

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

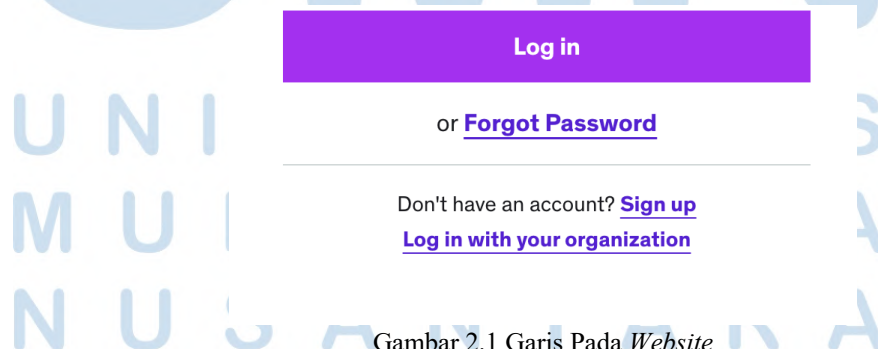
Menurut Adi, Leonardo, dan James (2021, hlm.1) dalam bukunya yang berjudul *Teori, Wawasan & Implementasi*, desain komunikasi visual merupakan sebuah ilmu yang mempelajari komunikasi dan visual dalam penyampaian informasi atau pesan kepada khalayak umum dengan menerapkan prinsip-prinsip desain. Hasil akhir dari desain komunikasi dapat berupa media cetak maupun *digital* seperti poster, *banner*, spanduk, brosur, ilustrasi, media sosial, *website*, aplikasi, *game*, video dan lain sebagainya. Dalam desain terdapat unsur yang membentuk visual dan prinsip yang dapat membantu dalam penyampaian pesan.

2.1.1 Elemen Desain

Menurut Landa (2014, hlm.19) dalam bukunya *Graphic Design Solutions 5th Edition*, dijelaskan bahwa terdapat empat elemen desain yang menjadi bagian dalam visualisasi penyampaian pesan. Keempat elemen tersebut ialah garis, bentuk, warna, dan tekstur.

2.1.1.1 Garis

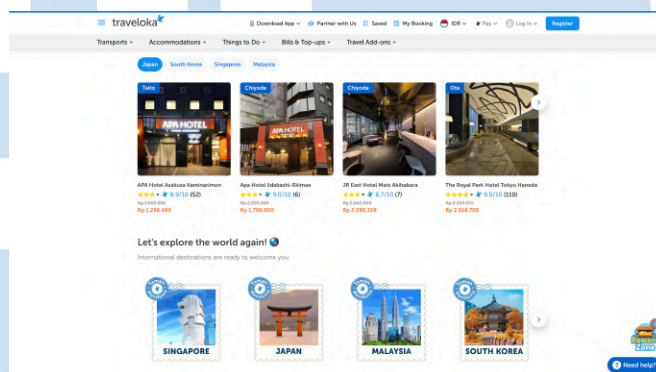
Garis terbentuk dari sebuah titik yang berjajar membentuk sebuah garis memanjang. Sebuah garis dinyatakan dalam bentuk panjang daripada lebar. Garis memiliki berbagai variasi bentuk seperti garis lurus, melengkung atau melingkar, *zig zag*. Garis juga berfungsi untuk mengarahkan pembaca pada urutan yang benar.



Gambar 2.1 Garis Pada *Website*
Sumber: <https://www.udemy.com> (2023)

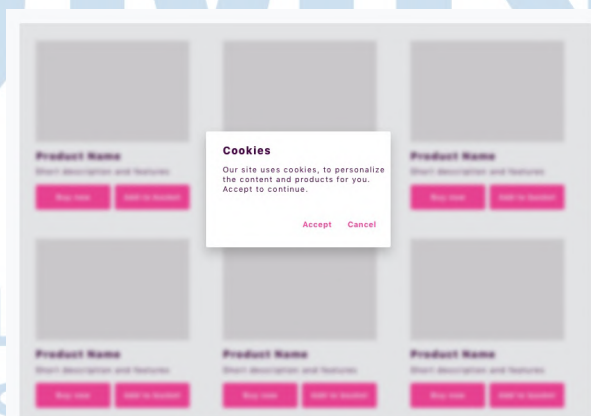
2.1.1.2 Bentuk

Bentuk merupakan sebuah gambaran umum atas sesuatu hal yang yang dinyatakan dalam bentuk/jalur tertutup. Bentuk digambarkan sebagai area dua dimensi yang diciptakan sebagian atau seluruhnya dari garis, warna, pola, atau tekstur. Pada dasarnya, bentuk memiliki permukaan datar yang dihitung berdasarkan tinggi dan lebarnya. Terdapat tiga dasar penggambaran bentuk yaitu kotak, segitiga, dan lingkaran.



Gambar 2.2 Bentuk Pada Website
Sumber: <https://www.traveloka.com/en-id/> (2023)

Figure/ground atau disebut juga sebagai *positive and negative space* merupakan prinsip dasar dari persepsi visual dengan mengandalkan hubungan antar bentuk, landasan, permukaan dua dimensi. *Figure* dianggap sebagai bentuk pasti yang dapat langsung diidentifikasi. Sedangkan bentuk yang tercipta di antara objek dikenal sebagai dasar/*white space* (ruang kosong).



Gambar 2.3 *Figure/ground*
Sumber: <https://uxmisfit.com> (2019)

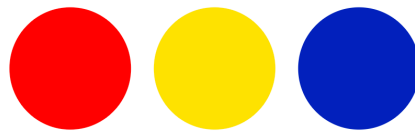
2.1.1.3 Warna

Warna merupakan elemen yang penting dalam sebuah desain. Dalam kehidupan sehari-hari, warna dapat terlihat pada benda atau lingkungan karena adanya pemantulan cahaya/warna. Terdapat tiga kategori elemen warna yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*. *Hue* merupakan penyebutan untuk nama-nama warna seperti merah, hijau, biru, oranye, dan lain sebagainya. *Value* merujuk kepada tingkat cerah atau gelapnya sebuah warna. *Saturation* merujuk kepada terang atau redupnya warna. *Temperature* memberikan kesan warna dapat dikatakan panas (merah, oranye, kuning) atau dingin (biru, hijau, ungu).

Teori warna merupakan penyederhanaan warna yang ada disekeliling menjadi 4 kategori warna. Kategori tersebut yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan netral.

1) Warna Primer

Warna primer merupakan warna dasar yang membentuk warna lainnya. Warna-warna primer terdiri atas warna merah, biru, dan kuning.



Gambar 2.4 Warna Primer

2) Warna Sekunder

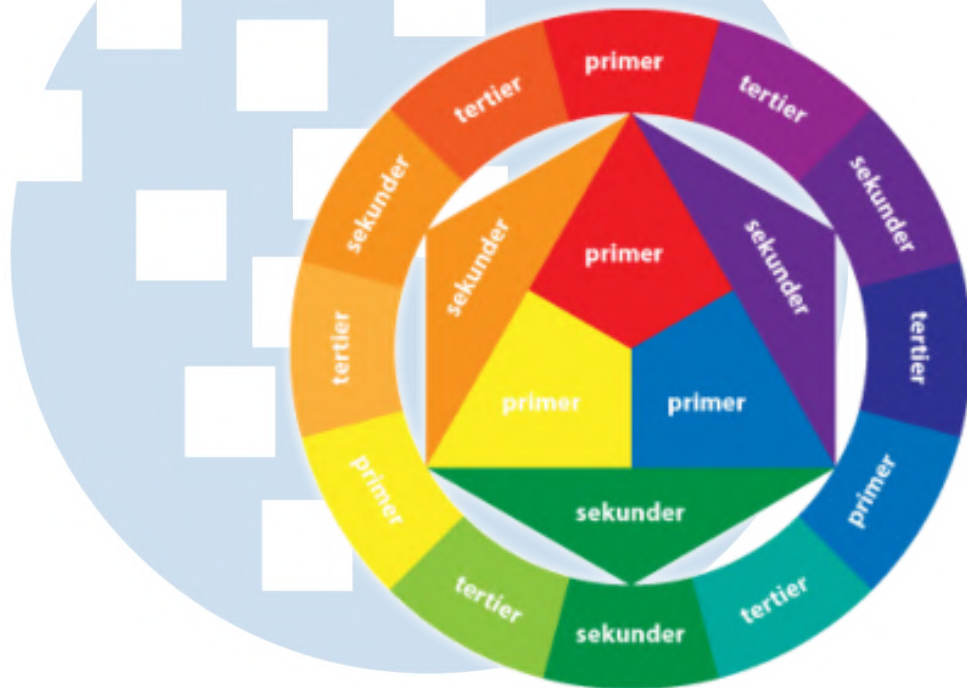
Warna sekunder merupakan percampuran antar warna primer dengan perbandingan 1:1. Warna ungu hasil dari campuran merah dan biru, warna jingga hasil dari campuran merah dan kuning, warna hijau hasil dari campuran kuning dan biru.



Gambar 2.5 Warna Sekunder

3) Warna Tersier

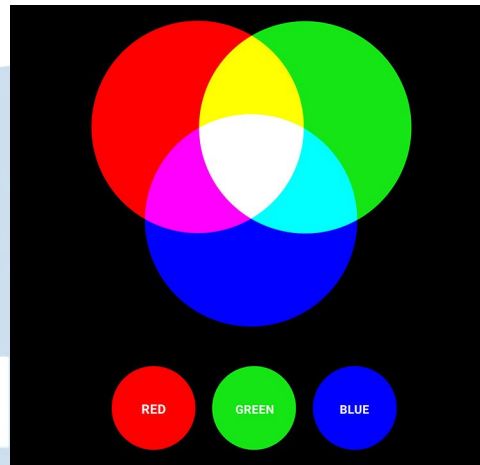
Warna tersier merupakan merupakan warna campuran dari salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder.



Gambar 2.6 Warna Tersier

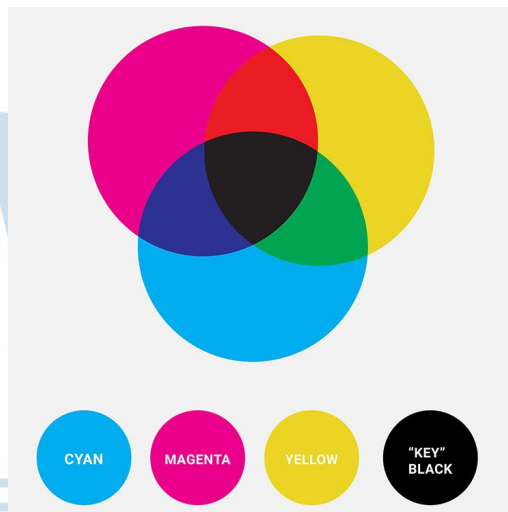
4) Warna Netral

Warna netral merupakan hasil campuran dari ketiga warna primer dengan perbandingan 1:1:1. Warna ini dibedakan menjadi warna *additive* (RGB) dan warna *subtractive* (CMYK). RGB atau *red, green, blue* merupakan warna primer pada saat bekerja dengan media digital (layar) seperti televisi, handphone, laptop/komputer, tablet, dan lain sebagainya. Warna-warna ini disebut sebagai *additive primaries* karena ketika dicampurkan dengan jumlah yang sama akan menghasilkan warna putih.



Gambar 2.7 Warna Netral – RGB
 Sumber: <https://thevisualpro.com> (2020)

CMYK atau *cyan, magenta, yellow, black (K)*, merupakan jenis warna yang digunakan dalam percetakan atau media cetak. Warna-warna ini disebut dengan *subtractive primer*. Pada proses pencetakan, CMYK dijelaskan sebagai *process colors* yang digunakan untuk menciptakan warna-warna dalam fotografi, seni, dan ilustrasi.



Gambar 2.8 Warna Netral - CMYK
 Sumber: <https://thevisualpro.com> (2020)

2.1.1.4 Psikologi Warna

Psikologi warna mengacu kepada reaksi emosi yang kuat terhadap warna. Riset menunjukkan bahwa respon manusia sebagian

karena efek psikologis berdasarkan efek warna yang ada pada mata dan syaratnya. Sebagian lainnya terpengaruh oleh lingkungan serta pengalaman (Sutton, 2020, hlm.142).

1) Merah

Warna merah menyatakan bahaya, kegembiraan, gairah, kekuatan, agresif, dan keberhasilan. Selain itu, merah juga memberikan energi/semangat dan keberanian. Warna merah memberikan efek kejutan pada syaraf dan menarik perhatian. Warna ini mendorong orang untuk membuat keputusan dengan cepat.

2) Kuning

Secara psikologis, warna kuning merupakan warna tercerah yang memberikan perasaan optimis, senang, dan spontanitas. Asosiasinya dengan matahari memberikan aura cerah dengan pengertian kebijaksanaan, kepintaran, dan imajinatif.

3) Oranye

Warna ini mendorong oksigen untuk naik ke otak dan membuat seseorang menjadi mudah untuk berpikir. Warna oranye juga menaikkan nafsu makan dan membantu pencernaan. Oranye merupakan perpaduan warna merah dan kuning membuatnya menjadi warna yang berani, memberikan energi, menyenangkan, dan spontan.

4) Hijau

Warna Hijau merepresentasikan kehidupan dan pertumbuhan. Dikatakan bahwa warna hijau memiliki kekuatan menyembuhkan, menenangkan, dan menyegarkan. Selain itu, terdapat asosiasi negatif seperti melambangkan iri.

5) **Biru**

Menatap warna biru dapat mengurangi denyut nadi dan laju pernapasan menghasilkan penurunan sementara tekanan darah. Warna biru ideal untuk mengekspresikan ketulusan dan dapat diandalkan. Selain itu, biru menyimbolkan kesetiaan, harapan, dan kepercayaan.

6) **Ungu**

Warna ungu dapat disebut sebagai ilusi keagungan. Warna ini diasosiasikan dengan kekayaan, kerajaan, dan kemewahan. Orang yang menggunakan warna ungu dinyatakan sebagai membina, bersemangat, dan ingin menyenangkan orang.

7) **Merah Muda**

Warna merah muda (*pink*) menunjukkan keramahan serta dapat meredakan sifat agresif dan niat buruk. Merah muda memberikan perasaan tenang dan nyaman. Orang yang menggunakan warna ini dikatakan sensitif tetapi juga romantis.

8) **Coklat**

Sebagai warna yang menggambarkan bumi dan tanaman (pohon), warna ini memberikan perasaan nyaman dengan mengingatkan pada hati dan rumah. Orang yang menggunakan warna coklat biasanya dapat diandalkan, tulus, dan pekerja keras.

9) **Abu-abu**

Warna abu merupakan warna netral, tanpa komitmen, formal, dan bermartabat. Warna abu juga dapat memberi kesan asing dan khidmat. Abu-abu juga diasosiasikan dengan kedewasaan dan kebijaksanaan.

10) Putih

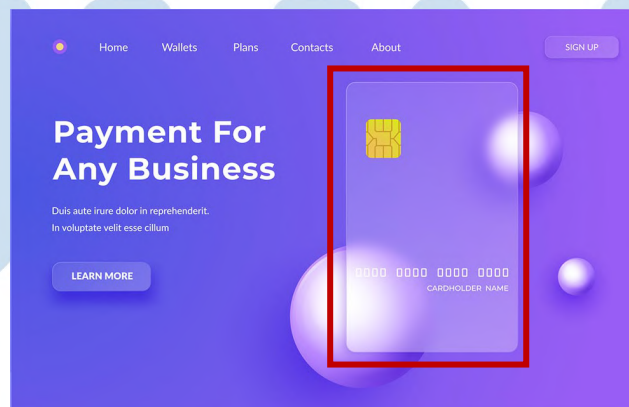
Warna putih melambangkan kesucian, kemurnian, kebajikan, kesetiaan, kejujuran, dan seringkali digunakan untuk warna dewi. Pada negara tertentu seperti India, China, dan Jepang, putih melambangkan kematian.

