

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain

Desain grafis telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Tidak hanya di tempat tertentu seperti museum atau galeri, desain sangat dekat dan sering kita temui. Mulai dari desain kemasan, poster, animasi, billboard di jalan hingga tampilan aplikasi. David A. Lauer & Stephen Pentak (2016) menyatakan bahwa hampir semua produk yang dihasilkan oleh manusia melibatkan desain baik itu direncanakan atau tidak. Dalam buku *Graphic Design Solutions*, Robin Landa (2014) memberikan pengertian bahwa desain grafis merupakan suatu bentuk komunikasi visual untuk menyampaikan pesan dan informasi tertentu ke audiens. Desain melibatkan proses perancangan, penentuan dan penyusunan elemen visual untuk merepresentasikan suatu ide yang dapat menyelesaikan permasalahan desain. Solusi desain memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perilaku manusia secara efektif.

2.1.1 Fungsi Desain

Desain memiliki peran besar dalam komunikasi. Sebelum surat ditemukan, komunikasi direpresentasikan dengan simbol dan gambar sederhana. Tidak hanya mementingkan aspek visual yang dapat memanjakan mata, desain harus bisa mengkomunikasikan sebuah ide. Masing-masing elemen visual mewakili sebuah makna dan perasaan yang berbeda-beda. Secara lengkap, Landa (2014) menyatakan bahwa sebuah solusi desain grafis memiliki kemampuan untuk meyakinkan, menyampaikan informasi, mengidentifikasi, memotivasi, meningkatkan, menata, memberikan identitas, membangkitkan, menempatkan, melibatkan dan membawa atau menyampaikan beragam tingkatan makna.

2.1.2 Elemen Desain Grafis

Elemen desain merupakan komponen penting bagi seorang desainer, sebuah kosakata dan alat penting yang bertujuan untuk membangun suatu bentuk visual (Landa, 2014). Agar suatu karya visual dapat mencapai tujuan dalam berkomunikasi dan berekspresi sebaik mungkin, seorang desainer harus bisa mengeksplorasi dan meninjau suatu elemen desain. Terdapat beberapa komponen dalam elemen desain, berikut merupakan penjelasan lebih lanjut menurut Landa (2014).

2.1.2.1 Titik

Titik atau yang biasa dikenal sebagai lingkaran merupakan komponen pembentuk terkecil dari sebuah garis. Pada media berbasis layar, titik adalah cahaya dari satu pixel baik itu berbentuk persegi maupun lingkaran.

2.1.2.2 Garis

Garis yang merupakan kumpulan dari titik yang memanjang dan bergerak ialah salah satu elemen desain yang paling familiar dalam kehidupan manusia. Beragam alat dapat digunakan dalam membuat garis, mulai dari kuas, pensil, perangkat lunak sampai *stylus* yang ditarik melintasi suatu permukaan. Suatu garis memiliki ukuran panjang yang lebih besar daripada lebarnya. Garis sebagai elemen desain memiliki fungsi dasar sebagai berikut:

- 1) Menetapkan dan membuat sebuah bidang, tepian, bentuk, gambar huruf dan juga pola
- 2) Menentukan area batasan dan membantu dalam mengatur suatu komposisi visual
- 3) Berkontribusi dalam menciptakan *line of vision* yang mampu mengarahkan mata audiens berdasarkan hirarki visual yang ditentukan.

- 4) Menciptakan ekspresi tertentu yang dibuat oleh kumpulan garis (*linear style*)

Garis memiliki beragam bentuk, mulai dari horizontal, vertikal, kombinasi vertikal dan horizontal, diagonal, *curve line* (Getty, 2011). Setiap bentuk dari garis memiliki makna dan penggunaan yang berbeda, berikut adalah penjelasannya.

- 1) Horizontal

Posisi horizontal yang sejajar dengan bumi ini merepresentasi perasaan tenang dan *feeling of rest*. Tak hanya itu, garis horizontal juga memberikan kesan ruang. Seperti halnya dalam suatu karya lanskap, garis horizontal menyiratkan adanya kelanjutan di luar bidang gambar ke kiri dan kanan.

- 2) Vertikal

Arah yang tegak lurus dengan bumi, membuat garis vertikal dapat mengkomunikasi *sense of height*.

- 3) Kombinasi Vertikal dan Horizontal

Garis ini merepresentasikan stabilitas dan juga soliditas. Bentuk ini memberikan makna keabadian dan juga *reliability*.

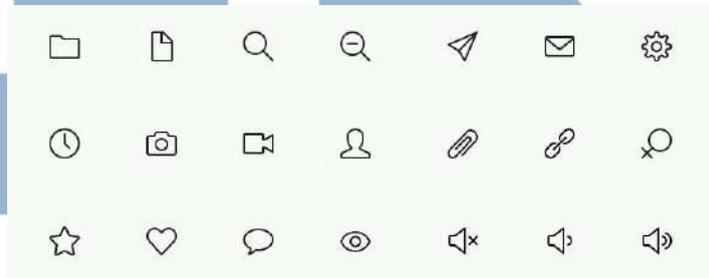
- 4) Diagonal

Tidak hanya memberikan kesan pergerakan dan kecepatan, garis diagonal juga memberikan makna ketidak stabilan. Garis ini mampu mengarahkan mata manusia dan menunjukkan kedalaman melalui perspektif.

- 5) *Curve Line*

Kesan sensual yang menyenangkan dan efek kelembutan dapat diwakilkan oleh *curve line* karena bentuknya yang mirip dengan lekuk tubuh manusia. Namun, *curve line* juga bisa memberikan kesan kekacauan dan kekerasan apabila bentuk lekukannya tajam.

Penerapan garis dalam suatu tampilan aplikasi, ditemukan dalam banyak komponen seperti, ikon, ilustrasi, *charts*, pemisah dan juga pemberi arah.



Gambar 2.1 Garis pada ikon

(<https://icon-library.com/images/simple-icon-set/simple-icon-set-24.jpg>)

2.1.2.3 Bentuk

Menurut Robin Landa (2014), *shape* atau bentuk merupakan sebuah elemen desain yang menggabungkan beberapa garis tertutup untuk membentuk visual dua dimensi yang terukur. *Shape* terbentuk oleh garis, kontur, warna, nada atau pun tekstur. Bentuk dapat diturunkan menjadi tiga gambaran dasar seperti persegi, segitiga dan lingkaran. Masing-masing bentuk ini memiliki bentuk volumetrik atau *solid* seperti kubus, piramida dan bola.

Berdasarkan jenisnya, bentuk dapat dibedakan menjadi bentuk geometris, bentuk lengkung, organik atau bioformik, bentuk bujur sangkar, bentuk tidak beraturan, bentuk yang tidak disengaja, bentuk non-objektif, bentuk abstrak dan bentuk representasional.

Bentuk dalam *user interface* juga menjadi suatu dasar yang sangat penting. Hal ini dikarenakan semua objek visual dapat dianalisis dari segi bentuk. Bentuk mempunyai dampak yang besar pada apa yang orang pikirkan dan rasakan terhadap suatu *user interface*, ilustrasi, atau logo (Ruslan Galba, 2019). Setiap penerapan suatu bentuk memiliki penyampaian beragam, seperti:

1) Lingkaran

Lingkaran dapat dimaknai sebagai keharmonisan, kesatuan, persahabatan dan keabadian. Bentuk lingkaran dapat digunakan untuk menambahkan kesan *playful* pada suatu desain. Rasa hangat dan lembut juga bisa dirasakan dari bentuk lingkaran yang tidak memiliki sudut ini. Lingkaran yang dipadukan dengan warna tertentu akan sangat cocok digunakan untuk bidang *entertainment*. Dalam *user interface*, bentuk lingkaran dapat digunakan sebagai tombol, infografis, dekorasi dan *user profile*.



Gambar 2.2 Lingkaran pada *user profile*

(<https://i.pinimg.com/originals/22/e2/93/22e29343c1694e9deeac7fd9f4b039e0.png>)

2) Persegi dan Persegi Panjang

Persegi dan persegi panjang memiliki makna yang kuat, disiplin dan stabil. Kesan bisa diandalkan, rasa aman dan klasik bisa dirasakan dari bentuk ini. Bentuk ini biasa digunakan dalam *fields*, latar belakang, galeri dan input. Penggunaan persegi dan persegi panjang dapat membantu dalam proses *wireframe* seperti pada gambar.



Gambar 2.3 *Wireframe*

(<https://cdn-cashy-static-assets.lucidchart.com/marketing/pages/lucidspark/discovery/Wireframe/Image4@2x.png>)

3) Segitiga

Bentuk segitiga dapat dimaknai dengan kekuatan, semangat dan resiko. Segitiga berdiri dapat memberikan kesan stabilitas dan keseimbangan, sedangkan segitiga terbalik memberikan kesan yang beresiko. Penggunaan segitiga akan cocok untuk menunjukkan energi dan pergerakan. Segitiga biasanya digunakan dalam bidang *sci-fi*, keuangan dan bisnis. Penggunaan bentuk segitiga dalam *user interface* biasa diterapkan dalam ikon, dekorasi dan arah.



