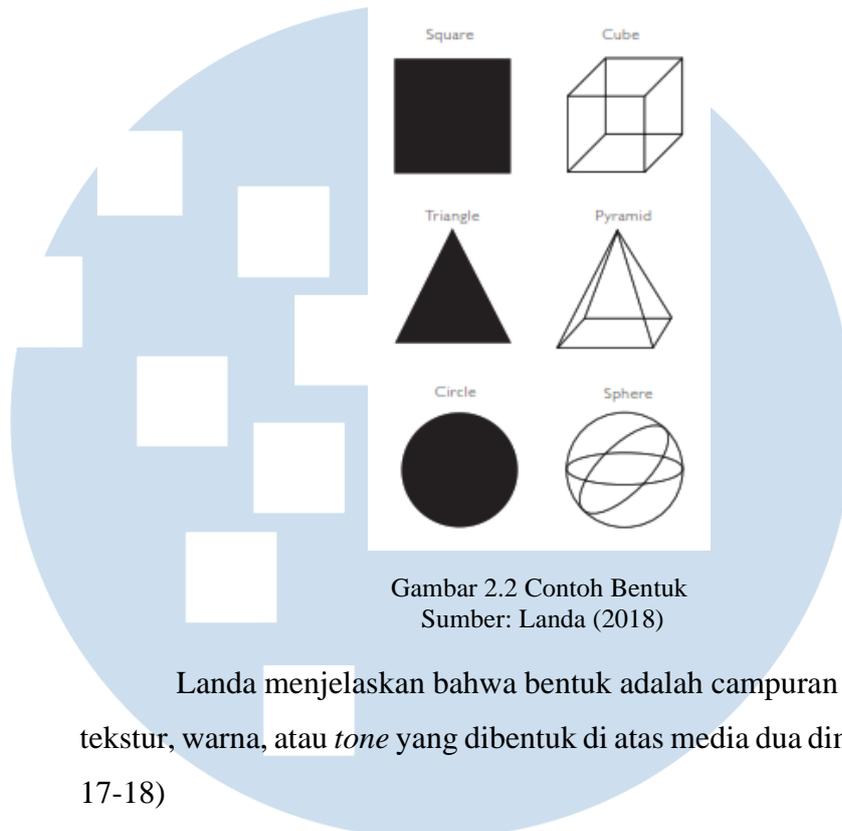
Fungsi dari garis adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan bentuk, tepian, dan wujud, seperti tulisan, gambar, dan lainnya.
- 2) Menggambarkan batasan dan menentukan daerah dalam suatu komposisi.
- 3) Membantu dalam pengaturan komposisi, garis pandang, dan ekspresi artistik.

UIMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

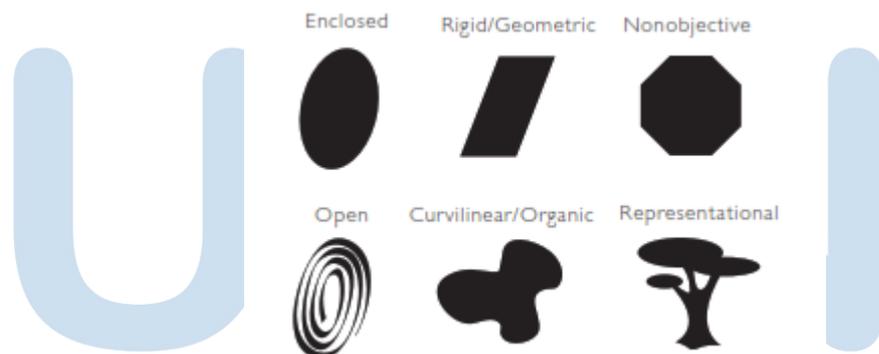
2.1.1.2. Bentuk (*Shape*)



Gambar 2.2 Contoh Bentuk
Sumber: Landa (2018)

Landa menjelaskan bahwa bentuk adalah campuran dari garis, tekstur, warna, atau *tone* yang dibentuk di atas media dua dimensi. (hal 17-18)

Jenis bentuk menurut Landa meliputi:



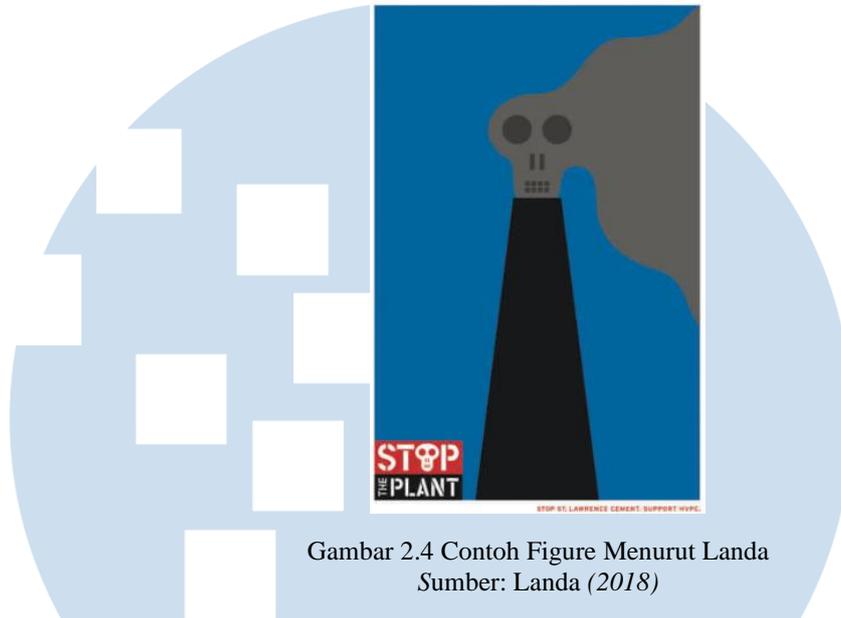
Gambar 2.3 Jenis Bentuk Menurut Landa
Sumber: Landa (2018)

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

- 1) Bentuk geometris (*Geometric shape*), yang diciptakan oleh garis dan sudut yang terukur.
- 2) Bentuk organis (*Organic shape*), yang dibuat dengan garis yang terasa natural, baik digambar secara terukur maupun tidak.
- 3) *Rectilinear shape*, yang digambar dengan garis dan sudut yang lurus.
- 4) *Curvilinear shape*, yang digambar dengan garis dan sudut yang lengkung.
- 5) *Irregular shape*, yang digambar dengan kombinasi garis dan sudut yang lurus dan lengkung.
- 6) *Accidental shape*, yang digambar akibat kecelakaan atau sebab akibat dalam proses desain.
- 7) *Nonobjective shape*, yang diciptakan sendiri dan tidak didasarkan atas bentuk apapun.
- 8) Bentuk abstrak (*Abstract shape*), yang dibuat dari penataan, perubahan, dan pengacakan dari sebuah bentuk alamiah untuk menyampaikan pesan atau membuat bentuk yang sesuai dengan gaya desainer.
- 9) Bentuk representatif (*Representational shape*), yang dibuat berdasarkan objek yang sudah ada, sehingga mengingatkan audiens kepada objek tersebut.

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

2.1.1.3. Figure/Ground



Gambar 2.4 Contoh Figure Menurut Landa
Sumber: Landa (2018)

Landa menjelaskan di halaman 18-19 bahwa *figure/Ground* adalah hubungan antara bentuk dan permukaan rata. *Figure* dan *ground* juga disebut sebagai *positive and negative space*. *Positive space* mengarah ke bentuk yang ada di suatu permukaan, sementara *negative space* mengarah ke sisa permukaan yang kosong. Seorang desainer harus menganggap *ground* sebagai satu bagian dari karya desain, tidak hanya *figure* saja.

Ketika komposisi *figure* dan *ground* dibalik sehingga *ground* membentuk suatu bentuk yang ambigu, fenomena itu dinamakan *figure/ground reversal*.

Dalam tipografi, *figure* dan *ground* juga memiliki peran penting. Sebagaimana layaknya tipografi memiliki jenis garis dan bentuk, tipografi juga memiliki *figure* dan *ground*, dimana bentuk huruf, angka, atau tanda baca merupakan *figure*-nya, dan lembaran atau *background*-nya merupakan *ground* dari type tersebut.

2.1.1.4. Warna (*Color*)

Menurut Landa di halaman 19-23, warna adalah energi cahaya yang dipantulkan dari benda-benda ke mata manusia. Warna yang dipantulkan dari objek fisik ke mata dikenal sebagai *subtractive color*, sementara warna yang keluar dari layar digital, yaitu berupa gelombang warna, dan kemudian ditangkap oleh mata, dikenal sebagai *additive color*.

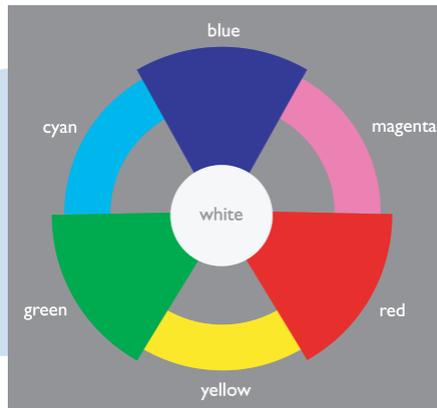
Haller (2019) menyatakan bahwa warna memiliki efek psikologis yang mempengaruhi jalan pikiran dan perilaku manusia. Saturasi warna juga mempengaruhi stimulasi dan penenang pikiran manusia. Contohnya, warna merah yang kuat dan gelap akan menggairahkan, sementara merah yang halus dan terang memberi kesan yang menenangkan.

Landa mengklasifikasikan warna menjadi tiga bagian: Hue, Value, dan Saturation.

1) Hue

Hue adalah penamaan untuk warna, seperti kuning, ungu, hijau, dan lainnya. *Hue* terbagi menjadi dua, yaitu warna primer dan warna sekunder. Dalam hue ada sistem temperatur untuk menentukan “panas-dinginnya” sebuah warna.

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 2.5 Additive Color System
Sumber: Landa (2018)

Tiga warna primer dalam media digital adalah merah, hijau, dan biru (*Red, Green, Blue, atau RGB*), yang disebut juga sebagai *additive primaries*, karena sifatnya yang bisa membentuk warna lain (disebut sebagai *secondary colors*) dengan mencampurkan dua atau tiga warnanya dengan kadar yang sama. Contohnya, warna kuning yang dihasilkan dari mencampur merah dan hijau.



Gambar 2.6 Subtractive Color System
Sumber: Landa (2018)

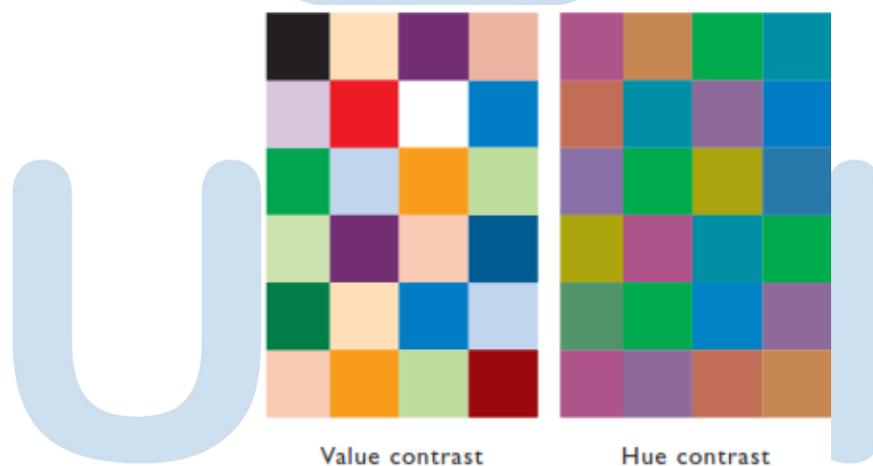
Dalam media fisik seperti cat pigmen, warna primernya adalah merah, kuning, dan biru (*Red, Yellow, Blue, atau RYB*), juga dikenal sebagai *subtractive primaries*, karena walaupun mirip dengan *additive primaries*, warna-

warna primer tersebut tidak dapat dihasilkan dari mencampur warna lainnya. Warna-warna yang dihasilkan adalah:

- a) Oranye, dihasilkan dari mencampur warna merah dan kuning,
- b) Ungu, dihasilkan dari mencampur warna biru dan merah,
- c) Hijau, dihasilkan dari mencampur warna biru dan kuning.

Warna-warna yang dihasilkan tersebut disebut *secondary color*, yang kemudian bisa dicampur untuk menghasilkan variasi lainnya.

2) Value



Gambar 2.8 Value Contrast dan Hue Contrast
Sumber: Landa (2018)

Value adalah terang gelapnya suatu warna, seperti merah muda, biru tua, dan lainnya. Untung mengatur *value*, digunakan warna hitam dan putih, yaitu dua warna yang tidak dianggap *hue* karena sifatnya yang akromatik/netral.

Ketika dicampur dengan warna lain, hitam, sebagai warna paling gelap, menggelapkan warna yang dicampur. Penggelapan warna dengan cara tersebut dikenal sebagai *shade*. Kebalikannya, warna putih, sebagai warna paling terang, ketika dicampur dengan warna lain akan menerangkan warna tersebut. Penerangan warna dengan cara tersebut dikenal sebagai *tint*.

Value contrast adalah elemen terpenting dalam membedakan bentuk-bentuk dalam sebuah komposisi. *Value* dan *contrast* mempengaruhi efek visual dan emosional. Warna dengan *value* yang tinggi (*high contrast*) dengan warna dengan *value* yang rendah (*low contrast*) masing-masing mempengaruhi perspektif dan emosi audiens dengan cara yang berlawanan.

3) Saturation



Gambar 2.9 Contoh Penggunaan *Saturation*
Sumber: Landa (2018)

Saturation adalah terang pudarnya suatu warna (*hue*). Warna yang memiliki *saturation* yang tinggi tidak memiliki warna netral dan merupakan warna asli dari warna tersebut. Warna netral seperti putih, hitam dan abu-abu mempengaruhi

saturation warna hingga menjadi pudar sepenuhnya. Warna yang dicampur dengan warna netral disebut sebagai *tone*.

Saturation dari sebuah warna dapat diatur dalam perancangan sebuah komposisi. Warna yang terang akan secara otomatis menarik perhatian audiens paling pertama diantara warna-warna lainnya yang lebih pudar.

2.1.1.5. Tekstur (*Texture*)



Gambar 2.10 Tactile Textures
Sumber: Landa (2018)

Menurut Landa pada halaman 23-24, tekstur adalah kualitas permukaan yang dapat dilihat dan dirasakan. Ada dua jenis tekstur, yaitu tekstur nyata dan tekstur visual.

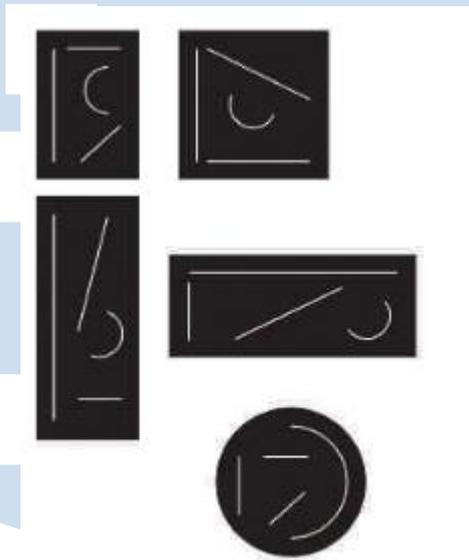
Tekstur nyata adalah tekstur yang ada wujudnya dan dapat dilihat, disentuh dan dipegang. Sementara itu, tekstur visual adalah tekstur yang hanya dapat dilihat, yang dimana tekstur tersebut dihasilkan dari gambar, salinan dari tekstur nyata, dan fotografi.

Pola (*pattern*) adalah pengulangan suatu bentuk visual yang konsisten dan sistematis, dengan pergerakan yang jelas. Pola bergantung kepada tiga elemen, yaitu titik, grid, dan garis. *Stripes* adalah pola yang berdasarkan sejumlah garis. Dua pola yang bersilangan disebut *pattern grid*.

2.1.2. Prinsip Desain

Landa (2018) menyatakan bahwa prinsip desain (*design principles*) merupakan satu sistem yang saling bergantung kepada yang lain, dan semua desainer harus membiasakan diri untuk menggunakan semua prinsip desain tersebut.