11) Hitam

Hitam merupakan warna mutlak yang mendominasi dan memiliki kesan berwibawa. Warna ini seringkali diasosiasikan dengan kematian, kegelapan, misterius, dan bahaya.

2.1.1.5 Tekstur

Tekstur merupakan sensasi yang dirasakan oleh indra peraba yang dapat menentukan kualitas dari suatu permukaan. Terdapat dua kategori yaitu dirasakan dan visual. Tekstur yang dapat dirasakan dengan disentuh dinyatakan sebagai tekstur nyata atau riil, contoh timbul dan masuk, cap, ukiran, dan hasil cetak. Visual tekstur merupakan sebuah penggambaran dari tekstur riil dengan cara di foto atau digambar langsung.



Gambar 2.9 Tekstur

Sumber: <https://pixelperfectly.com>

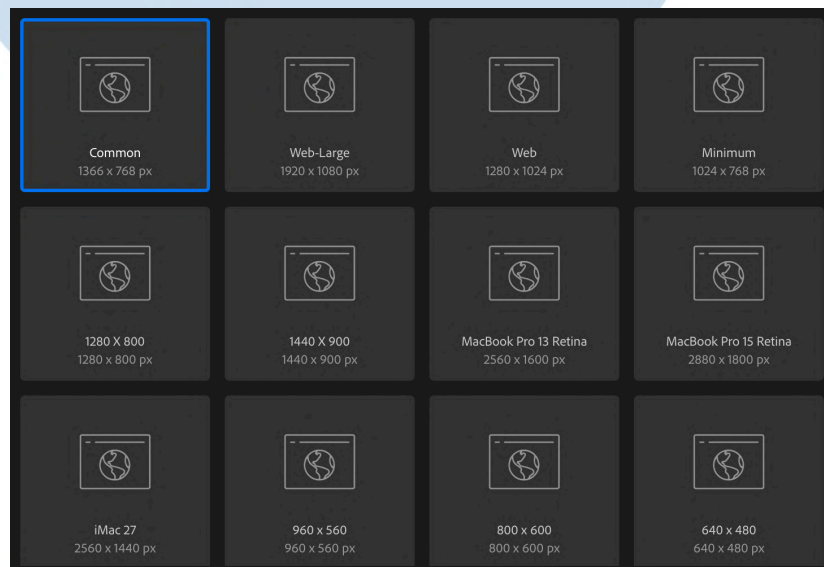
2.1.2 Prinsip-prinsip Desain

Prinsip dasar desain digunakan untuk membuat komposisi sebuah desain. Setiap prinsip tidak dapat berdiri sendiri atau saling ketergantungan.

Keseimbangan membuat komposisi desain menjadi stabil, penekanan pada komposisi meningkatkan komunikasi visual, kesatuan membuat komposisi visual yang berbeda-beda terlihat menyatu/serasi, dan dengan *rhythm* alur visual menjadi jelas (Landa, 2014, hlm.29). Terdapat 6 prinsip desain yaitu, *format*, *balance*, *visual hierarchy*, *rhythm*, *unity*, dan *laws of perceptual organization*.

2.1.2.1 *Format*

Format memiliki beberapa pengertian berbeda tergantung pada apa yang diacukan. *Format* dapat didefinisikan sebagai lingkup wilayah atau batasan desain yang harus dipatuhi, tetapi dalam kasus tertentu, *format* dapat disesuaikan dengan kebutuhan desain. Dalam proyek desain, istilah *format* merujuk pada jenis proyek, misalnya poster, *website*, *mobile*, *flyer*, *banner*, dan lain sebagainya.



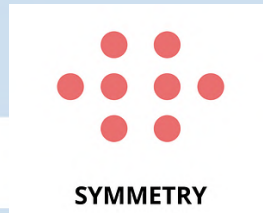
Gambar 2.10 *Website Format*

2.1.2.2 *Keseimbangan (Balance)*

Keseimbangan tercipta ketika suatu desain memiliki bobot visual yang sama baik secara sejajar maupun dari pembagian komponen dalam suatu komposisi menciptakan desain yang harmonis. Keseimbangan memengaruhi penyampaian komunikasi kepada pembaca.

1) Simetri

Simetri didefinisikan sebagai pembagian bobot visual yang sama rata. *Reflection symmetry* dinyatakan dengan visual yang memiliki kesamaan dengan titik/garis poros.



Gambar 2.11 Keseimbangan Simetri
Sumber: <https://ashishsauparna.medium.com> (2021)

2) Asimetri

Asimetri didefinisikan sebagai pembagian bobot visual dari segi penempatan elemen-elemen tanpa mengandalkan poros tertentu. Keseimbangan asimetri dicapai dengan mempertimbangkan posisi, bobot visual, ukuran, nilai, warna, bentuk, dan tekstur.



Gambar 2.12 Keseimbangan Asimetri
Sumber: <https://ashishsauparna.medium.com> (2021)

3) Keseimbangan radial

Keseimbangan ini dicapai dengan kombinasi simetri secara vertikal dan horizontal dengan satu titik poros pada perpotongan garis.



Gambar 2.13 Keseimbangan Radial
Sumber: <https://ashishsauparna.medium.com> (2021)

2.1.2.3 Hierarki Visual (*Visual Hierarchy*)

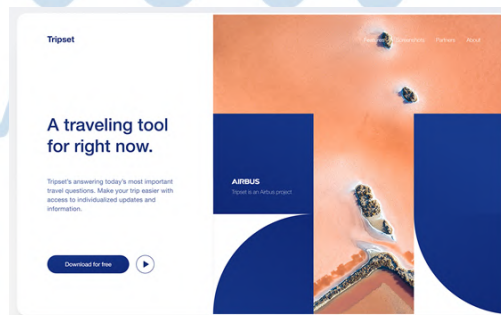
Hierarki visual berfungsi untuk mengarahkan pembaca pada susunan visual yang tepat sesuai dengan penekanan yang diberikan. Penekanan (*emphasis*) merupakan susunan elemen visual yang diurutkan berdasarkan kepentingan informasi dan visual. Dengan melakukan penekanan elemen, secara tidak langsung terbentuklah sebuah titik fokus yang menjadi poin utama. Dalam perancangannya, posisi, ukuran, bentuk, arah, *hue*, *value*, *saturation*, dan tekstur mempengaruhi keberhasilannya.



Gambar 2.14 Hierarki Visual
Sumber: <https://uxengineer.com>

2.1.2.4 Ritme (*Rhythm*)

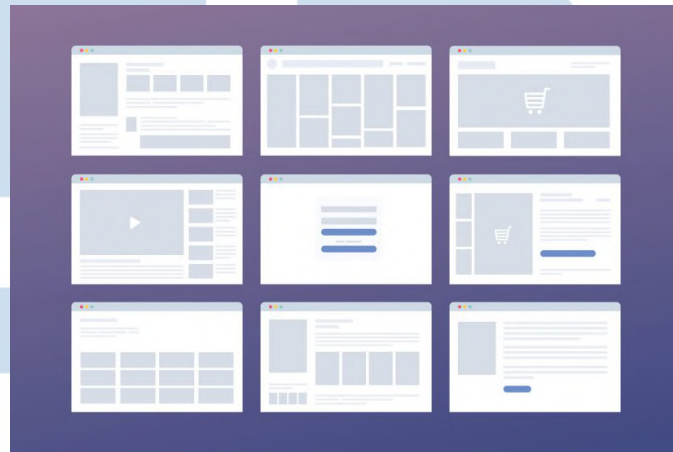
Ritme terbentuk dari konsistensi dan pengulangan elemen desain yang digunakan membawa pembaca untuk melakukan eksplorasi secara keseluruhan. Ritme merupakan komponen penting untuk membangun kesamaan antar halaman, biasanya dapat ditemukan pada desain buku, *website*, majalah, bahkan *motion graphic*. Pada saat yang bersamaan, dengan menambahkan variasi ke dalam desain tetap dapat memberikan kesan yang berbeda dan menarik.



Gambar 2.15 Contoh Ritme
Sumber: <https://xd.adobe.com> (2021)

2.1.2.5 Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan tercapai ketika seluruh elemen grafis pada suatu desain terlihat serasi satu sama lain, terkoneksi. Memersepsikan visual dari lokasi, penempatan, kesamaan, bentuk, dan warna.

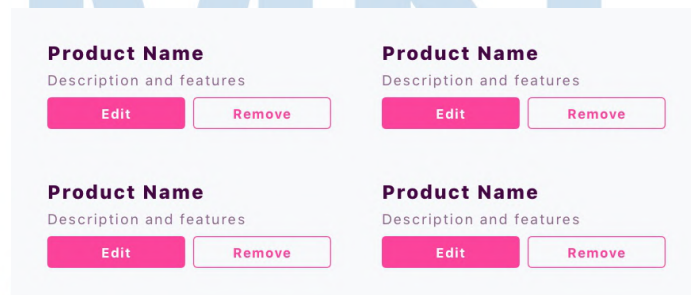


Gambar 2.16 Contoh Kesatuan
Sumber: <https://xd.adobe.com> (2021)

2.1.2.6 *Laws of Perceptual Organization*

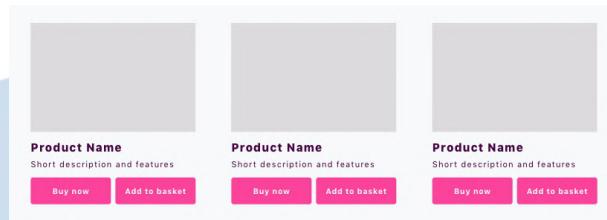
Berdasarkan hukum Gestalt, yang menyatakan penekanan pada suatu hal dapat menggambarkan keseluruhan isi atau pemikiran. Terdapat 6 *laws of perceptual organization*.

- 1) **Similarity**: suatu elemen yang memiliki kesamaan karakteristik memberikan kesan kesatuan dalam hal bentuk, tekstur, warna, atau arah.



Gambar 2.17 *Similarity*
Sumber: <https://uxmisfit.com> (2019)

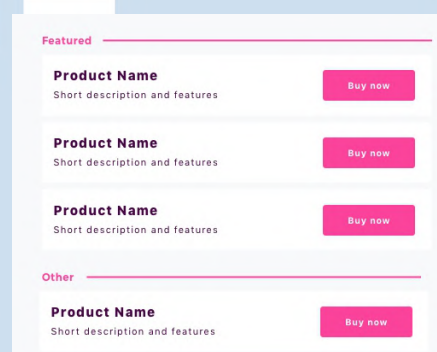
- 2) **Proximity**: elemen yang memiliki kedekatan satu sama lain dalam suatu ruang dianggap sebagai satu kesatuan utuh.



Gambar 2.18 Proximity

Sumber: <https://uxmisfit.com> (2019)

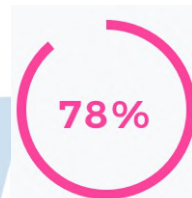
- 3) **Continuity**: visual memiliki koneksi satu sama lain yang menciptakan kesan kelanjutan atau kontinuitas.



Gambar 2.19 Continuity

Sumber: <https://uxmisfit.com> (2019)

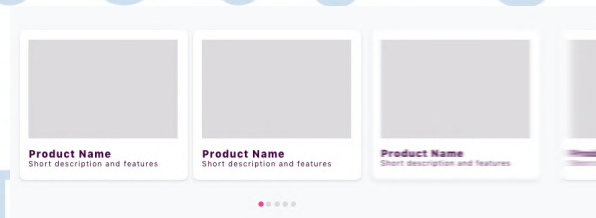
- 4) **Closure**: kecenderungan otak untuk membuat bentuk tidak utuh menjadi bentuk utuh, unit, atau sebuah pola.



Gambar 2.20 Closure

Sumber: <https://uxmisfit.com> (2019)

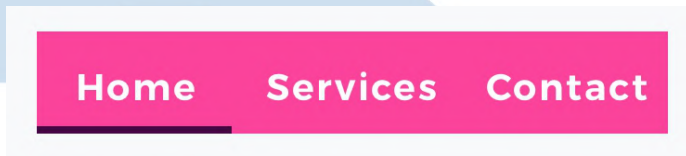
- 5) **Common Fate**: suatu elemen dianggap dalam satu grup yang sama jika bergerak ke arah yang sama



Gambar 2.21 Common Fate

Sumber: <https://uxmisfit.com> (2019)

- 6) **Continuing Line**: garis dianggap sebagai jalur paling sederhana, bahkan jika garis tersebut putus-putus, yang dilihat merupakan pergerakannya.



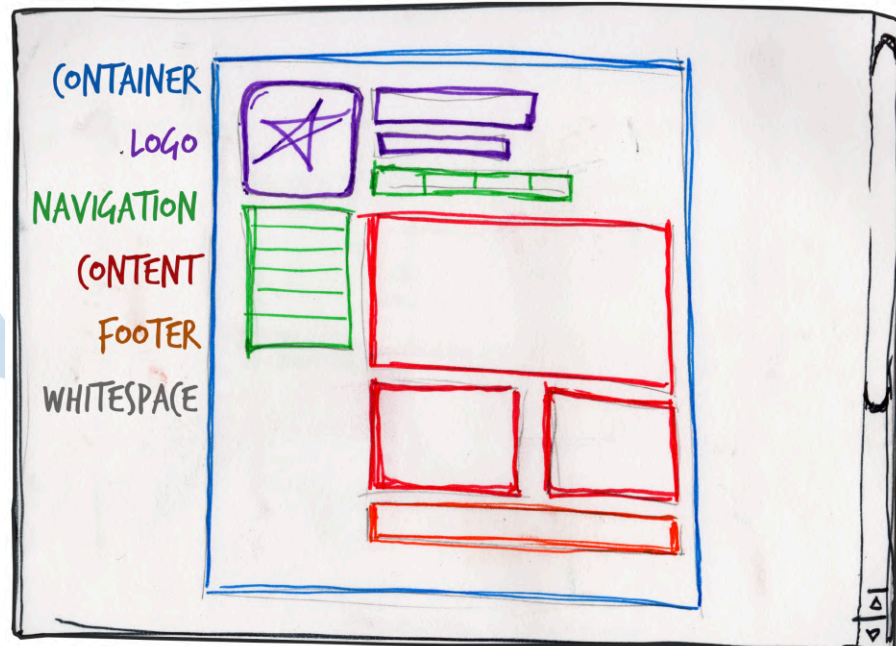
Gambar 2.22 *Continuing Line*
Sumber: <https://uxmisfit.com> (2019)

2.2 Website

Pengertian *website* menurut Azis Sholehul (2013), merupakan sebuah situs *online* berupa halaman informasi yang tergabung dalam komponen teks, gambar, suara, dan video yang menarik perhatian. Menurut Beard (2020, hlm.10) kriteria yang menunjukkan bagus atau tidak bagusnya sebuah *website* ditentukan dari fungsionalitas, efektifitas penyampaian informasi, dan efisiensi.

2.2.1 Komponen Website

Beard (2020, hlm.12-13), dalam bukunya yang berjudul *The Principles of Beautiful Web Design* juga menjabarkan 6 komponen yang membentuk sebuah *website*.



Gambar 2.23 *Komponen Website*
Sumber: Beard (2020)

2.2.1.1 Containing Block

Containing block atau *container* merupakan tempat untuk konten *website*. *Container* ini bisa memiliki ukuran pasti, artinya konten akan memiliki ukuran yang sama berapa pun ukuran layarnya, tetapi bisa juga menjadi fleksibel sehingga ukuran konten mengikuti ukuran layarnya.

2.2.1.2 Logo

Logo merupakan bentuk identitas dari sebuah *website* yang terletak pada bagian atas baik dalam bentuk visual logo atau nama. Identitas ini dapat meningkatkan pengenalan perusahaan dan memberi informasi pada pengguna bahwa berada pada satu situs yang sama.

2.2.1.3 Navigation

Penempatan *navigation* harusnya mudah untuk ditemukan dan digunakan. Pengguna secara sadar akan mencarinya pada bagian atas *website* baik secara vertikal atau horizontal.

2.2.1.4 Content

Konten terdiri atas teks, gambar atau video. Pengguna akan mengunjungi *website* untuk mencari informasi tertentu dan jika tidak ditemukan maka akan dengan cepat menutupnya. Maka dari itu penting untuk memosisikan konten utama menjadi titik fokus.

2.2.1.5 Footer

Terletak pada bagian bawah *website*, *footer* biasanya berisi *copyright*, kontak, dan beberapa *link* menuju menu utama. Dengan memisahkan *footer* dengan akhir halaman *website*, menunjukkan kepada pengguna bahwa telah tiba pada bagian akhir halaman *website*.

2.2.1.6 Whitespace

Whitespace merujuk kepada area kosong pada *website* yang tidak terdapat konten. Suatu *website* yang meletakkan informasinya pada setiap area kosong akan membuatnya terasa menyesak dan terlalu penuh. *Whitespace* membuat konten *website* terasa nyaman untuk dilihat, dapat menciptakan keseimbangan dan kesatuan.

2.2.2 Kriteria *Website*

Website yang baik harus memiliki standar dengan kriteria *usability*, sistem navigasi (struktur), *graphic design* (desain visual), *contents*, *compatibility*, *loading time*, *functionality*, *accessibility*, dan *interactivity* (Suyanto, 2009, hlm.61-69).

2.2.2.1 *Usability*

Usability merupakan suatu pengalaman yang didapatkan oleh pengguna ketika melakukan interaksi dengan situs dan dapat mengoperasikannya dengan mudah dan cepat. Terdapat 5 syarat untuk mencapai *usability* yang ideal yaitu, mudah untuk di pelajari, penggunaannya efisien, mudah untuk diingat, memiliki tingkat kesalahan rendah, dan kepuasan pengguna.

2.2.2.2 Sistem Navigasi

Navigasi mempermudah pengguna untuk menjelajahi *website* supaya dapat dengan cepat menemukan konten yang dibutuhkan. Sistem navigasi dapat memiliki berbagai media seperti teks, gambar maupun animasi. Navigasi yang baik memiliki syarat seperti, mudah untuk dipelajari, konsisten, memungkinkan *feedback*, muncul dalam konteks, memiliki alternatif, memerlukan perhitungan waktu dan perpindahan, penyampaian pesan visual jelas, label jelas dan mudah dipahami, serta mendukung tujuan dan perilaku pengguna.

2.2.2.3 Desain Visual

Kepuasan pengguna pada visualisasi *website* merupakan hal yang subjektif dengan mempertimbangkan cara visual mengarahkan mata pengguna dalam menjelajahi *website* melalui *layout* dan warna yang konsisten, bentuk yang tepat, dan tipografi yang mudah dibaca.

2.2.2.4 *Contents*

Konten merupakan informasi yang disampaikan kepada audiens. Konten haruslah relevan dan pantas dalam tujuannya untuk

target audiens *website*. Penulisan konten haruslah rapih, hindari kesalahan pada tata bahasa dan penulisan. Sebagai sebuah *website* yang memberikan informasi, konten haruslah berkualitas, *up to date*, dan mudah dimengerti.

2.2.2.5 Compatibility

Suatu *website* haruslah kompatibel dengan berbagai perangkat *browser* supaya pengalaman pengguna tetap baik di mana pun *website* dibuka.

2.2.2.6 Loading Time

Website yang memiliki waktu untuk tampil lebih cepat akan meningkatkan kemungkinan untuk dikunjungi kembali disertai dengan konten dan tampilan yang menarik.

2.2.2.7 Functionality

Fungsionalitas merujuk aspek teknologi dari sebuah *website*. Hal ini melibatkan *programmer* yang merealisasikan desain ke dalam *website* yang siap untuk digunakan.

2.2.2.8 Accessibility

Website haruslah dapat diakses oleh semua umur, mulai dari anak-anak, orang muda, dan orang tua. Aksesibilitas tidak hanya dari kemudahan mengakses tetapi juga dari segi visual, *layout*, warna, tipografi, dan lainnya.

2.2.2.9 Interactivity

Website yang memiliki interaktivitas dengan penggunanya dapat meningkatkan pengalaman (*user experience*) dan membuatnya berada lebih lama pada halaman web. Sebagai contoh dengan menggunakan *hyperlink*, *mini game*, *chat*, dan lainnya.

2.3 User Interface

User Interface (UI) menurut Malewicz (2018, hlm.16) merupakan representasi visual dari suatu produk digital seperti aplikasi dan situs web. Suatu *interface* merupakan gabungan dari *grid*, *layout*, tipografi, warna, animasi, dan *microinteractions*. UI berfungsi sebagai penyambung antara pengguna dengan

fungsionalitas produk dalam mencapai hasil yang diharapkan melalui interaksi manusia dengan komputer (*human computer interaction*). Menurut Galitz (2007, hlm.4), *human computer interaction* mempelajari, merencanakan, dan merancang interaksi antara manusia dengan komputer supaya kebutuhan seseorang dapat tercapai dengan cara paling efektif.

Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan sebagai seorang desainer HCI, pertama, apa yang orang inginkan dan harapkan, kedua, apa limitasi fisik dan kemampuan yang dimiliki seseorang, dan ketiga apa yang dinikmati dan menarik bagi orang tersebut. Pada dasarnya, *user interface* mempunyai dua komponen yaitu, *input* dan *ouput* (Galitz, 2007, hlm.4). *Input* ialah cara seseorang mengomunikasikan kebutuhan/keinginannya ke dalam perangkat. *Output* ialah cara komputer menyampaikan hasil dari proses dan persyaratan kepada pengguna.

2.3.1 Prinsip User Interface

Menurut Schaltter dan Levinson (2013, hlm.3-59), terdapat tiga prinsip penting dalam mendesain suatu tampilan. Ketiga prinsip tersebut ialah konsistensi, hierarki, dan *personality*.

2.3.1.1 Konsistensi

Membangun konsistensi dalam desain berarti menyusun dan menjaga ekspetasi pengguna dari apa yang mereka lihat dan pengalaman mereka dengan menggunakan elemen visual yang sudah dikenal. Terdapat dua jenis konsistensi yaitu konsistensi eksternal dan konsistensi internal.

1) Konsistensi Eksternal

Konsistensi eksternal merupakan konsistensi antar *website* berbeda yang dibangun berdasarkan ekspetasi pengguna. Mengetahui karakteristik dan demografis target audiens akan membantu dalam mengenali ekspetasi dan *interface* yang familier, dengan demikian dapat meningkatkan kenyamanan pengguna pada saat menggunakan *website*.

2) Konsistensi Internal

Konsistensi internal terjadi ketika desain dan perlakuan antar halaman yang ada di dalam *website* memiliki kesamaan. *User* ingin menggunakan sesuatu yang familier dan menyelesaikannya dengan cepat. Konsistensi internal dapat diraih dengan elemen visual seperti *layout*, tipografi, warna, perbandingan, perlakuan, serta kontrol dan keterjangkauan yang diaplikasikan secara konsisten pada tampilan layar.

2.3.1.2 Hierarki

Visual hierarki merupakan persepsi dan interpretasi dari objek yang relatif penting dan objek tersebut sebagai elemen yang ditampilkan pada layar. Persepsi hierarki dipengaruhi oleh posisi, ukuran, warna, kontrol terhadap tampilan, perlakuan elemen, dan keterkaitan antar elemen. Sistem visual yang menggambarkan hierarki terdiri dari *templates*, *images*, *characteristic*, dan *rules for display*, yang biasanya didokumentasikan menjadi panduan desain. Hierarki diwakili dengan menempatkan elemen yang penting lebih menonjol daripada elemen pendukungnya. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan penyesuaian pada penempatan dan perlakuan elemennya.

1) Penempatan (*position*)

Terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi penempatan elemen beberapa diantaranya yang dijelaskan pada teori Gestalt yaitu *grouping*, *proximity*, dan *similarity*. Selain itu kebiasaan mata untuk melihat bagian kiri atas dari sebuah website ketika membaca. Penempatan juga dapat dilakukan dengan melakukan *overlap* yaitu menempatkan elemen yang lebih menonjol di atas elemen lainnya, sebagai contoh *pop-ups*.

2) Perlakuan (*treatment*)

Perlakuan diterapkan dengan memberikan kontras kepada elemen yang dianggap penting. Pertama, perlakuan dapat dilakukan dengan mengubah ukuran elemen, lebih besar ukurannya maka semakin penting. Kedua, warna elemen dibuat lebih gelap pada latar berwarna terang dan sebaliknya akan memberikan penekanan. Ketiga, memberikan elemen pendukung dapat menciptakan kontras, hal ini juga memberikan sinyal sesuatu itu penting atau memiliki kepribadian. Terakhir, *finish*, dengan memberikan gradasi atau ilusi kedalaman dimensi, biasanya diaplikasikan pada *buttons* dan *bars*.

2.3.1.3 *Personality*

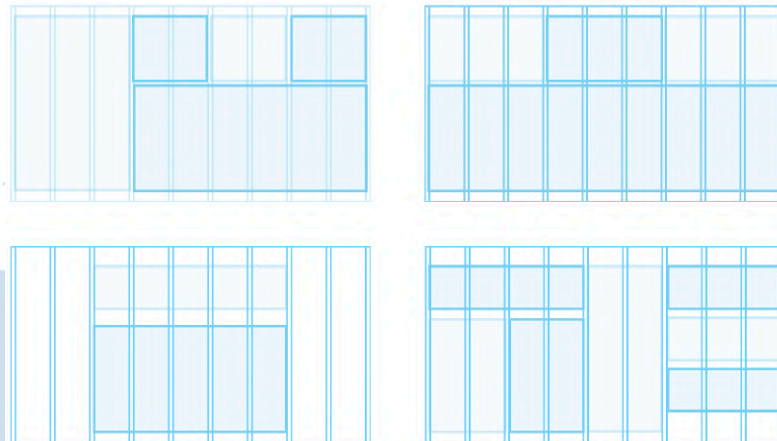
Personality merujuk kepada impresi yang dibangun dari penampilan, perilaku, dan kepuasan seseorang. Desain tampilan yang sukses dapat membangun *personality*-nya dengan cepat dan memberikan impresi positif seiring berjalannya waktu. *Personality* disampaikan dengan karakter visual seperti *layout*, tipografi, warna, *imagery*, dan kontrol terhadap tampilan.

2.3.2 Elemen Desain *User Interface*

Berdasarkan buku *Designing User Interfaces* oleh Malewicz (2018, hlm.56-60), terdapat beberapa elemen penting yang berperan dalam membuat sebuah tampilan dalam layar.

2.3.2.1 *Layout & Grid*

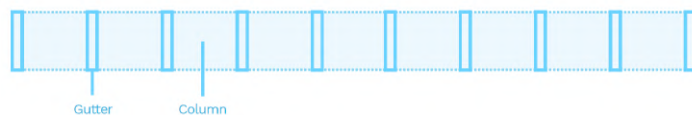
Grid merupakan struktur yang terbentuk dari kumpulan garis yang menjaga tampilan tersusun rapi. *Grid* membantu dalam menyusun hierarki antar elemen dan memberikan pemahaman *layout* yang lebih baik dalam prosesnya. Terdapat 4 tipe *grid* yaitu horizontal, vertikal, *fluid grid*, dan *fixed grid*.



Gambar 2.24 Contoh *Layout & Grid*
Sumber: Malewicz (2018)

1) Horizontal

Horizontal grid tersusun atas kolom secara vertikal dan jarak di antaranya disebut *gutters*. *Column* dan *gutters* dapat memiliki ukuran/lebar yang pasti atau fleksibel. *Grid* model ini dapat membantu dalam penataan secara horizontal dan menjadi dasar/panduan dari *layout*.



Gambar 2.25 *Horizontal Grid*
Sumber: Malewicz (2018)

2) Vertikal

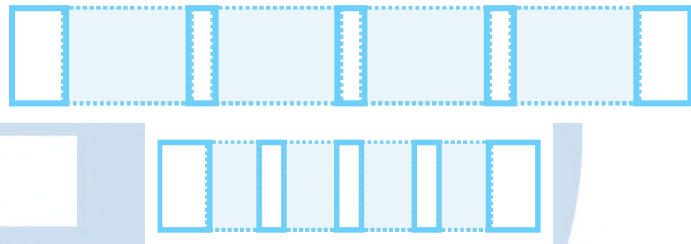
Menggunakan *vertical grid* dapat membantu menentukan jarak antar elemen, *sections*, dan *vertical whitespace*. Tujuan utama penggunaan *grid* tipe ini untuk membuat bagian-bagian dalam tampilan buat untuk dibaca, nyaman, dan cepat untuk dimengerti terlebih dengan *website* yang memiliki banyak konten.



Gambar 2.26 *Vertical Grid*
Sumber: Malewicz (2018)

3) *Fluid Grid*

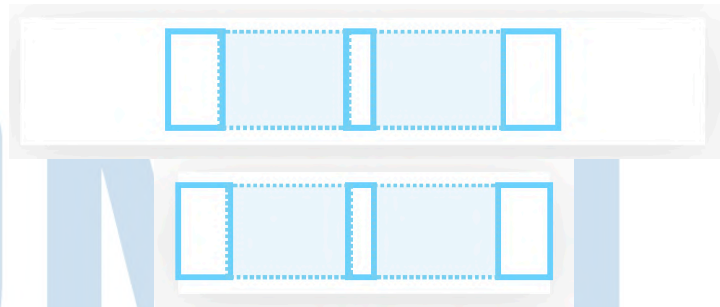
Fluid grid membuat batas luar dan lebar *gutter* dapat menyesuaikan dengan lebar kolom supaya sesuai dengan lebar layar. Penggunaan *Grid* ini mempermudah penyesuaian dengan berbagai perangkat dan ukuran layar.



Gambar 2.27 *Fluid Grid*
Sumber: Malewicz (2018)

4) *Fixed Grid*

Fixed grid memiliki ukuran lebar yang pasti untuk kolom dan *gutter* nya. *Grid* tipe ini umumnya digunakan pada *website* karena jika lebar *grid* melebihi 1400px akan mengurangi keterbacaan informasi.



Gambar 2.28 *Fixed Grid*
Sumber: Malewicz (2018)

2.3.2.2 *Scan Content*

Terdapat dua pola cara pengguna melihat konten yaitu *F-pattern* dan *Z-pattern*. *F-pattern* menunjukkan mata manusia melihat dari sisi pinggir kiri konten dan berpindah ke kanan melalui foto dan bagian atas (*headings*) saja. *Z-pattern* terjadi ketika sebuah foto/video yang besar memotong alur pola F. Melewati gambar/video, mata Kembali melihat dari sisi kiri secara diagonal.



Gambar 2.29 *F-Pattern* dan *Z-Pattern*
Sumber: Malewicz (2018)

2.3.2.3 Tipografi

Pemilihan *font* mempengaruhi tampilan, rasa, gaya, dan pesan yang disampaikan. *Typeface* merupakan kumpulan dari berbagai jenis huruf yang memiliki kesamaan bentuk. Masing-masing jenis huruf tersebut disebut *font*. sebagai contoh, Helvetica merupakan *typeface* dan Helvetica Bold merupakan *font*. Terdapat 4 hal yang harus diperhatikan ketika memilih *font*.

1) *Special Characters*

Ada berbagai bentuk karakter berbeda atau khusus yang tidak ada di Bahasa Inggris. Jika produk yang akan didesain mendukung *multi-lingual* maka pastikan bahwa *font* yang digunakan memiliki bentuk huruf seperti Š, Ø, ç.



Gambar 2.30 *Special Characters Font*
Sumber: Malewicz (2018)

2) *Variety in Weights*

Memilih *font* dengan variasi berat/ketebalan. Tipe *Light fonts* sulit untuk dibaca, sebaiknya dimulai dari *regular* dan memiliki opsi *font* yang lebih tebal seperti *bold* dan *extra-bold*.

A white rectangular box containing two rows of text. The top row shows 'Aa Aa' in a regular weight. The bottom row shows 'Aa Aa' in a bold weight. The background is a light blue circle with a grid pattern.

Gambar 2.31 *Variety in Font Weights*
Sumber: Malewicz (2018)

3) *Simple Form*

Pergunakanlah *font* yang tidak terlalu ramai atau mewah karena tujuannya ialah *font* haruslah mudah dilihat dan dibaca.

A white rectangular box containing two rows of text. The top row shows 'Aa Aa' in a simple, clean font. The bottom row shows 'Aa Aa' in a slightly different simple font. The background is a light blue circle with a grid pattern.

Gambar 2.32 *Simple Form Font*
Sumber: Malewicz (2018)

4) *Readability*

Font yang digunakan haruslah dapat dibaca bahkan dengan ukuran yang kecil, maka dengan ukuran besar akan terlihat bagus. Baik adanya bila menggunakan *font* yang lebih tebal saat merancang *interface*.

A white rectangular box containing two rows of text. The top row shows 'Aa Aa' in a large, bold font. The bottom row shows 'Aa Aa' in a smaller, regular font. The background is a light blue circle with a grid pattern.

Gambar 2.33 *Readability Font*
Sumber: Malewicz (2018)

2.3.2.4 Icons

Sebuah *icon* merupakan sebuah bentuk menyerupai aslinya (*pictogram*) yang menggambarkan fungsi atau status. *Icon* berasal dari simplifikasi barang atau bentuk yang ditemukan sehari-hari. Semakin sederhana bentuk *icon* maka lebih mudah untuk dimengerti, tetapi pada kasus tertentu, menambahkan teks (kata yang sederhana dan mudah dimengerti) dapat meningkatkan pengertian *user*. Menggunakan *icon* merupakan cara untuk membangun suasana dan gaya dari produk membuatnya menjadi lebih ramah digunakan.

1) Level of Detail

Interface icon yang baik biasanya memiliki bentuk yang sederhana tetapi tidak menutup kemungkinan untuk membuatnya lebih realistis jika dibutuhkan.



Gambar 2.34 *Level of Detail Icon*
Sumber: Malewicz (2018)

2) Fill VS Outline

Icon dapat memiliki bentuk utuh, diisi dengan warna, atau hanya garis luar, bagian dalamnya kosong dengan ketebalan garis yang spesifik.



Gambar 2.35 *Fill VS Outline Icon*
Sumber: Malewicz (2018)

3) Roundness

Sisi dari *icon* dapat dibuat lurus dan tajam atau *rounded*. Sudut yang tajam cocok untuk produk dengan *mood* serius, sedangkan *rounded* cocok untuk produk dengan *mood* ramah.



Rounded edges



Sharp edges

Gambar 2.36 *Icon Roundness*
Sumber: Malewicz (2018)

2.3.2.5 *Buttons*

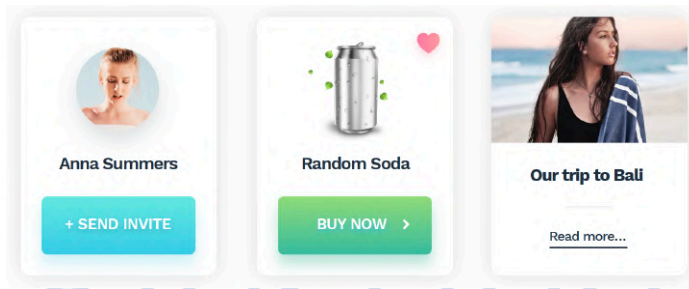
Button (tombol) merupakan elemen interaktif yang menghasilkan tindakan berdasarkan perintah/deskripsi yang tertulis seperti melakukan pembelian, mengunduh, mengirim, dan lainnya. Aturan penting dalam mendesain sebuah tombol ialah tombol tersebut harus cukup menonjol. Jika elemen pada tombol dihilangkan, maka fungsinya dapat hilang dan menjadi bagian dari teks biasa atau dekorasi.



Gambar 2.37 *Buttons*
Sumber: Malewicz (2018)

2.3.2.6 *Cards*

Cards merupakan salah satu elemen yang populer digunakan untuk menunjukkan konten dalam suatu tampilan karena dapat menampilkan produk, informasi, orang, atau tindakan. *Card* pada umumnya berisi sinopsis/judul informasi yang kemudian akan diarahkan ke halaman rincinya ketika diklik. Sebuah *card* dapat berisi teks, tombol, ikon, dan gambar untuk membantu pengguna memilih dengan lebih baik.



Gambar 2.38 Contoh *Card*
Sumber: Malewicz (2018)

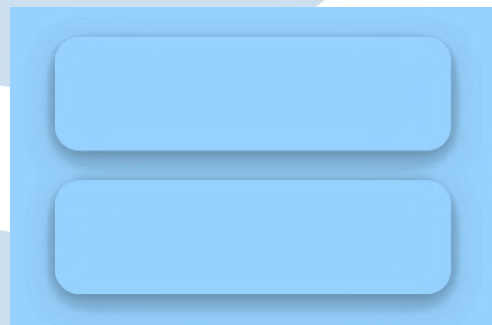
Terdapat 4 model *card* yang dapat digunakan yaitu horizontal, vertikal, *stack*, dan *grid (masonry)*. Ketika membuat *card* haruslah dapat diakses dengan kursor, sentuhan, atau *arrow keys*.

- 1) **Horizontal:** *horizontal cards* merupakan bentuk dasar untuk *side-scrolling carousels*.



Gambar 2.39 *Horizontal Cards*
Sumber: Malewicz (2018)

- 2) **Vertikal:** *vertical card* cocok digunakan untuk desain katalog dan data-data untuk presentasi.



Gambar 2.40 *Vertical Cards*
Sumber: Malewicz (2018)

- 3) **Stack:** *stacks* cocok untuk melakukan sortir sederhana dengan cara digeser ke kanan atau kiri.



Gambar 2.41 *Stack Cards*
Sumber: Malewicz (2018)

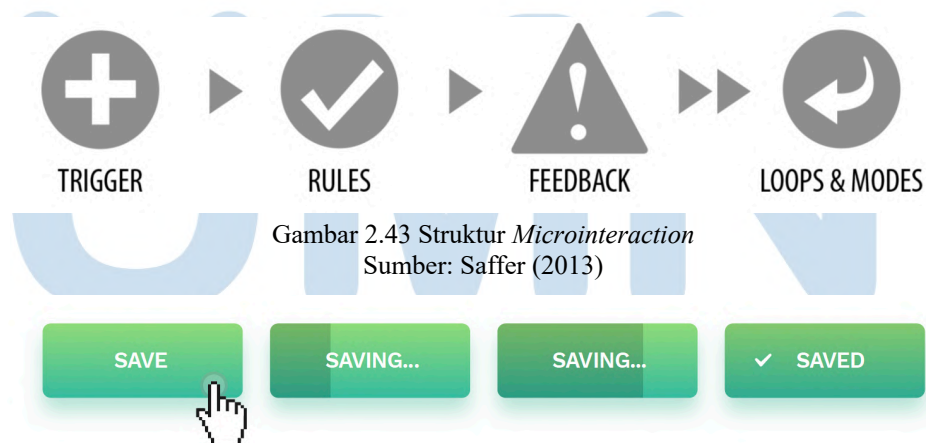
- 4) **Grid (masonry):** *masonry* dan *grids* cocok digunakan untuk portal berita dan situs *e-commerce*.



Gambar 2.42 *Grid (Masonry) Cards*
Sumber: Malewicz (2018)

2.3.3 *Microinteraction*

Pada buku yang ditulis oleh Dan Saffer (2013, hlm.3), *Microinteractions* merupakan fungsi, interaktivitas dari suatu produk yang membangun pengalaman pengguna. *Microinteraction* memiliki struktur yang terdiri atas *trigger*, *rules*, *feedback*, dan *loops & modes*. *Trigger* merupakan istilah yang menandakan *microinteraction* mendapat *input* dari pengguna, *rules* menentukan *microinteraction* bekerja sebagaimana seharusnya, *feedback output* dari *input* yang diberikan ketika *trigger* terjadi, terakhir *loops & modes* merupakan aturan yang mempengaruhi *microinteraction* dan dapat dilakukan pengulangan interaksi.



Gambar 2.43 Struktur *Microinteraction*
Sumber: Saffer (2013)

Gambar 2.44 Contoh *Microinteraction*
Sumber: Malewicz (2018)

2.4 User Experience

User experience merupakan pengalaman yang diterima oleh pengguna dari suatu produk digital (Garrett, 2011, hlm.6). *User experience* berpusat pada bagaimana produk tersebut berfungsi dari luar ketika terjadi kontak dengan pengguna. Berdasarkan *International Organization for Standardization (ISO) 9241-210* tahun 2019, *user experience* didefinisikan sebagai persepsi dan respon seseorang yang dihasilkan dari penggunaan dan/atau ekspektasi dari suatu produk, atau sistem.

2.4.1 Aspek User Experience

Morville (2004) membuat sebuah hexagon yang merupakan perluasan dari diagram *information architecture* yang pernah dibuatnya. Hexagon ini berisi 7 aspek dalam membentuk *user experience* yang baik yang disebut *honeycomb*. *User experience honeycomb* membantu para desainer dan *stakeholders* dalam menjabarkan seluruh area penting.



Gambar 2.45 *User Experience Honeycomb*
Sumber: <https://semanticstudios.com/> (2004)

2.4.1.1 Usable

Sistem di mana *website* yang disampaikan dibuat secara sederhana dan mudah untuk digunakan. Sistem yang didesain memiliki perasaan familier dan mudah dimengerti.

2.4.1.2 Useful

Website harusnya berguna dan memenuhi kebutuhan. Jika tidak dapat memenuhi kebutuhan maka produk tersebut tidak memiliki nilai guna/tujuan.

2.4.1.3 Desirable

Tampilan visual dari suatu *website* atau sistem dibuat dengan menarik dan dapat diartikan dengan baik, minimal dan tepat.

2.4.1.4 Findable

Informasi yang ada haruslah dapat dicari dan mudah untuk dinavigasi. Struktur navigasi dirancang supaya pengguna dapat menemukan apa yang dibutuhkan.

2.4.1.5 Accessible

Website harus dapat mengayomi seluruh pengguna bahkan dengan orang yang memiliki keterbatasan supaya memiliki pengalaman yang sama.

2.4.1.6 Credible

Perusahaan dan *website* milik perusahaan haruslah dapat dipercaya, memiliki reputasi yang baik, dengan informasi yang akurat dan sesuai fakta.

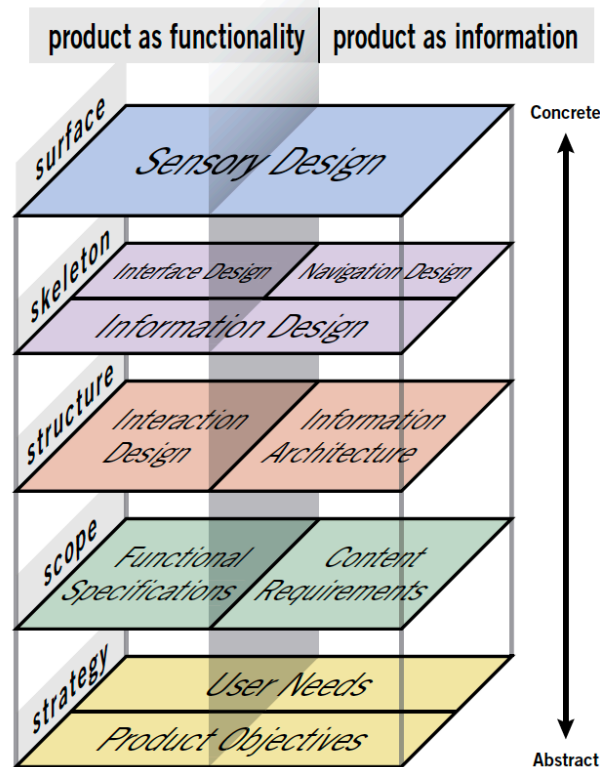
2.4.1.7 Valuable

Website yang ada haruslah dapat memberikan *value* tertentu bagi pengguna baik secara pengalaman maupun kepuasan pengguna. Pengguna yang memiliki pengalaman baik akan kembali menggunakan *website* tersebut.

2.4.2 Elemen User Experience

Menurut Garrett (2011, hlm.6) Desain untuk *user experience* dibuat secara estetik dan fungsional terutama pada tombol, memastikan bahwa tombol sesuai dengan konten dan memenuhi target pengguna ketika melakukan interaksi. Menciptakan *user experience* seperti memberikan peluang bagi orang untuk mencari, menyerap, dan mencerna informasi yang

diberikan. Terdapat 5 elemen yang dijelaskan dalam bukunya, kelima elemen tersebut ialah *strategy*, *scope*, *structure*, *skeleton*, dan *surface*.



Gambar 2.46 Elemen User Experience
Sumber: Garrett (2011)

2.4.2.1 The Strategy Plane

Kebutuhan pengguna yang menjadi target dari membuat sebuah *website* merupakan tujuan akhirnya. Seorang desainer harus dapat memahami apa yang diinginkan dan tujuan dari audiens menggunakan *website*.

2.4.2.2 The Scope Plane

Sisi fungsional, strategi dijelaskan sebagai ruang lingkup yang tercipta dari spesifikasi fungsional. Spesifikasi fungsional merupakan rincian penjelasan *feature set* dari produk. Dari sisi

informasi, cakupan berupa *content requirements* yang merupakan penjelasan dari berbagai elemen konten yang dibutuhkan.

2.4.2.3 *The Structure Plane*

Cakupan diberikan struktur dari sisi fungsionalitas melalui desain interaktif, menjelaskan cara kerja sistem atas reaksinya terhadap pengguna. Struktur ini disebut sebagai *information architecture* yaitu penataan elemen konten memudahkan untuk memahami alur dan penempatan informasi pada setiap halaman *website* berdasarkan kategorinya masing-masing.

2.4.2.4 *The Skeleton Plane*

Skeleton plane terbagi ke dalam tiga komponen. Komponen pertama ialah *information design* sebagai representasi informasi yang membantu pengguna untuk lebih memahami. Komponen kedua berada pada sisi fungsional yaitu *interface design* yang berfungsi untuk menyusun elemen *interface* memungkinkan pengguna untuk melakukan interaksi dengan sistem. Komponen ketiga berada pada sisi informasi yaitu *navigation design* yang merupakan kumpulan elemen yang memudahkan pengguna untuk mencari informasi melalui *information architecture*.

2.4.2.5 *The Surface Plane*

Pada bagian ini, yang berperan ialah *sensory design*. *Sensory design* bertugas untuk menyalurkan pengalaman kepada pengguna, menentukan bagaimana desain yang dibuat direpson oleh indra perasa manusia yaitu melihat, mendengar, menyentuh, mencium, dan mengecap. Selain itu, *surface plane* terbentuk atas rangkaian gambar (ilustrasi, foto, produk, dan sebagainya) dan teks interaktif.