

BAB II

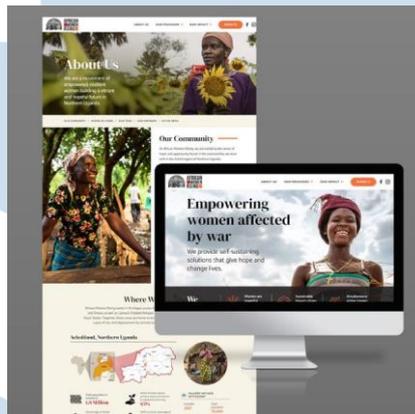
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori A Keilmuan DKV

2.1.1 Prinsip Desain

Menurut buku “*Graphic Design Solution 6th Edition*” (2018) karya Robin Landa, terdapat beberapa prinsip desain seperti :

- 1) *Format* : format berbicara mengenai sebuah bidang atau media yang digunakan dalam sebuah karya. Hal ini bisa berupa kertas, canvas, *website*, dan lainnya.



Gambar 2.1 Format Desain
Sumber: the-medium.net

- 2) Keseimbangan (*Balance*) : keadaan dimana terdapat keharmonisan dan kestabilan didalam sebuah karya. Hal ini tercipta karena adanya penempatan elemen-elemen visual yang sesuai dan pada tempatnya, sehingga menciptakan keseimbangan.

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 2.2 Balance
Sumber: kimp.io (2020)

- 3) Hirarki Visual (*Visual Hierarchy*) : hirarki visual merupakan penanda yang digunakan agar audiens bisa mengetahui urutan atau flow sebuah informasi dan pesan yang diinginkan dalam sebuah desain. Penempatan elemen desain ditentukan sesuai emphasis atau seberapa pentingnya elemen tersebut dalam penyampaian pesan.



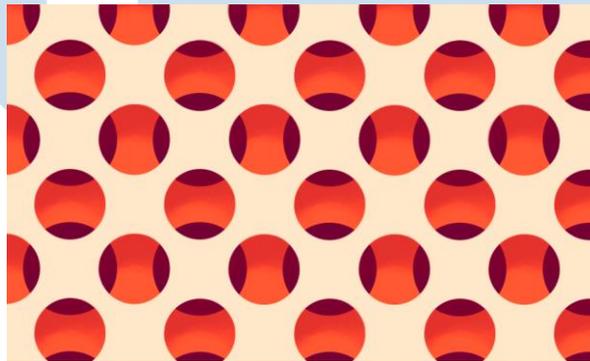
Gambar 2.3 Hirarki Visual
Sumber: Appleton.creative

- 4) *Emphasis* : menciptakan penekanan di suatu elemen desain agar jadi mencolok dan pusat perhatian yang akan dilihat oleh audiens.



Gambar 2.4 Emphasis
Sumber: interactive-design.org (2016)

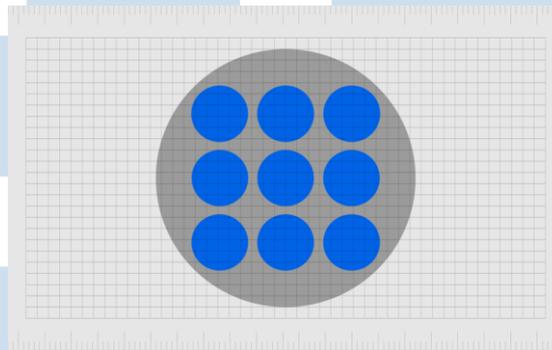
- 5) Ritme (*Rhythm*) : penggunaan atau penempatan sebuah elemen visual yang berulang-ulang, layaknya ritme yang ada di musik. Elemen visual yang repetitif nantinya akan membuat sebuah pola baru yang menjadi irama dari karya tersebut.



Gambar 2.5 Rhythm
Sumber: outcrowd.io (2020)

UIMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

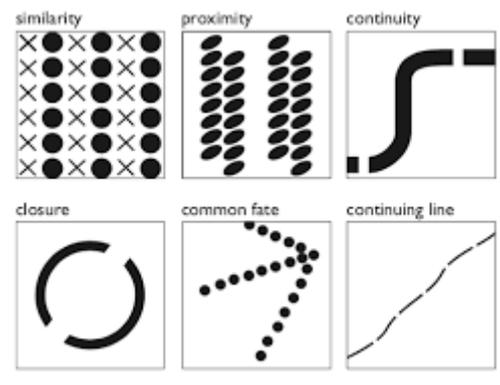
- 6) Kesatuan (*Unity*) : Bagaimana seluruh elemen visual yang berada didalam sebuah karya dapat terhubung dan memiliki keterkaitan satu sama lainnya. Hal ini lah yang akan menciptakan kesatuan desain tersebut.



Gambar 2.6 Unity
Sumber: Fabrikbrands.com

- 7) *Laws of Perceptual Organization*: hukum desain yang perlu diperhatikan menurut Robin Landa. Terdapat 6 aturan berupa :
- Similarity* : berbagai macam elemen visual yang memiliki banyak kesamaan sehingga dilihat sebagai suatu perpaduan.
 - Proximity* : berbagai macam elemen visual yang memiliki jarak yang dekat dengan elemen visual lainnya. Hal ini membuat sebuah perpaduan yang baru.
 - Continuity* : berbagai macam elemen visual yang hadir untuk menjadi kelanjutan dari elemen visual sebelumnya. Hal ini akhirnya akan membuat sebuah pergerakan atau keberlanjutan.
 - Closure* : tendensi pikiran manusia untuk menghubungkan berbagai elemen visual menjadi sebuah bentuk yang baru.
 - Common Fate* : berbagai macam elemen visual yang dilihat sebagai suatu unit yang sama jika mereka bergerak ketujuan yang sama.
 - Continuing Line* : garis seringkali dilihat bergerak mengikuti jalur yang paling sederhana, jika garis tersebut terpotong,

orang akan melihat hal tersebut sebagai sebuah pergerakan yang terhenti dibandingkan hanya dua garis yang terpisah.



Gambar 2.7 Laws of Perceptual Organization
Sumber: Landa (2014)

2.1.2 Prinsip Tipografi

Menurut buku “*Stop, Think, Go, Do: How Typography and Graphic Design Influence Behavior*” (2012) oleh Steven Heller, prinsip tipografi adalah sebagai berikut :

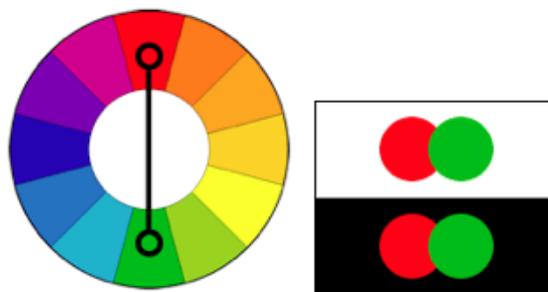
- 1) *Inform* : bagaimana sebuah tipografi bisa memberikan pesan atau informasi kepada target audiens, dan audiens tersebut merasakan emosi yang diberikan dari pesan tersebut.
- 2) *Advocate* : bagaimana seorang desainer melalui tipografinya bisa menggerakkan emosi dan keinginan target audiens untuk memberikan dukungan atau keikutsertaan mereka kepada suatu kegiatan.
- 3) *Play* : bagaimana seorang desainer bisa menyampaikan sebuah pesan melalui tipografi dengan cara yang menghibur target audiens.
- 4) *Caution* : prinsip ini merupakan salah satu prinsip paling mendasar di dalam tipografi, hal ini bisa dilihat dari pemberian pesan yang bertujuan untuk memberikan peringatan kepada target audiens.

- 5) *Entertain* : bagaimana seorang desainer dapat menyenangkan para target audiens dengan menggunakan desain dan tipografi. Prinsip ini memiliki tujuan utama yaitu untuk memberikan keceriaan kepada target audiens.
- 6) *Express* : merupakan sebuah prinsip dimana seorang desainer menggunakan tipografi dan mengubahnya sedemikian rupa untuk menunjukkan kepercayaannya mengenai sebuah subjek atau topik.
- 7) *Educate* : kombinasi dari prinsip-prinsip desain dan tipografi sebelumnya, dimana desainer menggabungkan semua hal tersebut untuk memberikan edukasi kepada target audiens.
- 8) *Transform* : bagaimana seorang desainer dapat merubah bentuk sebuah desain atau tipografi sehingga dapat memberikan kesan dan sudut pandang yang baru bagi target audiens.

2.1.3 Skema Warna

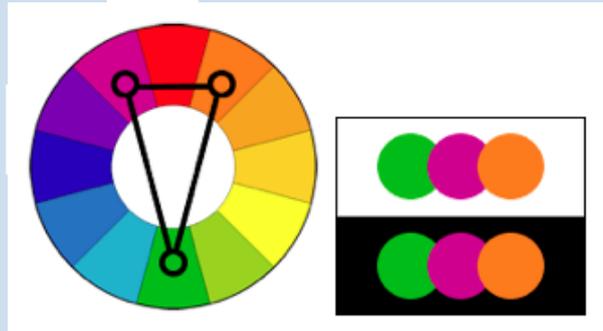
Menurut buku “*Color Design Workbook*” (2008) oleh Terry Lee, terdapat 6 perpaduan warna yaitu :

- 1) Warna Komplementer : kombinasi warna yang berlawanan arah 180 derajat pada *color wheel*. Karena memiliki posisi yang berlawanan, kombinasi warna ini akan menciptakan warna yang kontras dan mencolok. Contoh dari kombinasi warna ini adalah merah dan biru.



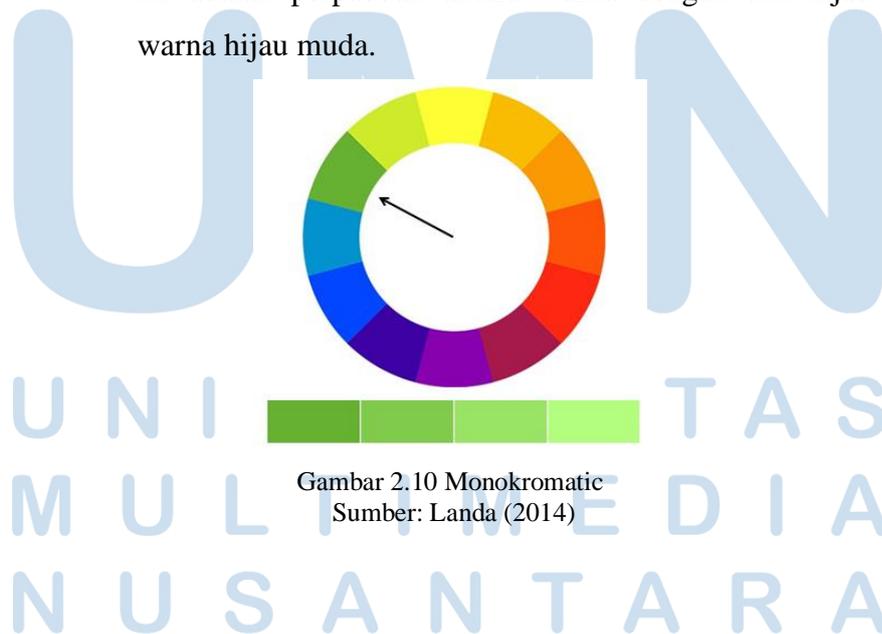
Gambar 2.8 Warna Komplementer
Sumber: Tigercolor.com

- 2) Split Komplementer : kombinasi warna dari split komplementer ini mirip dengan kombinasi warna komplementer, yang membedakannya ialah tambahan 1 warna didalam kombinasi tersebut. Perpaduan warna tersebut terdiri dari 3 warna yang jika dilihat pada *color wheel* membentuk huruf “Y”. Tentunya kombinasi warna ini lebih rumit dibanding komplementer.



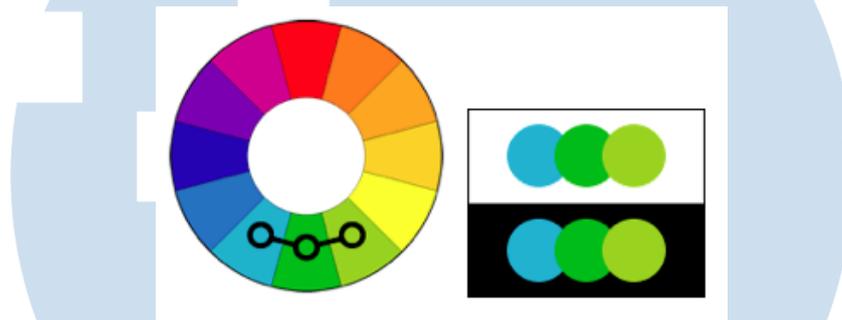
Gambar 2.9 Split Komplementer
Sumber: Landa (2014)

- 3) Warna Monokromatik : kombinasi warna yang memiliki sebuah kesamaan dalam valuenya. Menggabungkan kedua warna yang berbeda dan menyatukannya menjadi sebuah warna yang padu dan utuh di dalam sebuah desain. Contoh dari kombinasi warna ini adalah perpaduan antara warna dengan tint hijau dengan warna hijau muda.



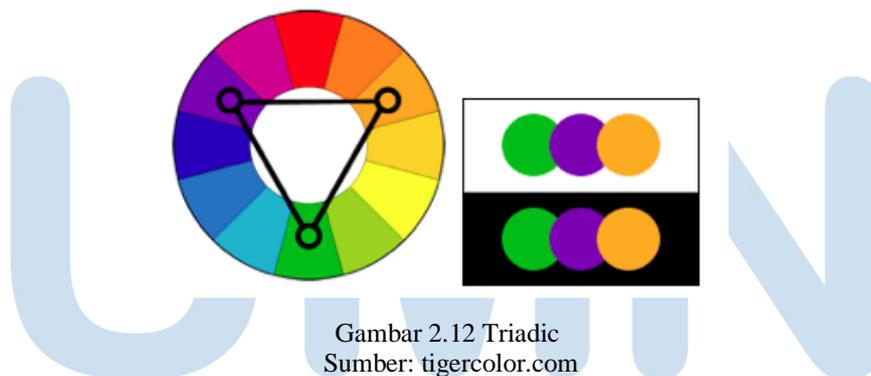
Gambar 2.10 Monokromatic
Sumber: Landa (2014)

- 4) Warna Analogus : kombinasi warna yang bersebelahan di dalam urutan *color wheel*. Perpaduan warna ini banyak dilihat di alam dan memberikan kesan yang menggembirakan saat dilihat. Warna yang dihasilkan biasanya berupa warna yang cerah dan girang sehingga dapat menciptakan perpaduan yang selaras.



Gambar 2.11 Monokromatic
Sumber: Landa (2014)

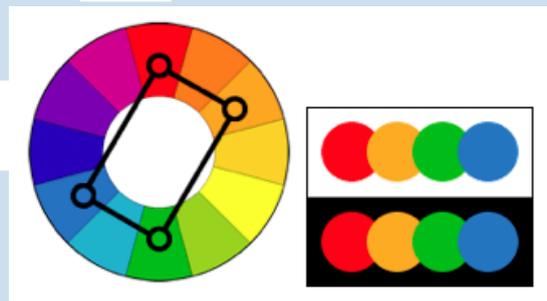
- 5) Warna Triadic : kombinasi dari 3 warna berbeda, dan jika dilihat pada *color wheel* perpaduannya akan membentuk segitiga. Kombinasi warna ini menghasilkan warna yang lebih kontras, namun tidak lebih kontras dari komplementer.



Gambar 2.12 Triadic
Sumber: tigercolor.com

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

- 6) Warna Tetriadic : kombinasi dari 4 warna atau bisa juga diartikan sebagai 2 kombinasi warna komplementer yang digunakan secara bersamaan. Kombinasi warna ini menghasilkan variasi warna terbanyak, namun sulit untuk mendapatkan kombinasi warna yang seimbang.



Gambar 2.13 Tetriadic
Sumber: tigercolor.com

2.1.4 Psikologi Warna

Menurut Universitas Ma Chung (2022), warna memiliki artian psikologisnya masing-masing, berikut merupakan kaitan psikologis antara warna yang penulis akan gunakan dalam perancangan media informasi :

- 1) Biru : biru merupakan warna yang memberikan kesan profesionalitas, keyakinan, dan merupakan sebuah representasi dari kekuatan. Warna ini juga dapat menstimulasi audiens untuk berkomunikasi dan berekspresi.
- 2) Hijau : hijau merupakan warna yang memberikan kesan ketenangan atau kedamaian dan merepresentasikan kestabilan dan pertumbuhan. Warna ini dapat menstimulasi audiens untuk rileks dan terbuka. saat diinvestasi dan kestabilan ekonomi yang bisa dihasilkan darinya.
- 3) Oranye : oranye merupakan warna yang memberikan kesan kehangatan dan juga optimisme untuk masa depan. Warna ini

juga bisa merepresentasikan sebuah jiwa yang penuh semangat untuk memulai sebuah perjalanan atau petualangan.

- 4) Ungu : warna ungu merupakan warna yang memberikan kesan yang elegan, agung, dan juga bijaksana.
- 5) Pink : warna pink merupakan warna yang memberikan kesan feminim atau keibuan, tetapi penulis ingin menekankan kesan kelembutan dan juga kepedulian dari warna ini.

2.1.5 Ilustrasi

Menurut “Pendidikan Seni Rupa” (2004) oleh Dedi Nurhadiat, ilustrasi adalah sebuah gambaran visual yang dibuat untuk memperjelas atau memperindah sebuah informasi atau tulisan. Ilustrasi dapat dibagi menjadi 4 jenis pengelompokkan, menurut buku “Seni Budaya 2” (2016) karya Yoyok RM, jenis-jenis tersebut adalah :

- 1) Ilustrasi Gambar Ilmiah : ilustrasi dengan bentuk visual yang realis, sering kali dalam bentuk bagan, diagram, tabel, ataupun skema. Jenis ilustrasi ini dapat ditemukan di buku ilmiah ataupun buku pelajaran lainnya.
- 2) Ilustrasi Sastra : ilustrasi yang dibuat untuk menggambarkan atau memvisualisasikan pesan yang terkandung dalam sebuah karya sastra, seperti puisi ataupun novel.
- 3) Ilustrasi Komik : jenis ilustrasi dengan sebuah alur cerita yang menggabungkan penggunaan panel, ilustrasi, dan juga teks untuk menceritakan sebuah peristiwa atau menyampaikan sebuah pesan.
- 4) Ilustrasi Karikatur : ilustrasi yang menggambarkan sebuah objek dengan melebih-lebihkan fitur yang dimiliki oleh objek tersebut.
- 5) Ilustrasi Kartun : ilustrasi yang memiliki gaya visual yang lucu ataupun humoris.

2.1.6 Fotografi

Menurut buku “*Belajar Fotografi*” (2017) yang ditulis oleh Bambang Karyadi, fotografi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan sebuah foto atau gambaran nyata dari sebuah objek atau subjek dengan bantuan pantulan cahaya. Didalam bidang fotografi ini, terdapat beberapa teknik yang dapat diterapkan, berikut merupakan teknik fotografi menurut buku “*Dasar Fotografi : Cara Cepat Memahami Fotografi*” (2017) karya Teguh Setiadi :

- 1) *Eye Level View* : teknik memotret yang secara normal digunakan, yaitu memotret pada ketinggian mata saat berada dalam posisi berdiri.
- 2) *Bird Eye View* : teknik memotret dengan sudut pandang yang diambil dari ketinggian, sehingga menimbulkan efek dimana objek atau subjek foto tersebut terlihat kecil / pendek.
- 3) *Low Angle Camera* : teknik memotret dari sudut yang rendah atau dari bawah, hal ini dilakukan untuk menciptakan efek tertentu. Efek tersebut adalah membuat objek atau subjek foto terkesan menjadi lebih tinggi atau besar.
- 4) *Frog Eye View* : teknik memotret dari sudut pandang yang rendah, seolah-olah diambil dari perspektif seorang kodok. Berbeda dengan low angle, saat menggunakan teknik ini kamera tidak diarahkan keatas.

2.1.7 Digital Imaging

Menurut buku “*New Concept of Digital Imaging*” (2010) karya Friza Reihan, digital imaging adalah sebuah proses dimana sebuah gambar dimodifikasi atau di *edit* sedemikian rupa dengan menggunakan software digital untuk menghasilkan gambar yang baru. Terdapat beberapa proses yang dapat dilakukan menggunakan digital imaging (Yunianto, 2021), yaitu:

- 1) *Image Enhancement* : sebuah proses untuk meningkatkan kualitas dari sebuah gambar, seperti melakukan penajaman (sharpening) atau perubahan kontras.

- 2) *Image Restoration* : sebuah proses untuk memperbaiki atau merestorasi sebuah gambar yang rusak atau memiliki kekurangan, seperti menghilangkan noise.
- 3) *Image Segmentation* : sebuah proses untuk membagi sebuah gambar kedalam beberapa bagian atau segmen masing-masing.
- 4) *Image Analysis* : sebuah proses untuk mengukur sebuah gambar secara kuantitatif
- 5) *Image Reconstruction* : sebuah proses untuk menghasilkan gambaran sebuah objek yang berasal dari hasil proyeksi.

2.1.8 Definisi Media Informasi

Menurut buku “*An Introduction to Information Design*” (2014) karya Kathryn Coates dan Andy Ellison, media informasi adalah hasil dari pengolahan data atau informasi ke dalam bentuk visual dalam berbagai macam jenis dengan tujuan untuk memberikan sebuah pesan kepada audiens.

2.1.9 Jenis Media Informasi

Menurut buku “*An Introduction to Information Design*” (2014), karya Kathryn Coates dan Andy Ellison, jenis media informasi bisa dikelompokkan sebagai berikut :

- 1) *Print-based Information Design* : Sebuah media informasi yang menyajikan sebuah informasi atau pesan kepada pembaca melalui media yang di print atau secara fisik. Hal ini tidak hanya bisa ditemui di buku pelajaran sekolah ataupun koran harian. Tetapi juga bisa ditemukan dalam bentuk yang lebih rumit seperti bagan, diagram, fotografi ataupun ilustrasi.
- 2) *Interactive Information Design* : Media informasi ini berkembang karena adanya kemajuan teknologi yang memungkinkan kita untuk berinteraksi dengan data, seperti contohnya internet. Berbeda dengan *print based, interactive*

information design memberikan kebebasan kepada audiens untuk memilih dan mengkurasi informasi yang mereka terima.

- 3) *Environmental Information Design* : Media informasi ini biasanya berbentuk *signage* atau rambu-rambu, tujuannya adalah untuk memberikan arahan kepada target audiens agar mereka bisa menggunakan dan bernavigasi di lingkungan tersebut. Hal yang penting dalam *environmental information design* adalah keterbacaannya dari sudut pandang audiens, mereka harus bisa mengerti pesan yang diinginkan dari media tersebut.

2.1.10 Fungsi Media Informasi

Menurut buku “*Mass Communication Theories*” (2012) oleh McQuail, fungsi media informasi adalah sebagai berikut :

- 1) *Window on event or experient* : media informasi memiliki fungsi untuk menjadi sarana bagi audiens untuk menyaksikan dan mempelajari sebuah fenomena yang terjadi di dunia. Karena itu media dianalogikan sebagai “jendela” yang bisa digunakan untuk melihat keadaan sekitar.
- 2) *A mirror of event in society and the world* : media informasi memiliki fungsi untuk menjadi “cermin” yang memantulkan kembali fakta di kehidupan ini sebagai sebuah refleksi bagi para audiens.
- 3) *Gatekeeper* : media informasi memiliki fungsi untuk memilah informasi atau data yang akan disajikan kepada audiens dan digunakan sebagai tolak ukur kelayakan sebuah informasi.
- 4) *Guide* : media informasi memiliki fungsi untuk menuntut audiens dalam penyerapan sebuah informasi atau data sehingga pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik.
- 5) *Forum* : media informasi memiliki fungsi sebagai sebuah sarana bagi masyarakat untuk bertukar pikiran mengenai sebuah informasi atau gagasan yang disajikan.

- 6) *Interlocutor* : media informasi memiliki fungsi untuk menjadi rekan yang bisa memberikan pengalaman yang interaktif dengan audiens yang menerima sebuah informasi tersebut.

2.1.11 Website

Menurut buku “Sistem Informasi Peminjaman Ruang” oleh Roni H, *website* adalah gabungan halaman yang menunjukkan sebuah informasi dalam bentuk teks, gambar (diam atau bergerak), suara, dan video. Semua hal ini bersatu dalam kesatuan yang saling terhubung di dalam sebuah domain yang bisa diakses melalui internet. Menurut buku “*Website Interaktif menurut Joomla*” oleh Yuhefizar, *website* dapat menyebarkan informasi atau pesan secara cepat dan dapat menjangkau begitu banyak target audiens di seluruh dunia. Para remaja Indonesia seringkali menggunakan media *website* sebagai sumber informasi karena mereka bisa mengaksesnya dari berbagai tempat. Hal ini juga sesuai dengan hasil kuesioner dan *interview* yang dilakukan oleh penulis, dimana para remaja berumur 15-18 mengatakan bahwa mereka seringkali mendapatkan informasi dari media digital seperti *website*. Tidak hanya itu, informasi yang diberikan oleh *website* cepat untuk didapatkan dan gratis untuk diakses oleh banyak orang (Ernawati, 2014).

Penggunaan *website* sendiri memiliki berbagai macam fungsi. Menurut buku “Sistem Informasi Peminjaman Ruang” oleh Roni H, fungsi *website* berupa :

- 1) Fungsi Komunikasi : manusia dapat menggunakan *website* sebagai sarana komunikasi antar satu sama lain jika *website* tersebut memiliki fitur atau fungsi untuk berkomunikasi. Seperti contohnya *e-mail* ataupun *website chatting*.
- 2) Fungsi Informasi : *website* dapat menyebarluaskan sebuah pesan atau informasi kepada para pengguna internet dengan cepat. Saat ingin menyampaikan sebuah informasi, *website* akan memberikan fokus kepada kualitas konten dan grafis

pelengkap dibandingkan elemen visual yang tidak berhubungan. Penulis akan menggunakan fungsi informasi dari *website* untuk menyampaikan informasi mengenai literasi keuangan kepada para remaja. Contoh dari *website* informasi ini adalah *website* berita atau *website* profil perusahaan.

- 3) Fungsi *Entertainment* : dalam hal ini *website* digunakan untuk memberikan hiburan atau rasa senang kepada para pengunjung. Hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan banyak elemen visual yang menarik dan animasi lainnya yang dapat menghibur banyak orang. Seperti contohnya *website* musik ataupun *website* film.
- 4) Fungsi Transaksi : *website* dapat digunakan sebagai sarana transaksi sebuah produk maupun jasa. Transaksi ini bisa terjadi antar konsumen dengan penjual ataupun antar bisnis sekalipun. Proses pembayaran terjadi secara digital dan menggunakan alat bayar elektronik. Seperti contohnya *website online shop* atau *marketplace*.

Website juga memiliki berbagai jenis jika dilihat dari tujuan perancangannya. Menurut buku “*Website Interaktif menurut Joomla*” oleh Yuhefizar, terdapat 4 jenis website, yaitu :

- 1) *Personal Website* : website yang bertujuan untuk menyimpan dan menampilkan informasi atau data diri pribadi seseorang.
- 2) *Corporate Website* : website yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dan bertujuan untuk menampilkan informasi mengenai perusahaan tersebut.
- 3) *Portal Website* : website yang bertujuan untuk memberikan berbagai macam layanan, seperti berita, email, dll.
- 4) *Forum Website* : website yang bertujuan untuk menjadi sebuah media diskusi.

2.1.12 *User Interface (UI)*

Menurut buku “Ajar Desain Grafis dan Multimedia” (2019) oleh Iyan Mulyana, *UI* atau *User Interface* adalah sebuah metode berkomunikasi antar pengguna atau user dengan memanfaatkan sebuah skema di suatu program. Hal tersebut bisa berupa website, aplikasi, atau *software* lainnya. Metode ini nantinya akan dirancang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Perancangan ini mencakupi pemilihan layout, warna, animasi, dan jalur komunikasinya. Sedangkan *UX* atau *User Experience* adalah sebuah langkah dalam menciptakan sebuah website yang dapat dengan mudah digunakan oleh para pengguna atau *user*. Hal ini juga membahas mengenai tingkat kepuasan dan kenyamanan pengguna saat mengunjungi website tersebut.

1. **Layout**

Perancangan sebuah website memerlukan sebuah grid layout yang akan digunakan nantinya. Menurut Robin Landa dalam bukunya yang berjudul “*Graphic Design Solution 6th Edition*” (2018), terdapat beberapa jenis grid layout, seperti :

- 1) *Single Column* : merupakan bentuk yang paling dasar dan sederhana dibanding grid lainnya. Penggunaan grid ini biasanya bertujuan untuk perancangan hal yang memuat banyak teks, seperti novel, laporan atau jurnal. Jumlah whitespace di dalam jenis grid ini banyak dan dapat dimanfaatkan untuk penempatan elemen visual pendukung lainnya.
- 2) *Multi Column* : jenis grid dimana terdapat berbagai macam kolom dengan bentuk dan ukuran yang berbeda di dalam sebuah halaman atau media tertentu. Grid ini lebih fleksibel dibandingkan single column dan biasanya digunakan untuk pembuatan majalah atau website.
- 3) *Hierarchical Grid* : jenis grid yang menempatkan emphasis atau penekanan kepada sebuah objek ataupun elemen visual

dengan tujuan untuk menarik perhatian audiens kepada hal tersebut.

- 4) *Modular Grid* : jenis grid yang memisahkan berbagai macam elemen visual dengan menggunakan baris dan kolom dengan tujuan untuk menciptakan tata letak yang teratur.
- 5) *Compound Grid* : jenis grid yang menggabung seluruh grid sebelumnya menjadi sebuah susunan grid yang baru. Penggunaan grid ini harus tetap mengimplementasikan elemen dan aturan grid sebelumnya, sehingga audiens tetap dapat melihat informasi dengan jelas dan mudah.

2. *Button*

Menurut buku “*Expressive Website*” (2022) yang ditulis oleh Dale Stubbart, button didalam website memiliki pengertian sebagai suatu elemen yang berada di dalam website dengan fungsinya untuk menciptakan interaksi tertentu jika ditekan atau diklik oleh pengguna. Button juga dibagi menjadi beberapa jenis sesuai dengan kegunaannya, yaitu :

- 1) *Home Button* : sebuah button yang berfungsi untuk mengembalikan atau membawa pengguna menuju halaman awal pada sebuah website.
- 2) *Hamburger Button* : sebuah button yang berfungsi untuk menampilkan beberapa daftar menu yang dapat diakses saat diklik. Button ini mendapatkan nama tersebut dari bentuknya yang terdiri 3 garis horizontal bertumpukkan yang menyerupai hamburger.
- 3) *Share Button* : sebuah button yang berfungsi untuk menyebar atau membagikan sesuatu hal yang terdapat di website tersebut. Seperti contohnya membagikan gambar atau data ke pengguna lain atau sosial media.

- 4) *Plus Button* : sebuah button yang berfungsi untuk menambahkan atau mengunggah suatu hal seperti gambar atau informasi teks kedalam sebuah website.

3. **Icon**

Menurut buku “User Interface Desain” (2023) yang ditulis oleh Dodik Arwin , icon dalam user interface sebuah website merupakan sebuah shortcut atau jalan pintas yang dapat digunakan oleh pengguna untuk bernavigasi atau mengakses sebuah fitur yang berada di website tersebut.

4. **Microinteraction**

Menurut buku “*UX for The Web*” (2017) yang ditulis oleh Marli Ritter, *microinteraction* adalah animasi sederhana yang menjadi bagian UI dengan tujuan untuk memberikan sebuah pesan atau informasi kepada pengguna yang sedang berinteraksi dengan website.

2.1.13 **User Experience (UX)**

Menurut buku “Ajar Desain Grafis dan Multimedia” (2019) oleh Iyan Mulyana, *UI* atau *User Interface* adalah sebuah metode berkomunikasi antar pengguna atau user dengan memanfaatkan

1. **Prinsip UX Honeycomb**

Menurut buku “*UX for Developers*” (2018) yang ditulis oleh Westley Knight, honeycomb merupakan prinsip yang diciptakan oleh Peter Morville untuk mempelajari user experience secara lebih dalam. Terdapat beberapa nilai atau prinsip yang perlu diperhatikan pada UX, seperti :

- 1) *Useful* : bagaimana produk atau website dapat menjadi solusi bagi sebuah masalah yang sedang dihadapi oleh pengguna.

- 2) *Usable* : bagaimana website kita dapat digunakan dengan mudah dan tidak menyulitkan pengguna saat bernavigasi didalamnya,
- 3) *Desirable* : bagaimana website kita memiliki penampilan yang menarik namun tetap menyimpan nilai yang terkandung didalam brand tersebut.
- 4) *Findable* : bagaimana pengguna dapat menemukan sesuatu yang mereka inginkan di dalam website kita dengan cepat dan mudah
- 5) *Accessible* : bagaimana website kita dapat digunakan dan diakses oleh seluruh kalangan masyarakat, termasuk mereka yang memiliki kekurangan.
- 6) *Credible* : bagaimana website yang telah dibuat dapat memberikan informasi yang bisa dipercaya oleh penggunanya.
- 7) *Valuable* : bagaimana website dapat bernilai atau berguna di pandangan para pengguna website tersebut.

2. Information Architecture

Menurut buku “Engineering Design Pada Sistem Informasi” (2021) yang ditulis oleh Ridi Ferdiana, *information architecture* sebuah representasi atau gambaran dari sebuah susunan perancangan sebuah website atau aplikasi sehingga dapat lebih mudah untuk diidentifikasi, dicari, dan dimengerti.

3. Sitemap

Menurut buku “101 Tip & Trik Pemrograman PHP Kedua” (2013) yang ditulis oleh Didik Dwi, *sitemap* dapat diartikan sebagai sebuah halaman atau berkas yang mengandung seluruh link yang digunakan pada sebuah website.

4. Flowchart

Menurut buku “Pemrograman Komputer menggunakan Flowgorithm dan APP Inventor” (2021) yang telah ditulis oleh Adhie Tri, *flowchart* adalah sebuah diagram yang dapat menggambarkan algoritma atau alur kerja sebuah website dengan memakai berbagai macam simbol grafis seperti panah.

2.2 Teori B Literasi Keuangan

2.2.1 Definisi Literasi Keuangan

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan no 76 (2016), definisi literasi keuangan adalah sebuah kepandaian, kepercayaan, dan kecakapan seseorang dalam menentukan sebuah pilihan yang berhubungan dengan manajemen keuangan pribadinya dalam mencapai keamanan finansial. Sedangkan menurut Huston (2010) dalam buku “Perbankan dan Literasi Keuangan”, mengatakan bahwa literasi keuangan adalah aset dasar seseorang dalam bentuk ilmu dan keterampilan yang bisa dimanfaatkan untuk pengambilan keputusan keuangan pribadi.

2.2.2 Prinsip Literasi Keuangan

Menurut kemendikbud di dalam “Modul Literasi Finansial di Sekolah Dasar” (2021), literasi keuangan memiliki 5 prinsip dasar, yaitu :

- 1) Usaha atau Bekerja (pendapatan) : seseorang perlu untuk mencatat pendapatan yang mereka dapatkan sebelum dipindahkan ke dalam anggaran-anggaran yang telah direncanakan. Pencatatan ini juga dilakukan agar tidak terjadi kesalahan dalam pengeluaran yang dapat mengganggu kestabilan finansial.
- 2) Belanja atau Konsumsi (pengeluaran) : seseorang perlu untuk membedakan pengeluarannya kedalam 3 kategori, kebutuhan, kemauan, dan kewajiban. Hal ini agar pengeluaran tersebut dapat direncanakan dengan baik dan juga bisa dievaluasi untuk kebutuhan masa di masa depan.

- 3) Menabung : saat seseorang menabung, mereka perlu untuk memiliki tujuan finansial yang ingin mereka capai. Mereka wajib untuk mengetahui tujuan dari tabungan mereka, mulai dari dana darurat, dana pensiun, ataupun untuk pengeluaran lainnya. Hal ini akan memudahkan orang tersebut untuk menentukan anggaran keuangan mereka.
- 4) Berbagi : Istilah berbagi ini diartikan dengan membayar pajak. Dengan adanya literasi keuangan yang baik, masyarakat tidak hanya mendapatkan keuntungan atau manfaat dalam kehidupan pribadi mereka saja. Secara luas, sebuah negara juga akan mendapatkan manfaat dengan adanya rakyat yang rajin membayar pajak untuk pembangunan infrastruktur.
- 5) Pinjam meminjam : Seseorang wajib mengelola hutang mereka dengan baik. Hutang yang dimiliki oleh orang tersebut harus dikelola dan terukur berdasarkan alokasi dana pendapatan atau pengeluaran mereka. Intinya hutang tersebut harus memiliki tujuan dan manfaat yang jelas bagi orang tersebut.

2.2.3 Tingkatan Literasi Keuangan

Menurut OJK (2013), tingkat pemahaman seseorang mengenai literasi keuangan dibagi menjadi 4 tahap, yaitu :

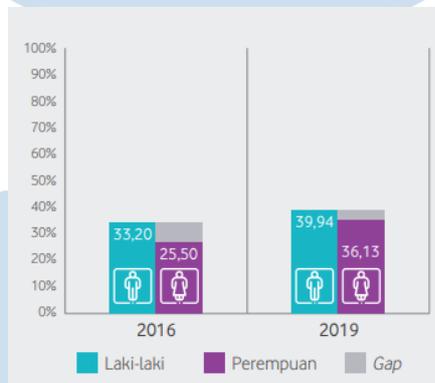
- 1) *Well Literate* : masyarakat yang mempunyai ilmu dan kepercayaan mengenai sebuah lembaga jasa keuangan. Mereka juga memiliki kemampuan dan pengetahuan yang mumpuni untuk menggunakan layanan atau produk keuangan yang ditawarkan.
- 2) *Sufficient Literate* : masyarakat yang mempunyai ilmu dan kepercayaan mengenai sebuah lembaga jasa keuangan namun tidak memiliki kemampuan serta pengetahuan untuk menggunakan layanan atau produk yang ditawarkan.

- 3) *Less Literate* : masyarakat yang hanya mempunyai ilmu dan kepercayaan mengenai sebuah lembaga jasa keuangan saja.
- 4) *Not Literate* : masyarakat yang tidak mempunyai ilmu dan kepercayaan mengenai sebuah lembaga jasa keuangan serta tidak memiliki kemampuan atau pengetahuan untuk menggunakan layanan atau produk yang ditawarkan.

2.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

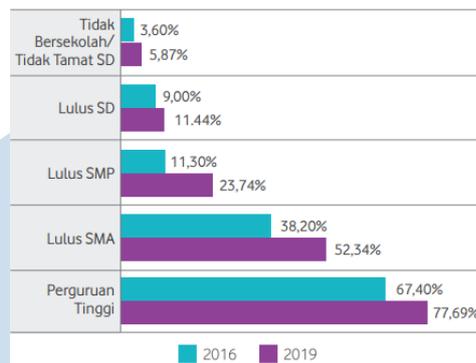
Menurut OJK (2016), terdapat 3 faktor utama yang mempengaruhi literasi keuangan seseorang, yaitu :

- 1) Jenis Kelamin : Menurut data dari OJK, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan mengenai tingkat literasi keuangan masyarakat berdasarkan jenis kelamin mereka. Laki-laki cenderung memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dibandingkan perempuan.



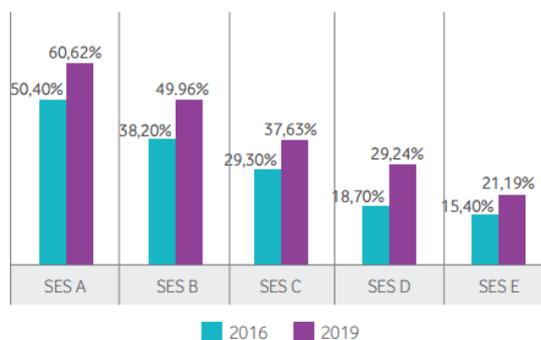
Gambar 2.14 Perbandingan literasi keuangan antar jenis kelamin
Sumber: ojk.go.id (2021)

- 2) Tingkat Pendidikan : Data yang diperoleh dari OJK menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara tingkat pendidikan seseorang dengan tingkat literasi keuangan mereka. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, tingkat literasi mereka pun juga pasti meningkat.



Gambar 2.15 Perbandingan literasi keuangan antar tingkat pendidikan
Sumber: ojk.go.id (2021)

3) **Tingkat Pendapatan** : Jika dilihat dari sisi pendapatan masyarakat Indonesia menurut pembagian SES, tingkat literasi keuangan seseorang akan meningkat saat mereka berada di tingkatan SES yang tinggi pula. Tingkatan SES E memiliki tingkat literasi rendah sedangkan SES A memiliki tingkat literasi tertinggi. Dalam permasalahan ini, SES yang digunakan bukanlah SES dari remaja tersebut melainkan SES dari kondisi keluarganya.



Gambar 2.16 Perbandingan literasi keuangan antar tingkatan SES
Sumber: ojk.go.id (2021)

2.2.5 Aspek Literasi Keuangan

Menurut Nababan dan Sadalia (2012) aspek literasi keuangan terdiri dari beberapa hal seperti :

- 1) *Basic Personal Finance* : pemahaman dasar yang dimiliki oleh seseorang dalam menguasai ilmu perekonomian yang berhubungan dengan inflasi, kredit, investasi, dan lainnya.
- 2) *Cash Management* : keterampilan seseorang dalam mengatur dan merencanakan keuangan pribadi mereka secara efektif. Tingkat literasi yang tinggi akan menghasilkan seseorang yang lebih mahir dalam mengatur keuangan pribadi mereka.
- 3) *Credit Debt Management* : sebuah kegiatan yang selalu berhubungan dengan debit/melunasi dan kredit/meminjam secara terstruktur. Kegiatan ini sering dijumpai dalam aktivitas perbankan.
- 4) *Saving* : alokasi pendapatan seseorang yang tidak dimanfaatkan untuk kebutuhan, namun disimpan untuk menjadi sebuah tabungan. Hal ini berhubungan dengan bagaimana seseorang dapat mengatur penghasilan dan pengeluarannya agar dapat merencanakan sebuah tabungan.
- 5) *Investment* : penafsiran seseorang mengenai investasi dan bagaimana mereka dapat mengatur keuangan mereka dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan di masa depan. Individu tersebut harus memiliki ilmu yang mencukupi mengenai instrumen investasi.
- 6) *Risk Management* : upaya seseorang dalam meminimalisirkan sebuah dampak negatif secara finansial yang berisiko untuk datang di waktu yang tak terduga. Perencanaan keuangan yang baik akan membantu seseorang dalam mengatasi risiko tersebut.

2.2.6 Literasi Informasi

Menurut Septiyanto (2014), literasi informasi adalah daya tampung seseorang dalam mencerna, mendapatkan, menyelidiki, mendeteksi dan menyampaikan informasi dalam mencapai tujuan untuk menyelesaikan sebuah permasalahan. Dan Menurut UNESCO (2005), literasi informasi

adalah kesadaran dan kecakapan seseorang dalam kebutuhannya terhadap suatu informasi atau data. Literasi informasi juga berupa pengetahuan individu tersebut dalam mencari, mempelajari ulang, menyimpan, mengintegrasikan, serta menyampaikan kembali informasi tersebut. Literasi informasi juga merupakan salah satu literasi dasar yang diperlukan oleh remaja di Indonesia. Prof Dr Rahma Sugihartati selaku - Guru besar bidang ilmu sains informasi Universitas Airlangga berpendapat bahwa remaja tidak hanya memerlukan kepandaian kognisi saja, tetapi juga tingkat literasi informasi yang tinggi agar dapat memilah informasi yang benar. Beliau juga menyampaikan bahwa dengan adanya literasi informasi ini, remaja bisa lebih beretika dan berhati-hati saat mengkonsumsi ataupun menyebarkan informasi yang mereka dapat.

2.2.7 Teori Perkembangan Remaja

Menurut Sara Johnson (2009) dari Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health, terdapat perubahan yang besar didalam otak dan cara berpikir manusia di masa remaja. Para remaja memiliki kemampuan berfikir yang baru, otak remaja dalam masa ini memiliki kemampuan yang meningkat dan frekuensi kerjanya yang lebih tinggi. Jika diberikan akses informasi dan waktu yang cukup, remaja memiliki potensi untuk memilih keputusan yang biasanya diambil oleh orang dewasa. Walaupun kemampuan bernalar yang sudah meningkat, remaja masih sering menggunakan emosi mereka dalam berperilaku. Fenomena ini bisa dijelaskan dengan penggunaan bagian otak sistem limbik yang lebih sering dibandingkan *prefrontal cortex*. Dimana bagian sistem limbik ini merupakan bagian otak yang bertanggung jawab atas emosi manusia, sedangkan *prefrontal cortex* merupakan bagian yang cenderung menggunakan logika dan pola berpikir yang rasional.