Gambar 2.4 Segitiga pada UI *Mobile Apps*

(<https://i.pinimg.com/564x/73/45/5f/73455fdc880440a63e45ab4776d98f44.jpg>)

4) Poligon

Makna kreativitas, kecerdasan dan konsistensi bisa diwakilkan dalam bentuk poligon. Bentuk ini sangat jarang digunakan, sehingga akan cocok untuk pendekatan yang lebih orisinal. Poligon dalam *user interface* bisa diterapkan untuk memberikan kesan yang futuristik. Penggunaannya poligon dalam *user interface* bisa berupa pola, *forms*, infografis dan dekorasi.



Gambar 2.4 Poligon pada UI *Mobile Apps*

(<https://i.pinimg.com/564x/8c/35/ac/8c35ac5110b1825bae9201d164b3a1c1.jpg>)

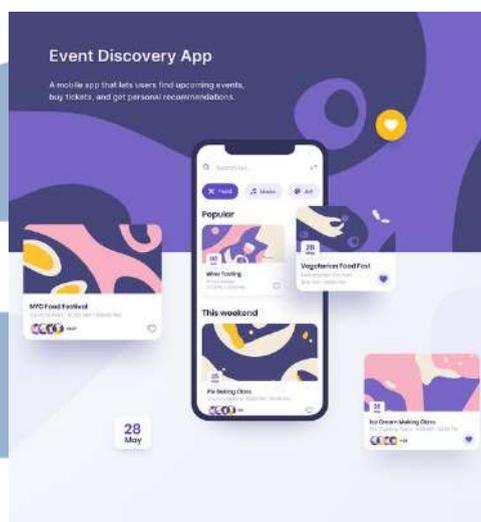
5) Abstrak

Bentuk abstrak merepresentasikan suatu makna yang unik, natural dan juga kompleks. Dalam elemen yang lebih fungsional, bentuk abstrak sebaiknya dihindari. Penggunaan bentuk abstrak akan cocok bila dipadukan dengan gradien, imitasi volume dan efek lainnya.

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 Abstrak pada UI *Mobile Apps*

(<https://i.pinimg.com/564x/0a/e5/65/0ae565975d34e6c8fd8929867f936d13.jpg>)

2.1.2.4 Warna

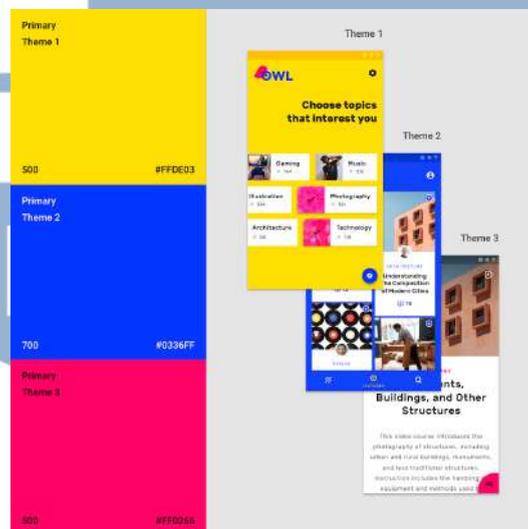
Dalam kehidupan, manusia tidak pernah terlepas dengan keputusan tentang warna. Kuat dan provokatif merupakan karakteristik dari sebuah elemen desain warna (Landa, 2014). Warna menurut Landa (2014) bukanlah sebuah objek melainkan bagian dari cahaya. Warna dapat diartikan sebagai sebuah pantulan panjang gelombang cahaya tertentu yang terlihat oleh mata manusia. Warna dapat mewakili sebuah perasaan, menggambarkan realitas dan mengatur informasi tertentu. Penggunaan warna berfungsi untuk membedakan, menghubungkan, menonjolkan dan menyembunyikan (Lupton & Phillips, 2015).

Terbentuk dari pantulan cahaya dari prisma, spektrum warna dipisahkan dan diatur dalam sebuah roda yang disebut color wheel. Color wheel sebagai alat yang menunjukkan hubungan antar warna menjadi bagian penting yang membantu desainer dalam memutuskan pemilihan warna. Suasana dan energi visual dapat ditentukan oleh penggunaan komposisi warna yang digunakan.

Dibedakan berdasarkan sifatnya, terdapat beberapa kategori dalam roda warna seperti warna primer, sekunder, tersier, komplementer dan sejalan. Kategori ini dijelaskan sebagai berikut:

1) Warna Primer

Terdiri dari warna dasar atau murni yang bukan pencampuran dari warna-warna lain. Warna primer apabila dicampurkan dapat menciptakan warna lainnya pada roda warna. Merah, kuning dan biru merupakan bagian dalam warna primer.



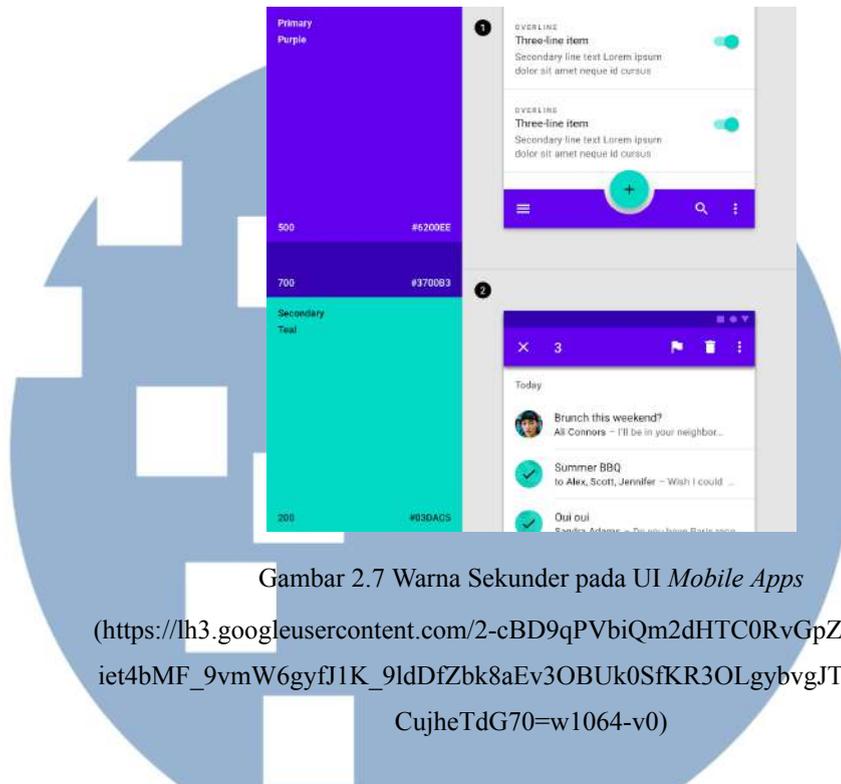
Gambar 2.6 Warna Primer pada UI *Mobile Apps*

(https://lh3.googleusercontent.com/3A318vDDY3_mV5Xqj2sGQy8qukFJWFZCyvmzOjt2JrsEqL8CZVCd_OHqHt8vbrbmlxoNcfNLKMrmW6jGKJsLnQJ7Ia17RGe_J5_fQ=w1064-v0)

2) Warna Sekunder

Terbuat dari dua warna primer yang dicampurkan bersama. Seperti warna jingga yang terbuat dari warna merah dan kuning, warna hijau yang terbuat dari warna biru dan kuning serta warna ungu yang terbuat dari warna merah dan biru.

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 2.7 Warna Sekunder pada UI *Mobile Apps*

(https://lh3.googleusercontent.com/2-cBD9qPVbiQm2dHTC0RvGpZ7bEn0UEmiet4bMF_9vmW6gyfJ1K_9ldDfZbk8aEv3OBUk0SfKR3OLgybvgJT2IbE9jP_A CujheTdG70=w1064-v0)

3) Warna Tersier

Warna tersier ini terbentuk dari adanya pencampuran warna primer dengan sekunder. Terdapat 6 warna tersier dalam roda warna.

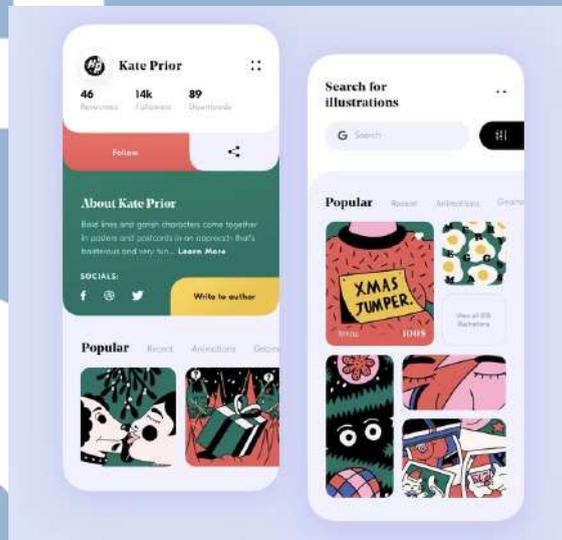


Gambar 2.8 Warna Tersier pada UI *Mobile Apps*

(https://miro.medium.com/max/1400/1*FPrxol5J07Y7Rkd9bDz9EA.png)

4) Warna Komplementer

Dalam mewujudkan keselarasan dan perpaduan warna yang cocok, tercipta adanya kombinasi warna. Perpaduan dari warna komplementer terbentuk dengan menggabungkan warna yang ada berseberangan dalam roda warna seperti merah dengan hijau, biru dengan jingga dan kuning dengan ungu. Perpaduan yang lebih halus dapat diwujudkan dengan memilih warna yang berlawanan seperti merah dengan hijau tersier dan biru tersier dengan jingga tersier.



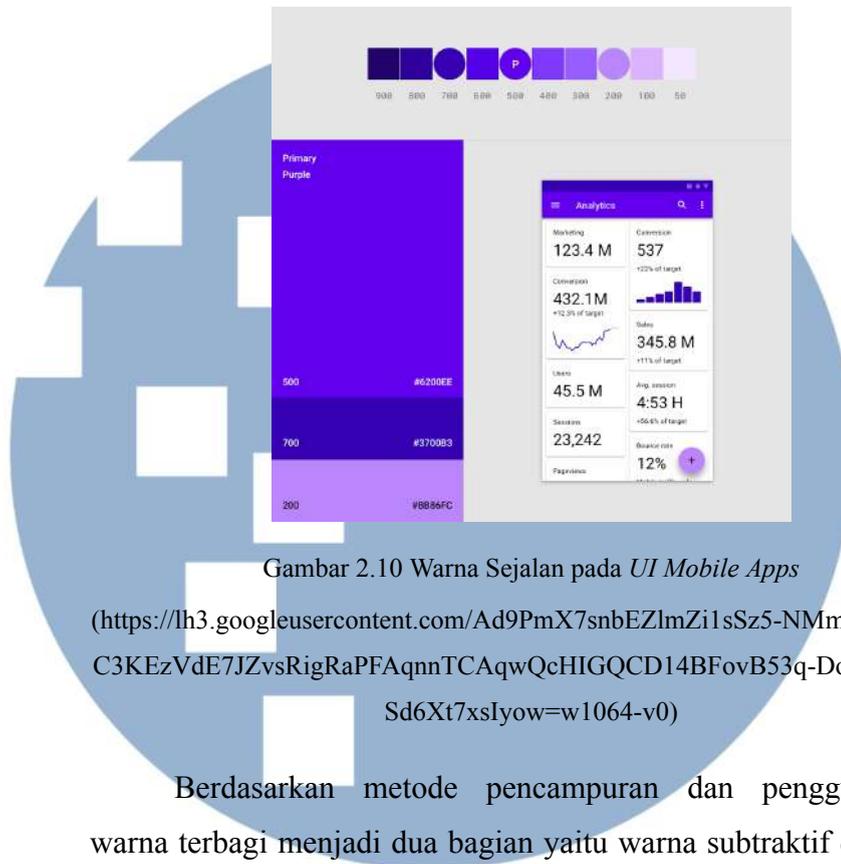
Gambar 2.9 Warna Komplementer pada UI *Mobile Apps*

Sumber: Toma Li di dribbble.com (2022)

5) Warna Sejalan

Terletak berdekatan, perpaduan warna ini memiliki terbentuk dari hue yang berdekatan antara satu dengan yang lain sehingga memiliki perbedaan *chromatic* yang kecil.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.10 Warna Sejalan pada *UI Mobile Apps*

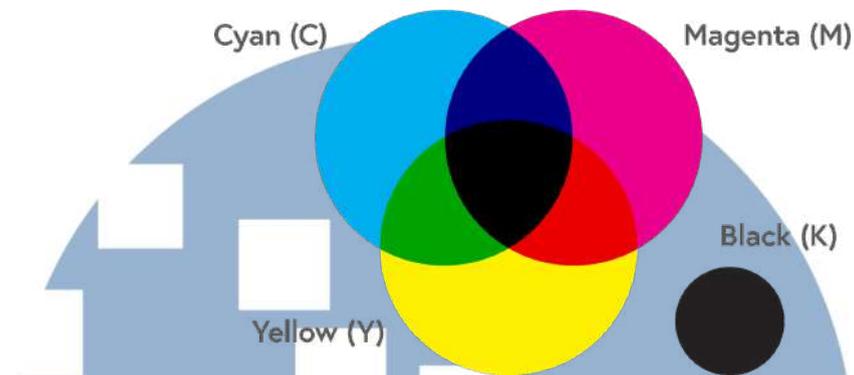
(<https://lh3.googleusercontent.com/Ad9PmX7snbEZlmZi1sSz5-NMmp5wh0Dw7C3KEzVdE7JZvsRigRaPFAqnnTCAqwQcHIGQCD14BFovB53q-DozMtUxySZSd6Xt7xsIyow=w1064-v0>)

Berdasarkan metode pencampuran dan penggunaannya, warna terbagi menjadi dua bagian yaitu warna subtraktif dan aditif, dengan penjelasan sebagai berikut:

1) Warna Subtraktif

Merupakan warna yang dipantulkan dengan cahaya. Warna *cyan* (C), *magenta* (M) and *yellow* (Y), plus *black* (K) merupakan warna primer subtraktif dan difungsikan dalam pencetakan. Sedangkan, warna aditif merupakan panjang gelombang dari campuran energi cahaya yang dihasilkan oleh media berbasis layar (*smartphone*, komputer, televisi dan lainnya).

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

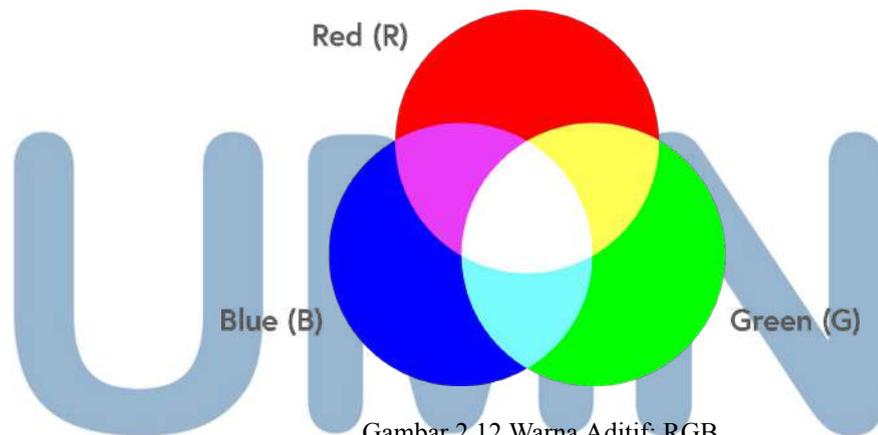


Gambar 2.11 Warna subtraktif: CMYK

(<https://d1e8vjamx1ssze.cloudfront.net/coloratura/images/knowledge-base/assets/images/colour/CMYKColourModel.png>)

2) Warna Aditif

Red, *green* dan *blue* atau yang biasa disingkat RGB merupakan warna primer dari warna aditif. Ketiga warna ini bila dicampurkan akan menghasilkan cahaya putih. Penggunaan RGB biasanya digunakan saat membuat karya dengan media berbasis layar.



Gambar 2.12 Warna Aditif: RGB

(<https://d1e8vjamx1ssze.cloudfront.net/coloratura/images/knowledge-base/assets/images/colour/RGBColourModel.png>)

Berdasarkan dari elemennya, warna dapat dibagi menjadi tiga menurut Landa (2014). Berikut adalah pembagiannya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1) Hue

Hue mengacu kepada nama dari suatu warna, seperti warna “merah”, “oranye”, “biru” dan “ungu”. Suhu yang mengacu pada hangat atau dingin suatu warna juga dapat dianggap sebagai hue. Warna merah, jingga dan kuning termasuk dalam golongan warna hangat. Sedangkan, warna dingin terdiri dari biru, hijau dan ungu. Walau *hue* dan *color* sering digunakan sebagai sinonim. Namun, *hue* lebih menggambarkan sensasi visual dari berbagai bagian visual warna. Pentak & Lauer (2016) mengartikan *hue* sebagai spektrum atau *color wheel*.



Gambar 2.13 Hue

(<https://www.sensationalcolor.com/wp-content/uploads/2019/07/12-Pure-Hues.jpg>)

2) Value

Value mengacu pada tingkat terang atau gelap dari sebuah warna. *Value* menurut Pentak & Lauer (2016) merupakan istilah seni dan desain untuk terang dan gelap yang mempengaruhi persepsi manusia terhadap *figure and ground*. Contoh warna pada *value* seperti halnya warna biru muda atau merah tua. *Shade*, *tone* dan *tint* adalah beberapa aspek lain dari *value*.

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



Gambar 2.14 *Value*

(<https://i.pinimg.com/originals/9c/6c/c4/9c6cc4cfdd425a77bf4da5a83e02e6f6.jpg>)

3) Saturation

Saturation merupakan intensitas kecerahan atau kekusaman dari warna. Hal ini ditentukan dari jumlah warna abu-abu yang terdapat pada suatu warna.



Gambar 2.15 *Saturation*

(<https://i.stack.imgur.com/9oc6U.jpg>)

2.1.2.5 Tekstur

Bagi indera peraba, tekstur merupakan hal yang menarik. Walau kita tidak benar-benar merasakan suatu objek, ingatan kita memberikan reaksi sensorik atau sensasi sentuhan. Tekstur merupakan sebuah representasi dari kualitas suatu permukaan. Tekstur terbagi menjadi dua yaitu, taktil dan visual.

1) Tekstur Taktil

Dapat disentuh dan dirasakan, tekstur taktil biasanya dapat ditemukan dalam beragam bentuk kertas. Teknik pencetakan seperti *embossing*, *debossing*, *stamping*, *engraving* dan *letterpress* dapat menghasilkan tekstur taktil.

2) Tekstur Visual

Tekstur visual adalah sebuah ilusi yang dibuat dengan tangan, dipindai atau di foto menggunakan keterampilan tertentu dalam seni dan desain.



Gambar 2.16 Tekstur pada UI *Mobile Apps*

(https://miro.medium.com/max/1400/1*4NnhWfUzJflm7IFczznkZA.png)

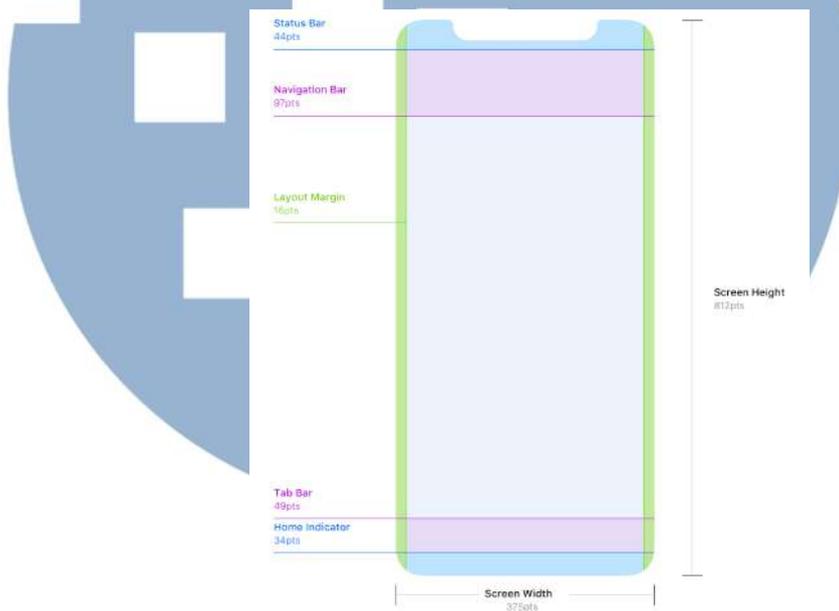
2.1.3 Prinsip Desain

Dalam membuat sebuah karya, terdapat prinsip yang mengatur didalamnya. Prinsip desain merupakan prinsip-prinsip yang saling bergantung antara satu sama lain. Agar seorang desainer dapat menghasilkan karya yang baik, terdapat 6 prinsip desain yang perlu diperhatikan dan dipahami (Landa, 2013):

2.1.3.1 Format

Dalam membuat sebuah desain, desainer akan bekerja dengan berbagai media, ukuran serta bentuk format. Format

memiliki banyak rupa, baik dalam bentuk digital maupun dicetak. Format dapat diartikan sebagai batas dari suatu media seperti secarik kertas, layar ponsel *billboard* dan lainnya. Ketika desainer menyusun dan menata elemen grafis, komposisi yang dihasilkan harus merespon batasan format dengan memanfaatkan pusat dan pinggiran dari suatu format.



Gambar 2.17 Format *User Interface* iOS

(<https://i.pinimg.com/originals/73/4c/95/734c95927a3d46aea2bcbf104fc3df1d.png>)

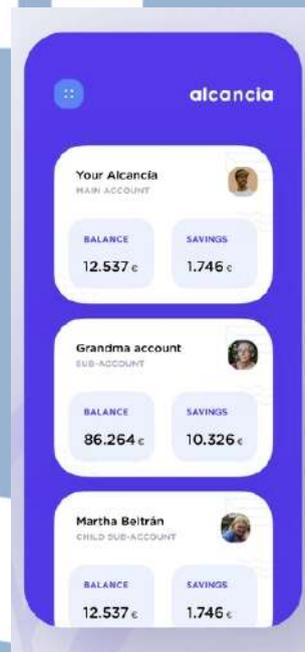
2.1.3.2 *Balance*

Sebuah karya desain yang baik akan mementingkan keseimbangan. Dimana keseimbangan dalam desain dapat diartikan sebagai penempatan bobot visual secara merata di setiap sisi dengan acuan titik pusat. Hal ini dipengaruhi dengan adanya berat visual, penempatan serta pengaturan pada elemen grafis. Keseimbangan dibutuhkan dalam upaya menciptakan keharmonisan dalam suatu

karya desain. Dalam keseimbangan terdapat dua pembagian yaitu simetri dan asimetri, dengan penjelasan sebagai berikut.

1) Simetri

Simetri dalam keseimbangan, dapat diartikan sebagai komposisi desain yang mencerminkan elemen visual dengan distribusi berat yang sama di kedua sisi sumbu pusat.



Gambar 2.18 Keseimbangan Simetri pada UI *Mobile Apps*

Sumber: Beatrice Castaldo di dribbble.com

2) Asimetri

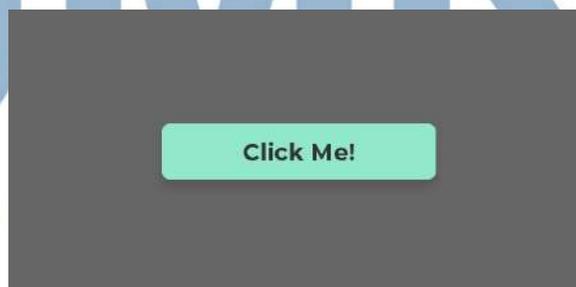
Berbeda dengan simetri, asimetri menciptakan keharmonisan tanpa perlu mencerminkan elemen visual. Komposisi desain pada asimetri mempertimbangkan posisi, bobot visual, ukuran, nilai, warna, bentuk dan teks hingga adanya keseimbangan pada sumbu pusat.



Gambar 2.19 Keseimbangan Asimetri pada UI *Mobile Apps*
 (<https://99designs-blog.imgix.net/blog/wp-content/uploads/2021/11/Untitled-7.png?auto=format&q=60&fit=max&w=930>)

2.1.3.3 *Emphasis*

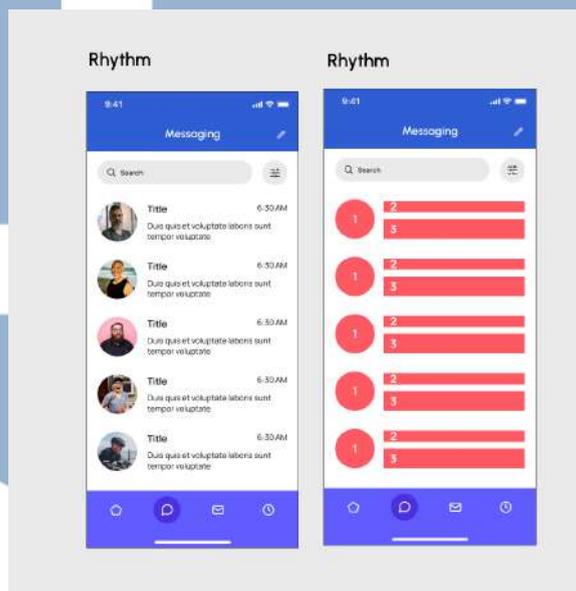
Emphasis merupakan penekanan pada elemen visual tertentu untuk menunjukkan dan mengklasifikasi elemen visual mana yang dominan dan tidak. Prinsip desain ini diperlukan untuk menetapkan titik fokus dan menentukan hirarki visual yang mampu mempermudah mengkomunikasikan suatu pesan. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan dalam menentukan elemen visual yang ingin ditekankan, seperti mengatur peletakan posisi, mengubah ukuran, bentuk, arah, *hue*, *value*, *saturation* dan tekstur.



Gambar 2.20 Prinsip *Emphasis* pada *Button*
 (https://www.kindpng.com/picc/m/587-5870192_a-symmetrically-balanced-wireframe-asymmetrical-balance-example-on.png)

2.1.3.4 Rhythm

Sama halnya dengan musik. Rhythm dalam desain merupakan sebuah pengulangan kuat dan konsisten dari pola elemen visual yang mampu mengarahkan pandangan. Warna, tekstur, *figure/ground*, *emphasis* dan keseimbangan menjadi faktor pembentuk *rhythm*.



Gambar 2.21 Prinsip *Rhythm* pada *UI Mobile Apps*

(https://www.kindpng.com/picc/m/587-5870192_a-symmetrically-balanced-wireframe-asymmetrical-balance-example-on.png)

2.1.3.5 Unity

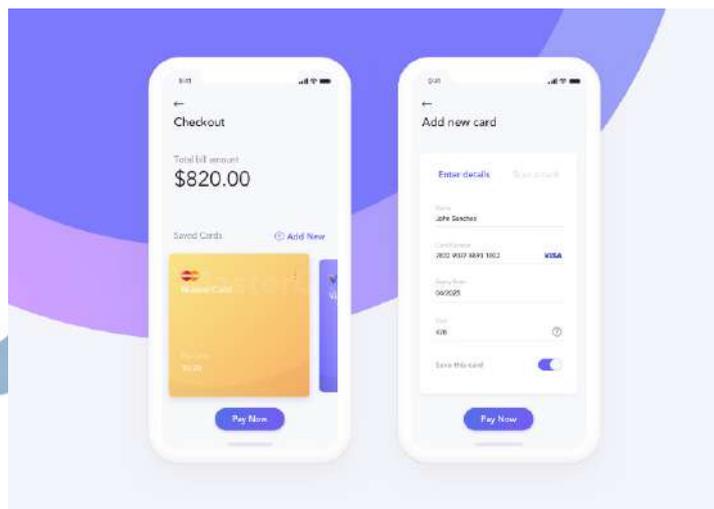
Memadukan elemen grafis menjadi sebuah kesatuan merupakan hal penting dalam desain. Pengelompokan elemen grafis yang saling berhubungan dan teratur, sederhana serta koheren berdasarkan lokasi, orientasi, rupa, bentuk dan warna menjadi komponen pembentuk terciptanya kesatuan.



Gambar 2.22 Prinsip *Unity* pada *UI Mobile Apps*
 (https://miro.medium.com/max/1400/0*0d7jDJosqKyMuZlc)

2.1.3.6 Scale

Dalam dunia desain, skala merupakan ukuran dari suatu elemen grafis yang berkaitan dengan proporsi dari elemen lainnya. Pemahaman mengenai *scale* sangat penting karena dapat membantu desainer dalam memberikan variasi visual pada suatu komposisi, menambah kontras juga kesan dinamis dan menciptakan ilusi ruang tiga dimensi.



Gambar 2.23 Prinsip *Scale* pada *UI Mobile Apps*
 (https://miro.medium.com/max/1400/0*0d7jDJosqKyMuZlc)

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

2.1.4 Prinsip Gestalt

Banyaknya elemen desain dalam suatu karya dapat membuat manusia kesulitan menerima dan memahami suatu informasi. Kognisi manusia memiliki peran dalam menyederhanakan berbagai rangsangan menjadi suatu hal yang dapat dipahami. Dirancang pada tahun 1920, Prinsip gestalt merupakan prinsip/hukum mengenai persepsi manusia yang menggambarkan bagaimana manusia mengelompokkan elemen yang serupa, mengenal pola, dan menyederhanakan gambar kompleks ketika kita melihat objek.

Dengan memanfaatkan persepsi otak manusia, desainer dapat membuat sebuah karya yang sederhana, langsung dan membuat solusi desain yang jelas. Dengan bekal pengetahuan mengenai relasi antar benda dan sekeliling ini, desainer grafis dapat bekerja dengan melakukan pengelompokan serta jenis relasi figure/ground untuk menciptakan atau mengacaukan suatu bentuk.

2.1.4.1 Pengelompokan

1) *Simplicity*

Teori ini menyatakan bahwa persepsi otak manusia memproses suatu bentuk visual menjadi hal yang lebih sederhana daripada kompleks.

2) *Similarity*

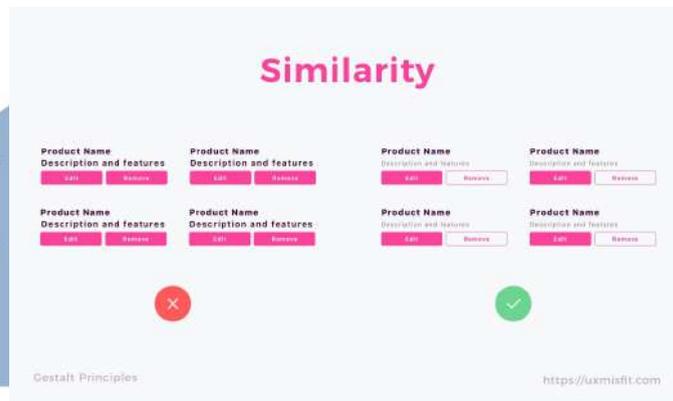
Dalam gestalt, elemen visual yang serupa akan dikelompokkan bersama. Kemiripan ini digunakan agar manusia bisa langsung membedakan apabila melihat dua kelompok berbeda berdasarkan warna, bentuk maupun ukuran.

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



Gambar 2.24 *Law of Similarity*

(https://uxmisfit.com/wp-content/uploads/2019/04/similarity_sample.jpg)

3) *Proximity*

Elemen visual dikelompokkan berdasarkan jarak kedekatan antar elemen.



Gambar 2.25 *Law of Proximity*

(https://uxmisfit.com/wp-content/uploads/2019/04/proximity_sample.jpg)

4) *Closure*

Sebuah gagasan dimana persepsi otak manusia memiliki kemampuan mengisi bagian yang hilang dari suatu elemen visual dan menjadikannya sebagai kesatuan.

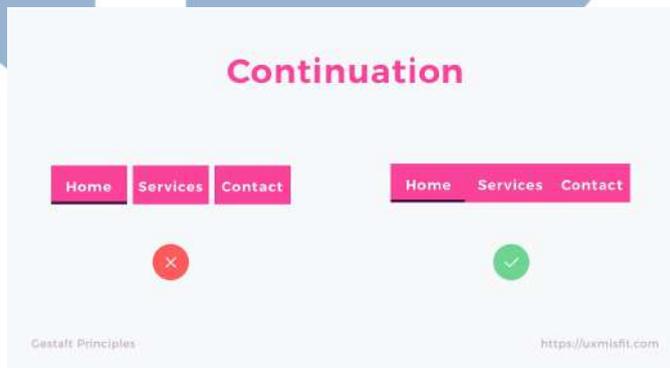
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.26 *Law of Closure*
 (https://uxmisfit.com/wp-content/uploads/2019/04/closure_sample-1.jpg)

5) *Continuity*

Hukum yang menyatakan mata manusia akan mengikuti kesinambungan suatu elemen visual.

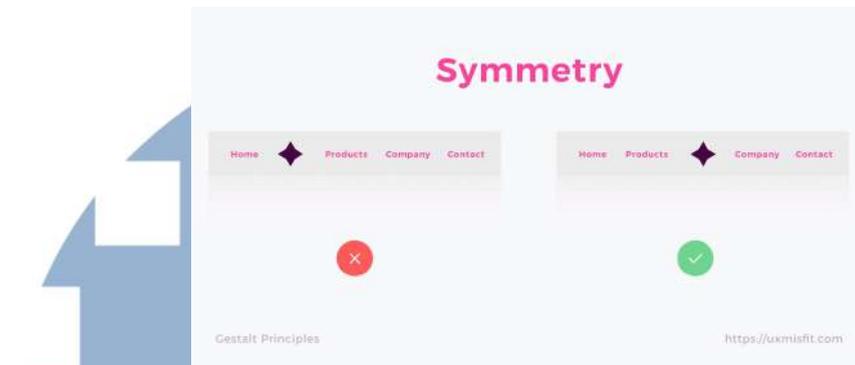


Gambar 2.27 *Law of Continuity*
 (https://uxmisfit.com/wp-content/uploads/2019/04/closure_sample-1.jpg)

6) *Symmetry*

Sebuah persepsi otak manusia dalam menyatukan dua elemen visual yang memiliki bentuk simetris menjadi sebuah kesatuan.

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Gambar 2.28 *Law of Symmetry*

(https://uxmisfit.com/wp-content/uploads/2019/04/symmetry_sample.jpg)

2.1.4.2 Jenis *Figure/Ground*

Hubungan antara *figure* dan *ground* yang stabil harus terlihat jelas terpisah. Terdapat empat jenis *figure/ground* berdasarkan karakteristiknya.

1) *Stable*

Jenis ini terbentuk apabila objek utama dalam suatu komposisi menjadi titik fokus utama dan menonjol.

2) *Reversible*

Jenis ini terbentuk ketika elemen negatif dan positif berdampingan dan memiliki berat visual yang sama.

3) *Ambiguous*

Dengan mengandalkan ambiguitas *figure/ground*. Penataan elemen yang bervariasi membuat mata manusia memberikan perhatian lebih untuk menentukan titik utama.

4) *Interwoven Space*

Jenis ini terbentuk dengan menggunakan relasi antar *figure/ground* dengan pendekatan yang lebih bervariasi.

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

2.2 Aplikasi

Telah populer dalam waktu yang lama, aplikasi menurut Cuello dan Vittone (2018) merupakan suatu *software* yang terdapat dalam sebuah *platform*. Berbeda dengan *mobile website*, aplikasi harus diunduh terlebih dahulu.

2.2.1 Jenis Aplikasi

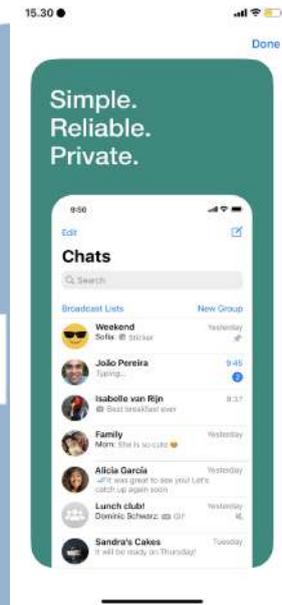
Aplikasi biasanya bisa digunakan tanpa internet dan dapat mengakses fitur *hardware* tertentu pada *smartphone*. Pemilihan jenis aplikasi ditentukan berdasarkan faktor mendasar dan pengalaman pengguna yang diharapkan. Menurut Cuello dan Vittone (2013), aplikasi dibagi menjadi 3 tipe berdasarkan dari karakteristik dan keterbatasannya. Berikut adalah pembagiannya

2.2.1.1 *Native Application*

Native application menawarkan pengalaman yang lebih merupakan suatu aplikasi yang dikembangkan menggunakan perangkat lunak yang ditawarkan oleh setiap sistem operasi atau yang disebut *Software Development Kits* (SDK). Tiap sistem operasi baik android, iOS dan Windows memiliki SDK yang berbeda. Jenis aplikasi ini biasa harus diunduh melalui toko aplikasi dan harus di update secara berkala untuk mendapatkan versi terbaru dan memperbaiki *bug*. *Native application* memiliki karakteristik bisa mengakses perangkat keras seperti kamera dan sensor.

UIN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



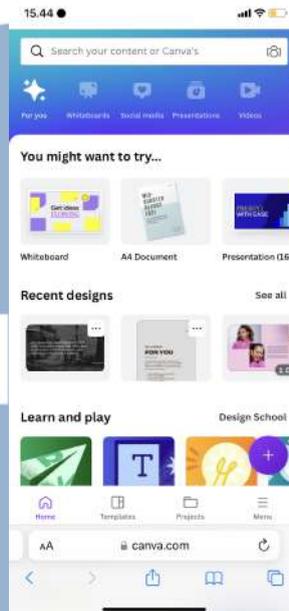
Gambar 2.29. *Native Application*: Whatsapp di sistem operasi iOS

Sumber: App Store (2022)

2.2.1.2 *Web Application*

Berbasis HTML, JavaScript dan CSS, *web application* merupakan jenis aplikasi yang independen dari sistem operasi. Tanpa perlu mengunduh, aplikasi ini diprogram dan memiliki visual yang bisa adaptif dengan berbagai bentuk *platform* melalui *browser*. *Web application* tidak memerlukan pembaruan secara rutin namun membutuhkan internet untuk menjalankan aplikasi. Karakteristik dari aplikasi ini adalah memiliki antarmuka yang lebih umum, independen dari setiap tampilan sistem operasi. Bila dibandingkan dengan *native application*, pengalaman yang menyangkut elemen navigasi dan interaksi cenderung tidak signifikan.

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 2.30 Web Applications: Canva diakses melalui Safari

Sumber: canva.com (2022)

2.2.1.3 *Hybrid Application*

Web application dan *native application* apabila digabungkan maka akan menjadi *hybrid application*. Memiliki cara pengembangan yang sama dengan *web application* namun disusun dan dikemas sehingga terlihat seperti *native application*. Tipe aplikasi ini mempunyai desain yang dapat disesuaikan di tiap *platform* dan memiliki akses seperti aplikasi *native*.

2.2.2 Kategori Aplikasi

Kategori aplikasi dikelompokkan berdasarkan konten yang ditawarkan kepada *user*. Kategori aplikasi dikondisikan pada tingkat desain, detail *interface* dan juga potensi monetisasi. Kategori aplikasi berdasarkan maksud dan tujuannya dibagi seperti sebagai berikut.

1) *Entertainment*

Memberikan pengalaman bersenang-senang untuk *user*. Dengan melibatkan grafis, animasi dan efek suara membuat perhatian pengguna jadi konstan

dan tak terputus. Desain pada kategori ini umumnya tidak terikat dengan *platform guidelines*.

2) *Social*

Kategori ini dapat membantu komunikasi jarak jauh. Aplikasi dengan kategori *social* berorientasi dengan komunikasi, jaringan kontan dan interaksi antara pengguna.

3) *Utilities and Productivity*

Kategori ini dapat membantu untuk memecahkan suatu masalah dari pengguna secara spesifik. Dengan memprioritaskan efisiensi, *user* dapat menemukan nilai dalam aplikasi yang memudahkan pengalaman dalam kehidupan sehari-hari.

4) *Educational and Informative*

Aplikasi kategori ini berfungsi untuk memberikan informasi dan berita. Keterbacaan, kemudahan navigasi dan alat pencarian yang mendasar menjadi komponen penting dalam kategori *educational and informative*.

5) *Creation*

Berfokus pada kreatifitas dari *user*, kategori aplikasi ini memberikan akses kepada user untuk mengedit video, menghasilkan suara, menulis dan mengubah foto.

2.2.3 Prinsip Desain Aplikasi

Desain aplikasi adalah kombinasi dari desain UI dan UX untuk membangun *software* yang dapat digunakan. Desain aplikasi yang ideal harus bisa terlihat bagus, fungsional, dan lugas pada saat yang bersamaan. Dengan demikian terdapat 5 fundamental prinsip desain aplikasi menurut Ante Baus (2022).

1) *F-Shape and Z-Shape Patterns*

2) *Predictable navigation design*

3) *Simple individual screens*

4) *Design for fingers, not cursors*

5) *Consistency*

2.3 *User Experience*

User Experience tidak hanya berarti pengalaman pengguna, tetapi sebenarnya tentang “melakukan” proses desain yang berfokus pada pengalaman *user* (Marsh, 2016). Berdasarkan yang dilansir dalam interaction-design.org, desain UX melibatkan seluruh proses perancangan dan pengembangan produk, termasuk aspek *branding*, desain, kegunaan, dan fungsi. Bagian terpenting dalam *User Experience* adalah menciptakan solusi yang dapat mengatasi masalah dan kebutuhan *user*. Untuk memastikan *User Experience*, solusi desain yang dibuat harus berfokus kepada *user* atau yang biasa disebut *Human Centered Design*.

2.3.1 *The Five Main Ingredients of UX*

Terdapat 5 hal penting yang perlu diperhatikan dalam membuat suatu *User Experience* menurut Marsh (2016), yaitu:

2.3.1.1 *Psychology*

Memahami sisi psikologi dari user, setiap manusia memiliki pikiran dan perasaan yang kompleks dan subjektif. Sisi psikologi *user* dapat dilihat dari motivasi, perasaan, kebiasaan, harapan, asumsi dan cara mereka berpikir.

2.3.1.2 *Usability*

Desainer perlu memperhatikan apakah desain yang dibuat memiliki *usability* yang jelas atau tidak. Apakah *user* dapat dengan mudah mengerti dan mengakses desain interaktif yang dibuat.

2.3.1.3 *Design*

Dalam aspek *User Experience*, selera desain seorang desainer bukan lagi hal utama. Seorang desainer harus bisa membuktikan cara kerja sebuah desain dan bagaimana bentuk desain mempengaruhi *user* adalah hal lebih penting.

2.3.1.4 Copywriting

Pembuatan *copywriting* dalam UX harus bisa ditulis secara jelas, langsung, sederhana dan fungsional. *Copywriting* memiliki peranan besar dalam memotivasi untuk menyelesaikan tujuan, memberitahu petunjuk secara percaya diri, mengurangi kecemasan dan lainnya.

2.3.1.5 Analysis

Suatu hal utama yang membedakan *User Experience* dengan jenis desain lainnya. Dalam merancang *user experience*, desainer harus bisa menggunakan data untuk membuktikan dan mempelajari suatu fakta agar dapat membuat solusi desain paling tepat.

2.3.2 User Experience Elements

Terdapat 5 elemen *user experience* yang menjadi kerangka kerja mengenai langkah apa saja yang dapat diambil desainer UX untuk mengubah ide menjadi suatu produk yang berfungsi. Kerangka kerja ini memiliki struktur dari bawah ke atas; mengartikan setiap level dibangun di atas level di bawahnya, dan mereka mulai dengan level abstrak menuju ke level yang lebih konkret. Berikut ini merupakan elemen dalam *user experience* (Garret, 2010).

2.3.2.1 Surface

Lapisan terakhir dimana, penggabungan dari lapisan di bawahnya. Perancang memutuskan tata letak visual, tipografi, gaya, dan warna. Memperhatikan *sensory experience* yang akan berinteraksi dengan pengguna.

2.3.2.2 Skeleton

Pada lapisan ini, terdapat tiga hal utama yaitu *information design*, *interface design* dan *navigation design*. Pada *information*

design, informasi yang akan disampaikan harus dapat mudah dimengerti. *Interface design* adalah suatu tahap dimana desainer menentukan penempatan kerangka dari elemen visual yang akan digunakan. Terakhir, *navigation design*, memutuskan navigasi informasi dan pergerakan dari satu layar ke layar berikutnya.

Desainer memastikan bahwa navigasi lancar dan penyajian informasi memudahkan pemahaman pengguna. *Skeleton* dirancang agar tujuan dari desain tercapai, memudahkan pemahaman pengguna dan lebih efisien.

2.3.2.3 Structure

Lapisan ketiga adalah *structure*. Disini desainer merencanakan suatu kerangka desain interaktif, menentukan bagaimana informasi dalam aplikasi diatur dan menentukan bentuk interaksi sistem dengan user. Hal ini dapat diatur secara terstruktur dengan *Information Architecture (IA)* dan *User Flow*.

2.3.2.4 Scope

Di lapisan berikutnya, desainer memutuskan ide dan jenis konten yang akan dirancang serta menentukan fungsi dan fitur yang sesuai dengan produk.

2.3.2.5 Strategy

Lapisan pertama adalah strategi. Pada fase ini, desainer menerapkan metode penelitian, termasuk wawancara pengguna, analisis kompetitif, persona pengguna, dan teknik penelitian lainnya yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan memahami permasalahan yang ingin diselesaikan, kebutuhan *user* untuk mencapai tujuan objektif.



Gambar 2.31 *User Experience Elements*

Sumber: medium.com (2022)

2.3.3 *User Experience Honeycomb*

UX Honeycomb adalah alat visualisasi yang dibuat oleh Peter Morville pada tahun 2004. Biasanya digunakan sebagai alat pengajaran, untuk menjelaskan dasar-dasar UX (Pengalaman Pengguna), tetapi juga dapat digunakan sebagai *checklist* untuk desainer. Pada tahun 2018, Katerina Karagianni mengembangkan diagram ini, dimana 7 aspek dalam UX Honeycomb dikelompokkan berdasarkan cara pengguna berinteraksi dengan suatu produk (use, think feel). Dengan mempertimbangkan hubungan antara faktor yang ada, karagianni menambahkan kode warna

dan label agar pengelompokan lebih jelas. Berikut adalah penjelasan mengenai 7 faktor dalam UX honeycomb:

1) *Useful*

Suatu karya yang baik harus bisa memecahkan masalah desain yang nyata agar nantinya dapat memenuhi kebutuhan pengguna.

2) *Credible*

Memberikan layanan secara konsisten dan koheren yang dapat dipercaya oleh audiens.

3) *Desirable*

Membuat produk, sistem ataupun layanan yang dapat diinginkan oleh pengguna. Dalam pembuatan produk, desainer memikirkan emosi dan berempati melihat dari sudut pandang pengguna.

4) *Usable*

Menyediakan suatu fitur yang sederhana namun berguna agar pengguna merasa membutuhkan dan memiliki keinginan untuk menggunakannya lagi.

5) *Findable*

Mudah ditemukan, tidak mempersulit pengguna karena adanya perasaan familiar.

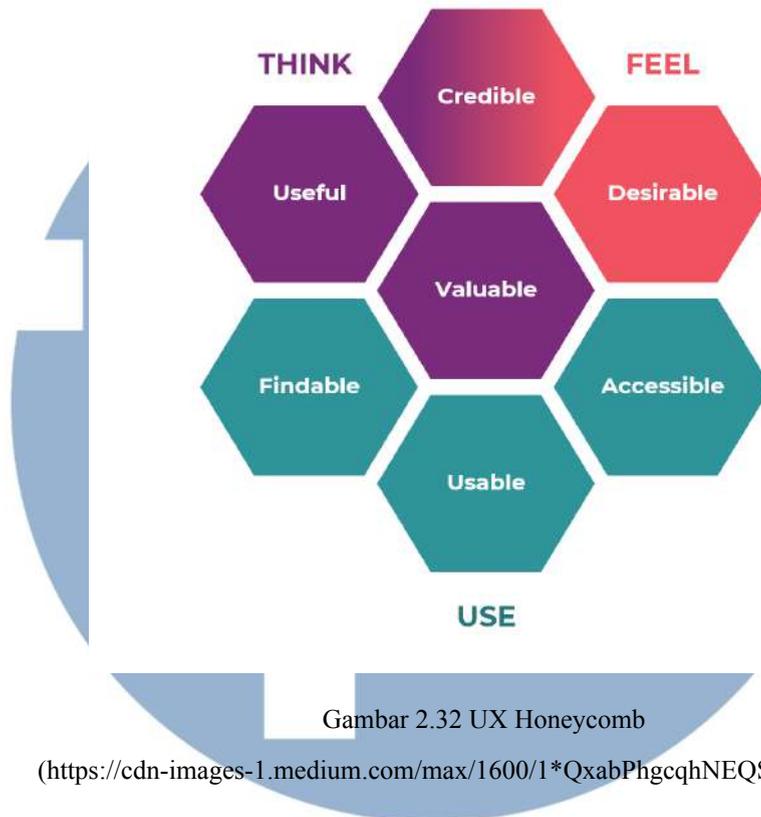
6) *Accessible*

Accessible berarti ramah digunakan oleh semua orang, termasuk kaum disabilitas.

7) *Valuable*

Menggabungkan 6 poin diatas, *valuable* merupakan sebuah persyaratan dimana produk bisa dianggap bernilai oleh pengguna.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.32 UX Honeycomb

(https://cdn-images-1.medium.com/max/1600/1*QxabPhgcqhNEQSIBbbr8hg.png)

2.4 User Interface

Berbeda dengan *User Experience*, *User Interface* lebih mengutamakan tampilan luar dan nuansa dari sebuah desain. Desain UI adalah proses yang digunakan desainer untuk membangun antarmuka dalam perangkat lunak atau perangkat terkomputerisasi, dengan fokus pada tampilan antarmuka dan nuansa.

2.4.1 Prinsip Dasar UI Design

Secara sederhana, desain UX membuat interface lebih fungsional sedangkan desain UI fokus kepada tampilan antarmuka dan nuansa.

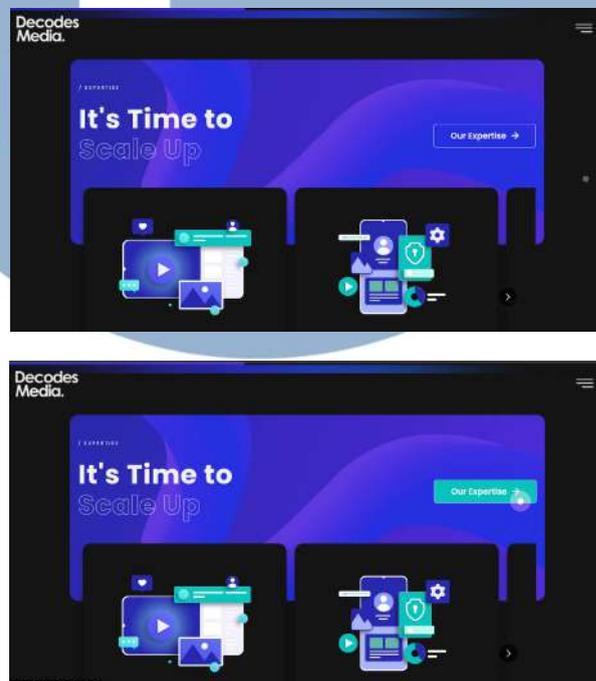
Hierarki dan elemen visual juga diatur dalam desain *User Interface* (Wang, 2017). Berikut ini merupakan prinsip dasar dari UI Design:

- 1) *Clarity comes first*

Tak jarang kita membuka suatu aplikasi dan merasa bingung dengan fitur-fitur yang ada. Untuk menghindari hal ini, seorang desainer harus kembali mempertanyakan kembali layout antarmuka, potensi dan memahami elemen visual yang dapat membantu user mencapai tujuan mereka.

2) *Provide clear, meaningful feedback*

Setiap tindakan membutuhkan umpan balik. *User Interface* yang baik harus bisa memberikan *feedback* agar *user* dapat memahami tindakan yang mereka lakukan.



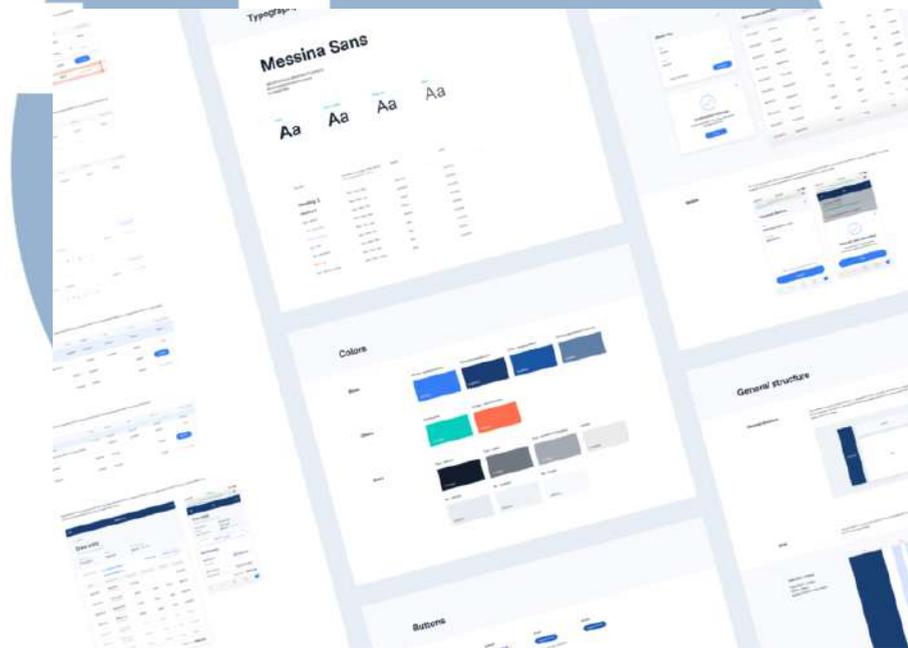
Gambar 2.33 *Hover* pada decodes media

Sumber: <https://decodesmedia.com/> (2022)

Pada gambar diatas, umpan balik terlihat dengan jelas dengan efek hover ketika kursor mouse ada di atas tombol dan memberikan warna berbeda sehingga memberikan kejelasan kepada *user*.

3) *Consistency matters*

Menurut Maria De La Riva (2021) Konsistensi dalam desain UI berkaitan dengan memastikan elemen pada antarmuka seragam. Memiliki karakteristik dan perilaku dengan cara yang sama. Hal ini dapat menciptakan *sense of control, familiarity, and reliability*.



Gambar 2.34 *UI Design Guidelines*

Sumber: Steph Jeong from dribbble.com

Konsistensi dalam aplikasi dapat diupayakan dengan *UI Design Guidelines* yang mengatur (Four, 2019):

- a) *Colors* — Daftar warna yang bisa digunakan.
- b) *Typography* — Aturan untuk jenis font yang digunakan dan ukuran font.
- c) *Spacing/White space* — Aturan jarak antar elemen dalam desain.
- d) *Button* — Daftar variasi tombol, seperti tombol kecil, tombol sedang, tombol garis, dll.
- e) *Grid size* — Aturan untuk ukuran *grid* berdasarkan *device*

- f) Imagery — Bagaimana desain gambar seharusnya.
- g) *Form elements* — Aturan untuk *Input field, checkbox, dropdown, calendar*.

Adanya konsistensi dan struktur yang baik dapat membuat *user* nyaman dan menghabiskan waktu lebih banyak di aplikasi ini.

4) *When in doubt, use established design patterns.*

Inovasi adalah hal yang baik namun terkadang dapat mengorbankan pengalaman dari pengguna. Dalam membuat desain *user interface*, akan lebih baik menggunakan *design pattern* yang sudah *established* karena didasarkan pada persepsi manusia. Menurut Rebeka Costa (2021), faktanya ada banyak solusi untuk masalah yang cenderung terjadi berulang kali saat mendesain produk digital. Solusi ini disebut *design pattern* dan mereka bertindak sebagai solusi berulang yang dapat diandalkan oleh desainer. *Design pattern* berkaitan dengan penataan konten, input data dan navigasi.

5) *Use visual hierarchy*

Menurut Leonardo Moreno (2019), hirarki visual adalah urutan di mana *user* memproses informasi berdasarkan kepentingannya. Dalam *User Interface*, seperti dalam bentuk desain lainnya, konsep ini diperlukan agar terlihat fungsional. Dengan penggunaan hierarki yang benar, pikiran dapat mengelompokkan dan memprioritaskan elemen untuk memberi mereka urutan tertentu, yang memfasilitasi pemahaman tentang apa yang ingin desainer komunikasikan dan *sense of achievement* oleh *user*.

2.4.2 User Interface Elements

Elemen user interface merupakan bagian penting dari pembentuk suatu desain, baik web, aplikasi, augmented reality ataupun virtual reality. Untuk menciptakan pengalaman pengguna yang baik, desainer harus bisa memahami fungsi dan peran penting dari penggunaan elemen dan bagaimana elemen itu berinteraksi nantinya. UXPin (2020) menyatakan bahwa terdapat tiga jenis elemen UI yang nantinya berinteraksi dengan

pengguna seperti *input*, *output* dan *helper element*, dengan penjelasan sebagai berikut:

2.4.2.1 Input Elements

Elemen ini memiliki peran dalam menangani berbagai input yang diberikan oleh pengguna dan memproses validasi *input*. Contoh dari *input elements* adalah seperti: *Dropdowns*, *Combo boxes*, *Buttons*, *Toggles*, *Text/password fields*, *Date pickers*, *Checkboxes*, *Radio buttons* dan *Confirmation dialogues*.

2.4.2.2 Output Elements

Elemen ini memiliki peran dalam memberikan umpan balik dari input yang diberikan oleh user. Umpan balik biasanya sudah diatur langsung dari sistem operasional. *Output element* meliputi berbagai respon seperti *alerts*, *warnings*, *success* dan *error messages*.

2.4.2.3 Helper Elements

Berbagai elemen pembantu yang memiliki fungsi dan peran tertentu. Elemen ini dibagi lagi menjadi 3 kategori dengan penjelasan sebagai berikut.

1) Navigational UI Elements

Sebuah komponen untuk memudahkan perpindahan pengguna melalui situs, desktop atau aplikasi seluler atau produk digital lainnya. Elemen UI pembantu navigasi mencakup hal-hal seperti *navigation menus*, *list of links*, *breadcrumbs*.

2) Informational UI Elements

Berperan dalam merepresentasikan sebuah pesan. *Tooltips*, *icons*, and *progress bars* merupakan contoh dari *informational UI Elements*.

3) Groups or containers UI elements

Bertanggung jawab dalam menyatukan berbagai komponen. Contoh dari *group or containers UI elements* ini meliputi *Widgets, containers, dan sidebars*.

2.5 UMKM

Saat ini Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan pemeran utama yang mendominasi perekonomian di Indonesia (Kemenkop UKM, 2018). UMKM merupakan suatu usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan ataupun badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha. Usaha besar yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia tidak termasuk dalam UMKM. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Jenis komoditi atau barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu-waktu
- 2) Tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu
- 3) Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan
- 4) Sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni
- 5) Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah
- 6) Biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank
- 7) Pada umumnya belum punya surat ijin usaha atau legalitas, termasuk NPWP

2.5.1 Kriteria UMKM

Kriteria UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 yang digolongkan berdasarkan kekayaan bersih dan penjualan tahunan. seperti sebagai berikut ini:

- 1) Usaha Mikro

Pengertian usaha mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha

mikro. Usaha mikro memiliki kriteria kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,-

2) Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah.

Usaha kecil memiliki kriteria kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal mencapai Rp 500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2,5.000.000.000,-.

3) Usaha Menengah

Pengertian usaha menengah adalah usaha dengan ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan.

Kriteria usaha menengah memiliki kekayaan bersih mencapai lebih dari Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp2,5 .000.000,- milyar sampai Rp50.000.000.000,-.

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

2.5.2 Klasifikasi UKM

Berdasarkan perkembangannya, UKM di Indonesia dapat dibedakan dalam 4 kriteria, diantaranya:

- 1) Livelihood Activities, yaitu UKM yang dimanfaatkan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Misalnya adalah pedagang kaki lima.
- 2) Micro Enterprise, yaitu UKM yang punya sifat pengrajin namun belum punya sifat kewirausahaan.
- 3) Small Dynamic Enterprise, yaitu UKM yang telah memiliki jiwa entrepreneurship dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- 4) Fast Moving Enterprise, yaitu UKM yang punya jiwa kewirausahaan dan akan bertransformasi menjadi sebuah Usaha Besar (UB).

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA