

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Desain grafis adalah sebuah cara menyampaikan pesan atau informasi menggunakan media visual dengan tujuan memberikan sebuah pesan persuasi, informasi, identifikasi, motivasi, dan lainnya. (Landa, 2011)

2.1.1 Warna

Warna sangat penting dalam sebuah elemen desain karena warna dapat menjadi provokatif besar dan sangat kuat. Warna merupakan sebuah energi yang dapat kita lihat karena adanya pantulan cahaya dari sebuah objek. Warna secara digital yang kita lihat melalui media seperti komputer atau gawai adalah sebuah energi cahaya yang disebut digital color, contohnya adalah warna pure blue yang ada pada aplikasi Adobe Photoshop dinyatakan dengan nilai Blue 255, Red 0, dan Green 0, sehingga dapat didefinisikan bahwa warna pure blue yang ditampilkan melalui layar tersebut adalah digital color.



*Gambar 2. 1 Additive color system
Sumber : Landa (2011)*

Warna digital yang kita lihat melalui layar juga disebut sebagai additive colors yang merupakan gabungan dari berbagai energi cahaya sehingga terbentuk sebuah warna.

Warna dibagi menjadi tiga kategori, yaitu hue, value, dan saturation. Hue adalah nama dari sebuah warna, seperti merah, hijau, kuning, serta biru, sedangkan value adalah tingkat keterangan warna tersebut mulai dari paling gelap hingga paling terang, sedangkan saturation adalah tingkat kecerahan dari warna tersebut mulai dari paling cerah hingga paling kusam.

Warna primer adalah warna utama yang merupakan warna merah, hijau, serta biru, sehingga dengan mencampurkan warna tersebut dengan jumlah yang sama akan menghasilkan sebuah warna baru, seperti merah yang dicampur dengan hijau akan menghasilkan warna kuning, merah yang dicampur dengan biru akan menghasilkan warna magenta, dan sebagainya, serta ketika ketiga warna utama tersebut dicampur dengan nilai yang sama satu dengan yang lainnya akan menghasilkan warna putih, sehingga disebut additive primaries. (Landa, 2011)

2.1.2 Tipografi

Tipografi merupakan bentuk huruf yang penggunaannya disusun dalam ruang dua dimensi dan dalam ruang dan waktu untuk sebuah media digital yang mencakup terjadinya pergerakan huruf. Huruf bisa digunakan sebagai display atau sebagai text. Display huruf merupakan sebuah penggunaan huruf sebagai komponen dominan yang biasanya berukuran besar dan tebal, seperti judul dan subjudul. Text huruf merupakan penggunaan huruf sebagai komponen untuk isi utama dalam sebuah konten, seperti paragraf, kolom, atau keterangan. (Landa, 2011)



Gambar 2. 2 Jenis tipografi
 Sumber : Landa (2011)

Dengan hasil luaran menggunakan sebuah layar, maka penulis membahas penggunaan tipografi pada layar.

2.1.2.1 *Fonts-On-Screen*

Menurut Lupton (2014), pemakaian font dalam proses desain dengan luaran berbasis layar di era sekarang ini lebih banyak dibanding media cetak, sehingga masing-masing dari perangkat, platform, serta browser memiliki format yang berbeda-beda sehingga font harus dapat digunakan secara universal, seperti TrueType yang dipopulerkan oleh Windows dan PostScript yang dipopulerkan oleh Mac, PostScript memiliki kemudahan serta lebih fleksibel dalam proses penerjemahan ke sebuah sistem tertentu serta lebih akurat, sehingga PostScript terlihat tidak memiliki kekurangan di semua sistem Mac.

Lupton (2014) juga mengatakan bahwa 95% dari proses perancangan sebuah situs web atau media lainnya yang berbasis layar adalah tipografi, sehingga dengan menggunakan font yang sedikit dalam sebuah perancangan web atau media lainnya mampu membuat media tersebut lebih terstruktur. Oleh karena itu, dalam proses perancangan ini penulis hanya menggunakan tipografi yang dapat dengan mudah dipahami oleh semua target audiens yang telah

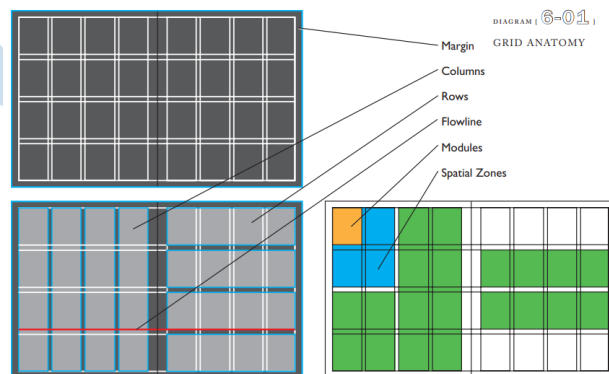
ditentukan oleh penulis pada batasan masalah sehingga dapat dengan mudah dipahami dengan waktu yang singkat.

2.1.2.2 *Text-On-Screen*

Lupton (2014) juga menambahkan, penggunaan ukuran layar juga mempengaruhi hasil font yang telah digunakan, sehingga desainer dapat dengan sendirinya memilih jenis layar yang akan digunakan. Hal tersebut tidak menutup kemungkinan font yang akan digunakan menjadi jelek, namun ketika font yang digunakan merupakan font yang bagus, tulisan tersebut akan menyatu dengan latar belakang sehingga tidak akan menjadi sebuah gangguan atau notis pada pengguna. Sedangkan ketika font yang digunakan jelek, hal tersebut akan menjadi sebuah perhatian utama yang diberikan dari audiens karena dapat membuat bingung serta memecah konsentrasi yang dimiliki oleh pengguna.

2.1.3 *Grid*

Grid adalah sebuah panduan yang terbentuk secara terstruktur dan tersusun dari garis lurus baik vertikal maupun horizontal sehingga membagi halaman tersebut menjadi sebuah column dan margin. Sehingga sebuah grid sangat membantu desainer dalam proses mendesain agar dapat menyampaikan pesan baik secara visual maupun huruf dengan rapih agar mudah ditangkap oleh para audiens.



Gambar 2. 3 *Grid Anatomy*
Sumber : Landa (2011)

1. *Margin*

Margin adalah sebuah ruang kosong yang ada pada bagian atas, bawah, kiri, dan kanan halaman yang berfungsi sebagai sebuah bingkai yang mengelilingi konten tersebut, baik secara visual maupun tipografi.

2. *Columns*

Columns adalah sebuah garis secara vertikal yang digunakan sebagai sebuah panduan dalam menata teks atau gambar. Dalam setiap grid, penggunaan columns bergantung kepada beberapa hal, seperti konsep, tujuan, serta keinginan dari desainer.

3. *Flowlines*

Flowlines berfungsi sebagai penata garis horizontal dalam sebuah grid sehingga mampu membuat visual flow.

4. *Grid Modules*

Grid Modules adalah sebuah unit individu yang terbentuk dari perpotongan antara vertical columns dan horizontal flowlines.

5. *Spatial Zones*

Spatial zones terbentuk dari sebuah grid modules yang berfungsi untuk menata elemen-elemen visual yang ada sehingga menjaga proporsi, bobot visual, dan posisi halaman dalam penglihatan manusia.

2.1.4 **Prinsip Desain**

Prinsip desain adalah sebuah proses mendesain dengan menggunakan elemen-elemen desain yang sudah ada yang dikombinasikan dengan pengetahuan dalam pembuatan konsep, gambar, serta formal elements yang diaplikasikan kedalam komunikasi secara visual. (Landa, 2011)

2.1.4.1 *Format*

Format adalah sebuah ketentuan antara dua bentuk yang saling berhubungan, Landa (2011) juga menjelaskan bahwa format bisa diartikan sebagai format penyusunan seperti pada cetakan, layar, serta billboard.

2.1.4.2 *Balance*

Balance adalah sebuah prinsip yang biasanya digunakan oleh manusia, seperti dalam yoga, olahraga, bela diri, dan lainnya, yang dimaksudkan ketika kita melakukan sebuah hal yang menyeimbangi atau menyetarakan hal lainnya. Balance dalam desain grafis dimaksudkan sebagai stabilitas yang dibuat ketika membuat berat secara visual pada satu sisi dengan sisi lainnya dengan mengikuti garis tengahnya, sehingga ketika sebuah desain balance, audiens dapat merasakan keharmonisan dari desain tersebut. (Landa, 2011)



*Gambar 2. 4 Logo French Leave
Sumber : Landa (2011)*

2.1.4.3 Visual Hierarchy

Hirarki secara visual menurut Landa (2011) adalah prinsip yang sangat penting dalam menyampaikan sebuah pesan melalui komunikasi secara visual. Secara sederhananya, hirarki visual merupakan cara bagi desainer dalam menentukan visual apa yang akan dilihat terlebih dahulu, yang akan dilihat kemudian, dan yang akan dilihat terakhir.

2.1.4.4 Emphasis

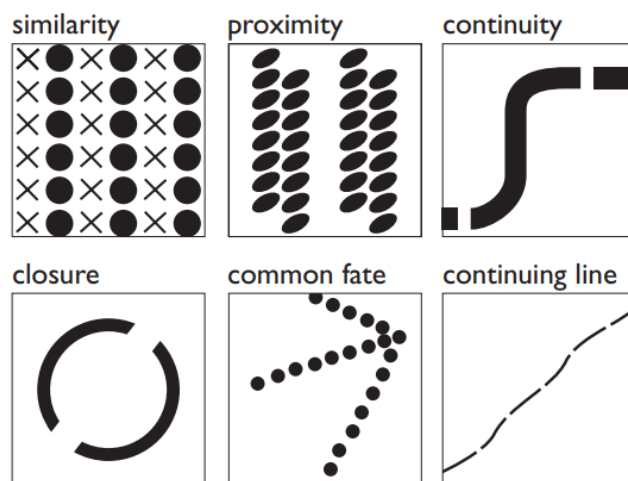
Emphasis adalah sebuah prinsip visual untuk menentukan konten baik secara visual maupun huruf dari yang paling penting sampai yang paling tidak penting.

2.1.4.5 Rhythm

Ritme merupakan sebuah hal dalam desain visual yang menggunakan sebuah elemen visual secara kuat dan berkelanjutan sehingga mata audiens terarah mengikuti ritme yang ada.

2.1.4.6 Unity

Unity adalah sebuah kesatuan dari berbagai macam elemen visual yang digunakan, sehingga seluruh elemen visual tersebut memiliki hubungan satu dengan yang lainnya yang memunculkan similarity, proximity, continuity, closure, common fate, serta continuing line.



Gambar 2. 5 Laws of Perceptual Organization
Sumber : Landa (2011)

2.2 Desain Interaksi

Desain interaksi adalah salah satu cara desain grafis yang ditujukan bagi media yang menggunakan layer sebagai tampilan utamanya, seperti website, mobile, widget, CD, atau DVD, yang dimana mengharuskan pengguna untuk berinteraksi dengan media tersebut. (Landa, 2011)

2.2.1 Visual Interface Design

Malewicz (2021) menyatakan bahwa User interface (UI) adalah representasi visual dari sebuah produk digital, yang dimana menjadi

penghubung antara pengguna dengan produk digital tersebut, sehingga mampu menghasilkan interaksi antara manusia dengan mesin melalui elemen desain serta prinsip desain yang digabung sehingga membuat interaksi secara natural.

User interface yang mudah dibaca, sangat berguna, memanjakan mata dengan suguhan visual yang memiliki nilai estetika merupakan hasil yang sukses. Sedangkan user interface yang baik merupakan gabungan dari warna, tipografi, interaksi, susunan tampilan serta gaya desain yang membutuhkan banyak kerja keras, pengalaman, serta imajinasi.

2.2.2 Principles of Visual Design

Menurut Cooper (2007), desainer perlu memperhatikan hal-hal berikut ketika sedang merancang visual interface design:

1. Menggunakan visual properties untuk mengelompokkan elemen visual agar dapat dengan mudah dan jelas dilihat.
2. Menyajikan elemen visual secara terstruktur serta mempunyai alur.
3. Apabila menyajikan gambar, gambar tersebut harus bersifat cohesive, consistent, serta contextual.
4. Serta yang paling terpenting adalah dengan menghindari penggunaan elemen visual yang dapat mengganggu keharmonisan.

2.2.3 User Experience Design

Berdasarkan Unger (2009), user experience adalah sebuah kreasi serta sinkronisasi dari seluruh elemen yang mempengaruhi pengalaman pengguna dengan perusahaan tertentu dengan tujuan untuk mempengaruhi persepsi serta kebiasaan mereka. Elemen tersebut termasuk kedalam hal-hal yang dapat disentuh, didengar, bahkan memiliki aroma yang dapat dicium baik interaksi secara fisik maupun digital.

Sehingga seorang desainer grafis dalam membuat sebuah user experience terlebih dahulu harus mengetahui permasalahan yang akan diselesaikan, seperti brand presence, marketing campaign, content source,

task-based applications, e-commerce sites, e-learning applications, dan social networking applications.

Menurut Interaction Design Foundation, user experience dipengaruhi oleh tujuh faktor, antara lain:

1. *Useful*

Sebuah produk harus memiliki fungsi bagi orang lain, jika produk tersebut tidak memiliki sebuah kegunaan maka produk tersebut tidak akan mampu berkompetisi dalam mencari perhatian dari para audiens.

2. *Usable*

Sebuah produk harus mampu membantu pengguna produk tersebut mencapai tujuan akhir yang ingin dicapai secara efektif dan efisien.

3. *Findable*

Sebuah produk harus dengan mudah dapat ditemukan, terlebih dalam bentuk digital dan menyajikan informasi, konten yang ingin dituju juga harus dengan mudah ditemukan, karena jika kita tidak dapat mencari hal yang ingin kita cari dengan mudah, maka kita akan berhenti mencari hal tersebut.

4. *Credible*

Sebuah produk harus dapat memberikan alasan kepada pengguna bahwa produk yang diberikan merupakan produk yang dapat dipercaya, terlebih pada era sekarang, pengguna memiliki banyak pilihan lainnya terhadap sebuah produk yang sama.

5. *Desirable*

Sebuah produk harus memiliki sebuah nilai yang sangat diinginkan bagi banyak orang dengan memiliki merek, identitas, nilai estetika, serta desain yang baik sehingga orang lain merasa sangat menginginkan produk yang kita miliki.

6. *Accessible*

Sebuah produk harus mampu memberikan pengalaman mengakses yang mudah kepada pengguna walaupun memiliki banyak gangguan, seperti penglihatan, pendengaran, keterbatasan gerak, atau lainnya.

7. *Valuable*

Nilai sebuah produk merupakan yang paling penting setelah memiliki seluruh faktor lainnya, sehingga dengan memiliki sebuah nilai bagi para penggunanya, produk tersebut akan secara terus-menerus digunakan.

2.3 Media Informasi

Komunikasi informasi secara visual dapat membantu manusia untuk mempermudah mengidentifikasi, mendapatkan informasi, serta melakukan promosi. Sehingga desainer dapat membuat hal yang rumit menjadi sederhana. Komunikasi informasi secara visual membantu dalam berbagai hal, seperti dalam transportasi umum, signage, teknologi informasi, media telekomunikasi, sains, dan masih banyak lagi. (Oven, 2016)

Menurut Schriver (2016), dalam beberapa tahun belakangan ini, desain informasi telah menjadi transisi dari penggunaan media secara cetak menjadi media digital, serta desain informasi mampu membantu banyak orang melalui media digital dengan tingkat efektifitas yang dibuat oleh para desainer.

2.4 Pariwisata

Menurut Caldito pada tahun 2015, ia menyatakan bahwa bidang pariwisata merupakan sebuah sektor ekonomi yang mengalami pertumbuhan pesat, sehingga menjadi salah satu sektor ekonomi dinamis, pariwisata sendiri merupakan sebuah perjalanan yang dilakukan dengan tujuan rekreasi, mengisi waktu luang, atau tujuan bisnis.

2.4.1 Destinasi Pariwisata

Destinasi pariwisata adalah sebuah daerah yang mencakupi berbagai jenis jasa serta infrastruktur yang diperlukan bagi para wisatawan untuk menginap setidaknya selama satu malam, baik wisata umum maupun wisata khusus yang terkoordinasi dengan adanya sistem transportasi yang

mudah untuk pergi ke sebuah tujuan wisata, baik bersifat atraksi, kuliner, mengisi waktu luang, bahkan tujuan bisnis. (Caldito, 2015)

2.4.2 Wisatawan

Wisatawan memegang peran yang sangat penting dalam industri pariwisata, baik dari dalam negeri maupun luar negeri, berdasarkan penelitian secara kualitatif, semakin banyak permintaan wisatawan secara lokal, akan menjelaskan sebuah karakter serta bentuk dari tempat tersebut, sehingga akan semakin banyak tekanan yang diberikan kepada perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata agar semakin berinovasi dan lebih kompetitif lagi, sehingga menyadarkan bahwa para wisatawan memegang peranan penting dalam industri pariwisata. (Caldito, 2015)

2.4.3 Manajemen Pemasaran

Pemasaran harus mengutamakan kepada pengunjung, baik secara jasa maupun produk, harus berdasarkan kebutuhan serta keinginan dari para pengunjung, sehingga harus membahas perihal ekspektasi dari para pengunjung. Bagaimana pun, pemasaran mencakup beberapa hal, seperti promosi, komunikasi, dan merek dagang. (Caldito, 2015)