2.1.2.1.Format



Gambar 2.11 Contoh Format
Sumber: Landa (2018)

Menurut Landa (2018), format adalah batasan dimana suatu karya dibuat. Dalam pembahasan ini, yang dimaksud di dalam dunia desain adalah *output* atau aplikasi dari suatu karya desain, seperti cover CD, poster, brosur, dan lainnya. Desainer, menurut Landa, harus bekerja dengan berbagai macam format.

2.1.2.2.Balance

Landa (2018) menjelaskan bahwa *balance* adalah keseimbangan visual yang tercapai dari pembagian elemen desain yang sama rata. *Balance* merupakan prinsip desain yang penting, karena penikmat karya akan dengan mudah merasakan

ketidakseimbangan dalam sebuah karya desain, dan akan merasa sangat terganggu dengan ketidakseimbangan tersebut.



Gambar 2.12 Contoh Keseimbangan Simetris
Sumber: Landa (2018)

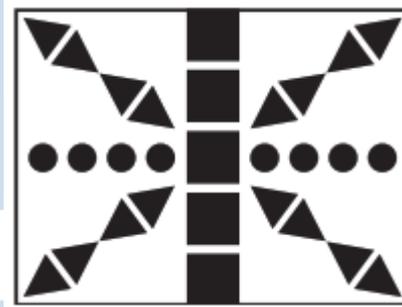
Keseimbangan simetris (*Symmetrical Balance*) tercapai ketika keseimbangan elemen desain terbagi rata dalam suatu karya dalam satu poros tengah, sehingga terlihat seperti pantulan kaca. Atas alasan tersebut, keseimbangan tersebut dinamai juga pantulan simetris (*reflection symmetry*).



Gambar 2.13 Contoh Keseimbangan Asimetris
Sumber: Landa (2018)

Keseimbangan asimetris (*Assymetrical Balance*) tercapai ketika keseimbangan elemen desain terbagi rata dalam suatu karya tanpa bergantung kepada poros tengah, sehingga karya desain tersebut tidak terlihat seperti memantulkan satu sama lain, tapi

distribusi rasio elemen desainnya tetap membuat karya tersebut terlihat seimbang.



Gambar 2.14 Contoh Keseimbangan Radial
Sumber: Landa (2018)

Keseimbangan radial (*Radial Balance*) tercapai ketika kombinasi dari keseimbangan horizontal dan vertikal mengakibatkan karya membentuk suatu lingkaran semu.

2.1.2.3. Visual Hierarchy

Landa (2018) menjelaskan bahwa *visual hierarchy* adalah pengurutan elemen grafis sesuai dengan empasisnya, yaitu kepentingan suatu elemen grafis sesuai dengan pesan yang hendak disampaikan elemen tersebut. Tujuan utama *visual hierarchy* adalah untuk mempermudah audiens untuk menangkap pesan dan maksud dari sebuah karya desain, dengan mengurutkan hirarki elemen grafis sehingga dapat dengan mudah dimengerti.

Landa menyatakan bahwa, untuk menentukan empasis, ada beberapa cara, yaitu:

1) Empasis lewat isolasi (*Emphasis by isolation*)

Dengan mengisolasi suatu elemen grafis dari semua elemen grafis lainnya, secara psikologis akan membuat elemen tersebut memiliki peran yang penting dalam suatu karya desain.

2) Empasis dari penempatan (*Emphasis by placement*)

Menempatkan elemen grafis pada posisi yang sering dilihat, seperti di tengah komposisi akan menarik perhatian audiens.

3) Empasis berdasarkan kontras (*Emphasis by Contrast*)

Seorang desainer dapat menggunakan elemen warna untuk membedakan empasis berdasarkan kontras warna dari satu elemen grafis ke elemen grafis lainnya.

4) Empasis berdasarkan skala (*Emphasis by Scale*)

Ukuran dapat mempengaruhi empasis suatu elemen grafis dan menciptakan ilusi jauh dekatnya suatu elemen dalam komposisi.

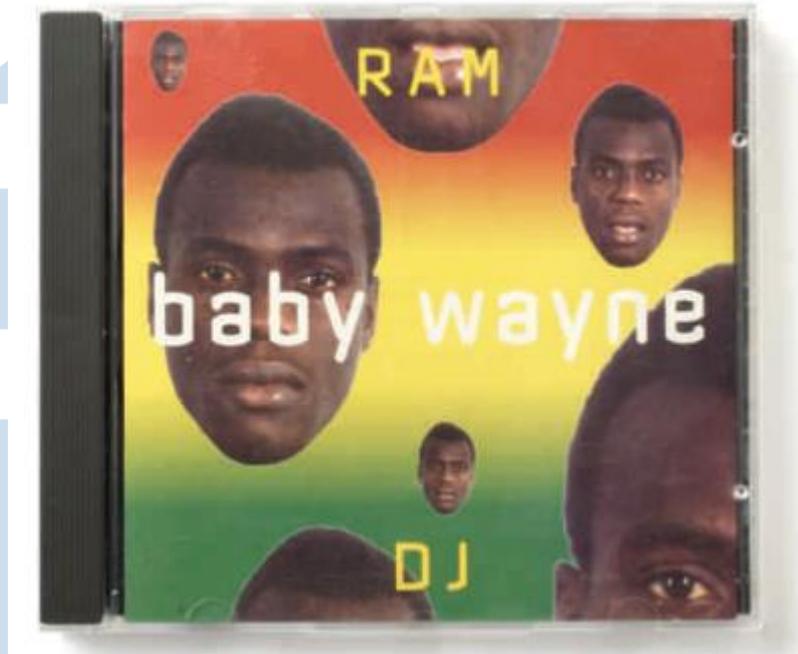
5) Empasis berdasarkan arahan (*Emphasis through Direction*)

Elemen desain yang menyerupai panah atau tanda arahan dapat memancing audiens untuk melihat ke arah yang diinginkan oleh seorang desainer.

U M M N

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

2.1.2.4. Ritme (*Rhythm*)



Gambar 2.15 Contoh Ritme
Sumber: Landa (2018)

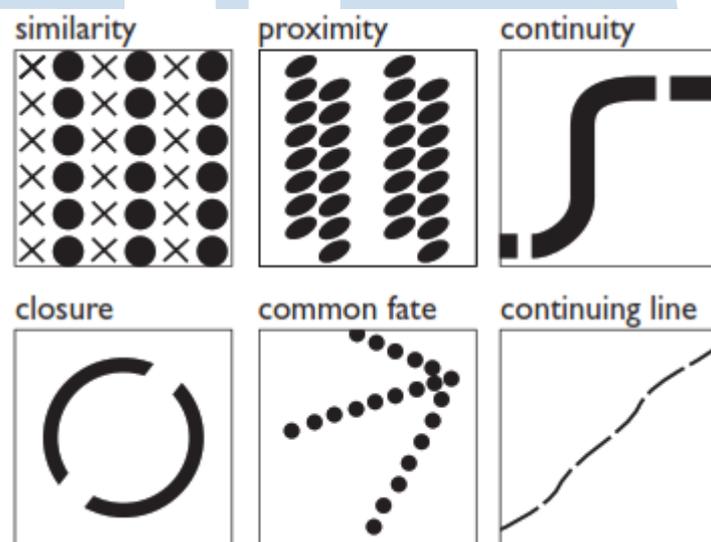
Landa (2018) menjelaskan bahwa ritme (*Rhythm*) adalah pengulangan elemen grafis yang konsisten dan signifikan. Ritme dapat dipercepat, diperlambat, atau diatur ulang layaknya ritme dalam sebuah lagu, sehingga menciptakan pengulangan dan variasi (*repetition and variation*).

Pengulangan (*repetition*) terjadi ketika salah satu atau lebih elemen grafis diulang secara konsisten, sementara variasi (*variation*) terjadi ketika desainer mengganti atau memecah pengulangan dari sebuah ritme, dengan mengganti elemen grafis. Tujuan variasi adalah untuk memberi kesan tidak monoton dan memberi efek kejutan kepada audiens.

2.1.2.5. Unity

Menurut Landa (2018), *unity* adalah ketika semua elemen grafis dalam suatu komposisi bekerja secara harmonis sehingga

menjadi satu kesatuan karya desain. Psikologis manusia pada umumnya mengerti dan mengingat karya desain yang merupakan satu kesatuan, sehingga kehilangan satu elemen grafis akan berpengaruh kepada pesan yang ingin disampaikan. Untuk mencapai *unity*, desainer menggunakan teori *gestalt*, yaitu teori yang memberi penekanan terhadap hukum pengaturan persepsi (*Laws of Perceptual Organization*).



Gambar 2.16 Visual dari Unity yang Dimaksud Landa
Sumber: Landa (2018)

Hukum tersebut meliputi:

- 1) *Similarity*, yaitu dimana elemen grafis yang mirip akan dianggap sebagai satu kelompok oleh audiens.
- 2) *Proximity*, yaitu dimana elemen grafis yang berdekatan akan dianggap masuk dalam satu kelompok oleh audiens.
- 3) *Continuity*, yaitu dimana elemen grafis yang membentuk suatu arahan mental akan dianggap berhubungan oleh audiens.

- 4) *Closure*, yaitu dimana persepsi audiens untuk menghubungkan dua elemen grafis yang terpisah menjadi satu kelompok digunakan dalam hukum ini.
- 5) *Common fate*, yaitu dimana elemen grafis yang bergerak ke satu arah akan dianggap sebagai satu kelompok oleh audiens.
- 6) *Continuing line*, yaitu dimana audiens melihat pergerakan suatu elemen grafis dan secara mental melihat keseluruhan arah elemen grafis ketika terjadi perpecahan.

2.1.3. Tipografi

Landa (2018) menyatakan bahwa tipografi adalah teknik mendesain bentuk huruf serta penyusunan bentuk huruf tersebut kepada media dua dimensi, ruang dan waktu.

Dalam pemilihan *type*, Landa menyarankan untuk menyesuaikan dengan audiens, konsep desain, pesan, konteks, dan persyaratan komunikasi. Ia juga menyarankan untuk memilih *type* sesuai dengan keterbacaan (*readability*), legibilitas (*legibility*), dan penggunaan; apakah *type* akan digunakan pada layar atau buku (hal 31-33).

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.3.1. Klasifikasi

Menurut Landa (2018), terdapat beberapa klasifikasi *type*, yaitu (hal 47):



Gambar 2.17 Contoh Klasifikasi Typeface
Sumber: Landa (2018)

- 1) *Old Style*, yaitu *typeface Roman* yang ciri-cirinya memiliki serif yang miring dan rapat. Diperkenalkan pada abad ke-15. Contohnya Times New Roman, Caslon, dan lainnya.
- 2) *Transitional*, yaitu *typeface serif* yang memiliki karakteristik *Old Style* dan *Modern*. Diperkenalkan pada abad ke-18. Contohnya adalah Century, Baskerville, dan lainnya.
- 3) *Modern*, yaitu *typeface serif* yang bentuknya lebih simetris dan geometris dibanding *Old Style*, dan memiliki kontras *stroke* yang lebih jelas. Diperkenalkan pada abad ke-18 hingga awal abad ke-19. Contohnya adalah Didot, Bottoni, dan lainnya.
- 4) *Sans Serif*, yaitu *typeface* yang tidak memiliki *serif*, dan cenderung terlihat lebih lengkung. Contohnya Helvetica, Grotesque, dan lainnya.
- 5) *Script*, yaitu *typeface* yang mengemulasi tulisan tangan. Huruf-huruf daripada *script* biasanya miring dan bersambung. Contohnya, Brush Script, Shelley Allegro Script, dan lainnya.

- 6) *Blackletter*, yaitu *typeface* yang didasarkan pada *letterform* abad ke-13 hingga 15. Contohnya adalah Textura, Rotunda, dan lainnya.
- 7) *Slab serif*, yaitu *typeface* yang berkarakteristik berat dan seperti lempengan yang diperkenalkan pertama kali pada abad ke-19. Contohnya adalah American Typewriter, Memphis, dan lainnya.
- 8) *Display*, yaitu *typeface* yang dibuat khusus untuk ukuran besar dan dipergunakan untuk judul atau *headline* dan apabila digunakan sebagai teks akan sulit untuk dibaca. Biasanya *typeface Display* akan lebih berhias, dibuat tangan, dan masuk ke dalam beberapa klasifikasi diatas.

Dalam pemilihan *type* untuk layar digital, Landa (2018) menyarankan untuk memperhatikan beberapa hal berikut:

- 1) *Legibility*. Contohnya, pemilihan font *sans serif* cocok karena bentuknya lebih sederhana, sehingga lebih mudah dibaca.
- 2) *Readability*. Kontras antara warna teks dan *background* sangat penting. Contohnya, teks hitam dan *background* putih.
- 3) *Voice and Branding*. Pastikan pemilihan *typeface* cocok untuk *brand*. Pemilihan *typeface* dapat membedakan satu *brand* dengan *brand* lainnya.
- 4) *Contrast*. *Type family* memberikan banyak variasi untuk bobot dan ketebalan *type*. Gunakan *type* yang lebih tebal untuk *heading* atau *subheading*.

2.1.3.2. Logotype



Gambar 2.18 Contoh Logotype
Sumber: Evamy (2012)

Menurut Evamy (2012), Logotype adalah elemen verbal yang berubah menjadi visual. Logotype merubah elemen yang dirancang untuk dilihat secara cepat menjadi elemen yang dapat dilihat dengan lama. Ketika logotype menjadi suatu hal yang familiar, dia akan tercatat dalam otak sebagaimana layaknya logo dengan simbol. Walau logotype dapat terpengaruh oleh kendala bahasa, ketika ingin membangun asosiasi produk dengan pemiliknya, logotype dapat langsung melakukannya.

2.1.3.3. Copywriting

Menurut Kamus Oxford, *copywriting* adalah kegiatan atau pekerjaan yang berfokus pada menulis teks untuk tujuan periklanan atau bentuk pemasaran lainnya. *Copywriting* dideskripsikan oleh Charles (2020) sebagai “pramuniaga dibalik mesin tik”.



Gambar 2.19 Tiga Unsur Utama dalam Copywriting
Sumber: Bly (2020)

Menurut Bly (2020), terdapat tiga unsur utama dalam *copywriting* di era digital, yaitu:

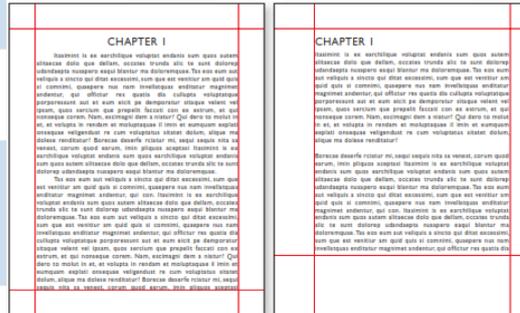
- 1) Perasaan manusia (*Human Emotion*). Seorang *copywriter* harus memahami perasaan manusia agar dapat membuat *copy* yang baik. Walaupun era digital membuat *copywriting* lebih berorientasi ke data, yang harus diperhatikan adalah Internet tidak mengubah perilaku manusia, dan psikologi pembelian pelanggan akan berubah dikarenakan *copy* yang mereka lihat disampaikan secara online.
- 2) Analisa data (*Data Analytics*). Pada era digital ini, *copywriting* mulai didasarkan oleh analisa data. Berdasarkan survey dari eMarketer kepada para pemasar, ditemukan bahwa 55% dari responden dapat mendapatkan segmentasi audiens yang lebih efektif dengan mengandalkan data.
- 3) Aturan digital (*Digital Compliance*). Seorang *copywriter* harus mengikuti aturan dan pedoman dari suatu layanan yang akan dipakai olehnya agar iklannya dapat dilihat oleh orang.

2.1.4. Grid

Menurut Landa (2018), *grid* adalah panduan struktur komposisi yang terdiri dari garis vertical dan horizontal, yang kemudian membentuk kolom dan margin. Tujuan *grid* adalah untuk mengatur *type* dan gambar, sehingga memudahkan pengguna untuk mengakses dan membaca informasi yang banyak. *Grid* mendasari struktur desain seperti *website*, buku, majalah, dan lainnya. *Grid* tidak hanya memudahkan desainer untuk mendesain produk secara seragam, namun juga menawarkan struktur kerangka yang

memberikan kontinuitas, kesatuan dan kesesuaian di halaman yang didesain.

