

disebabkan jumlah pengeluaran per bulan yang lebih besar daripada SES C sehingga SES B dirasa akan sesuai dengan perancangan yang penulis buat.

- d. Pendidikan terakhir : S1
- e. Pekerjaan : Karyawan dan wirausahawan
- f. Kewarganegaraan : Indonesia
- g. Bahasa yang digunakan : Bahasa Indonesia
- h. Etnis dan agama : Semua etnis dan agama

2. Geografis

- a. Primer : Jakarta

Menurut Dian Rahma Fika Alnina (2020) dalam jurnalnya yang berjudul *Menyusuri Perjalanan Fast Food di Indonesia*, Jakarta merupakan pusat dari perkembangan kuliner *fast food* hingga terus menyebar ke seluruh bagian tanah air. Namun, dari tingginya perkembangan makanan cepat saji tersebut, terdapat efek-efek yang membahayakan kesehatan pengkonsumsinya.

- b. Sekunder : Tangerang, Bogor, Depok, dan Bekasi

Wilayah pendukung sebagai pelengkap area megapolitan sekitar Jakarta dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi.

3. Psikografis

- a. Memiliki tekad ingin hidup sehat
- b. Memiliki kebebasan secara finansial
- c. Mempunyai gaya hidup aktif dan produktif
- d. Rajin mencari informasi baru
- e. Memiliki kegiatan yang konsisten secara waktu
- f. Menyukai perkembangan kualitas diri

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan perancangan yang dibuat adalah untuk merancang sebuah website mengenai sayur organik untuk membantu dan meningkatkan awareness dalam memperbaiki pola hidup untuk kesehatan tubuh agar generasi dewasa sehat secara fisik.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang didapat dari perancangan website mengenai pola hidup sehat dengan sayur organik adalah:

a. Bagi penulis

Penulis mendapatkan pengalaman dari setiap proses analisis yang dilakukan sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan dengan sistematis dan logis yang nantinya akan berguna dalam penyelesaian masalah pada ranah apapun. Penulis juga mendapat wawasan baru mengenai kesehatan yang akan berguna bagi penulis untuk jangka panjang.

b. Bagi pembaca

Diharapkan pembaca mendapatkan informasi mengenai pola hidup sehat dan melakukan aksi untuk meningkatkan pola hidup sehat dengan beralih ke sayur organik yang ramah bagi tubuh dan lingkungan.

c. Bagi Universitas Multimedia Nusantara

Manfaat yang didapat oleh Universitas adalah tugas akhir yang penulis buat dapat menambah arsip karya tugas akhir Universitas sehingga dapat menjadi referensi baru untuk penelitian lanjutan.

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

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

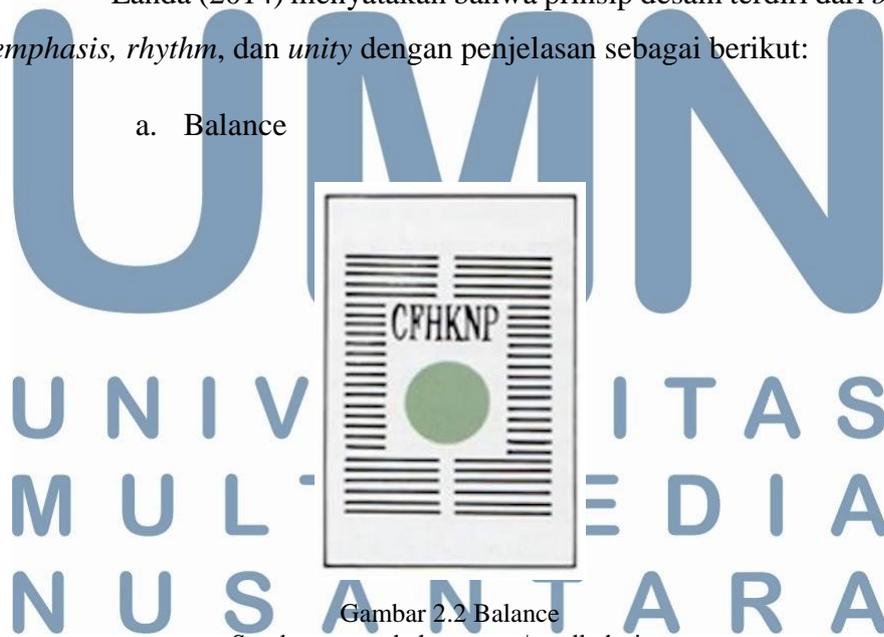
Adi Kusrianto (2007) menyatakan desain komunikasi visual merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi secara kreatif menggunakan media secara visual dengan cara mengelola elemen grafis dengan menerapkan layout, komposisi warna, tatanan huruf, gambar, dan prinsip-prinsipnya. Elemen grafis dapat dipelajari dengan ilmu desain grafis yang menjadi dasar dari ilmu desain komunikasi visual.

Landa (2014) dalam buku *Graphic Design Solutions 5th* mengatakan desain grafis merupakan cara menyampaikan pesan atau informasi secara visual dengan menggunakan elemen-elemen grafis. Elemen-elemen grafis sendiri terdiri dari garis, bidang, *figure and ground*, warna, dan tekstur. Ada pula penerapan prinsip desain agar visualisasinya terkonsep dengan baik adalah dimana elemen diletakan dengan memperhatikan *balance, emphasis, rhythm, dan unity*.

2.1.1 Prinsip Desain Grafis

Landa (2014) menyatakan bahwa prinsip desain terdiri dari *balance, emphasis, rhythm, dan unity* dengan penjelasan sebagai berikut:

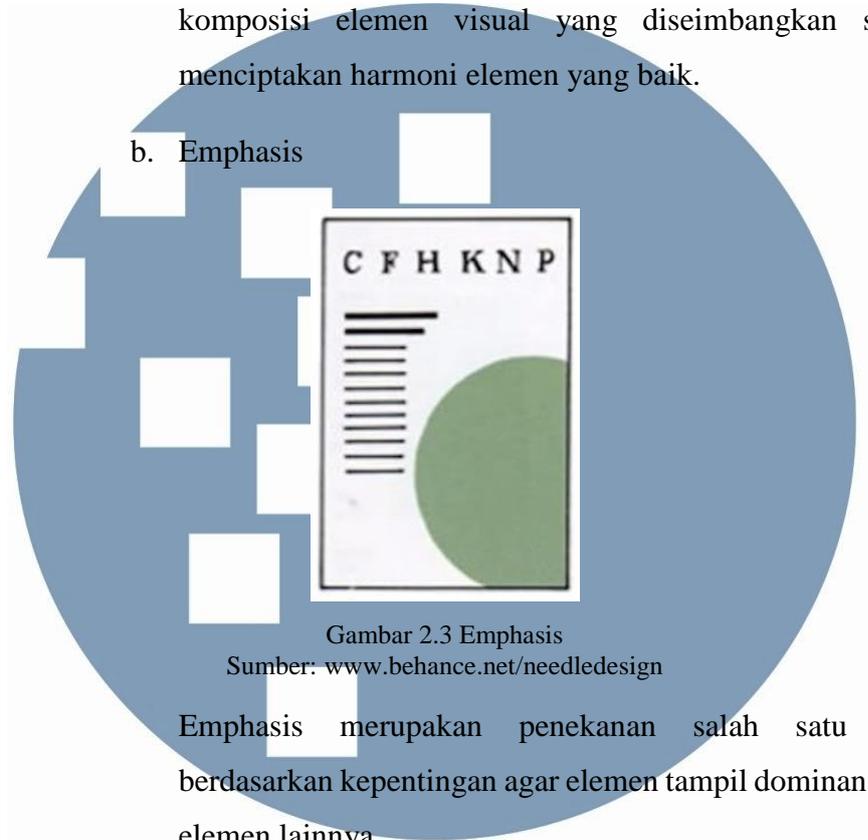
a. Balance



Gambar 2.2 Balance
Sumber: www.behance.net/needleddesign

Balance merupakan prinsip desain melalui penempatan komposisi elemen visual yang diseimbangkan sehingga menciptakan harmoni elemen yang baik.

b. Emphasis



Gambar 2.3 Emphasis

Sumber: www.behance.net/needledesign

Emphasis merupakan penekanan salah satu elemen berdasarkan kepentingan agar elemen tampil dominan diantara elemen lainnya.

c. Rhythm

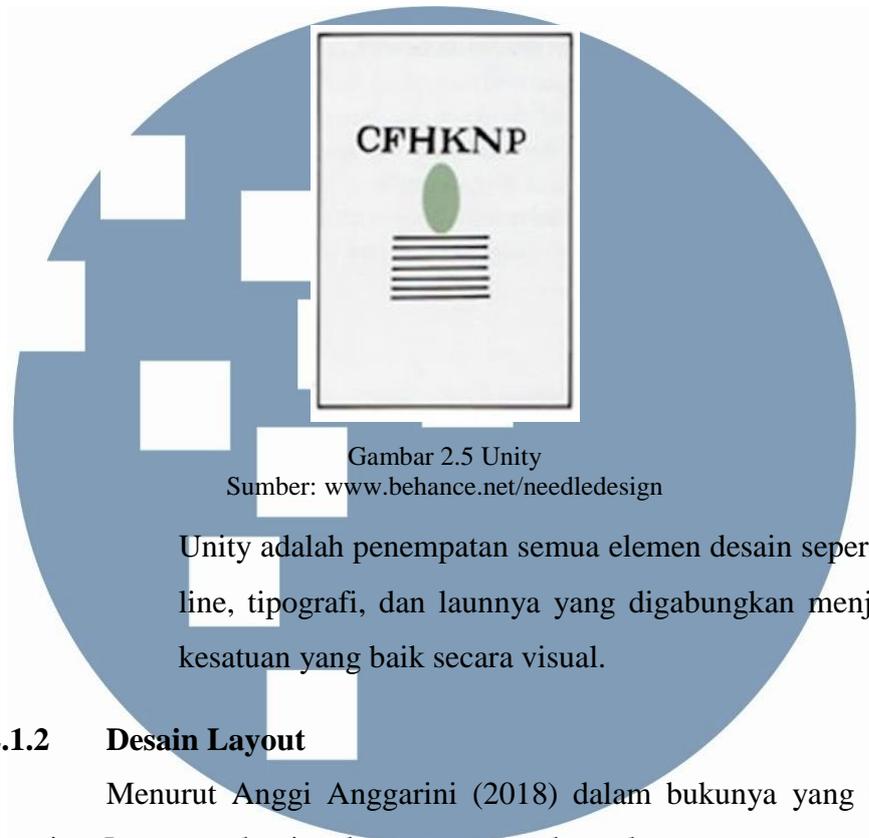


Gambar 2.4 Rhythm

Sumber: www.behance.net/needledesign

Rhythm adalah pengulangan dalam penerapan pengulangan elemen sehingga menimbulkan kesan penempatan elemen yang konsisten.

d. Unity



Gambar 2.5 Unity

Sumber: www.behance.net/needleddesign

Unity adalah penempatan semua elemen desain seperti shape, line, tipografi, dan lainnya yang digabungkan menjadi satu kesatuan yang baik secara visual.

2.1.2 Desain Layout

Menurut Anggi Anggarini (2018) dalam bukunya yang berjudul Desain Layout, desain layout merupakan kemampuan penyusunan, penempatan, atau penataan elemen desain yang menjadi kemampuan dasar untuk dipahami oleh seorang desainer grafis. Anggarini menyatakan bahwa desain layout digunakan secara luas dalam produk desain grafis dengan penerapan format, sistem grid, penempatan teks, penempatan gambar, sehingga menciptakan layout yang konseptual. Anggi Anggarini (2018) juga menyebutkan 2 kategori fungsi layout yaitu fungsi estetika dan fungsi Komunikasi.

a. Elemen Layout

Secara umum, elemen penyusun layout secara garis besar terdiri dari 3 elemen yaitu elemen teks, elemen visual, dan elemen yang tidak terlihat.



Gambar 2.3 Elemen Layout
 Sumber: Anggi Anggarini (2018)

1. Elemen Teks

Elemen teks merupakan elemen berupa tulisan yang diatur dan dimuat dalam media. Elemen teks berfungsi untuk memberikan penjelasan informasi secara jelas dan akurat sebagai bahasa yang dimengerti umum.

2. Elemen Visual

Elemen visual merupakan elemen lain selain elemen teks atau tulisan yang ada pada media layout. Elemen visual berfungsi sebagai pemberi informasi secara cepat melalui visual sebagai elemen pendukung maupun elemen utama.

3. Elemen tidak terlihat

Elemen tidak terlihat merupakan elemen yang mengacu pada margin atau grid media. Elemen ini tidak terlihat secara visual namun membantu dalam peletakan elemen lainnya.

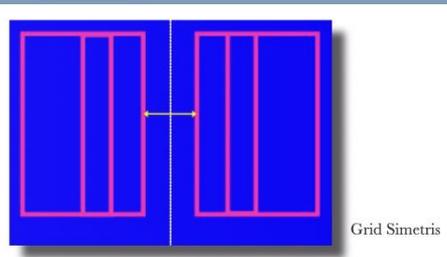
b. Sistem Grid

Elemen grid merupakan elemen tidak terlihat namun berperan penting pada tingkat keberhasilan proses desain layout. Sistem grid harus dirancang dengan baik dengan cara peletakan dan pengukuran lebar media elemen grafis.

1. Grid

Grid merupakan garis bantu untuk membantu dalam peletakan elemen layout yang dibedakan menjadi dua, yaitu grid simetris dan grid asimetris.

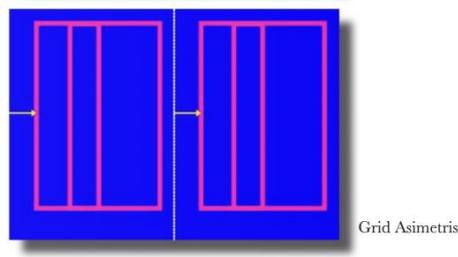
- Grid simetris



Gambar 2.4 Grid Simetris
Sumber: Anggi Anggarini (2018)

Grid simetris adalah grid dimana pembagian bagian kanan media merupakan cerminan pada bagian kiri.

- Grid asimetris



Gambar 2.5 Grid Asimetris
Sumber: Anggi Anggarini (2018)

Grid asimetris adalah grid dimana pembagian bagian kanan media bukan cerminan pada bagian kiri alias berbeda.

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. Jenis Grid

Secara garis besar, jenis grid merupakan variasi dari model garis bantu dalam peletakan elemen layout yang dibedakan menjadi 4, yaitu:

- Manuscript grid



Gambar 2.6 Manuscript Grid
Sumber: Anggi Anggarini (2018)

Manuscript grid merupakan jenis grid yang hanya menggunakan satu kolom dengan komposisi center dan menerapkan framing pada bagian margin media. Biasanya digunakan untuk media yang menerapkan banyak teks tetapi juga dapat diisi dengan elemen visual.

- Column grid

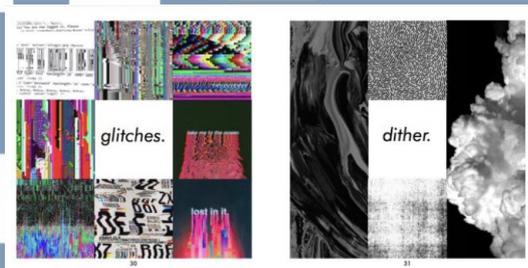


Gambar 2.7 Column Grid
Sumber: Anggi Anggarini (2018)

Column grid merupakan jenis grid yang menerapkan pembagian media menjadi kolom menggunakan garis-garis vertikal. Penggunaan column grid pada

umumnya digunakan untuk desain layout pada media yang lebih kompleks sehingga dapat mengintegrasikan gambar dengan teks dengan baik.

- Modular grid



Gambar 2.8 Column Grid
Sumber: Anggi Anggarini (2018)

Modular grid merupakan jenis grid yang menerapkan pembagian area kolom menggunakan garis vertikal dan horizontal sehingga membentuk bidang kotak-kotak yang jumlahnya dapat disesuaikan dengan elemen yang akan diletakan.

- No grid



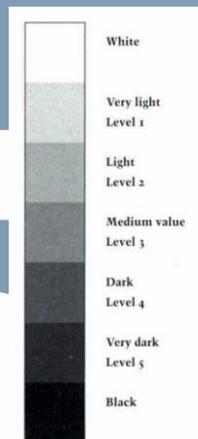
Gambar 2.9 No Grid
Sumber: Anggi Anggarini (2018)

No grid merupakan jenis grid yang tidak menerapkan adanya batasan grid secara vertikal maupun horizontal. Apabila media yang digunakan sudah dipenuhi dengan elemen visual yang hanya membutuhkan sedikit sentuhan desain layout, maka no grid dapat menjadi solusi yang baik.

2.2 Teori Warna

Menurut Betty Edwards (2004) dalam bukunya yang berjudul *Color: A course in mastering the art of mixing colors*, warna merupakan indikasi penting dalam desain yang didasari dari permainan kosakata warna dari roda warna yang akan membantu pemahaman prinsip dasar penggunaan warna. Dari warna yang sudah dipelajari di setiap dasar dan menjadi pengetahuan umum soal warna, adapun cara penggunaan warna untuk memahami penggunaan *value*, *intensity*, *harmony*, dan *contrast*.

2.2.1 Value



Gambar 2.10 Value
Sumber: Betty Edwards (2004)

Value merupakan skala tingkat keabu-abuan suatu warna. Skala ini diukur dari tingkat bertahap dari putih ke hitam. Skala keabu-abuan dianggap penting untuk menciptakan komposisi yang baik seperti terang gelap dengan cahaya yang paling terang hingga cahaya yang paling gelap.

2.2.2 Intensity & Hue



Gambar 2.11 Intensity
 Sumber: Betty Edwards (2004)

intensity merupakan terang atau redupnya suatu warna. Secara umum intensitas warna yang dibuat redup adalah dengan cara menambahkan warna hitam sebagai pelengkap dari warna aslinya.

2.2.3 *Harmony*



Gambar 2.12 Intensity
 Sumber: Betty Edwards (2004)

Harmoni dalam warna didefinisikan sebagai pengaturan pilihan warna yang menyenangkan untuk dilihat secara visual. Pemilihan warna dapat didapat dari perhitungan skala warna primer dengan turunan hue, intensitas, dan value.

2.2.3 Psikologi Warna

RED	ORANGE	YELLOW	GREEN	BLUE
Power Excitement Strength Power Passion Energy	Confidence Warmth Innovation, Friendliness Energy Bravery	Optimism Warmth Happiness Creativity Friendliness	Health Hope Nature Growth Freshness Prosperity	Trust Loyalty Dependability Logic Serenity Security
PURPLE	PINK	BROWN	BLACK	WHITE
Wisdom Luxury Wealth Spirituality Sophistication Royalty	Imaginative Passionate Transformation Balance Creativity	Serious Earthiness Reliability Authenticity Warmth Support	Sophistication Security Power Authority Substance	Cleanliness Clarity Purity Simplicity Freshness

Gambar 2.13 Psikologi Warna
Sumber: International design school

Menurut studi International Design School (2021), seni visual merupakan hal yang lekat dengan penggunaan warna untuk menunjukkan sifat, mood, serta sebuah suasana yang dibangun untuk memberikan perasaan dan makna kepada audiens. Adapula pengelompokan psikologi warna menjadi 10 dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Merah
Menyimbolkan gairah, keberanian, dan kekuatan.
2. Orange
Warna yang berhubungan dengan energi, ceria, dan keramahan.
3. Kuning
Menggambarkan optimisme, ceria, cerah, dan hal lain yang bersifat energi positif.
4. Hijau
Warna hijau identic dengan alamiah dan kesuburan sehingga melambangkan kesegaran, ketenangan, natural, dan kesehatan.
5. Biru
Biru merupakan warna yang menetralkan sehingga melambangkan perasaan keamanan, kesetiaan, dan kestabilan.
6. Ungu

Warna ungu dapat diartikan sebagai sebuah kekuasaan, kemewahan, kemegahan, sekaligus romantisme.

7. Merah Muda

Melambangkan feminine, kreatifitas, dan imajinatif.

8. Coklat

Memberikan kesan serius, ethnic, authentic, dan kehangatan.

9. Hitam

Warna hitam memiliki 2 sisi yaitu sebagai sisi integritas, kekuatan, dan premium serta sisi lain berupa kegelapan, kemuraman, serta ketertutupan.

10. Putih

Dikagorikan sebagai pewarnaan yang memberikan kesan seimbang dan damai sehingga memberi makna suci, harapan, dan sederhana.

2.3 Teori Tipografi

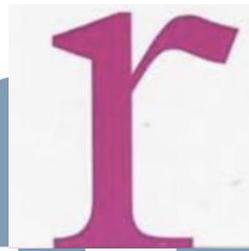
Menurut Rustan Suriyanto (2008) tipografi merupakan ilmu yang mempelajari huruf dan kegunaanya. Ambrose (2006) juga menyatakan bahwa teknologi yang semakin berkembang memiliki peran dalam pengaruh karakter huruf dengan dasar yang sama. Huruf memiliki pengklasifikasian yang dijelaskan sebagai berikut:

2.3.1 Klasifikasi huruf

Ambrose (2006) menyatakan bahwa klasifikasi huruf menjadi 4 yaitu serif, sans serif, script, dan modern.

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

a. Serif



Gambar 2.13 Serif
Sumber: Ambrose (2006)

Serif merupakan huruf dengan sirip di setiap sudut huruf.

b. Sans Serif



Gambar 2.14 Sans Serif
Sumber: Ambrose (2006)

Sans Serif merupakan huruf tanpa sirip disudut huruf yang juga memiliki nama lain *Doric*, *Sans Surryph*, dan *Grotesque*.

c. Script



Gambar 2.15 Script
Sumber: Ambrose (2006)

Script merupakan huruf yang dibuat menyerupai bentuk huruf hasil tulisan tangan.

d. Modern



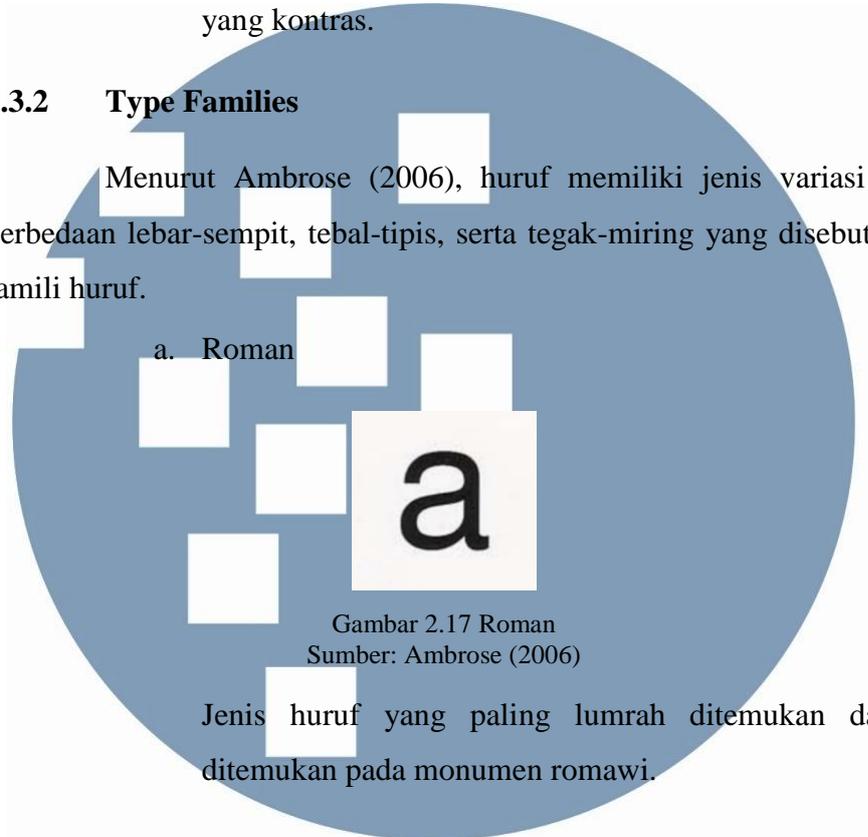
Gambar 2.16 Modern
Sumber: Ambrose (2006)

Modern merupakan huruf yang memiliki goresan tipis tebal yang kontras.

2.3.2 Type Families

Menurut Ambrose (2006), huruf memiliki jenis variasi dengan perbedaan lebar-sempit, tebal-tipis, serta tegak-miring yang disebut dengan famili huruf.

a. Roman



Gambar 2.17 Roman
Sumber: Ambrose (2006)

Jenis huruf yang paling lumrah ditemukan dan juga ditemukan pada monumen romawi.

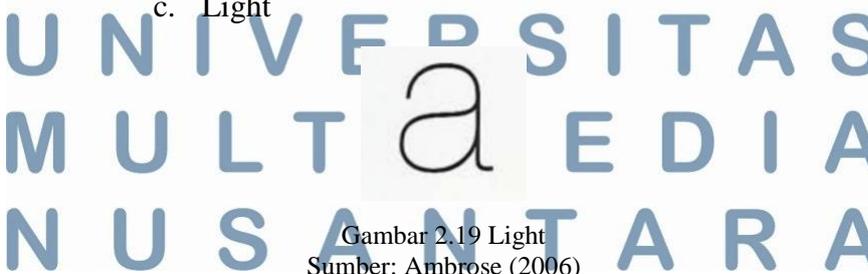
b. Italic



Gambar 2.18 Italic
Sumber: Ambrose (2006)

Jenis huruf dengan karakteristik kemiringan yang dominan dan sudut kemiringan dapat bervariasi.

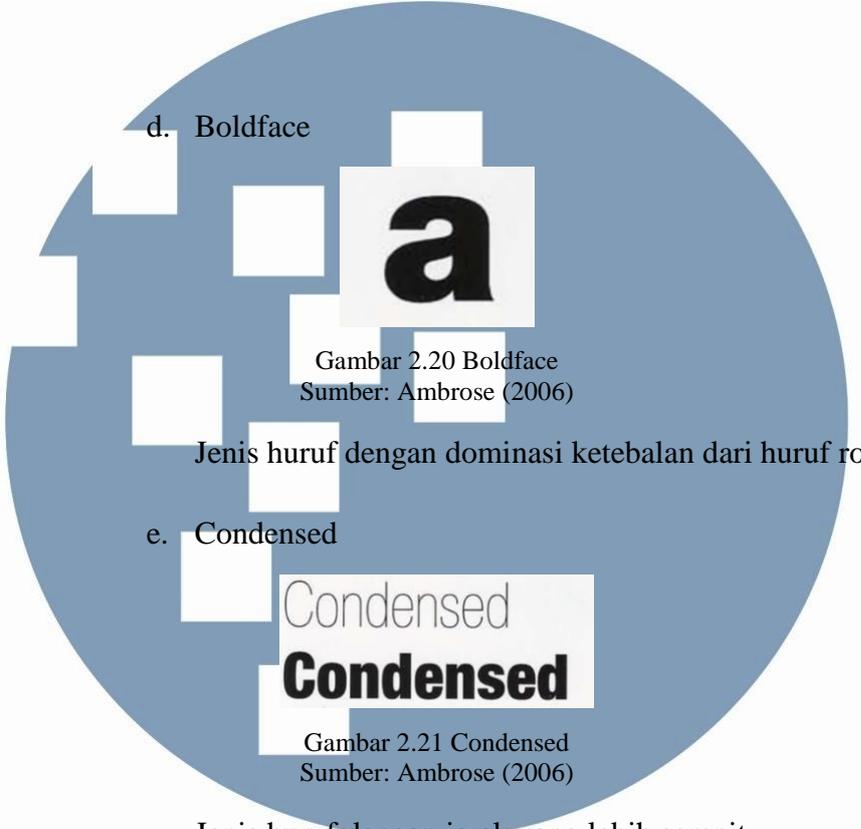
c. Light



Gambar 2.19 Light
Sumber: Ambrose (2006)

Jenis huruf dengan dominasi ketipisan dari huruf roman.

d. Boldface

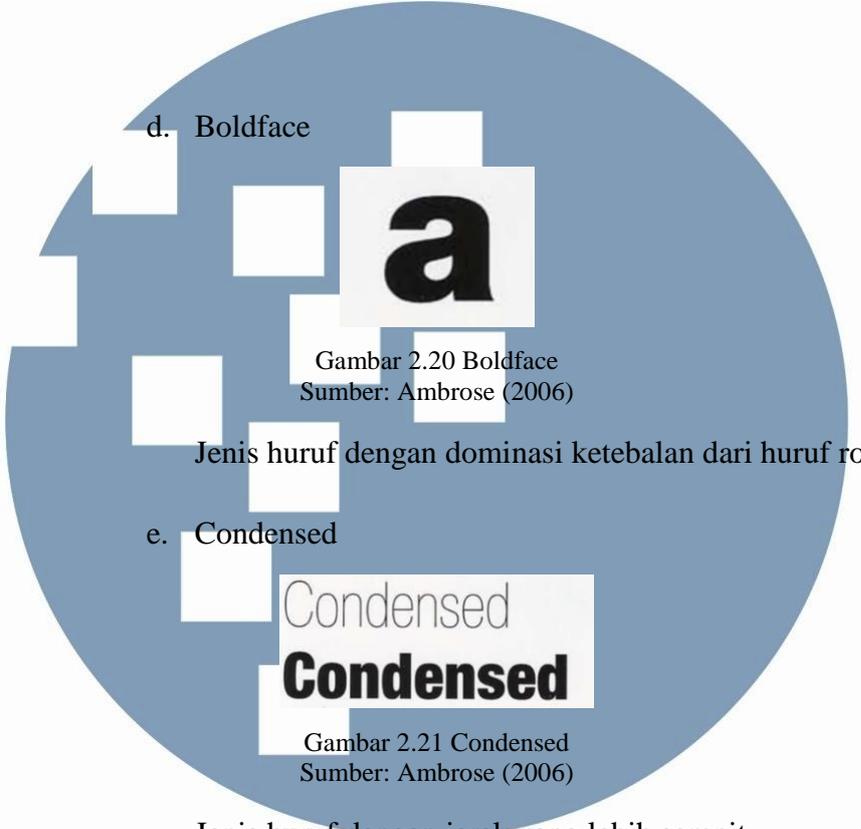


a

Gambar 2.20 Boldface
Sumber: Ambrose (2006)

Jenis huruf dengan dominasi ketebalan dari huruf roman.

e. Condensed

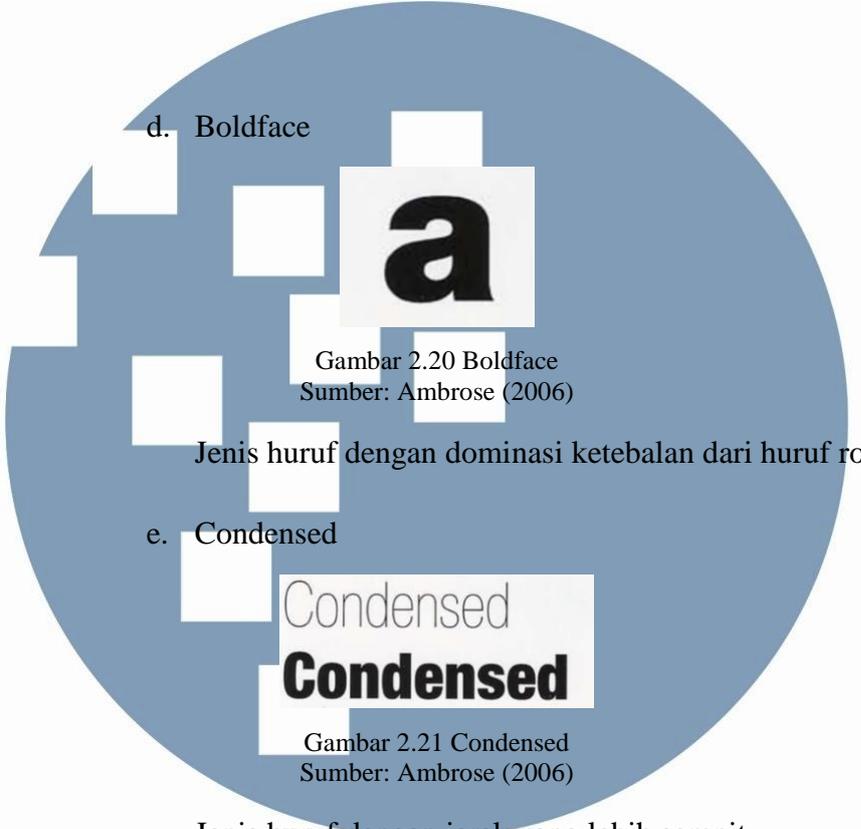


Condensed
Condensed

Gambar 2.21 Condensed
Sumber: Ambrose (2006)

Jenis huruf dengan jarak yang lebih sempit.

f. Extended



Extended
Extended

Gambar 2.22 Extended
Sumber: Ambrose (2006)

Jenis huruf dengan komposisi yang lebih lebar.

U N I V E R S I T A S

2.3.3 Prinsip Tipografi

Menurut Danton Sihombing (2015), huruf memiliki tata cara penggunaan atau pengaplikasiannya. terdapat 2 pedoman pengaplikasian

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

huruf yaitu *readability* (tingkat keterbacaan huruf) dan *legibility* (tingkat kejelasan antar huruf).

2.4 Teori Media

Menurut Kelley, Jugenheimer & Sheean (2015) dalam bukunya yang berjudul *Advertising Media Planning 4th Edition*, Perencanaan media yang efektif akan menghubungkan informasi dengan konsumen dengan baik. Oleh karena itu, pemilihan media harus berdasarkan kebutuhan audiens maka dari itu harus diterapkan perencanaan pemilihan media dengan sebaik mungkin. Sebagai salah satu aspek penting dari komunikasi, media dapat menghubungkan pesan dengan audiens melalui berbagai jenis saluran media sebagai berikut:

2.4.1 Video Media

Merajuk dari media dengan bentuk video yang umum digunakan adalah televisi, penyampaian pesan pengiklanan melalui video akan sangat efektif dilakukan karena menjangkau audiens secara luas.

2.4.2 Audio Media

Audio media merupakan media yang hanya bisa didengar seperti radio konvensional dan radio online seperti streaming yang hanya menjangkau audiens secara lokal karena keterbatasan satelit pemancar sinyal di wilayah tertentu.

2.4.3 Print Media

Print media merupakan adalah media cetak tradisional yang sebenarnya dapat diakses secara online seperti surat kabar/koran, majalah, dan media cetak serupa lainnya. Konten dari media cetak tradisional dapat ditemukan oleh audiens secara luas terlebih lagi mengingat pada masa kini dapat diakses secara online.

2.4.4 Out-of Home Media

Media lain seperti televisi, radio, koran, majalah, dan media sosial dapat dilihat dan diakses saat audiens berada di dalam rumah. Namun beberapa jenis media tersedia di luar dalam segi penempatannya yaitu tepatnya di luar rumah seperti billboard, videotron, banner atau media lain yang pada umumnya membutuhkan teknologi tinggi dengan rencana yang lebih kreatif dan besar.

2.5 Teori Media Informasi

Menurut Joseph Turow (2014) media merupakan sarana penghubung dan informasi merupakan bahan pengungkap keadaan fakta. Secara garis besar, jika digabungkan pengertian dari media dan informasi maka media informasi merupakan media yang digunakan untuk menyusun dan mengumpulkan informasi agar memiliki manfaat untuk masyarakat.

2.5.1 Jenis Media Informasi

Menurut Ulfa (2021) jenis media informasi dapat dibedakan menjadi 3 dengan perbedaan jangkauan audiens, yaitu:

a. Above The Line

Above the line merupakan jenis media dengan jangkauan audiens luas tetapi tidak terdapat interaksi langsung dengan audiens seperti televisi, radio, billboard, majalah, dan koran.

b. Below The Line

Below the line merupakan jenis media dengan jangkauan audiens yang terbatas dan terdapat interaksi langsung dengan audiens seperti email dan acara pameran.

c. Through The Line

Through the line merupakan jenis baru media dengan jangkauan audiens luas yang merupakan percampuran dari *above* dan *below the line* seperti website, banner, dan video.

2.5.2 Penyebaran Media Informasi

Menurut Ulfa (2021) jenis media informasi dapat dibedakan menjadi 3 dengan perbedaan jangkauan audiens, yaitu:

a. *Traditional Mass Media*

Media yang disebar dengan jangkauan yang luas dan acak tetapi disesuaikan dengan minat dari audiens pada media yang tertentu untuk membangun loyalitas audiens.

b. *Non-traditional Mass Media*

Media yang disebar dengan jangkauan yang luas namun menggunakan kebaruan teknologi tetapi secara lebih acak dan tidak spesifik kepada audiens tipe tertentu.

c. *Online Media*

Media yang disebar dengan jangkauan internet menggunakan perangkat teknologi masing-masing yang dapat diakses audiens.

d. *Specialized Media*

Media yang disebar khusus untuk audiens yang ditentukan tipenya berdasarkan minat mereka.

2.6 Teori Website

Dalam artikel yang dimuat oleh Dinas Pendidikan (2012) dengan judul *Pemberdayaan Website Sebagai Media Informasi Yang Ramah Lingkungan*, website dikatakan merupakan media informasi terkini yang mengandalkan sistem kemajuan teknologi yang dapat menyelamatkan lingkungan dari segi bahan baku media dibandingkan dengan media informasi konvensional yang masih dicetak

menggunakan kertas. Dalam artikel tersebut dikatakan juga bahwa media website merupakan media penyebaran informasi yang akurat dan *sustain* karena informasi yang ada didalam website bersifat *real time* atau informasi dalam website memiliki karakter yang dapat diakses kapanpun, dimanapun, dan sampai kapanpun.

Selain itu, menurut Kurniawan, Budjiono & Yunus (2020) dalam jurnalnya yang berjudul *Pengembangan Web sebagai Media Informasi dan Media Promosi*, mengatakan bahwa website merupakan suatu wadah penampung informasi yang dapat diakses oleh seluruh individu di seluruh dunia dengan komponen visual gambar, teks, animasi, atau ilustrasi sehingga website merupakan media informasi yang menarik untuk dilihat dan dikunjungi. Maka dari itu, penulis memilih media informasi berupa website karena media website dirasa dapat mengusung tema ramah lingkungan dengan sifatnya yang realtime serta menarik secara visual untuk dapat diakses dengan mudah oleh target audiens.

2.6.1 Tipe Website

Menurut Sebok, Vermat, dan tim (2018) website merupakan halaman pada jejaring internet yang didalamnya terdapat dokumen dan gambar yang tersimpan di dalam *web server* yang dapat diakses melalui *browser* yang mendapatkan informasi dari server. Ada Pula beberapa tipe website yang dijelaskan sebagai berikut:

1. *Search Engines*

Search engines merupakan software penemu situs website, halaman website, gambar, video, berita, peta, dan informasi lain dengan topik tertentu.

2. *News, Weather, Sports, and Other Mass Media*

Situs website yang berisi materi yang memiliki bobot berita masal yang memiliki kaitan kejadian terkini, kehidupan, uang, politik, cuaca, dan olahraga.

3. *Educational*

Situs yang berisi bobot pelajaran dan media pembelajaran formal maupun informal.

4. *Business, Governmental, and Organizational*

Situs website yang berisi konten yang memberikan latar belakang sebuah perusahaan jasa maupun produk.

5. *Banking and Finance*

Banking and finance merupakan website untuk mengelola aktivitas keuangan pada user melalui koneksi internet.

6. *Travel and Tourism*

Jenis website untuk mengatur sebuah pariwisata atau perjalanan bagi user dengan estimasi akurat mengenai perjalanan, harga penerbangan, maskapai penerbangan, hotel, kendaraan, dan lainnya terkait pariwisata.

7. *E-Commerce*

Jenis website *e-commerce* merupakan jenis website untuk sebuah transaksi bisnis melalui perangkat yang dimiliki setiap user.

2.6.2 Elemen Media Website

Sebok & Vemak (2018) juga menyatakan bahwa halaman website selalu menyertakan multimedia yang menggabungkan elemen teks dengan elemen media yang meliputi:

1. Grafik

Grafik merupakan visual dalam bentuk gambar, foto, tulisan, dan lainnya yang berupa elemen utama maupun tambahan untuk menjelaskan topik pada website.

2. Animasi

Animasi merupakan bentuk grafik yang memiliki kesan 3D yang dapat bergerak

3. Audio

Audio pada website dapat berupa latar belakang musik ataupun suara lain yang mendukung topik atau use experience.

4. Video

Elemen yang menjelaskan topik maupun diluar topik dengan format audio dan grafik.

2.6.3 *User Interface*

Menurut Wilbert O. Galitz (2007) dalam bukunya yang berjudul *The Essential Guide To User Interface 3th Edition*, user interface merupakan bagian perangkat lunak dari komputer yang dapat disentuh, didengar, dan dilihat untuk berinteraksi oleh manusia yang menjadi mekanisme tampilan antarmuka. Perancangan antarmuka (*interface*) terdapat prinsip yang wajib terdapat didalamnya. Terdapat 17 prinsip yang umum dalam perancangannya yaitu:

1. *User Compatibility*

Prinsip dimana interface harus dibangun untuk kompatibilitas dengan psikologi dasar pengguna yang dituju.

2. *Product Compatibility*

Prinsip yang mengharuskan produk interface harus didesain dengan baik dan selalu dipertahankan.

3. *Task Compatibility*

Sistem yang dibangun dalam interface harus menyelesaikan semua tugas yang dibutuhkan pengguna.

4. *Workflow Compability*

Sistem yang dibangun wajib terorganisir antar transisi dari *interface*.

5. *Consistency*

Prinsip konsistensi terhadap tampilan interface agar pengguna dapat menganalogikan dengan baik.

6. *Familiarity*

Konsep dan pengaturan interface harus mudah dipahami pengguna.

7. *Simplicity*

Interface harus menghadirkan tampilan yang sederhana sehingga tidak terdapat sistem yang gagal dipahami pengguna. Tidak semua harus ada didalam tampilan interface.

8. *Direct Manipulation*

Pengguna dapat memonitor aktivitas nya pada objek yang dikenalnya secara langsung pada interface.

9. *Control*

Menggunakan sedikit saja CTA control agar tidak membeani pengguna dalam tampilannya.

10. *What You See Is What You Get*

Adanya kesinambungan antara tampilan yang dilihat pengguna dengan apa yang didapat oleh pengguna.

11. *Flexibility*

Memberikan pengguna kemungkinan bereksplorasi yang tinggi pada tampilan interface.

12. *Responsive*

Responsif terhadap input dari pengguna saat pengguna berinteraksi secara langsung dengan interface.

13. *Invisible Technology*

Menghadirkan tampilan yang teknisnya tidak terlihat tetapi dikenali secara baik seperti cara mendownload atau next pada tampilan interface.

14. *Robustness*

Kuat dari segala kesalahan yang dapat di minimalisir secara sistem.

15. Protection

Harus menyediakan proteksi kesalahan secara alamiah untuk pengguna seperti lupa kata sandi dan proteksi secara privasi.

16. Easy of Learning

Sistem harus mudah di pelajari dan dipahami secara keseluruhan.

17. Easy of Use

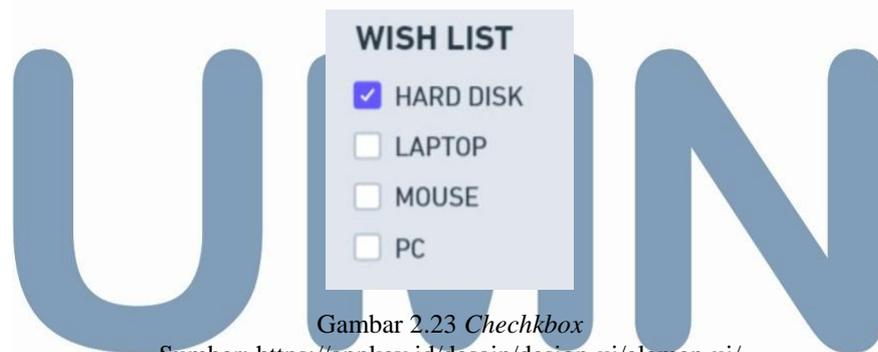
Sistem harus mudah digunakan untuk pengguna secara keseluruhan.

Adapula menurut Dika APPKEY (2022) dalam laman mengenai elemen UI menjelaskan terdapat elemen yang wajib diketahui oleh desiner yang nantinya akan membangun experiences dengan baik yaitu:

1. Input Control

Elemen yang akan menerima input dari pengguna yang dikategorikan sebagai berikut:

- *Checkbox*

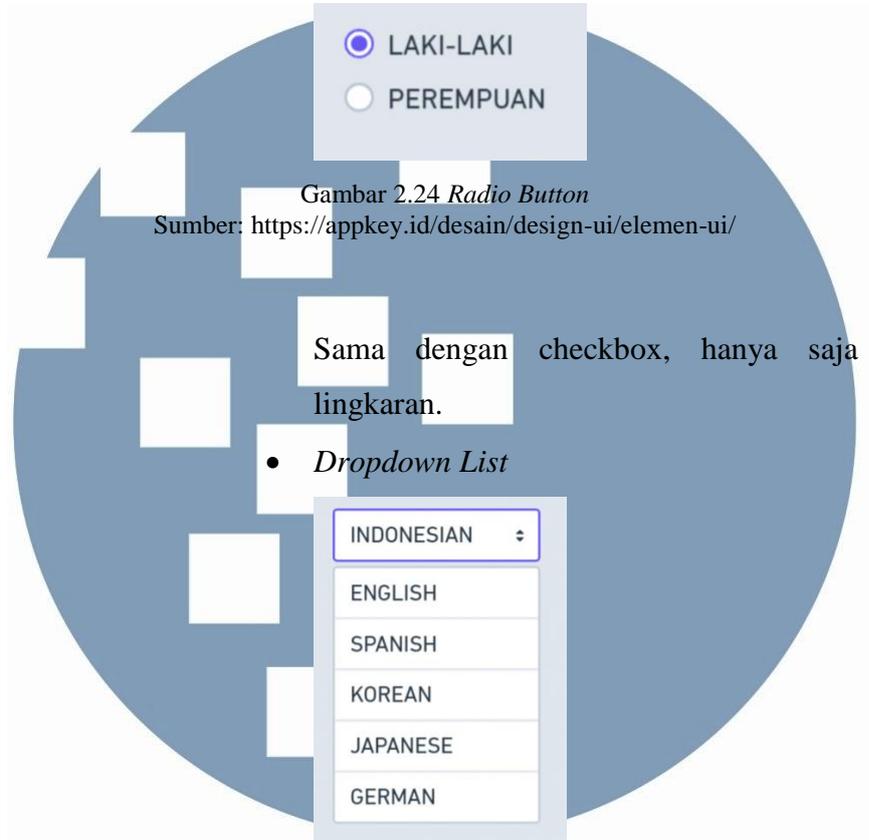


Gambar 2.23 *Checkbox*

Sumber: <https://appkey.id/desain/design-ui/elemen-ui/>

Pengguna dapat mencentang kotak pada bagian *section* yang dipilih.

- *Radio Button*

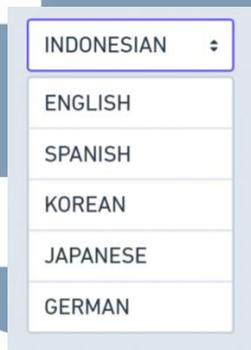


Gambar 2.24 *Radio Button*

Sumber: <https://appkey.id/desain/design-ui/elemen-ui/>

Sama dengan checkbox, hanya saja berupa lingkaran.

- *Dropdown List*

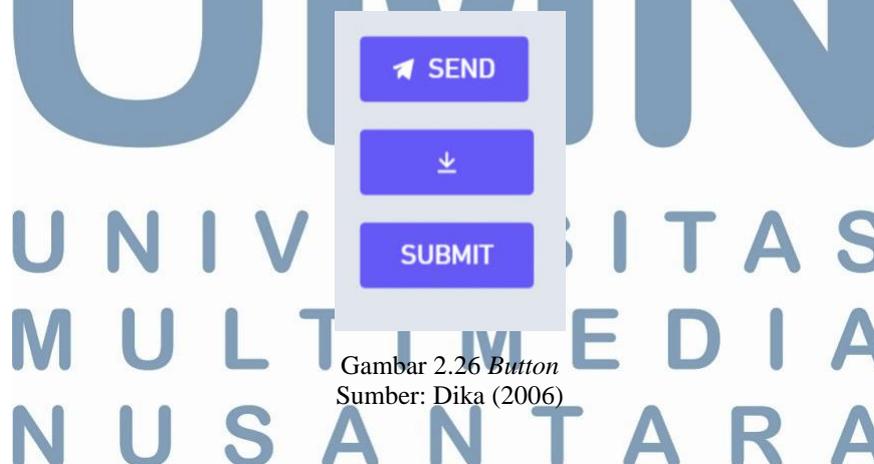


Gambar 2.25 *Dropdown List*

Sumber: Dika (2006)

Pilihan dengan list yang memanjang kebawah ketika di klik.

- *Button*



Gambar 2.26 *Button*

Sumber: Dika (2006)

Pilihan aksi dengan *single* atau *independent command*.

- *Text Field*



Gambar 2.27 *Text Field*

Sumber: <https://appkey.id/desain/design-ui/elemen-ui/>

Pilihan untuk pengguna dapat mengisi karakter text.

- *Toggles*



Gambar 2.28 *Toggles*

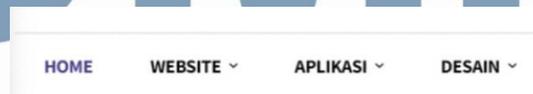
Sumber: <https://appkey.id/desain/design-ui/elemen-ui/>

Pilihan dengan konsep seperti on/off dengan satu pilihan dimasing-masing aksi.

2. *Navigation Component*

Kategori elemen yang berfungsi membantu navigasi pengguna pada user interface.

- *Navigation Bar*



Gambar 2.29 *Navigation Bar*

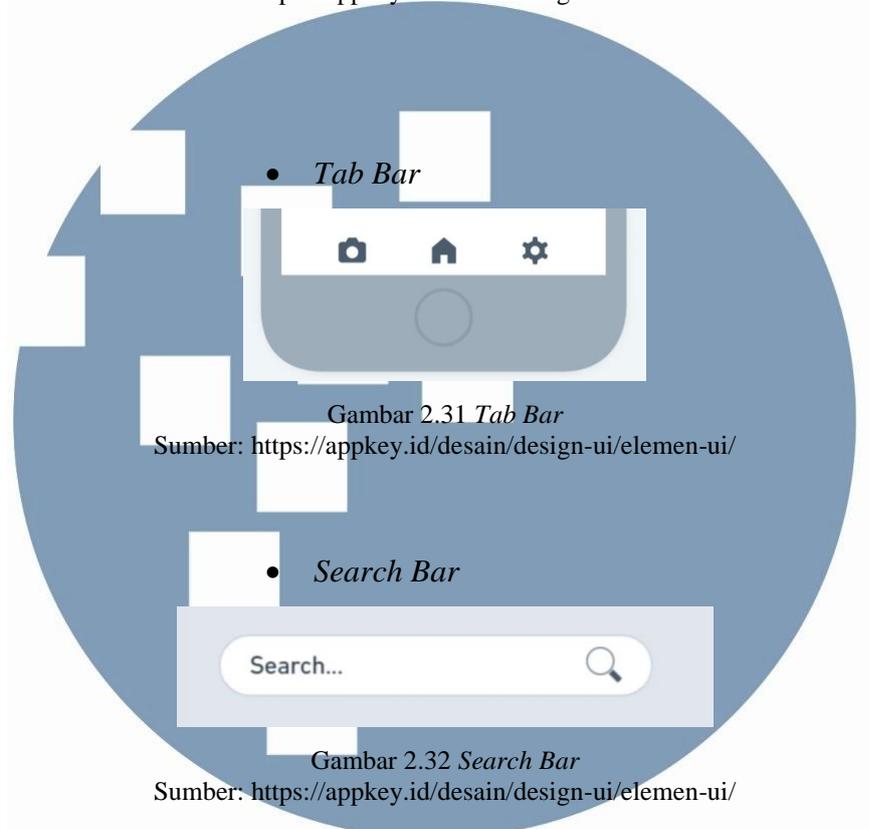
Sumber: <https://appkey.id/desain/design-ui/elemen-ui/>

- *Side Bar*



Gambar 2.30 *Side Bar*

Sumber: <https://appkey.id/desain/design-ui/elemen-ui/>



Gambar 2.31 *Tab Bar*

Sumber: <https://appkey.id/desain/design-ui/elemen-ui/>

• *Search Bar*

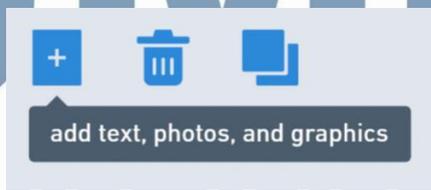
Gambar 2.32 *Search Bar*

Sumber: <https://appkey.id/desain/design-ui/elemen-ui/>

Informational Component

Kategori elemen yang mengandung informasi penjelas dari beberapa icon ataupun informasi notifikasi kepada pengguna yang bersifat informatif.

• *Tooltips*



Gambar 2.33 *Tooltips*

Sumber: <https://appkey.id/desain/design-ui/elemen-ui/>

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

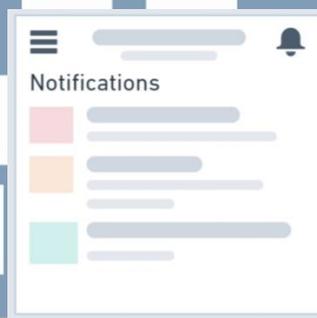
- *Progress Bar*



Gambar 2.34 *Progress Bar*

Sumber: <https://appkey.id/desain/design-ui/elemen-ui/>

- *Notification*



Gambar 2.35 *Notifications*

Sumber: <https://appkey.id/desain/design-ui/elemen-ui/>

2.6.4 *User Experiences*

Menurut Arief Budiaman (2018) dalam penelitiannya, *user experiences* adalah ilmu yang mempelajari apa yang dirasakan pengguna dalam proses penggunaan suatu sistem agar tercapai kepuasan setelah pengalaman pengguna dalam menggunakan suatu sistem yang telah dibangun. Proses ini memerlukan evaluasi dari pengguna dan terdapat proses *trial error* yang menjadikan sistem sempurna ketika di gunakan oleh pengguna. *User experiences* akan selalu diperbarui berdasarkan kebutuhan pengguna sehingga akan selalu mengalami pembaruan dan penyesuaian dalam tampilannya. Terdapat 2 prinsip utama yang menjadi faktor krusial dari desain *user experiences*, yaitu *functionality* dan *usability*.

1. *Functionality*

Prinsip yang mengutamakan fungsi agar efektif dan efisien dalam mencapai tujuan agar pengguna merasa puas dalam pemenuhan kebutuhannya di suatu sistem yang dibangun.

2. *Usability*

Prinsip kegunaan suatu sistem yang dapat mudah dimengerti oleh pengguna secara general.

Menurut Hidayati (2021), secara umum *user experiences* lekat dengan pengguna secara scenario penggunaan dan interaksi sehingga aplikasi dapat menjadi solusi dari masalah yang dirasakan oleh pengguna. Skenario pengguna disebut dengan *user journey map*. Untuk menentukan sebuah *user journey map* harus didasari dengan persona pengguna atau disebut juga dengan user persona sebagai basic dari bingkai skenario yang akan dirancang.

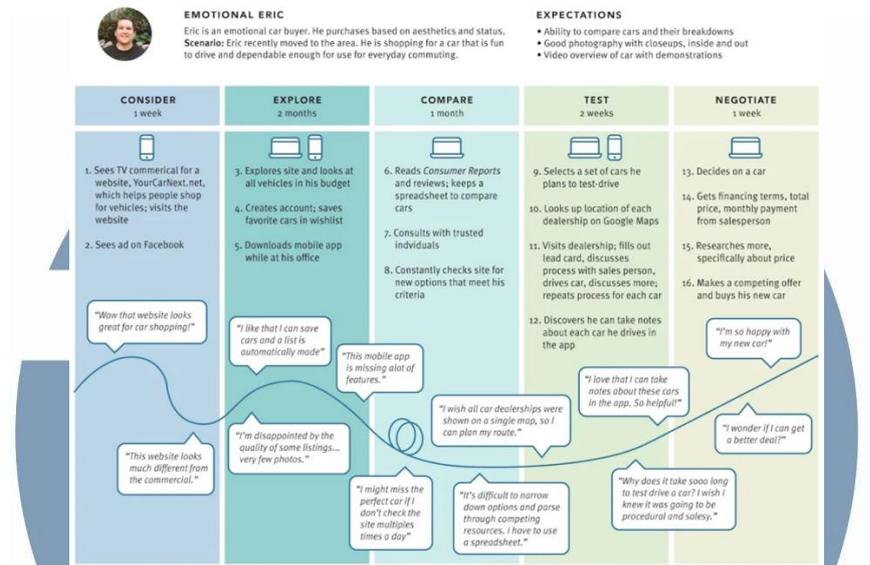


Gambar 2.36 *User Persona*
Sumber: Persona.qcri (2021)

User persona merupakan kerangka yang memudahkan dalam pemetaan user journey map dengan cara mendalami kebutuhan, kebiasaan, kesulitan, ketertarikan, dan observasi perspektif lain mengenai user. Persona dengan perspektif user akan menyederhanakan pengelompokan hal-hal yang akan dirancang pada aplikasi antarmuka.

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

CUSTOMER JOURNEY MAP *Shopping for a New Car*



Gambar 2.37 *User Journey Map*
Sumber: Persona.qcri (2021)

User Journey Map berfungsi untuk *tracking* bagaimana user menggunakan aplikasi yang telah dirancang dan user akan memiliki pengalaman ketika sedang berinteraksi pada site yang telah disajikan. *User journey* yang baik dapat memberikan solusi untuk kesulitan mereka, sehingga *user journey* harus ditinjau berdasarkan *user persona*.

2.7 Fotografi

Menurut Newhall (2005), fotografi merupakan proses menghasilkan gambar dari objek sungguhan dengan cara merekam pantulan cahaya pada media yang peka terhadap cahaya. Prinsip dari fotografi adalah memfokuskan cahaya menggunakan bantuan bias untuk membakar media penangkap cahaya sehingga menghasilkan bayangan yang identik dengan objek sesungguhnya. Untuk menghasilkan karya fotografi, diperlukan alat bantu kamera.

Untuk menghasilkan sebuah karya fotografi, pengaturan kamera merupakan hal yang penting. Kamera memiliki beberapa pengaturan intensitas cahaya dengan kombinasi *ISO Speed*, *Aperture*, *Shutter Speed* yang digabungkan menjadi *exposure*.

1. *ISO Speed*

Sensitifitas sensor kamera kepada intensitas cahaya alami.

2. *Aperture*

Ukuran besar kecilnya bukaan lensa ketika proses penangkapan cahaya pada kamera.

3. *Shutter Speed*

Rentang waktu atau cepat lambatnya waktu jendela lensa didepan sensor ketika kamera terbuka.

Pengambilan fotografi memiliki Teknik yang beragam, seperti *framing*, *depth of field*, pencahayaan, dan RAW processing yang di lakukan sesuai kebutuhan fotografi.

- Framing merupakan teknik dengan menempatkan objek foto pada bagian dalam dengan Batasan ruang antara objek utama.

- Depth of field

Teknik dengan variasi kefokusan yang kontras antara objek utama dengan objek pendukung yang terlihat melalui perbedaan focus.

- Pencahayaan

Teknik dengan permainan cahaya seperti *under* dan *over exposure* sehingga menciptakan gelap terang pada foto yang dihasilkan.

2.8 Videografi

Menurut Zakaria M. (2022) videografi merupakan media untuk merekam sebuah kejadian yang dirangkum kedalam suatu gambar atau suara sehingga dapat dinikmati secara audio dan visual setelah melalui proses editing untuk menambah kesan dan makna yang dapat dinikmati. Teknik video grafi tidak jauh berbeda dengan teknik fotografi, hanya saja visual yang diciptakan mengandung gerakan. Adapula format videografi pada era digital ini adalah betacam, mini dy, hdd, dan dvd. Kunci videografi adalah proses editing menggunakan tambahan aplikasi editing video seperti:

- Adobe Premier Pro
- Sony Vegas
- Final Cut Pro
- DaVinci Resolve
- Blender

2.9 Sayur Organik

Menurut Pracaya dan Kartika (2016), sayur organik merupakan jenis sayuran yang di budidaya dengan teknik alamiah tanpa menggunakan pestisida kimia dan pupuk yang diproduksi untuk menghadirkan bahan pangan yang aman dikonsumsi untuk kesehatan dan menjaga lingkungan secara jangka panjang. Sayur organik memiliki banyak sekali kebaikan yang dapat bermanfaat untuk tubuh. Pasar sayur organik yang mulai bertumbuh menarik konsumen untuk kemudian beralih kepada sayur organik dibanding sayur biasa. Adapula hal yang berguna bagi konsumen sayur organik adalah sebagai berikut:

1. Konsumsi

Menurut Kusnaldi (2023), bagi konsumen yang mengkonsumsi sayur organik memiliki perbedaan rasa dimana rasa sayur organik sedikit lebih manis dan segar dari sayur biasa. Sehingga secara rasa, sayur organik memiliki keunggulan untuk konsumen.

2. Cara Penyimpanan

Cara penyimpanan dari sayur organik juga memiliki sedikit perbedaan secara efisiensi waktu. Penyimpanan sayur organik memiliki masa layu yang lebih lama dari sayur biasa, sehingga konsumen dapat mengemat waktu, biaya, dan bahan baku masakan.

3. Cara Mendapatkan

Pada masa kini, mendapatkan sayur organik bukan hal yang sulit sehingga sayur organik akan mudah ditemukan di berbagai titik di pasar tradisional maupun pasar modern. Bahkan di era yang semakin maju, sayur organik juga bisa didapatkan secara pemesanan online.

4. Cara Pengolahan

Cara pengolahan sayur organik juga mengefisien waktu, dimana tidak perlu dimasak terlalu lama dan dapat diolah menjadi banyak jenis masakan yang ramah untuk anak dan keluarga. Ragam cara pengolahan dapat dikreasi dengan masing-masing menu yang ada.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA