

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Website

Menurut Bekti (seperti yang dikutip Huda, 2020), *website* adalah kumpulan dari beberapa halaman yang digunakan untuk menyajikan informasi berupa gambar gerak atau diam, tulisan/teks, suara, animasi, hingga penggabungan dari seluruhnya, bersifat dinamis atau statis sehingga membentuk rangkaian bangunan yang saling terikat dan dihubungkan melalui beberapa jaringan halaman.

2.1.1 Fungsi Website

Menurut Harminingtyas (2014, hlm. 46-47), dalam penerapannya, berdasarkan jenis dan tujuan, *website* memiliki berbagai *fungsi*, secara garis besar terdiri dari beberapa *fungsi* sebagai berikut:

2.1.1.1 Media Pemasaran

Pada sistem afiliasi atau toko *online*, media pemasaran menggunakan *website* dinilai cukup baik, sebab untuk membangun sebuah toko *online* membutuhkan modal yang biasanya lebih kecil dibandingkan toko *offline*, serta dapat diakses kapanpun dan di manapun, meski pemilik sedang tidak berada ditempat maupun beristirahat.

2.1.1.2 Media Pendidikan

Pada penerapannya, terdapat komunitas yang membentuk *website* yang berfokus dengan konten artikel atau informasi yang pada tentang informasi ilmiah, seperti wikipedia.

2.1.1.3 Media Komunikasi

Terdapat beberapa *website* yang dibentuk secara spesifik untuk melakukan komunikasi, misalnya forum yang menyediakan fasilitas untuk anggota-anggotanya agar dapat berbagi solusi untuk masalah-masalah tertentu atau informasi lainnya.

2.1.1.4 Media Promosi

Media promosi pada *website* terbagi menjadi beberapa, yaitu media promosi utama yang contohnya *website* berperan sebagai toko *online* atau *search engine* dan *website* sebagai penunjang bagi promosi utama, yang mana kontennya merupakan informasi lebih rinci dibandingkan media promosi *offline* seperti majalah maupun koran.

2.1.1.5 Media Informasi

Website tv atau radio dan portal *online* menyajikan informasi yang dapat diakses dari manapun selama terhubung dengan internet, yang membuatnya dapat lebih luas dalam menjangkau dibandingkan radio, televisi, atau majalah bersifat lokal yang disebut media informasi konvensional.

2.1.2 Jenis-Jenis Website

Terdapat beberapa jenis *website*, menurut Dipanegara (seperti yang dikutip Anan, 2021), yang terbagi dengan kategori sebagai berikut:

2.1.2.1 Berdasarkan Style atau Sifat

1. Website Dinamis

Desain *website* dinamis dibentuk secara khusus agar isi di dalam situs dengan mudah secara berkala dapat diperbaharui. Situs berita sebagai salah satu contoh yang biasanya mengaplikasikan *website* dinamis, yang mana konten akan mengalami perubahan setelah menempuh satu periode tertentu.

2. Website Statis

Website statis adalah *website* yang kontennya ditujukan untuk tidak diperbaharui secara berkala, sehingga pembaharuan atau pengaturan konten dilakukan manual.

2.1.2.2 Berdasarkan Fungsi

1. Situs Web Organisasi Nirlaba

Umumnya, *website* jenis ini digunakan oleh sekolah, yayasan, dan sebagainya, yaitu organisasi yang sifatnya bukan bisnis atau non-profit.

2. Situs Web Pemerintah

Website jenis ini umumnya dimiliki oleh instansi pendidikan dan pemerintah untuk keperluan yang resmi, serta bertujuan untuk memberikan pelayanan bagi penggunanya.

3. Situs Web Pribadi

Personal *website* dibentuk untuk memberikan berbagai informasi mengenai seseorang dengan pemikiran dan aktivitasnya.

4. Situs Web Komersial

Umumnya, *commercial website* digunakan untuk menampilkan jasa dan produk atau dapat bertransaksi penjual *online* (*shopping cart system*) dan dimiliki oleh perusahaan yang bersifat bisnis.

2.2 Elemen pada Website

Menurut Shedroff (1997), adanya enam elemen sebagai kunci untuk membangun suatu *website*, yaitu isi (*content*), organisasi dan navigasi, desain visual, performa, kesesuaian/kompatibilitas, dan interaktivitas.

2.2.1 Isi

Konten adalah isi *website* yang berupa tulisan, penggunaan gambar sesuai dengan ukuran, serta informasi mengenai produk. Faktor penting agar memperoleh tingkat kepuasan yang tinggi para pengguna adalah informasi berkualitas yang ditawarkan, mempertimbangkan apa yang dibutuhkan oleh pengguna (Mufied, 2014, hal. 34).

Menurut Mc Graw (2002:4), konten yang baik pada *website* yaitu ketika konten dapat memenuhi yang dibutuhkan oleh konsumen secara *online* yang tersedia pada *website*, serta wajib terorganisasi dengan baik.

2.2.2 Organisasi dan Navigasi

Ketika membentuk *website*, organisasi maupun struktur penting untuk diperhatikan agar dapat menyediakan kemudahan bagi pengakses. Ciri-ciri *website* yang baik dalam organisasi dan strukturnya, yaitu penyusunan gambar-gambar dan berita yang tampak rapi serta mudah untuk mencari informasi, sehingga konten menjadi informatif dan menarik. Navigasi sendiri merupakan penggabungan dari wujud representasi mekanisme *link* dan informasi situs web yang membantu pengakses dalam menjelajahi *website* (Al Husna & Nafisah, 2019).

2.2.3 Desain Visual

Desain pada situs adalah arsitektur informasi yang tertata dengan sistematis, rapi, dan efektif, serta terorganisir, sehingga informasi/konten dapat ditemukan dengan mudah. Untuk itu, aspek-aspek yang harus dipenuhi dalam struktur rancangan adalah *fungsi*, form, navigasi, interaksi, visual, interface, serta tujuan informasi itu sendiri. Dalam perancangan web, desain visual menjadi salah satu aspek yang penting. Berdasarkan pernyataan Chaffey et al. (2008) melalui Al Husna & Nafisah (2019), elemen dari segi estetis *website* berupa warna, grafis, tata ruang, gaya, dan tipografi.

2.2.4 Performa

Performa sendiri berkaitan dengan kecepatan pada saat melakukan pengaksesan di suatu situs web oleh pengakses (Al Husna & Nafisah, 2019).

2.2.5 Kesesuaian / Kompatibilitas

Dalam kesesuaian pada sebuah *website* dapat terlihat dari tema yang digunakan oleh pemiliknya. Untuk mengetahui kesesuaian tersebut dapat dilakukan dengan menuliskan alamat URL web yang dimaksud pada *browser*, jika telah sesuai, maka akan muncul *website* yang sama. Kesesuaian pada web juga harus diperhatikan oleh pengakses dalam memilih web browser untuk digunakan, misalnya Internet *Explorer*, *Mozilla Firefox*, serta *Google Chrome*, dan sebagainya (Al Husna & Nafisah, 2019).

2.2.6 Interaktivitas

Menurut Chaffey et al., 2008 melalui Al Husna & Nafisah (2019), salah satu tujuan membentuk web yaitu untuk melakukan komunikasi dua arah antara pemilik web dengan pengakses. Fitur seperti komentar, *reply*, *chat*, *like*, *unlike*, *share* dapat ditambahkan dalam bentuk komunikasi dan kontrol bagi pengakses pada web. Menurut Shedroff (1997), interaktivitas dapat dibentuk dengan hal-hal, seperti adaptivitas pada desain, umpan balik dan kontrol pengakses situs, produktivitas dan kreativitas, serta komunikasi.

2.3 Prinsip Desain Website

Beird & George (2014) mengungkapkan terdapat beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam pembuatan desain *website* agar tampilan sesuai dengan kebutuhan target sasaran desain, yaitu tata letak dan komposisi, warna, tipografi, tekstur, dan *imagery*.

2.3.1 Tata Letak & Komposisi

Berdasarkan jurnal yang ditulis oleh Kuswanto (2017, hlm. 2), *website* yang didesain dengan menarik penting dalam merancang tampilan (*interface*) untuk membuat pengakses mudah untuk mempelajari dan menerimanya, maka harus memenuhi prinsip-prinsip perancangan *layout* dan *composition* untuk membangun tampilan *website* yang dapat memenuhi kebutuhan *user* nya.

2.3.1.1 Proses Desain

Selain estetika, menyediakan apa yang dibutuhkan oleh pengguna adalah hal yang penting pada *website*, proses merancang situs web berada di antara sains, seni, dan pemecahan masalah. Dalam proses penciptaan, sebuah *comp design* dapat diringkas menjadi tiga kewajiban utama, yaitu *discovery*, *exploration*, dan *implementation* (hlm. 2).

1) Penemuan

Bertemu dengan klien, serta mempelajari apa yang dilakukan oleh mereka merupakan komponen penemuan dari proses desain.

Untuk menghasilkan desain yang efektif dan tepat, perlu untuk mengumpulkan informasi mengenai siapa klien dan bagaimana cara mereka menjalankan bisnis. Oleh karena itu, perlu menjadwalkan pertemuan dengan klien untuk melakukan penelitian, serta cobalah cari informasi sebanyak-banyaknya mengenai klien dari internet, dan sebagainya. Berikanlah beberapa pertanyaan yang kreatif, sehingga memberi wawasan yang lebih mengenai klien, serta menggunakan bahasa dan kalimat yang sebisa mungkin menyesuaikan klien (hlm. 2).

2) Eksplorasi

Selanjutnya, setelah menggali informasi, maka melakukan analisis, pembedahan, dan eksperimen pada laboratorium. Tempatkan diri sebagai pengunjung situs dan bertanya pada diri sendiri. Dalam desain web, proses ini merupakan awal dari arsitektur informasi. Bagi situs web yang luas dan aplikasi web yang kompleks, maka arsitektur informasi merupakan karir itu sendiri, namun prinsip-prinsip panduan ini juga dapat digunakan untuk dasar yang kuat untuk *website* yang kecil. Tahap eksplorasi berfokus pada pengorganisasian konten, serta aliran *website* dalam struktur yang dapat dibentuk, sehingga informasi dibuat dengan sejelas dan semudah mungkin untuk dijangkau (hlm. 4).

3) Implementasi

Membuat tata letak merupakan proses awal pada implementasi dengan antarmuka yang dimiliki untuk dirancang dan selebar kertas untuk memulai sehingga fokus pada bagaimana produk akhir ingin dilihat. Setelah menentukan tata letak, maka dapat bereksperimen dengan warna dari latar depan dan latar belakang hingga memiliki skema warna yang solid (hlm. 4).

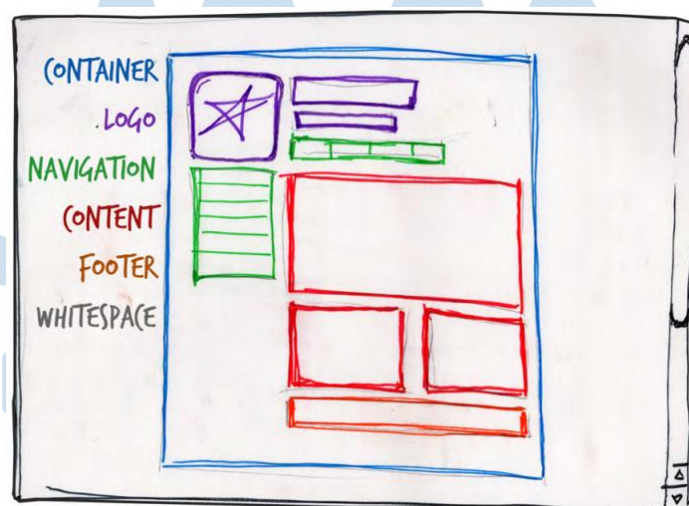
2.3.1.2 Mendefinisikan Desain yang Baik

Menurut Beard (2010), baik buruknya *website* dapat dilihat dari dua sudut pandang utama sebagian orang, yaitu sudut pandang kegunaan berpusat pada *fungsi*, informasi yang efisien dan efektif dalam penyajiannya, serta sudut pandang berdasarkan estetika yang meliputi animasi, grafis, dan presentasi yang baik. Oleh karena itu, desainer perlu untuk dapat melakukan kombinasi antara kedua sudut pandang tersebut yang tak hanya kegunaan namun juga estetika.

Elemen dan *fungsi* dari desain *website* perlu bekerja sebagai satu kesatuan yang kohesif, sehingga pengguna senang dengan desainnya tetapi tertarik pada kontennya, pengguna dapat bergerak dengan mudah melalui navigasi intuitif, dan pengguna mengenali setiap halaman sebagai milik situs.

2.3.1.3 Anatomi Website

Pada anatomi sebuah web, jumlah blok yang dibutuhkan, bergantung pada ukuran dan juga subjek dari situs, yang mana sebagian besar *website* memiliki komponen seperti, mengandung blok, logo, navigasi, konten, *footer*, dan *whitespace* (hlm. 8).

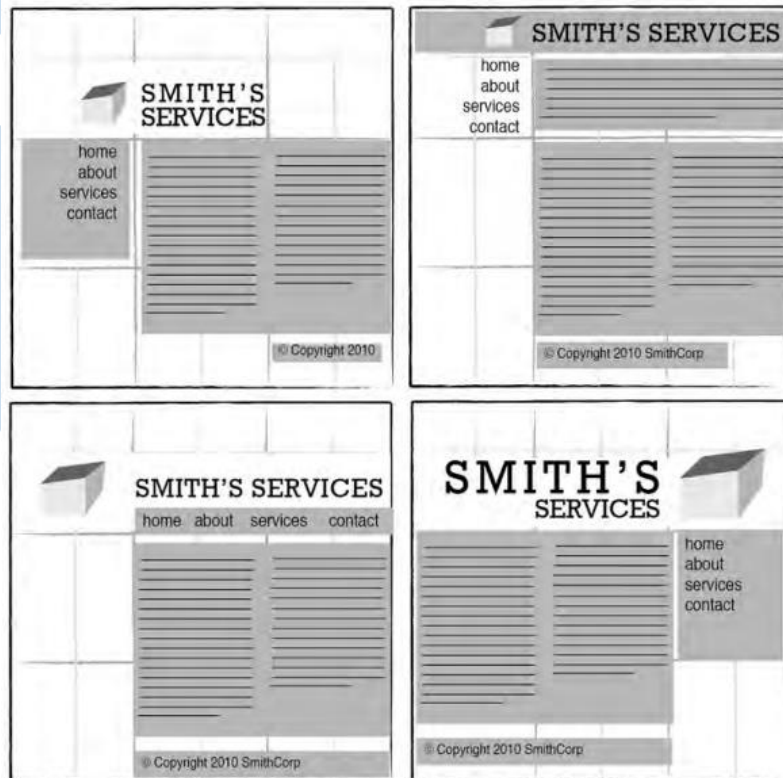


Gambar 2. 1 Anatomi Situs Web

Sumber: Beard & George (2014)

2.3.1.4 Grid Theory

Grid adalah alat yang penting dalam desain grafis yang tidak hanya digunakan untuk membuat elemen pada halaman persegi dan berbaris, namun mengenai porsi. Terdapat dua jenis rasio untuk menempatkan proporsi, yaitu *the rule of thirds* dan *960 grid system* (hlm. 10).



Gambar 2. 2 Empat *Layouts in Grids* yang Mengikuti *Rule of Thirds*

Sumber: Beard & George (2014)



Gambar 2. 3 10K Apart Website with 16-column Grid Overlay

Sumber: Beard & George (2014)

2.3.1.5 Keseimbangan

Konsep keseimbangan secara visual mirip dengan keseimbangan yang ada pada jungkat-jungkit, yang mana objek fisik memiliki bobot, begitu juga elemen pada tata letak. Terdapat dua bentuk utama keseimbangan visual, yaitu asimetris dan simetris (hlm. 16).

2.3.1.6 Kesatuan

Teori desain menggambarkan adanya kesatuan sebagai cara elemen-elemen berbeda dari suatu komposisi dapat berinteraksi satu dengan yang lainnya. Kesatuan yang tidak hanya ada pada setiap elemen halaman web, namun juga di seluruh halaman web yang harus berfungsi sebagai satu unit yang dapat menggunakan beberapa pendekatan, seperti *proximity* dan *repetition* (hlm. 22).

2.3.1.7 Penekanan

Konsep *emphasis* atau penekanan memiliki keterkaitan erat dengan persatuan. Penekanan dibuat untuk menarik perhatian target sasaran desain, sehingga titik fokus terletak pada elemen apa pun yang dapat menarik perhatian pengakses yang tak sekedar menjadi bagian dari halaman, namun juga secara keseluruhan berbaur dengan objek lainnya. Oleh karena itu, penekanan dapat terbentuk dari beberapa hal, seperti *placement*, *continuance*, *contrast*, *isolation*, dan *proportion* (hlm. 24).

2.3.2 Tekstur

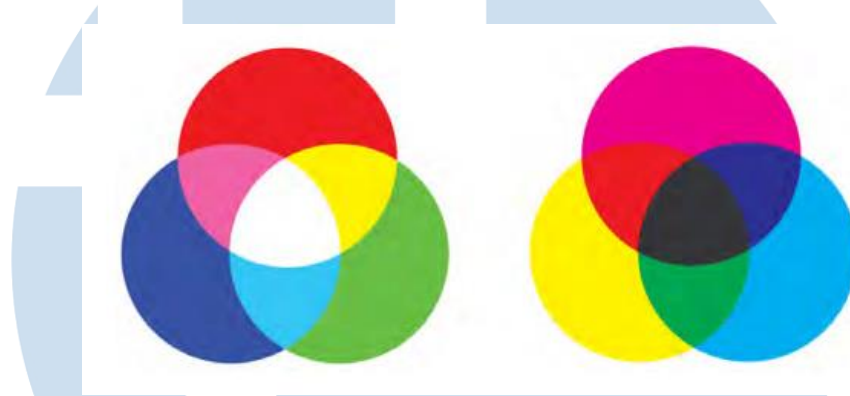
Tekstur merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan tampilan atau ciri khas pada suatu permukaan desain atau objek. Untuk memberikan rasa tekstur kepada pengguna, maka dapat membuatnya berhubungan dan membangkitkan ingatan akan benda nyata. Terdapat cara untuk menggambarkan suatu permukaan, yakni dengan memunculkan langsung elemen desain grafis, seperti garis, titik, , bentuk, kedalaman, dan volume, serta pola. Memahami komponen-komponen tersebut akan membantu, tidak hanya untuk menjelaskan tekstur, namun juga untuk membuatnya (hlm. 89).

2.3.3 Warna untuk Website

Warna yang salah tidak mematikan sebuah *website*, namun hal tersebut dapat membatasi karir sebagai desainer web pemula. Keadaan dapat menjadi lebih buruk ketika sebagian besar tampilan modern dari sebuah web menghasilkan lebih dari enam belas juta warna. Untuk itu, terdapat pertimbangan kegunaan, estetika, dan identitas. Hal-hal tersebut dapat teratasi dengan pedoman psikologis, yaitu teori warna yang telah terbukti akan membantu dalam membuat pilihan yang tepat dalam mendesain (hlm. 53).

Ketiga ahli teori menjelaskan warna yang kaitannya dengan roda warna, menggunakan merah, kuning, dan biru sebagai warna primer. Roda warna adalah diagram sederhana namun efektif yang dikembangkan untuk menyajikan konsep dan terminologi teori warna (hlm. 62).

Warna yang akan ditampilkan di layar komputer, yaitu warna yang didasarkan pada model warna aditif. Dalam model warna aditif, ditampilkan dalam persentase cahaya merah, hijau, dan biru (RGB). Jika mengaktifkan ketiga warna tersebut, maka akan menghasilkan cahaya putih.



Gambar 2. 4 Model Warna RGB *Additive* (Kiri) dan Model Warna CMYK *Subtractive* (Kanan)

Sumber: Beaird & George (2014)

Menggunakan *color palette*, meski terasa terbatas, namun jumlah warna yang diperlukan akan tergantung pada kompleksitas desain. Setidaknya mulai dengan lima atau enam pilihan warna solid sebelum menerapkannya ke *layout*. Sebagai tahap menjadi spesifik tentang setiap warna yang akan dipilih, maka membutuhkan cara standar untuk merujuk ke warna di palet. Sistem penghitungan heksadesimal sangat mirip dengan sistem penghitungan desimal yang biasa digunakan, kecuali jika didasarkan pada kelipatan sepuluh, hal tersebut didasarkan pada kelipatan enam belas, dan memiliki enam digit tambahan: A (yang setara dengan desimal 10), B (11), C (12), D (13), E (14), dan F (15). Monitor menggunakan model warna RGB aditif, dan setiap piksel di layar "dilukis" menggunakan kombinasi cahaya merah, hijau, dan biru. Yang tidak disebutkan adalah bahwa terdapat 256 yang berbeda tingkat cahaya merah, 256 tingkat cahaya hijau, dan 256 tingkat cahaya biru, sehingga dapat menggunakannya untuk membuat 16.777.216 warna berbeda.

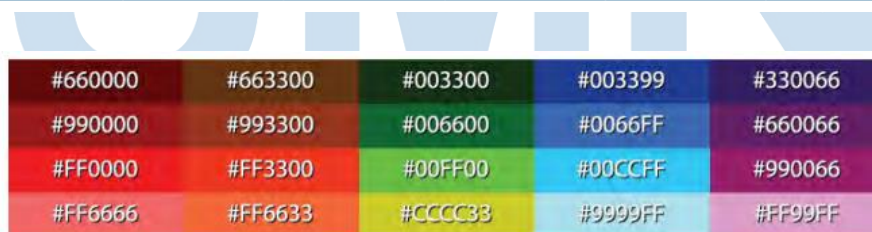
Untungnya, terdapat cara untuk mendeskripsikan masing-masing warna dengan mudah dan cepat yaitu menggunakan heksadesimal kode

warna. Kode warna heksadesimal menentukan tingkat merah, hijau, dan biru yang masuk ke pewarnaan. Misalnya, untuk membuat putih, maka menggabungkan merah, hijau, dan biru pada nilai setinggi mungkin. Untuk menggunakan putih di halaman web, maka pengaturan komponen merahnya menjadi 255 (FF dalam heksadesimal), komponen hijau menjadi 255 (FF), dan komponen biru menjadi 255 (FF). Kemudian menggabungkan nilai heksadesimal dalam urutan merah, hijau, dan biru dan muncul dengan kode FFFFFFFF.

Tabel 2. 1 *Counting from 1 to 255 in Hexadecimal*

Sumber: Beard & George (2014)

Decimal	Hexadecimal	Decimal	Hexadecimal	Decimal	Hexadecimal
0	00	16	10	32	20
1	01	17	11	33	21
2	02	18	12	34	22
3	03	19	13	35	23
4	04	20	14	...	
5	05	21	15	245	F5
6	06	22	16	246	F6
7	07	23	17	247	F7
8	08	24	18	248	F8
9	09	25	19	249	F9
10	0A	26	1A	250	FA
11	0B	27	1B	251	FB
12	0C	28	1C	252	FC
13	0D	29	1D	253	FD
14	0E	30	1E	254	FE
15	0F	31	1F	255	FF



Gambar 2. 5 Contoh dari *Hexadecimal color*

Sumber: Beard & George (2014)

2.3.4 Tipografi untuk Website

Terdapat banyak hambatan dalam penyesuaian tipografi yang efektif untuk Web. Sebagian besar keputusan yang perlu dibuat dalam pekerjaan memilih tipografi yaitu mempertimbangkan ruang di sekitar bentuk huruf dan blok teks, dibandingkan tipe itu sendiri. Namun, pemilihan jenis huruf yang tepat juga merupakan langkah yang penting (hlm. 123).

2.3.4.1 Mengambil Jenis Tipografi ke Web

Tidak masalah jika mengunduh berbagai jenis *font*, namun perlu diingat bahwa harus memikirkan hal yang paling umum terlebih dahulu, yaitu jumlah kelompok *font* yang didukung secara *default* di PC maupun *Mac*. Berikut daftar Sembilan keluarga *font* yang umum dikenal sebagai *font* yang aman untuk web: (hlm. 125)



Arial
Arial Black
Comic Sans MS
Courier New
Georgia
Impact
Times New Roman
Trebuchet MS
Verdana

Gambar 2. 6 Sembilan *font* "web safe" yang diinstal secara *default* di *Windows* dan *Mac OS X*

Sumber: Beaird & George (2014)

Terdapat kelemahan dari Sembilan jenis *font* tersebut, yaitu variasi yang terbatas dalam setiap kategori *font*. Untungnya, properti *font-family* CSS memungkinkan Anda memilih beberapa *font* dalam urutan, sehingga jika pilihan pertama tidak berhasil, maka dapat memilih ke *font* selanjutnya (hlm. 126).

2.3.4.2 Memilih Font

Dalam memilih *font*, didasarkan pada asosiasi emosional dan artistik. Untuk memulai pencarian *font* yang sesuai, harus menentukannya dari perasaan diri sendiri terlebih dahulu sebelum mencobanya kepada target sasaran desain (hlm. 153).

Sesuaikan dengan karakter dari perusahaan sebagai pemilik *website*. Tidak ada *font* yang buruk, hanya kurang sesuai untuk tujuan tertentu, sehingga harus dapat berpikir terbuka. Ketika memilih *font*, membatasi pilihan adalah hal yang penting, sehingga dalam mempraktikkan untuk penggunaan, setidaknya dua dan tidak lebih dari empat *font* yang berbeda dalam sebuah desain situs web. Perlu diingat bahwa *font* memiliki beberapa varian, seperti miring, hitam, tebal, *regular*, dan kental yang diinginkan untuk memvariasikan jenis *font* dengan tetap menjaga konsistensi. Selain itu, perlu menghindari dalam menggabungkan dua *font* serif yang berbeda atau dua *font* sans-serif yang berbeda dalam desain yang sama (hlm. 154).

2.3.4.3 Mengatur Ukuran Font dan Tinggi Baris

Ukuran jenis pada web relatif terhadap resolusi pengguna monitor dan dapat diatur dalam berbagai jenis unit. Pada unit paling populer untuk mengatur teks di web yaitu piksel, titik, %, dan ems. Secara mudah, dapat dikatakan $16\text{px} = 12\text{pt} = 100\% = 1\text{em}$. Resolusi monitor diatur dalam piksel, seperti juga dimensi semua grafik tampilan (hlm.154).

2.3.5 Imagery

Seperti tipografi, terdapat banyak masalah simpel yang berhubungan dengan citra, termasuk pilihan pada jenis file, resolusi gambar, dan sumber fotografi. Namun, terdapat juga aspek artistik. Proses pemilihan fotografi, ilustratif, dan ikonik elemen untuk desain situs web memerlukan pemahaman dasar tentang prinsip-prinsip desain. Foto-foto dan ilustrasi seringkali berfungsi sebagai umpan visual yang menangkap pengunjung yang melewati dan menarik mereka ke dalam isi. Namun, di sisi lain, gambar yang salah, atau hingga presentasi yang buruk dari gambar, dapat merugikan

daya tarik dari situs web. Setiap orang yang melihat foto atau ilustrasi melihat gambar tersebut secara berbeda, tergantung pada latar belakang dan pengalaman individu seseorang. Oleh karena itu, seribu kata-kata yang diambil satu orang dari sebuah gambar mungkin berbeda dari ribuan kata lainnya bagi orang lain.

Sebelum memilih gambar atau ilustrasi untuk dimuat dalam tata letak atau konten situs web, terdapat tiga pertanyaan refleksi yang dapat ditanyakan kepada diri sendiri, yaitu: (hlm. 159)

1. Apakah gambar tersebut relevan?



Gambar 2. 7 Contoh tampilan *website* dari *Grovemade's hand-made products*

Sumber: Baird & George (2014)

2. Apakah gambar tersebut menarik?



Gambar 2. 8 Contoh tampilan *website* dari *Tijuana Flats breaks the mold of convention*

Sumber: Baird & George (2014)

2.4 Teori UX

User experience adalah tanggapan dan impresi yang didapat dari penerapan dan atau dari sebuah produk, layanan atau sistem. *Usability* dan *User Interface* termasuk dalam bagian *User Experience*, sehingga cakupannya sangat luas. Dalam membuat *User Experience* perlu meninjau dan memperhatikan aspek *User Interface* dan *usability* karena ketiga hal tersebut saling terkait sehingga tercipta dengan baik (Arifin, 2018).

2.4.1 Usability

Kemampuan suatu sistem yang disebut *usability*, yang mana layanan maupun produk dapat digunakan oleh pengguna dalam mencapai tujuan tertentu dengan memperhatikan aspek-aspek efektivitas, efisiensi, dan kepuasan. Efektivitas sendiri sebagai kelengkapan dan keakuratan yang dapat ditentukan melalui tercapainya suatu tujuan. Sedangkan efisiensi merupakan sumber daya yang dipakai agar terlaksananya kelengkapan dan keakuratan pencapaian tujuan oleh pengguna (efektivitas). Menurut ISO (dalam Arifin et al., 2018), kepuasan berarti perilaku positif pengguna terhadap produk, serta kebebasan dari adanya ketidaknyamanan. Metode pengujian *usability* dapat menggunakan *Heuristic Evaluation* yang digunakan untuk mendeteksi permasalahan pada *usability* yang merujuk pada 10 prinsip dengan *evaluator expert*. 10 prinsip tersebut adalah *Match between System and The Real World*, *Recognition rather than Recall*, *Help Users Recognize*, *Flexibility and efficiency of Use*, *Visibility of System Status*, *Aesthetic and Minimalist Design*, *User Control and Freedom*, *Consistency and Standards*, *Diagnose and Recover from Errors*, *Help and Documentation*, *Error Prevention*.

2.4.2 Teori UI

Menurut ISO (dalam Arifin et al., 2018), semua komponen dari sistem interaktif (perangkat keras maupun perangkat lunak) yang menampilkan kontrol dan informasi bagi pengguna dalam mengerjakan tugas tertentu Terdapat standar yang baik dan benar dalam membangun

User Interface sebagai bagian dari *User Experience* agar desain tak hanya mengandung estetika visual yang tinggi, tetapi juga nilai *User Experience* yang bagus, sehingga pengalaman konsisten dapat dirasakan oleh pengguna di segala platform.

2.5 Media Informasi

Media informasi memberikan kemudahan untuk mengirimkan pesan sehingga jika tepat sasaran dalam penggunaan medianya maka dapat dengan mudah tersampaikan, sehingga sangat bermanfaat untuk penerima dan pembuat informasi (Sari & S., 2020).

Secara umum, media informasi merupakan alat dalam menyusun dan menggabungkan kembali suatu informasi sehingga bahan yang disediakan bermanfaat bagi penerima. Masyarakat dapat mengetahui informasi yang tersedia, serta saling berinteraksi melalui media informasi. Untuk pengertiannya, media informasi merupakan kumpulan data yang diolah menjadi lebih berarti dan Berguna untuk penerima. Tanpa adanya informasi pada suatu sistem, maka tidak akan berjalan secara lancar dan bahkan berakibat mati. Jika sebuah organisasi tanpa informasi, maka organisasi tak bisa berjalan dan beroperasi.