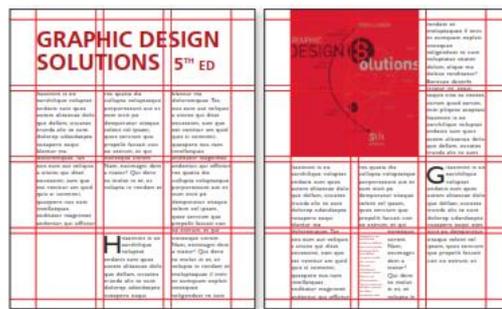
2.1.4.1. Single-column Grid



Gambar 2.20 Single-column Grid
Sumber: Landa (2018)

Single-column grid adalah grid paling sederhana. *Grid* ini terbentuk dari satu kolom teks dengan margin yang mengelilingi halaman, yaitu ruang kosong yang terdapat di atas, kiri, kanan, dan bawah halaman, Fungsi margin adalah untuk merapihkan elemen visual agar terbingkai dan konsisten.

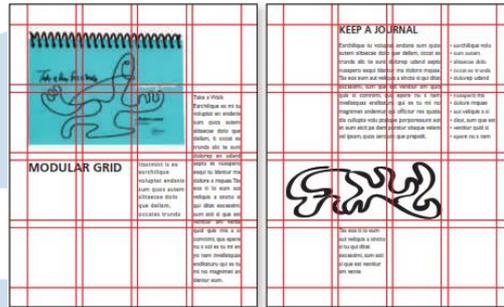
2.1.4.2. Multi-column Grid



Gambar 2.21 Multi-column Grid
Sumber: Landa (2018)

Multi-column grid adalah bentuk grid yang terdiri dari beberapa *column*, yaitu penjarar vertical yang bertujuan untuk mengakomodasi elemen visual agar teratur. Jumlah *column* bergantung kepada beberapa faktor, seperti konsep, tujuan, dan bagaimana cara seorang desainer mempresentasikan konten mereka.

2.1.4.3. Modular Grid



Gambar 2.22 Modular Grid
Sumber: Landa (2018)

Modular grid adalah satuan unit yang terbentuk dari titik temu *column* dan *flowline*, yaitu penjar horizontal yang memiliki fungsi yang sama dengan *column*. Dengan menggunakan *modular grid*, desainer dapat meletakkan elemen visual pada satu modul atau lebih. Seorang desainer dapat merusak grid untuk memberi drama visual atau kesan mengagetkan. Namun hal ini tidak boleh dilakukan terlalu sering, karena akan merusak kerangka yang sudah dibangun.

2.1.5. User Interface

Menurut Branson (2020), *user interface* (UI) adalah tampilan dan desain dari suatu produk interaktif yang terlihat di layar, entah itu simbol, konten, warna, *background*, dan elemen visual lainnya. Sementara *user experience* (UX) adalah penyelidikan, penelitian, dan peningkatan pengalaman pengguna dalam menggunakan UI tersebut.



Gambar 2.23 Contoh UI
Sumber: Gojek

Agar dapat membuat UI yang baik, seorang desainer UI harus memiliki intuisi desain yang baik dan keahlian spesial. Tujuan desainer UI adalah untuk menciptakan UI yang meyakinkan dan cantik sehingga dapat menggugah reaksi emosional dari pengguna.

Tidwell et al (2020) dan Malewicz (2020) mendefinisikan prinsip desain *user interface* sebagai berikut:

2.1.5.1. Hirarki Visual

Hirarki visual yang baik memberi tanda tentang seberapa pentingnya elemen di layar, hubungan antar elemen, dan apa yang bisa dilakukan selanjutnya secara instan.



Gambar 2.24 Contoh Hirarki Visual
Sumber: Tidwell et al (2020)

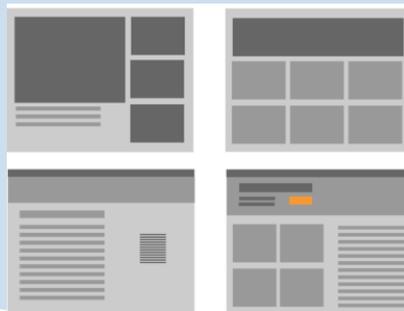
Dalam contoh gambar di atas, orang akan memahami struktur halaman ini dengan mudah, karena penempatan elemen layar, ukuran, dan proporsi menandakan keutamaan mereka dan memandu pengguna dalam hal yang paling perlu diperhatikan dalam halaman tersebut.

Hal yang membuat konten dalam *website* terlihat penting adalah:



Gambar 2.25 Contoh Ukuran dalam Perancangan Website
Sumber: Tidwell et al (2020)

- 1) *Size*. Ukuran, warna, dan bobot visual dari sebuah *headline* akan memberikan petunjuk kepada pengguna mengenai keutamaannya.



Gambar 2.26 Contoh Penempatan Elemen Visual
Sumber: Tidwell et al (2020)

- 2) *Position*. Penempatan, ukuran, dan warna dari suatu *layout* dapat menandakan elemen penting dari suatu halaman.



Gambar 2.27 Contoh Density yang Cukup (kiri) dan yang Kurang (kanan)
Sumber: Tidwell et al (2020)

- 3) *Density*. Jarak antar elemen pada layar dapat menentukan susah gampang nya suatu konten dapat dibaca.



Gambar 2.28 Contoh Warna Background
Sumber: Tidwell et al (2020)

- 4) *Background Color*. Warna di belakang teks akan menarik perhatian pengguna dan membedakannya dengan badan teks lainnya.



Gambar 2.29 Contoh Ritme
Sumber: Tidwell et al (2020)

- 5) *Rhythm*. Barisan, *white space*, *grid*, dan elemen yang bergantian akan membuat ritme visual yang kuat dan menarik perhatian pengguna.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.30 Contoh Emphasis Elemen Kecil
Sumber: Tidwell et al (2020)

- 6) *Emphasis*. Elemen yang berukuran kecil dapat ditempatkan di atas, ujung atas layar, dan lainnya. Elemen juga perlu diberi kontras dan bobot visual yang tinggi agar kelihatan.

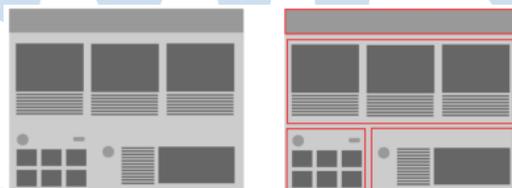


Gambar 2.31 Contoh Halaman Tanpa Grid (kiri) dan dengan Grid (kanan)
Sumber: Tidwell et al (2020)

- 7) *Alignment and Grid*. Seperti yang dibahas pada subbab 2.1.4, *grid* berfungsi untuk mengatur *type* dan gambar, sehingga memudahkan pengguna untuk mengakses dan membaca informasi yang banyak (Landa, 2018).

2.1.5.2. Prinsip Gestalt

Prinsip Gestalt adalah aturan yang menjelaskan bagaimana manusia melihat objek visual. Ada beberapa ciri susunan visual yang tertanam dalam pikiran manusia, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.32 Contoh *Proximity*
Sumber: Tidwell et al (2020)

- 1) *Proximity*. Ketika elemen visual ditempatkan berdekatan, audiens akan mengelompokkan mereka satu sama lain.



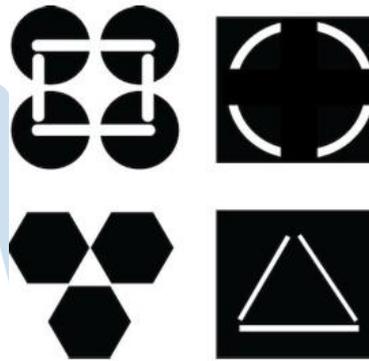
Gambar 2.33 Contoh *Similarity*
Sumber: Tidwell et al (2020)

- 2) *Similarity*. Elemen visual yang berukuran dan berbentuk sama akan terlihat berhubungan satu sama lain.



Gambar 2.34 Contoh *Continuity*
Sumber: Tidwell et al (2020)

- 3) *Continuity*. Mata manusia akan secara otomatis mengikuti garis kasat mata yang terbentuk dari penempatan dan penjajaran elemen desain.



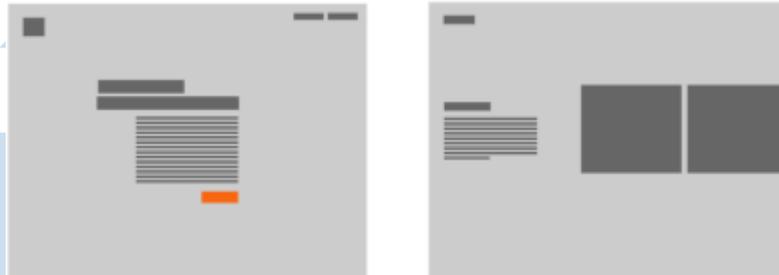
Gambar 2.35 Contoh *Closure*
Sumber: Tidwell et al (2020)

- 4) *Closure*. Pikiran manusia akan secara alami “menutup” garis untuk menciptakan bentuk sederhana.

2.1.5.3. Visual Flow

Visual flow mengikuti jejak pandangan pengguna saat mereka membaca konten *website*. Seorang desainer harus bisa

mengontrol *visual flow* dalam suatu halaman agar orang dapat menggunakan *website* dalam urutan yang benar.



Gambar 2.36 Contoh *Implied Line*
Sumber: Tidwell et al (2020)

Cara seorang desainer untuk menciptakan *visual flow* yang baik adalah dengan menggunakan *implied lines*. Apabila seorang desainer ingin membacakan “cerita” kepada pengguna, maka desainer harus mengatur bagian penting dari suatu naratif dalam satu garis yang bersambung, dan tidak menaruh elemen-elemen yang tidak penting pada garis tersebut.

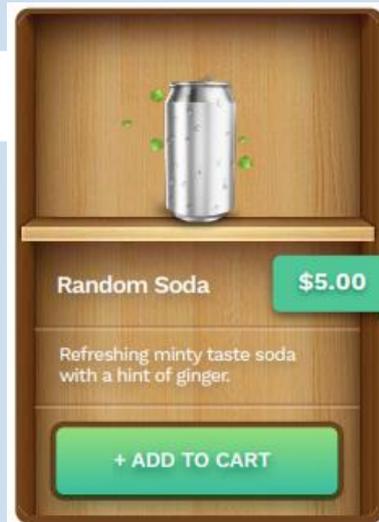


Gambar 2.37 Contoh *Call to Action*
Sumber: Tidwell et al (2020)

Desainer juga harus memperhatikan dimana menaruh tombol *call-to-action* mereka, agar tidak memperberat kerja pengguna dalam mencari tombol-tombolnya. Desainer dapat mengisolasi tombol tersebut dengan *white space* apabila dia tidak peduli apabila pengguna akan membaca teksnya atau tidak.

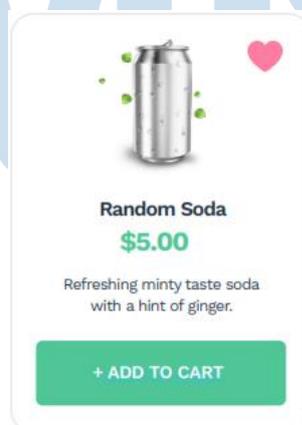
2.1.5.4.Design Style

Malewicz (2020) mengatakan bahwa terdapat banyak variasi gaya desain yang berevolusi dari awal diciptakan UI design. Beberapa gaya desain yang umum dipakai pada *mobile app* dan *website* adalah:



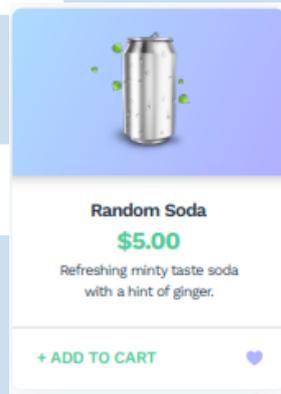
Gambar 2.38 Contoh *Skeuomorphism*
Sumber: Malewicz (2020)

- 1) Skeuomorphism, yaitu desain yang berfokus pada metafora objek dunia nyata untuk membantu orang yang kurang lihai dengan teknologi.



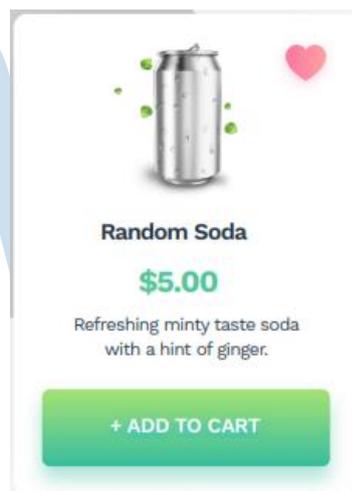
Gambar 2.39 Contoh *Flat Design*
Sumber: Malewicz (2020)

- 2) *Flat design*, gaya desain yang berfokus kepada minimalisme dan kesederhanaan. *Style* desain ini membutuhkan penguasaan tipografi, *spacing*, dan warna agar dapat memberi dampak yang besar kepada pengguna.



Gambar 2.40 Contoh *Material Design*
Sumber: Malewicz (2020)

- 3) *Material design*, gaya desain yang mirip dengan gaya *flat*, namun memiliki *z-axis* untuk menetapkan hirarki, dan berfokus untuk menempatkan UI yang penting dekat ke pengguna.



Gambar 2.41 Contoh *Modern Design*
Sumber: Malewicz (2020)

- 4) *Modern design*, gaya desain yang mencampur gaya *flat* dan *material*. Gaya *modern* lebih fleksibel dan mudah untuk sedikit melanggar aturan yang sudah ada untuk *emphasis*.

2.1.5.5. Ilustrasi

Malewicz (2020) menjelaskan bahwa penggunaan ilustrasi dalam *user interface* dapat membuat UI tersebut menjadi menarik. Ilustrasi menambahkan kesan dan emosi dalam suatu konten, membuat *interface* menjadi lebih bersahabat, dan membantu dalam pembangunan hubungan antara pengguna dan brand.



Gambar 2.42 Penggambaran Ilustrasi
Sumber: Male (2007)

Dalam proses pembuatan ilustrasi, Male (2007) menekankan pada pengembangan ilustrasi secara objektif dan analitis. Ilustrator mulai dari menjawab tiga pertanyaan kunci dalam suatu objek, yaitu asal-usul morfologi (struktur, bentuk, dan lainnya), ekologi (dimana, kapan, dan apa), dan biologi (bagaimana cara kerjanya), lewat pengamatan objek tersebut atau berkolaborasi dengan ahli. Kemudian, ilustrator mengambil catatan visual untuk hewan tersebut. Catatan visual tersebut dapat diambil sewaktu di lapangan sembari mensketsa, atau direkam untuk kemudian direferensikan kembali. Setelah itu dimulailah proses pembedahan untuk objek tersebut, dari segi bentuk, siluet, hingga detilnya. Ketika semua itu sudah selesai, maka sketsa dapat direalisasikan.

2.1.6. User Experience

Menurut Branson (2020), *user experience* (UX) adalah penyelidikan, penelitian, dan peningkatan pengalaman pengguna dalam menggunakan UI. Desain UX tidak berfokus kepada visual desain, namun lebih ke kesan dan perasaan dalam suatu pengalaman.

Desainer UX merenungkan bagaimana kesan user saat menggunakan produk mereka. Tujuan utama desainer UX adalah untuk membuat pengalaman yang sederhana, mahir, relevan, dan menawan untuk pengguna.

Faktor-faktor yang mempengaruhi UX menurut Interactive Design Foundation adalah:

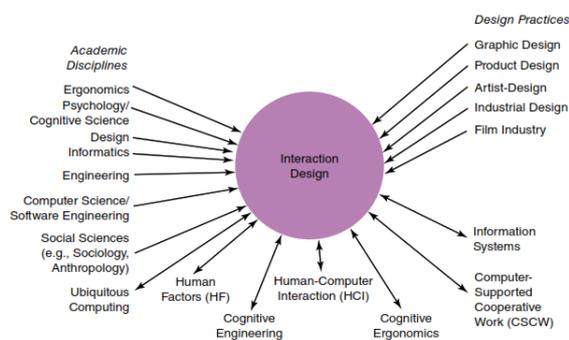


Gambar 2.43 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi UX
Sumber: Interactive Design Foundation (2022)

- 1) *Useful*. Sebuah produk harus memiliki kegunaan agar dapat berkompetisi dengan produk lainnya. Kegunaan dapat menjadi hal yang subjektif, dan sebuah produk yang membawa kegunaan non-praktis seperti estetika atau *fun factor* dapat dianggap “berguna”.

- 2) *Usable*. Sebuah produk harus dapat memenuhi tujuan pengguna dalam menggunakan produk tersebut seefisien dan seefektif mungkin.
- 3) *Findable*. Sebuah produk harus dapat memungkinkan pengguna untuk menemukan kontennya dengan mudah.
- 4) *Credible*. Sebuah produk harus membuat pengguna percaya kepada produk yang mereka pakai, baik dari fungsi yang sesuai dengan tujuan, maupun ketahanan produk tersebut untuk waktu yang lama.
- 5) *Desirable*. Lewat *branding*, *image*, identitas, estetika, dan *emotional design*, sebuah produk dapat membuat dirinya lebih diinginkan dibanding produk lainnya.
- 6) *Accessible*. Dengan mendesain produk agar dapat diakses oleh orang yang memiliki kecacatan, seperti pendengaran, penglihatan, dan lainnya, produk dapat dijangkau oleh audiens yang lebih luas. Mendesain dengan aksesibilitas juga membuat UX lebih mudah untuk orang yang tidak memiliki kecacatan.
- 7) *Valuable*. Produk harus memiliki nilai yang sepadan kepada perusahaan yang membuatnya dan kepada pengguna yang membeli dan menggunakan produk.

2.1.7. Desain Interaksi



Gambar 2.44 Bidang-Bidang yang Bersilangan Dengan Desain Interaksi
Sumber: Sharp et al. (2019)

Menurut Sharp et al. (2019) dalam buku “Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction”, desain interaksi adalah bidang desain yang berfokus kepada produk interaktif yang dapat membantu kegiatan dan pekerjaan sehari-hari manusia. Dalam desain interaksi, terdapat banyak bidang yang saling bersilang, seperti sains kognitif dan ergonomi.

Perbedaan utama antara desain interaksi dan bidang lainnya yang mirip dengannya adalah filosofi, metode, dan pengamatan yang dilakukan oleh desain interaksi untuk meneliti, menganalisa, dan mendesain produknya, serta cakupan dan masalah yang ingin diselesaikan.

2.2. Website

Menurut Landa (2018), *website* adalah sekelompok halaman *web* yang berisi halaman dan *link* yang berhubungan satu sama lain dan tersedia secara daring oleh penyedia layanan seperti individu, institusi pendidikan, perusahaan, organisasi, atau pemerintah. *Web design* membutuhkan strategi, kolaborasi, kreativitas, perencanaan, desain, pengembangan, dan implementasi.

Terdapat sepuluh langkah utama dalam pengembangan website menurut Landa, yaitu:

- 1) Project Plan, dengan melakukan analisis dan pedoman untuk menetapkan tujuan dari perancangan.
- 2) Creative Brief, yaitu dengan menggarisi strategi perancangan sesuai dengan brand atau identitas visual, *brand positioning* dan target audiens, serta tujuan lainnya yang ada di *brief*.
- 3) Site Structure. Menyiapkan denah *website* dalam bentuk information architecture dan menetapkan tantangan teknologi.
- 4) Content Outline.

- 5) Conceptual Design. Merancang konsep desain berdasarkan *project plan* dan *creative brief*.
- 6) Visual Design Development. Merancang grid dan penempatan elemen, memilih metode visualisasi, menetapkan color palette, *type style*, *interface* navigasi, *style* dari gambar-gambar, ilustrasi, dan elemen grafis lainnya.
- 7) Technical steps.
- 8) Prototype.
- 9) Technology.
- 10) Implementation.

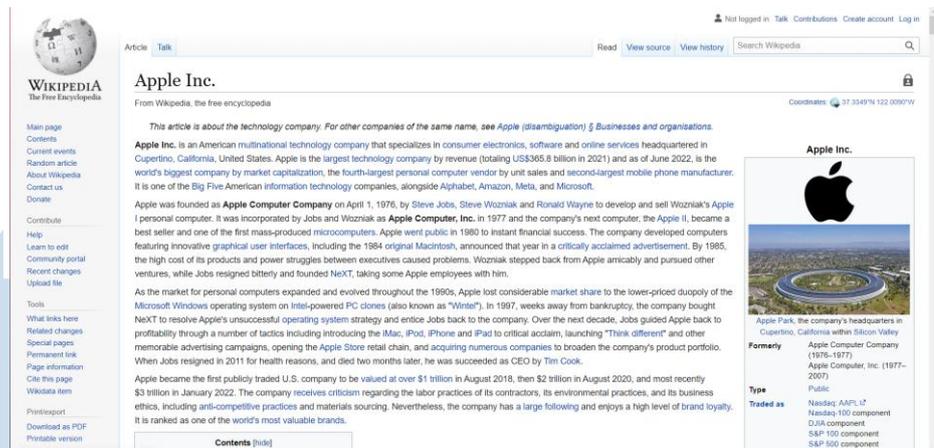
2.2.1. Jenis Website

Cooper et al (2018), membagi jenis-jenis *website* menjadi tiga: *website* transaksi, *website* aplikasi, dan *website* informasi.

2.2.1.1. Website Informasi

Website informasi adalah jenis *website* yang dibuat untuk melihat dan mengakses data dan informasi yang dibagikan lewat internet. Mekanik inti dari website informasi berupa navigasi yang memudahkan pengguna untuk berpindah halaman, serta fitur pencarian yang membantu pengguna untuk mencari informasi secara spesifik dalam halaman yang ingin dilihat. Contoh *website* informasi adalah Wikipedia.

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

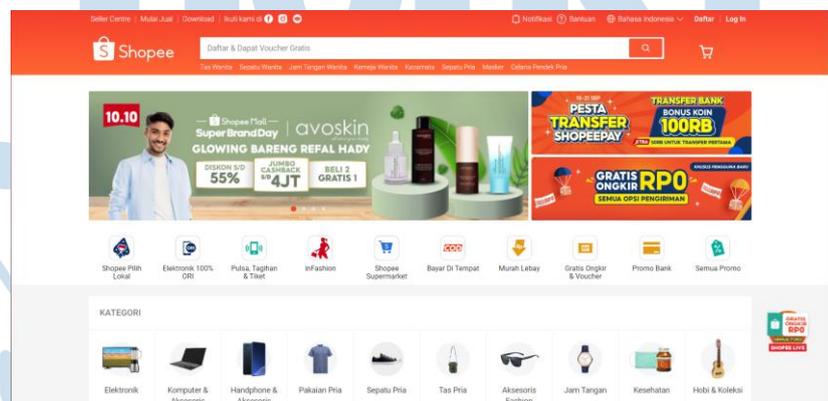


Gambar 2.45 Contoh Website Informasi
Sumber: Wikipedia.org

Website yang hanya bersifat informasional harus menyeimbangkan kepadatan informasi yang ditampilkan dan kemampuan untuk mengajar pengguna pertama untuk menggunakan website dengan mudah. Bagian mana yang lebih dominan ditentukan oleh persona target dan perilakunya ketika menggunakan website.

2.2.1.2. Website Transaksi

Website transaksi adalah website yang menyediakan layanan informasi dan transaksi bagi penggunanya. Contoh website transaksi berupa situs *e-commerce*, *online banking*, dan lainnya.



Gambar 2.46 Contoh Website Transaksi
Sumber: shopee.co.id

Website transaksi didesain dengan struktur hirarki seperti *website* informasi. Namun *website* transaksi tidak hanya menyediakan konten informasi, namun juga elemen fungsional yang kompleks, contohnya sistem *checkout*, keranjang belanja, dan *user profile* (registrasi dan login).

2.2.1.3. Website Aplikasi



Gambar 2.47 Contoh Website Interaksi
Sumber: makemepulse.com

Website aplikasi adalah jenis *website* yang penuh dengan interaktivitas dan mekanik yang rumit, sebagaimana layaknya aplikasi *desktop*. Selama interaksi antar elemen dapat didesain untuk mengakomodasi berbagai keterbatasan teknologi, jenis *website* ini dapat dijadikan pengganti aplikasi *desktop* tanpa diperlukannya mengunduh *executable*. Salah satu kekuatan terbesar *website* aplikasi adalah menjadi alat yang dapat memungkinkan pengguna untuk mengakses fungsionalitas dan data dari *cloud*. Contoh *website* aplikasi adalah makemepulse, i-spy, dan lainnya.

2.2.2. Komponen Website

Landa (2018) menerangkan istilah-istilah *website* yang menjadi komponen utama dalam perancangan *website*, yaitu konten, *information architecture*, sistem navigasi, dan *homepage*.

2.2.2.1.Konten

Konten adalah informasi yang tersedia untuk pengunjung website. Konten dapat meliputi informasi umum, cerita, data, berita, bahan bacaan, dan lainnya. Intinya konten merupakan informasi yang meningkatkan pengetahuan dan keingintahuan akan suatu *brand*, insititusi, atau tindakan sosial. Konten harus diorganisir dengan baik dan dapat diakses dengan mudah.

2.2.2.2.Information Architecture

Information architecture adalah penyusunan konten *website* secara hirarkis. Agar pengguna dapat menelusuri *website* dengan mudah, konten *website* harus disusun secara logis dari konten yang umum hingga konten yang spesifik. Namun, dikarenakan arsitektur *website* yang non-linear, maka navigasi yang non-linear dan tidak berurutan harus disediakan. Singkatnya, *information architecture* adalah panduan desainer untuk menyusun komposisi dan hirarki keseluruhan dari website dan elemen grafisnya.

2.2.2.3.Sistem Navigasi

Sistem navigasi adalah bentuk visual dari sebuah *information architecture*. Struktur visual yang konsisten sangat penting untuk menjamin kemudahan penggunaan dan UX yang bebas dari rasa frustrasi.

2.2.2.4.Homepage

Homepage adalah pintu utama dari sebuah *website* dan berisi sistem navigasi utama dari *website* tersebut. *Homepage* memberikan pengunjung tampilan dan kesan dari *website* yang dikunjungi. *Homepage* harus memiliki informasi terpenting dalam *website* tanpa perlu men-*scrolling* halaman, sebagaimana layaknya majalah koran yang menunjukkan konten pada lipatan atas korannya.

2.3. Burung Cendrawasih

Burung cendrawasih adalah jenis burung bagian dari anggota famili *Paradisaeidae* dan ordo *Passeriformes*. Mayoritas spesiesnya dapat ditemukan di Pulau Papua dan Kepulauan Maluku hingga bagian timur Australia. Menurut National Geographic, terdapat lebih dari tiga lusin spesies cendrawasih.

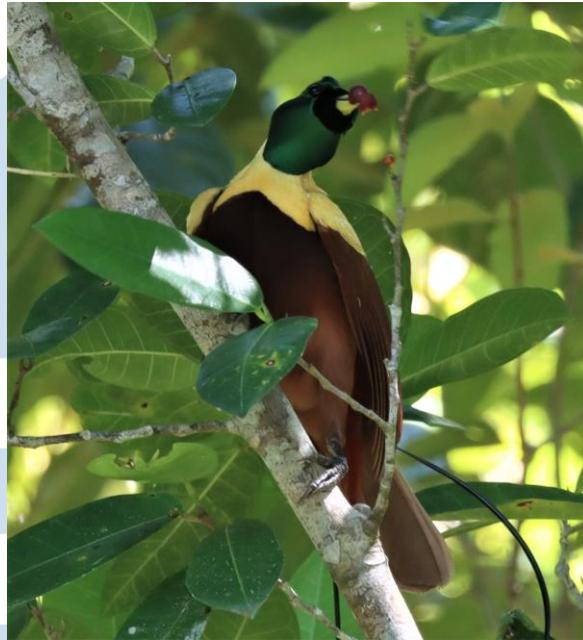
National Geographic menuliskan bahwa warna cendrawasih terdiri dari warna terang yang mencolok, kebanyakan berwarna kuning, biru, merah, dan hijau, yang membedakan satwa tersebut dari burung-burung lainnya. Cendrawasih jantan biasanya memiliki bulu leher yang berwarna terang dan bulu-bulu yang panjang. Ciri khas dari cendrawasih adalah tarian yang digunakan oleh jantan untuk menarik perhatian betina.

Berdasarkan riset yang dilakukan Raunsay yang didokumentasikan pada buku “Habitat dan Konservasi Burung Cendrawasih” (2022), paku sarang burung (*asplenium nidus*) merupakan bioindikator untuk habitat cendrawasih. Diet cendrawasih terdiri dari antropoda, buah beri, dan biji-bijian, contohnya buah ara (*ficus*), buah ki putri (*podocarpus mereiolius*), dan lainnya (hal. 10-11).

Ada beberapa jenis cendrawasih yang didokumentasikan oleh Cornell Lab of Ornithology:



2.3.1. Cendrawasih Merah



Gambar 2.48 Cendrawasih Merah
Sumber: Macaulay Library (ML49144153)

Cendrawasih Merah (*Paradisaea rubra*) adalah burung cendrawasih berukuran sedang dari genus *Paradisaea*. Jantannya berukuran 33cm, sementara betinanya berukuran 30cm. Ciri khas dari cendrawasih ini adalah ekornya yang panjang dan berwarna merah. Burung ini dapat ditemukan di Raja Ampat, tepatnya di pulau Waigeo, Batanta, Gemien, dan Saonek. Burung ini ditetapkan oleh IUCN Red List dalam status *Near Threatened*.

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

2.3.2. Cendrawasih Botak



Gambar 2.49 Cendrawasih Botak
Sumber: Macaulay Library (ML497409621)

Cendrawasih Botak (*Cicinnurus respublica*) adalah burung cendrawasih berukuran kecil dari genus *Diphylodes*. Jantan dan betinanya berukuran 16cm. Ciri khas cendrawasih ini adalah warna bulunya yang bervariasi, dengan warna merah dan biru sebagai warna dominan. Menurut Bird of Paradise Project, cendrawasih ini memiliki cara merayu yang unik, dimana sang jantan akan membersihkan area sekitarnya seperti menyiapkan “panggung”, kemudian dia akan berkicau untuk menarik perhatian betina, lalu dia akan menari dan membentangkan bulu dadanya yang berwarna hijau terang untuk merayu sang betina. Burung ini dapat ditemukan di Raja Ampat, tepatnya di pulau Waigeo dan Batanta. Burung ini ditetapkan oleh IUCN Red List dalam status *Near Threatened*.

U M N
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

2.3.3. Cendrawasih Raja



Gambar 2.50 Cendrawasih Raja
Sumber: Macaulay Library (ML481417631)

Cendrawasih Raja (*cicinnurus regius*) adalah burung cendrawasih berukuran kecil dari keluarga *Cicinnurus*. Jantannya berukuran 16cm dan betinanya berukuran 19cm. Ciri khas burung ini adalah bulunya yang berwarna merah terang dan ekornya yang berbentuk keriting. Menurut Jackson et al (2002), cara cendrawasih raja merayu betinanya bermacam-macam, seperti menggantung terbalik, menggoyangkan badannya ke samping, kicauan yang bermacam, dan lainnya. Cendrawasih ini dapat ditemukan di seluruh Pulau Papua. Oleh karena itu, cendrawasih raja ditetapkan oleh IUCN Red List sebagai *Least Concern*, walaupun tren populasinya sedang menurun diakibatkan habitatnya yang terancam oleh pembalakan hutan dan perburuan liar.

2.3.4. Paruh-sabit paruh-putih



Gambar 2.51 Paruh-Sabit Paruh-Putih
Sumber: Macaulay Library (ML474653921)

Paruh-sabit paruh-putih (*Drepanornis bruijni*) adalah burung cendrawasih berukuran sedang dari genus *Drepanornis*. Jantannya berukuran 35cm dan betinanya berukuran 34cm. Ciri khas cendrawasih ini adalah paruh sabitnya yang berwarna putih dan suaranya yang unik. Cendrawasih ini dapat ditemukan di hutan dekat Teluk Sarera dan Sungai Taritaru. Burung ini ditetapkan oleh IUCN Red List dalam status *Near Threatened*.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA