

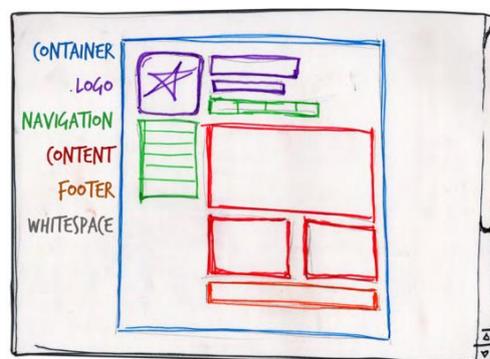
BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Website

Desain adalah suatu rancangan karya visual yang dibuat dengan tujuan atau fungsi yang nantinya dibuat lalu digunakan. Menurut Bruce Nussbaum (2004), desain adalah wahana untuk membantu berjalannya inovasi pada kegiatan industri serta bisnis. *Website* merupakan kumpulan halaman informasi yang dapat diakses oleh masyarakat umum kapanpun dan dimanapun melalui jaringan internet. Menurut Simarmata, *website* adalah sistem informasi yang mendorong interaksi *user* dengan konten atau informasi yang dilimpahkan pada *web* tersebut (2010). Salah satu hal yang penting dalam mendesain *website* adalah menyatukan serta meng-*organize* suatu informasi agar *user* nantinya dapat nyaman dalam menggunakan *website* tersebut dalam mencari informasi.

2.1.1 Komposisi dan Layout

Menurut Beard (2020), proses dalam mendesain suatu *website* jatuh dalam dunia seni, sains, serta *problem solving*. Dalam proses tersebut adanya proses dalam membuat desain komposisi dan *layout* sebuah laman *website* agar fungsi *website* tersebut dapat terfokus terhadap tujuan utamanya (memberikan informasi dengan baik serta efisien) lalu hal tersebut nantinya dibantu oleh nilai estetika sebuah elemen desain.



Gambar 2.1 Anatomy of website
Sumber: *The Principle of Beautiful Web Design* (Beard, 2020).

2.1.1.1 Anatomi Website

1. Logo

Logo merupakan sebuah identitas utama dalam suatu brand. Pada tampilan *website* sebaiknya logo ditaruh pada bagian atas setiap laman sebuah *website*. Penaruhan logo tersebut dapat menandakan *user* bahwa laman yang sedang dibuka merupakan laman yang sama terhadap laman *website* sebelumnya, hal tersebut juga dapat menaikkan *brand recognition* terhadap *user* (Beaird, 2020).

2. Navigasi

Menurut Beaird (2020), sistem navigasi merupakan hal yang esensial pada laman *website* agar *user* dapat mudah bernavigasi dalam laman konten. Sistem navigasi tersebut dapat berupa menu vertikal di sisi halaman atau menu horizontal pada seluruh halaman.

3. Content

Konten pada suatu *website* tersusun dari kalimat, gambar, atau video yang mempunyai informasi relevan terhadap *interest user*. Pentingnya dalam sebuah *website* memfokuskan konten utama pada titik fokus desain *website* itu sendiri agar *user* dapat bernavigasi mudah dalam mencari informasi yang mereka cari (Beaird, 2020).

4. Footer

Footer biasa berlokasi pada bagian bawah laman *website* yang biasanya berisi kontak, *copyright*, dan informasi hukum. *Footer* berfungsi sebagai indikasi terhadap *user* bahwa mereka di bagian paling bawah laman *website* (Beaird, 2020).

5. Whitespace

Whitespace adalah sebuah *space* kosong, tidak ada konten (foto/video, teks, dan elemen visual lainnya) pada laman *website*

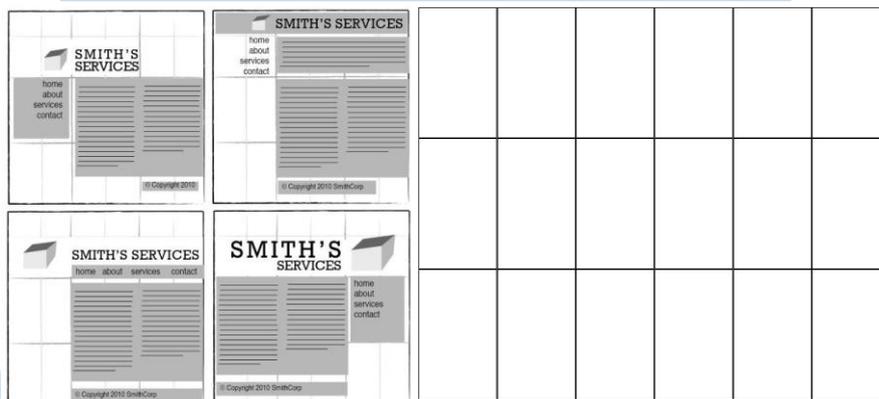
agar memudahkan pandangan *user* dalam bernavigasi pada laman *website* (Beaird, 2020).

2.1.2 Grid

Menurut Beaird (2020), penggunaan sistem komposisi *grid* dapat memberikan sebuah proporsisi desain *layout* estetik serta nyaman untuk dilihat yang nantinya dapat memberikan arahan yang logis bagi para *user* dalam mencari dan melihat konten pada laman *website*.

1. Rule of Third

Rule of Third merupakan simplifikasi dari *golden ratio*. Nantinya sistem *Rule of Third* ini dapat membentuk sebuah *gridwork* yang akan digunakan sebagai dasar perancangan *wireframe* sebuah laman *website* (Beaird, 2020).



Gambar 2.2 Rule of Third

Sumber: *The Principle of Beautiful Web Design* (Beaird, 2020).

2. CSS Framework

CSS Framework adalah sistem yang berfungsi untuk menhandalkan struktur *grid* pada sebuah *website*. Pada dasarnya sebuah *CSS Framework* modern didasarkan dari 12-column *grid*. Sistem *CSS Framework* ini dapat memberikan rancangan *layout* sebuah laman *website* yang konsisten namun tetap terasa dinamis (Beaird, 2020).



Gambar 2.3 CSS Framework

Sumber: *The Principle of Beautiful Web Design* (Beaird, 2012).

2.1.3 Jenis Gaya Desain *Layout Website*

Semakin berkembangnya zaman, banyak lahirnya desain layout yang baru dalam penyusunan sebuah *layout* laman *website*.

1. *Left-column Navigation*

Left-column Navigation layout merupakan desain dasar *layout* yang digunakan pada 15 tahun pertama *website* di dunia internet. *Format layout* ini berkesan tradisional.

2. *Right-Column Navigation*

Format layout ini biasanya digunakan pada *website* yang memiliki opsi navigasi yang banyak dan opsi navigasi tersebut tidak cukup untuk ditampilkan pada navigasi *website* bagian atas.

3. *Three-column Navigation*

Three-column navigation merupakan desain *layout website* yang pada zaman tahun 2000-an disebut sebagai “*The Holy Grail Layout*” karena menggunakan tata letak tiga kolom yang berskala sama rata.

4. *Navigationless Magazine Style*

Seperti namanya, *navigationless magazine style layout* tidak disambut dengan sistem navigasi laman *website*. Layout ini menyatukan sistem navigasi bersama dengan elemen desain dan konten lainnya pada laman *website*.

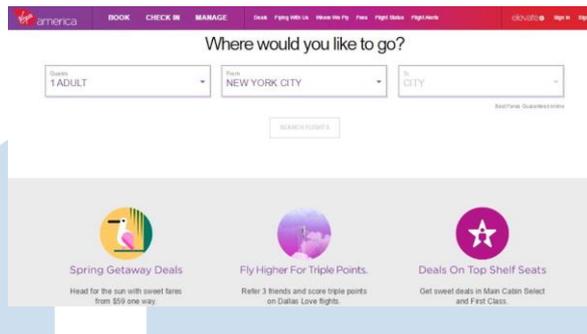
5. *Bare-bones Minimalism*

Layout *bare-bones minimalis* terfokuskan terhadap satu konten dan menghilangkan elemen-elemen lainnya yang tidak penting terhadap narasi konten agar *user* tidak terdistraksi. Biasanya *approach* desain ini mirip dengan *slide* presentasi vertikal.

2.1.4 *User Interface (UI)*

User Interface adalah sistem yang menjembatani user dengan produk yang ditampilkan melalui sebuah tampilan visual. Menurut Allend dan Chadley (2012), *User Interface* adalah terjadinya interaksi antara user dengan apa yang ada pada sebuah *website*. *User Interface* dapat membantu suatu brand dalam meningkatkan penjualan, memudahkan interaksi user terhadap produk, serta memperkuat branding. *User Interface* yang baik dapat mendorong interaksi yang mudah, alami, dan menarik antara pengguna dengan sistem, dan memungkinkan pengguna untuk melakukan bernavigasi secara mudah (Debbie, Caroline, Mark. 2005). *User Interaction* dalam sebuah *website* biasanya meliputi interaksi user dengan tools yang disediakan pada laman *website*, seperti ikon navigasi.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.4 Website User Interface

Sumber: <https://dpbnri2zg3lc2.cloudfront.net/en/wp-content/uploads/old-blog-uploads/travel-website-interface-virgin.jpg>.

2.1.5 User Experience (UX)

User Experience (UX) adalah pengalaman para user dalam berinteraksi pada sebuah media. Menurut Si-Jung Kim dan Do-Eun Cho (2016), *User Experience* adalah keseluruhan pengalaman yang terkait dengan persepsi (emosi dan pemikiran), reaksi, dan perilaku yang dirasakan dan dipikirkan oleh user melalui penggunaan langsung atau tidak langsung dari suatu sistem, produk, konten, atau layanan (2016).

2.1.5.1 User Persona

Menurut Alan Cooper (2004), *user persona* adalah pengembangan suatu deskripsi yang tepat terhadap *user* dan apa yang ingin dia capai pada penggunaan jasa atau produk yang ditawarkan suatu perusahaan dengan mengembangkan atau membuat sebuah *personas (artificial user archetypes)*. Perancangan *user persona* dirancang sesuai dengan data *research* yang telah didapatkan pada sebuah *case*. Dalam perancangan *user persona* juga perlu spesifik dalam perancangan hipotesis *persona* tersebut, mulai dari nama, tujuan, *stereotypes*, serta *end goals* *user* tersebut.

2.1.6 Customer Experience (CX)

Customer Experience adalah keseluruhan pengalaman seorang *user* atau *customer* dalam menggunakan atau membeli suatu

produk atau jasa perusahaan. *Customer experience* merupakan hal yang penting serta kritical terutama pada bisnis jasa online (Klaus P, 2021). Sebuah *customer experience* dalam website meliputi *user interface* serta *user experience* website tersebut.

2.2 Fotografi

Fotografi merupakan gabungan dari dua kata Yunani yaitu, *photos* (cahaya) dan *Grafos* (melukis). Secara umum fotografi diartikan sebagai suatu lukisan digital yang merekam suatu peristiwa atau kejadian yang menggunakan hasil pantulan cahaya. Menurut Karyadi (2016), fotografi adalah proses melukis dengan menggunakan media kamera dengan memanfaatkan sumber cahaya. Fotografi dalam sebuah *website* biasanya berfungsi untuk memberikan nilai estetis serta memberikan informasi tambahan.

2.2.1 Komposisi

Dalam sebuah fotografi terdapat komposisi foto yang berfungsi sebagai *guideline* utama dalam mengambil sebuah foto yang baik dan benar.

1. *Point of Interest*

Point of Interest adalah titik utama dalam sebuah foto yang mempunyai daya pikat kuat sehingga orang dapat mengidentifikasi makna dan isi cerita foto tersebut. Jika ingin mendapatkan *Point of Interest* dalam sebuah foto maka diperlukannya menggunakan teknik komposisi *Rule of Third*. *Rule of Third* adalah teknik komposisi fotografi dimana frame foto dibagi menjadi tiga bagian dari sudut ke kiri, ke kanan, ke atas, dan ke bawah lalu meletakkan objek *interest* pada bagian potongan garis tersebut (Karyadi, 2016).

2. *Depth of Field*

Depth of Field adalah teknik komposisi fotografi yang berfungsi untuk memperkuat objek dalam sebuah foto. *Depth of Field* dibagi menjadi dua jenis yaitu sempit dan luas yang

keduanya dipengaruhi oleh *setting* diafragma dalam kamera (Karyadi, 2016)

3. **Background**

Background berfungsi sebagai elemen visual pendukung objek yang diambil dalam foto. *Background* dalam fotografi diambil sesuai dengan *Point of Interest* yang diambil dalam foto serta pemilihan *Background* tersebut dipengaruhi oleh cahaya serta objek lain yang ada disekitar objek *Point of Interest* (Karyadi, 2016).

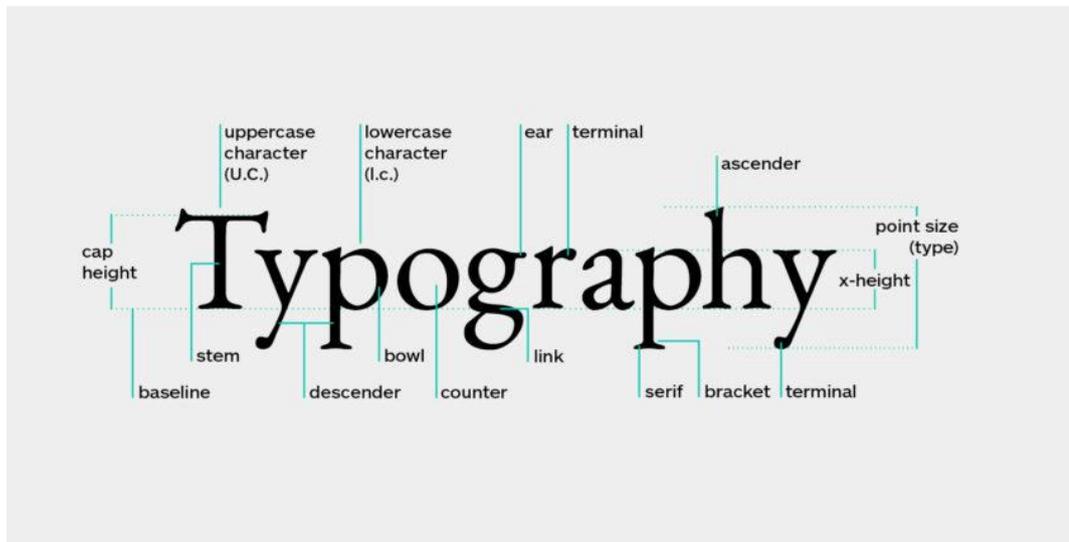
4. **Horizontal dan Vertikal**

Horizontal dan vertikal yang dimaksud adalah posisi kamera dalam teknik pengambilan sebuah foto.

2.3 **Tipografi**

Tipografi merupakan salah satu elemen utama dari sebuah *website* yang digunakan sebagai media penyampain informasi. Menurut Oliver Reichenstein (2006), 95 persen dari *web design* didasarkan oleh sebuah teks atau tipografi. Tipografi adalah ilmu dalam penataan huruf dalam suatu bentuk publikasi visual, cetak maupun non cetak (Adi Kusrianto, 2010). Tipografi berfungsi sebagai media utama dalam penyampaian informasi agar *user* dapat melihat tulisan informasi dengan unsur *readable* (mudah dibaca) dan *legible* (mudah dikenali). *Font* tipografi memiliki dua tipe yang biasanya digunakan umum yaitu *serif* dan *sans-serif*.

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 Elemen Tipografi

Sumber: <https://idseducation.com/wp-content/uploads/2021/10/9.-Mengenal-Tipografi--840x430.jpeg>, (2021)

2.3.1 Jenis *Font*

Seiring berkembangnya zaman, penggunaan *font* dalam sebuah website tidak terbatas dalam penggunaan *font* yang umum digunakan. Berikut merupakan *font* yang dapat digunakan dalam membuat *website*:

1. *Serif Fonts*

Serif Fonts dibagi menjadi empat, diantaranya:

a. *Old-Style*

Beberapa sejarawan mempercayai bahwa *serif fonts* berasal dari ukiran batu bangsa Romawi. Tipe *font* ini dapat membantu keterbacaan teks dengan adanya garis horizontal pada tiap huruf. *Old-style font* yang biasanya digunakan adalah *Times New Roman*. *Old-stlye* memberikan kesan historis pada media yang menggunakan jenis tersebut (Beiard, 2020).

b. *Transitional*

Tipe *fonts* ini merupakan hasil ketika transisi dunia serif *fonts* tradisional ke modern. *Transitional fonts* memiliki sudut lengkung yang menghubungkan *terminal stroke* ke *serif* yang dinamakan *bracket*. Salah satu *transitional fonts* adalah *Baskerville* yang memiliki *bracket* dengan menggunakan transisi garis horizontal dari *serif fonts* yang berbentuk bulat, namun pinggirnya dikotakkan. *Transitional fonts* memberikan kesan modern dengan nuansa nostalgia (Beiard, 2020)

c. *Modern*

Modern serif merupakan tipe *serif* yang memankan kontras antara *stroke* tebal dan tipis tanpa adanya batasan. *Fonts* ini pertama kali diperkenalkan ketika zaman Revolusi Industri sebagai alternatif radikal terhadap tipe *transitional serif*. Salah satu *modern font* yang terkenal adalah *Italian Didot* dan *Playfair Display* yang digunakan oleh perusahaan Vogue. Font ini memberikan kesan elegan (Beiard, 2020).

d. *Slab*

Slab serif adalah hasil dari variasi *modern serif* yang bersifat lebih tebal yang pertama kali muncul pada akhir abad 18 karena media periklanan seperti poster digunakan secara umum. Diantara contoh *slab serif* adalah *Rockwell* yang memiliki kesan industrial dan kontemporer. *Fonts* ini cocok digunakan untuk sebuah *headline* karena fungsi utama dibuatnya *slab serif* adalah agar teks dapat tetap terbaca dari jarak jauh (Beiard, 2020).

2. *Sans-serif Fonts*

Sans-serif fonts merupakan jenis *font* yang tidak memiliki *serifs* pada hurufnya. *Fonts* ini banyak digunakan karena penggunaan yang bersifat *versatile*, mudah untuk dibaca serta, praktis untuk digunakan. Dalam sebuah media, *Sans-serif fonts* biasanya digunakan bersama *Serif fonts* agar membuat kontras antara *headlines* dan *body copy*. *Sans-serif fonts* yang umum digunakan pada media *website* adalah *Arial* dan *Verdana*. *Fonts* ini memberikan kesan *clean* pada sebuah *layout design* serta *feel* kontemporer (Beiard, 2020).

3. *Handwritten Fonts*

Handwritten fonts merupakan *font* yang dapat dibbilang susah untuk dibaca namun memiliki personaliti pada teks yang menggunakan *font* tersebut (Beiard, 2020).

4. *Fixed-width Fonts*

Fixed-width fonts biasa digunakan oleh para *coders* dan akuntan karena *fixed-width fonts* memiliki susunan barisan karakter huruf yang sama dari tiap baris kalimat (Beiard, 2020).

5. *Novelty Fonts*

Novelty fonts biasa dikenal dengan *font* dekorasi. *Font* ini digunakan untuk memperkuat personaliti sebuah desain (Beiard, 2020)

6. *Dingbat Fonts*

Dingbat fonts merupakan *font* yang tidak memiliki karakter huruf dan hanya memiliki karakter hiasan. *Fonts* ini dapat berfungsi sebagai alat bantu dalam penyusunan sebuah ikon (Beaurd, 2020).

2.4 Desain Grafis

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan terhadap *audience* (Landa, 2014). Suatu solusi

desain grafis dapat meyakinkan, menginformasikan, mengidentifikasi, memotivasi, meningkatkan, dan mengorganisir pesan suatu *brand*.

2.4.1 Prinsip Desain

1. *Format*

Format dalam desain grafis adalah batasan perimeter ukuran pada bidang yang meliputi sebuah desain. Pada dunia desain grafis istilah format biasanya dijelaskan oleh jenis proyek yang dikerjakan, seperti poster, *mobile ads*, *billboard*, *website*, dll. Sebuah batasan *format* desain ditentukan oleh keperluan, tujuan dan fungsi, biaya, serta kesesuaian untuk solusi masalah. *Format* desain digunakan untuk keefektifitasan suatu solusi desain (Landa, 2014).

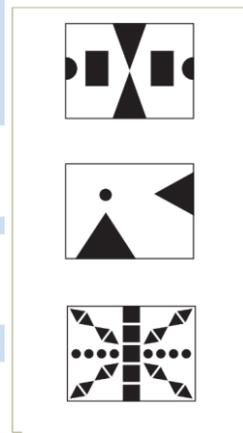


Gambar 2.6 *Format: Aspect Ratio*
Sumber: *Graphic Design Solutions* (Landa, 2014)

2. *Balance*

Balance adalah kestabilan yang tercipta ketika adanya distribusi bobot visual yang merata di antara semua elemen komposisi. Desain visual dengan komposisi yang *balance* dapat membantu peresapan makna visual lebih mudah. Ada tiga klasifikasi terhadap *balance* dalam sebuah visual yaitu, simetris, asimetris, dan radial. *Balance* visual dipengaruhi atau

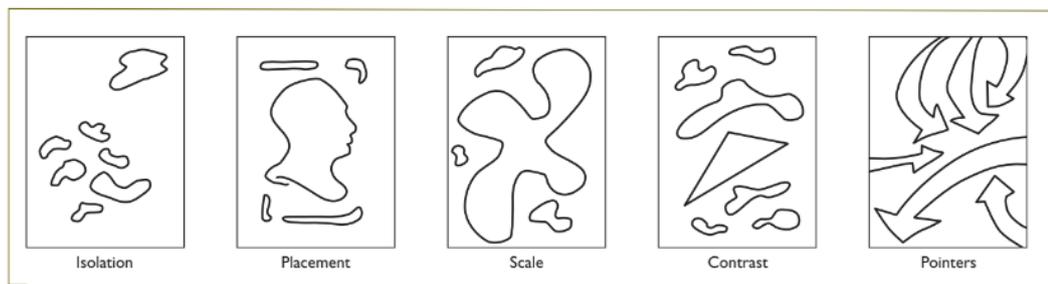
ditentukan oleh elemen desain warna, bentuk, ukuran, dan tekstur (Landa, 2014).



Gambar 2.7 *Balance*
Sumber: *Graphic Design Solutions* (Landa, 2014)

3. Hierarki Visual

Hierarki visual berfungsi untuk mengarahkan orang terhadap komposisi elemen grafis sesuai dengan *emphasis*. *Emphasis* adalah rangkaian elemen visual sesuai dengan kepentingan urutan elemen. Terdapat enam cara untuk mencapai *emphasis* pada hierarki visual, yaitu isolasi, penempatan, ukuran, kontras, struktur diagram, serta titik dan arah (Landa, 2014).



Gambar 2.8 *Emphasis*
Sumber: *Graphic Design Solutions* (Landa, 2014)

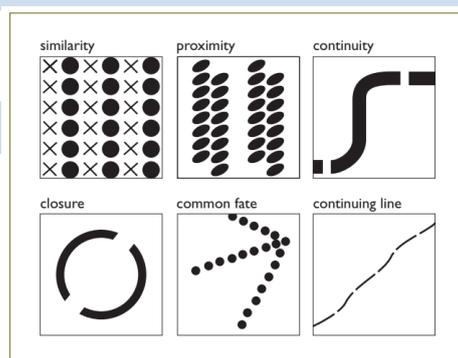
4. Unity

Suatu desain memerlukan hal yang dinamakan *unit* yang seluruh elemen grafis dapat menyatu dengan selaras pada

sebuah desain. Prinsip sebuah *unity* dalam desain dinamakan *gestalt* (Landa, 2014).

a. *Gestalt*

Prinsip *gestalt* dalam *unity* desain adalah penekanan komposisi elemen desain agar elemen tersebut dapat menyatu dengan selaras serta memudahkan penyampaian makna pesan terhadap *audiens*. Pada prinsip *gestalt* ada *laws of perceptual organization* yang merupakan rangkaian kesamaan pada elemen-elemen desain. *Laws of perceptual organization* dibagi menjadi tujuh bagian, diantaranya adalah *similarity*, *proximity*, *continuity*, *closure*, *common fate*, dan *continuing line* (Landa, 2014).



Gambar 2.9 *Unity*

Sumber: *Graphic Design Solutions* (Landa, 2014)

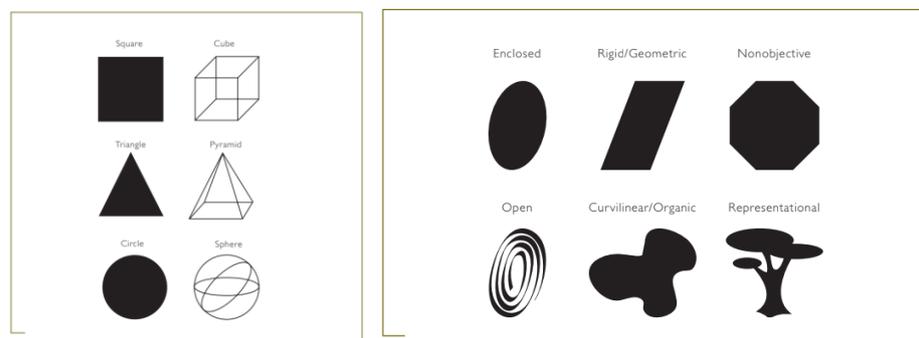
2.4.2 Elemen Desain

1. Garis

Garis merupakan titik yang diperpanjang. Garis dapat berbentuk lurus, melengkung, dan bersudut. Garis bermain banyak peran dalam komposisi dan komunikasi. Sebuah garis dapat membantu mata pembaca dalam mengarahkan runtutan pembacaan konten pada media informasi (Landa, 2014).

2. Bentuk

Bentuk merupakan gabungan garis yang membentuk sebuah area tertutup pada objek dua dimensi yang bersifat dapat diukur panjang serta lebarnya. Bentuk memiliki tiga bentuk dasar, yaitu persegi, segitiga, dan lingkaran. Ketiga bentuk dasar tersebut memiliki bentuk volumetrik sendiri, yaitu kubus, piramida, dan bola (Landa, 2014).



Gambar 2.10 Bentuk Dasar dan Jenis-Jenis Bentuk
Sumber: *Graphic Design Solutions* (Landa, 2014)

3. Tekstur

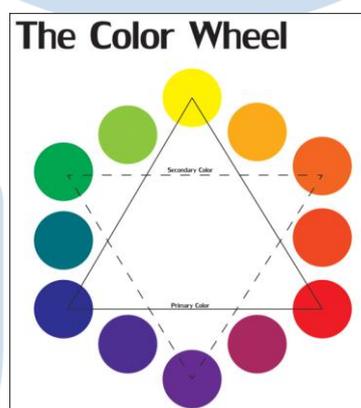
Tekstur adalah representatif dari kualitas sebuah dataran objek. Pada dunia seni visual terbuat dua kategori dari tektur, yaitu aktual dan visual. Tekstur aktual merupakan tekstur yang dapat disentuh dan dirasakan secara langsung. Tekstur ini dapat dibuat atau diproduksi dengan sistem *printed design*, yang diantaranya adalah *embossing and debossing*, *stamping*, *engraving*, dan *letterpress*. Tekstur visual adalah ilusi dari sebuah tekstur asli yang dibuat secara manual lalu *discan* atau difoto. Salaha satu jenis tekstur yang sering digunakan adalah *pattern*. *Pattern* merupakan repetisi yang konsisten dari sebuah objek visual pada area yang ditempatkan atau diberikan (Landa, 2014).



Gambar 2.11 Tekstur Aktual dan Tekstur Visual
 Sumber: *Graphic Design Solutions* (Landa, 2014)

2.4.3 Warna

Warna merupakan salah satu unsur utama yang dilihat dari sebuah desain. Dalam sebuah *UI/UX website*, warna berfungsi sebagai komponen pemikat *user*. Menurut teori Brewster warna dibagi menjadi empat kategori yaitu, warna primer, warna sekunder, warna tersier, dan warna netral. Dalam dunia warna terdapat sistem lingkaran warna yang ditemukan oleh Isaac Newton (1704) berfungsi untuk integrasi antar kategori warna. Lingkaran warna dibagi menjadi tiga model, yaitu *complementary*, *analogue*, dan *triadic*.



Gambar 2.12 *Color Wheel*

Sumber: <https://nikhamidi.com/wp-content/uploads/2012/01/12ColorWheels-copy.jpg> (2012)

1. *Complementary*

Warna *complimentary* adalah penggabungan warna yang bersebrangan pada roda warna.

2. *Analogue*

Warna *Analogue* adalah penggabungan warna yang bersebelahan pada roda warna.

3. *Triadic*

Warna *Triadic* adalah penggabungan warna yang terbentuk ketika mengambil warna dengan menggunakan geometri segitiga.

2.4.3.1 Psikologi Warna

Psikologi warna adalah bidang studi yang dikhususkan pada analisa efek emosi dan perilaku seseorang yang dihasilkan oleh kombinasi warna (Beiard, 2020).

1. Merah

Warna merah merupakan warna yang biasanya menstimulasi adrenalin orang. Warna merah melambangkan sifat dramatis, *exciting, passion*, dan terkadang dapat bersifat formal serta mewah.

2. Oranye

Warna oranye biasanya melambangkan sifat antusiasme, kreatifitas, dan kebahagiaan seseorang. warna oranye biasa digunakan pada jaket keamanan dan *road cones* karena memiliki tingkat visibilitas yang tinggi dan memiliki kontras tinggi pada sebuah lahan konstruksi (Beiard, 2020).

3. Kuning

Warna kuning biasa diasosiasikan dengan kebahagiaan serta memiliki tingkat visibilitas tinggi karena memiliki sifat warna yang cerah (Beiard, 2020)

4. Hijau

Warna hijau biasa diasosiasikan dengan alam. Warna hijau merupakan warna yang nyaman untuk dilihat karena tidak sedinamis warna kuning, merah, dan oranye biasanya melambangkan sifat harapan, kesegaran, dan *growth*. Pada media *website* warna hijau biasanya digunakan untuk memberikan rasa kesatuan dengan alam, namun warna hijau

pada media *website* dapat juga melambangkan kekayaan, *stability*, dan edukasi (Beiard, 2020).

5. Biru

Warna biru melambangkan sifat ketenangan, keterbukaan, intelektual, serta kepercayaan. Contoh pengimplementasian sifat tersebut dapat dilihat pada logo *brand* IBM, Dell, HP, dan Microsoft yang menggunakan warna primer biru untuk menyampaikan rasa stabilitas dan kejelasan tujuan keempat *brand* tersebut (Beiard, 2020).

6. Ungu

Secara runtutan sejarah, warna ungu biasanya diasosiasikan dengan kekuasaan dan royalti. Sampai zaman ini warna ungu masih menandakan sifat kemewahan dan kekayaan. Sifat warna tersebut dibawa dari objek natural alam seperti bunga dan batu permata (Beiard, 2020).

7. Putih

Warna putih merupakan warna yang biasa digunakan pada *background* layar dan kertas. Warna putih biasanya melambangkan sifat *perfection*, *purity*, dan *light* (Beiard, 2020).

8. Hitam

Warna hitam hitam melambangkan sifat *power*, *elegance*, dan *strength* (Beiard, 2020).

2.5 Ikon

Ikon adalah representasi visual atas suatu objek. Ikon berfungsi sebagai peningkatan usability pengguna dalam bernavigasi pada laman suatu website. Tujuan sebuah ikon adalah agar *user* dapat mendapatkan informasi yang dibutuhkan lebih cepat dan efektif (Yan, 2011).

2.5.1 Fitur Dasar Ikon

Terdapat beberapa fitur dasar ikon yang perlu diperhatikan ketika mendesain ikon, diantaranya:

1. *Identifiability*

Identifiability merupakan dasar keterbacaan fungsi sebuah ikon. Sebuah aspek *identifiability* dalam ikon dapat dilihat dan ditentukan dari aspek visual utama ikon yang mengandung warna, keterbacaan, *discriminability*, *familiarity*, dan *concreteness*. Jika seorang *user* tidak dapat memahami tujuan fungsi utama sebuah ikon, maka tujuan serta fungsi ikon tersebut hilang (Yan, 2011).

2. *Interaction*

Interaction sebuah ikon merupakan hubungan dasar antara *user*, ikon, serta laman *website*. Sebuah ikon yang memiliki interaksi yang baik akan membantu komunikasi dalam antara sebuah *interface* dan *user* (Yan, 2011).

3. *Artistry*

Setelah memiliki aspek dasar fungsionalitas, ikon tersebut perlu memiliki aspek visual yang kuat agar dapat menarik perhatian *user* dalam menggunakan ikon tersebut. Sebuah aspek visual ikon tidak hanya perlu menyatu dengan visual *interface* lainnya, namun juga perlu memiliki *image* identitas sendiri (Yan, 2011).

2.5.2 Jenis Ikon

1. *Basic Image Feature*

Jenis ikon *basic image feature* biasanya menggunakan bentuk objek yang telah memiliki karakteristik sifat tujuan utama sendiri dengan melalui proses penyerdehanaan, generalisasi, pemurnian, dan melebihkan substansi objek alami tersebut. Jenis ikon ini memiliki kelebihan utama dalam membantu *user* mengidentifikasi fungsi ikon tersebut. Biasanya jenis ikon ini menggunakan bentuk dasar dari figure sejarah, binatang, tanaman, objek berbentuk ikon, dll (Yan, 2011).

2. *Abstract Signifying*

Jenis ikon ini menggunakan bentuk dasar simbol grafis abstrak atau geometri untuk mengungkapkan makna ikon. Jenis ini ditujukan untuk memberikan ekspresi sebuah fungsi ikon secara umum. Ikon *abstract signifying* dapat dibentuk melalui titik abstrak murni rasional, garis, permukaan, dan tubuh (Yan, 2011).

3. *Text*

Ikon teks merupakan ikon yang menggunakan karakter huruf tipografi untuk mengacu kepada fungsi ikon. Penggunaan ikon teks dibagi menjadi jenis teks grafis, jenis teks huruf, dan jenis teks hieroglif (Yan, 2011).

4. *Number*

Ikon angka merupakan ikon yang mudah untuk diidentifikasi serta tampak yang terlihat sederhana. Biasanya penggunaan ikon angka merupakan kasus yang khusus karena perlunya pertimbangan dalam fungsi ikon warna (Yan, 2011).

2.6 Media Informasi

Media informasi merupakan bagian dari *mediated interpersonal communication*. *Mediated interpersonal communication* adalah sebuah bentuk komunikasi yang dibantu oleh media seperti internet, radio, televisi, dll. (Turrow, 2020).

2.6.1 Jenis Media Informasi

1. *Above the Line*

above the line merupakan strategi pemasaran yang menggunakan berbagai sistem komunikasi secara tidak langsung, diantaranya adalah penggunaan televisi, radio, dan internet. Tujuan utama *above the line* adalah untuk memperkuat *awareness* terhadap brand, membangun identitas

brand, dan menaikkan *image brand* serta produk atau jasa yang disediakan (Sehovic, 2014).

2. Below the Line

Below the line merupakan strategi pemasaran yang menggunakan sistem komunikasi secara langsung, seperti penggunaan promosi *salesman*, *sampling*, *direct mail*, dan *event marketing*. Tujuan utama dari penggunaan *below the line* adalah agar menaikkan *sales* produk atau jasa suatu *brand* (Sehovic, 2014).

2.6.2 Fungsi Media Informasi

1. Sarana Pengetahuan

Salah satu fungsi dari media informasi adalah sebagai sarana pemberi pengetahuan. Dengan berkembangnya zaman, pengetahuan dapat diakses dari mana saja dengan adanya akses internet. Sekarang ini orang dapat menggunakan *e-book* yang merupakan bentuk digitalisasi dari buku fisik yang dapat diakses pada alat elektronik seperti *smartphone*, *tablet*, dan komputer dengan diberikan harga yang lebih murah disbanding dengan buku fisiknya (Turrow, 2020).

2. Sarana Sosial dan Hiburan

Media informasi dapat menjadi sarana sosial dan hiburan, terutama sejak berkembangnya media internet yang awalnya pada tahun 1969 dikembangkan sebagai sistem komunikasi militer dan sekarang telah menjadi bagian dari media informasi. Media sosial atau *social networking site* (SNS) merupakan salah satu *platform* pada internet yang menjadi tempat orang berinteraksi dan berkomunikasi secara *online* serta mendapatkan sebuah konten hiburan (Turrow, 2020).

3. Sarana Pemasaran

Seiring berkembangnya zaman, makin banyak orang memiliki akses terhadap alat-alat media informasi seperti internet dan televisi. Media-media informasi tersebut sekarang sering digunakan sebagai *tools advertising* dan *marketing communication* oleh suatu *brand* atau produk. Salah satu contoh kegiatan pemasaran pada media informasi adalah *product placement* pada sebuah *film* (Turrow, 2020).

2.7 Startup Archlive

2.7.1 Definisi Startup

Startup adalah perkumpulan orang atau kelompok paling besar pada lingkungan sekitar anda yang dapat meyakinkan lingkungan sekitarnya terhadap sebuah rencana untuk membangun masa depan yang berbeda (Thiel, 2019).

2.7.2 Latar Belakang Berdiri

Archlive merupakan *startup* yang didirikan oleh Aulia Rachman, seorang mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara pada awal tahun 2022. Archlive didirikan dengan tujuan untuk memberi lapangan kerja lebih luas terhadap arsitek-arsitek *freelancer* yang ada di Indonesia (Rachman, 2022).

2.7.3 Media Informasi

Media informasi yang digunakan oleh *startup* Archlive adalah media sosial internet Instagram serta Whatsapp (Rachman, 2022).

2.8 Arsitek

2.8.1 Definisi

Arsitek atau arsitektur adalah suatu ilmu yang memiliki disiplin yang sangat kompleks berfungsi untuk menyediakan atau mendesain tempat untuk tinggal, bekerja, dan bermain (Francis, 2014).

2.8.2 Jenis Arsitek

1. *Interior*

Arsitek *interior* bertugas dalam perancangan, penataan, serta desain sebuah ruang interior dalam bangunan. Tujuan utama dari desain *interior* adalah untuk *functional improvement*, *aesthetic enrichment*, dan *psychological enchantment*.

2. *Domestic*

Arsitek domestik bertugas dalam membuat desain tempat tinggal yang merupakan komponen fundamental dari sebuah kota. Arsitek domestik meliputi perancangan desain hunian rumah, hotel, dan apartemen (Francis, 2014).

3. *Commercial*

Arsitek komersial bertugas dalam mendesain sebuah tempat yang dapat menampung bisnis perdagangan pada sebuah kota. Arsitek komersial meliputi desain toko, mall, dan restoran (Francis, 2014).

4. *Industrial*

Arsitek bidang industri bertugas dalam membuat sebuah gedung yang berfungsi untuk memberikan masyarakat tempat untuk bekerja serta berjalannya ekonomi urban. Arsitek industri meliputi perancangan desain sebuah *warehouse*, pabrik, dan *shipping depot* (Francis, 2014).

5. *Civic*

Arsitek bidang *civic* bertugas dalam mendesain sarana-sarana untuk masyarakat umum yang ada pada sebuah kota atau daerah *urban*. Terdapat lima bagian dari arsitektur *civic*, diantaranya adalah *government*, *public services*, *public safety*, dan *cultural institution* (Francis, 2014).

a. Government

Arsitek bidang *civic government* berfungsi dalam membangun suatu gedung yang bertujuan untuk menampung berbagai fungsi administratif seperti dari pemungutan pajak. Salah satu contoh tipe gedung arsitek *civic government* adalah *city halls* dan *court houses* (Francis, 2014).

b. Public Services

Arsitek bidang *civic public services* berfungsi dalam membangun fasilitas sipil yang dapat diakses terhadap masyarakat umum. Salah satu contoh tipe gedung arsitek *public services* adalah *public libraries*, *community centers*, dan *schools* (Francis, 2014).

c. Public Safety

Arsitek bidang *civic public safety* berfungsi dalam membangun fasilitas Kesehatan dan keamanan pada sebuah daerah *urban*. Salah satu contoh tipe gedung arsitek *public safety* adalah *hospitals*, *police stations*, *fire stations*, dan *emergency medical services* (Francis, 2014).

d. Public Space

Arsitek bidang *civic public space* berfungsi dalam merancang suatu fasilitas umum yang dapat menopang kebutuhan sehari-hari publik seperti transit dan interaksi sosial. Salah satu contoh tipe bangunan arsitek *public space* adalah taman, stasiun bus, dan stasiun kereta (Francis, 2014).

e. Cultural Institution

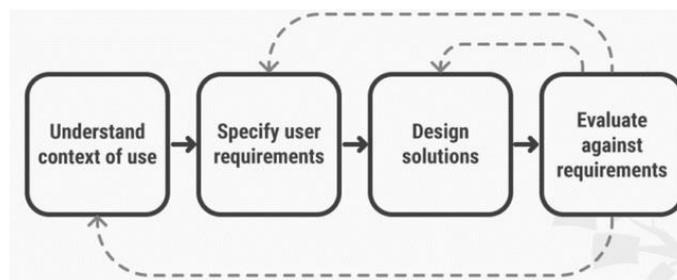
Arsitek bidang *cultural institution* berfungsi dalam merancang tempat wisata pada sebuah kota yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian. Salah

satu contoh tipe bangunan arsitek *cultural institution* adalah museum, kebun binatang, dan teater.

2.9 *User Centered Design (UCD)*

2.9.1 Definisi

Pada bukunya *User centered design of an Iphone application for women business travelers* (2014), Jagadish menyebutkan bahwa *User Centered Design (UCD)* adalah menerjemahkan partisipasi dan pengalaman manusia ke dalam suatu rancangan. Dalam sebuah jasa yang menggunakan platform digital dibutuhkannya suatu elemen yang interaktif dengan usernya agar dapat bernavigasi dengan lancar dalam mencari atau menggunakan jasa brand tersebut. Berikut adalah metodologi perancangan *User Centered Design (UCD)*, metode perancangan ini terdiri dari empat tahap yaitu *understand context of use, specify user requirement, design solutions, serta evaluate against requirements.*



Gambar 3.13 Metode Perancangan UCD

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