

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Desain Komunikasi Visual**

Desain komunikasi visual (DKV) merupakan sebuah desain yang menyampaikan informasi dan pesan yang ditampilkan dalam bentuk visual. Tujuannya untuk mempengaruhi target audiens untuk memberikan respon positif kepada pesan yang disampaikan. Desain perlu komunikatif, mudah dikenal, dibaca, dan dapat dimengerti oleh target audiens (Cenadi, 2004).

##### **2.1.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual**

Desain komunikasi visual menurut Cenadi (2004) memiliki tiga fungsi, sebagai sarana identifikasi, sarana informasi dan intruksi, dan sarana presentasi dan promosi.

###### **2.1.1.1 Sebagai Sarana Identifikasi**

Fungsi pertama dari desain komunikasi visual yaitu sebagai sarana identifikasi. Sebuah identitas menjadi hal yang akan mudah dikenali. Produk atau benda yang memiliki identitas maka akan mencerminkan kualitas dan mudah dikenali.

###### **2.1.1.2 Sebagai Sarana Informasi dan Instruksi**

Desain komunikasi visual bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara satu hal dengan yang lain dengan cara memberikan sebuah petunjuk, arah, posisi dan skala. Desain akan benar apabila desain tersebut dapat menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens dan mudah dipahami.

###### **2.1.1.3 Sebagai Sarana Presentasi dan Promosi**

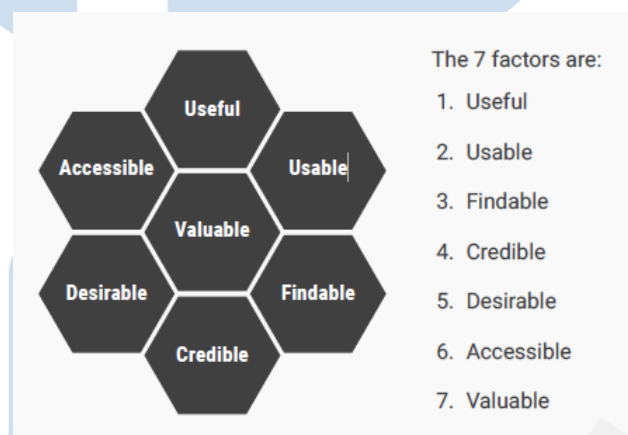
Sebuah desain dibuat untuk menyampaikan pesan, menarik perhatian, dan mudah diingat oleh audiens. Untuk mendapat tujuannya perlu diperhatikan gambar atau kata-kata yang disusun yang memiliki persuasive dan menarik.

## 2.2 User Experience (UX)

*User experience* merupakan bagaimana bentuk pengalaman orang pada saat menggunakan produk ataupun layanan. Contoh produk yang diberikan seperti berupa *website* atau aplikasi. Yang digunakan dalam melakukan sebuah perancangan oleh *user experience* dengan menggunakan pendekatan terhadap *user*. Dengan hal itu dapat ada peluang tinggi keberhasilan proyek, pada saat proyek sudah dirilis di pasar (Soegaard, 2018).

### 2.2.1 Prinsip UX

Menurut Soegaard (2018), terdapat tujuh prinsip yang dikemukakan oleh Peter Morville. Morville menyebut prinsip ini menjadi *UX Honeycomb*. Berikut merupakan prinsip-prinsipnya.



Gambar 2. 1 Prinsip UX

#### 2.2.1.1 *Useful*

Prinsip ini menyatakan bahwa suatu produk perlu berguna dan ada tujuan produk yang dipakai oleh pengguna. Produk *useful* berada di mata pengguna dan akan dianggap *useful* apabila produk itu memberi kesan positif atau memiliki daya tarik estetika.

#### **2.2.1.2 Usable**

*Usable* atau yang artinya kemudahan memiliki hubungan dengan kemungkinan pengguna apabila sudah mencapai di tujuan akhir tanpa ada kesulitan pada saat menggunakan produk secara efektif dan efisien.

#### **2.2.1.3 Findable**

*Findable* lebih mengacu terhadap gagasan bahwa sebuah produk, harus mudah didapat, contohnya mudah mencari informasi dalam *website*. Apabila tidak berhasil menemukan atau tidak *findable*, maka pengguna akan menyerah dan berhenti mencari.

#### **2.2.1.4 Credible**

Prinsip ini menyatakan bahwa produk perlu memiliki *credible* atau yang disebut kepercayaan. Artinya memiliki kemampuan untuk mempercayai produk yang diberikan. Bukan hanya melakukan sesuai dengan fungsi produk, namun produk itu dapat bertahan dalam waktu yang lama dan perlu adanya informasi yang tepat.

#### **2.2.1.5 Desireable**

Prinsip ini dinilai dari bentuk tampilan produk, yang dapat mewakili nilai *branding*, gambar, citra, identitas, estetika, dan emosional yang baik. Semakin keinginan atau *desireable* dari produk, maka pengguna akan melakukan eksplor lebih lanjut. Dan akan tersebar ke pengguna lain sehingga muncul keinginan dari pengguna lain untuk menggunakannya.

#### **2.2.1.6 Accessible**

Aksesibilitas merupakan produk yang diberikan memberi pengalaman yang mudah digunakan dan diakses oleh pengguna, termasuk orang yang memiliki disabilitas. Ketika melakukan desain perlu diingat bahwa semua pengguna harus bisa mengakses dengan

mudah. Karena desain yang memiliki *accessability* sudah menjadi hukum wajib dalam banyak yurisdiksi.

### 2.2.1.7 Valuable

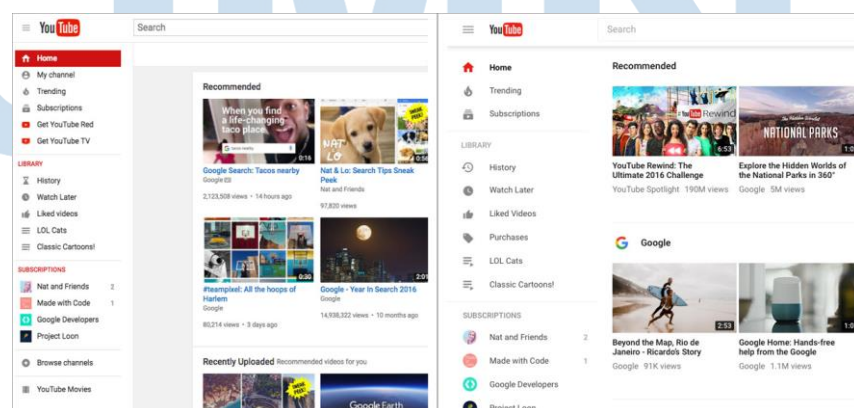
Produk perlu ada sebuah nilai atau *valuable*. Produk perlu membawa *value* terhadap bisnis atau perusahaan yang telah membuatnya. Apabila produk tidak memiliki *value*, maka peluang produk itu berhasil berkurang.

## 2.2.2 Laws of UX

Dalam perancangan *user experience*, perlu adanya *UX Law*. Tujuannya memastikan bahwa produk yang dirancang dilakukan dengan intuitif efisien, dan memberi pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna. Menurut Yablonski (2020) memiliki 10 *UX Law*. Berikut merupakan *UX Law*.

### 2.2.2.1 Jakob's Law

Hukum ini menyatakan bahwa sebuah desain dapat mudah digunakan oleh pengguna. Karena pengguna terbiasa mengakses situs lain yang memiliki fitur yang sama, sehingga berekspektasi bahwa di situs ini pasti cara mengaksesnya pun sama. Desainer perlu membuat bentuk pola yang umum seperti situs lain, sehingga *user* tidak perlu membutuhkan waktu yang lama untuk mengakses *website* dari awal.

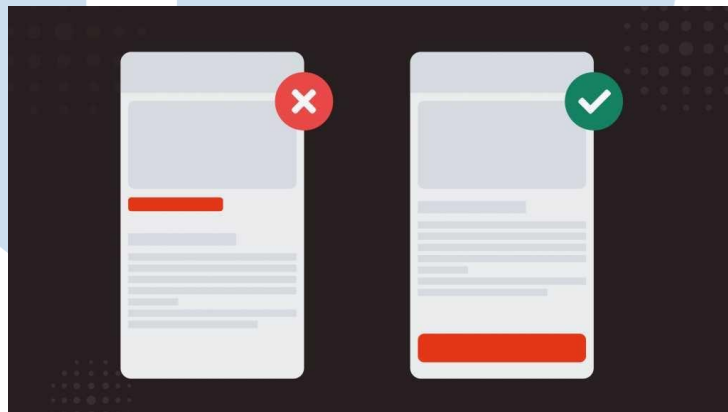


Gambar 2. 2 Contoh Jakob's Law; Sebelum (Kiri) dan Sesudah (Kanan) pada Perancangan Ulang Desain YouTube

Sumber: <https://www.oreilly.com/library/view/laws-of-ux/9781492055303/ch01.html>

### 2.2.2.2 *Fitt's Law*

Hukum ini lebih terpacu dengan fungsi jarak dan ukuran sebuah target untuk berinteraksi dengan objek relatif. Maka diperlunya memiliki ukuran yang besar sehingga pengguna dapat mengakses dan menggunakan, dan perlu ditempatkan di tempat yang mudah dilihat. Apabila tidak memiliki ukuran dan penempatan yang benar, maka pengguna akan sulit untuk mengaksesnya.

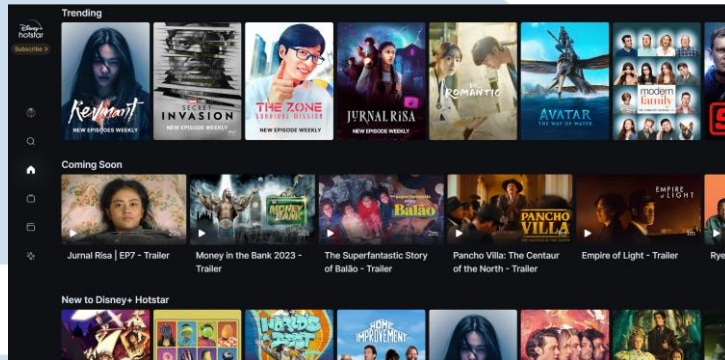


Gambar 2. 3 Contoh Fitt's Law

Sumber: <https://arpit-batri.medium.com/fitts-law-in-ui-ux-design-41fe6e71aa23>

### 2.2.2.3 *Hick's Law*

Hukum ini mengenai tentang perlunya untuk meminimalisir pilihan-pilihan yang diberikan. Karna apabila jumlah pilihan banyak, maka pengguna akan mengambil makan waktu untuk memilih, dan membutuhkan waktu yang lama untuk memilih keputusan. Contohnya dalam sebuah kategori, buatlah kategori secara umum yang pilihannya memiliki beberapa pilihan, lalu pada saat sudah memilih kategori umum, dapat ditunjukkin kategori kecil, dengan tujuan pengguna tidak akan bingung untuk memilih.



Gambar 2. 4 Contoh Hick's Law: Pilihan Daftar Film atau Series

Sumber: <https://www.hotstar.com/id/home>

#### 2.2.2.4 Miller's Law

Hukum ini menjelaskan mengenai daya ingat manusia terbatas, dan apabila menerima terlalu banyak informasi akan menjadi beban dan frustrasi untuk mengingatnya. Sehingga diperlunya informasi yang sudah dikelompokkan dan diurutkan sesuai dengan prioritas.



Gambar 2. 5 Contoh Miller's Law: Navigasi

Sumber: <https://www.hotstar.com/id/home>

#### **2.2.2.5 Postel's Law**

Hukum ini menjelaskan bahwa perlunya panduan dalam melakukan sebuah perancangan yang sudah memperhitungkan ukuran skala dan kompleksitasnya. Bentuk *output* yang dirancang perlu mudah diakses dan diandalkan. Jadi artinya siapapun yang menggunakan produk dalam bentuk perangkat apapun harus memiliki fungsi yang sama pada saat menggunakan produknya. Caranya membuat sistem secara bebas menerima segala bentuk *input* pengguna dan menerjemahkannya dalam bentuk *output* yang telah distruktur dan ramah mesin.

#### **2.2.2.6 Peak-End Rule**

Hukum ini menjelaskan bahwa pengguna akan cenderung untuk berfokus untuk menilai pengalaman mereka di akhir yang dapat mempengaruhi, apakah produk akan digunakan lagi atau memberitahu kepada pengguna lain untuk mencobanya. Cara untuk mengetahuinya yaitu dengan menggunakan *user journey*. Dengan melakukan hal itu dapat melihat bagaimana pengguna menggunakan produk itu ada saat sudah menyelesaikan tujuan tertentu.

#### **2.2.2.7 Aesthetic-Usability Effect**

Hukum ini mengenai bahwa sebuah produk yang memiliki tampilan desain yang baik akan memberi kesan yang positif dan meningkatkan bahwa desain tersebut dapat dipercaya. Pengguna akan cenderung menganggap bahwa ini dapat dipercaya dan memiliki toleransi terhadap desainnya yang memiliki sedikit kesalahan. Sehingga hal ini dapat menutupu *usabilty problem* dan menghindari dari masalah-masalah yang ditemukan.

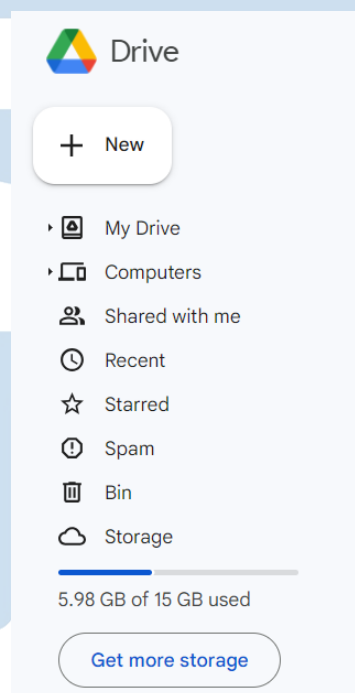
#### **2.2.2.8 Von Restorff Effect**

Pada saat pengguna melihat tampilan yang berisi pilihan-pilihan yang isinya saman aum ada sedikit beda dan membuat lebih menonjol, akan membuat pengguna ingin memilih pilihan itu dan sulit

dilupakan. Sehingga memiliki penekanan dari bentuk visual dapat membantu pengguna menuju ke hal yang dituju. Namun apabila terlalu banyak pilihan yang menonjol, akan membuat pengguna bingung untuk mencari hal mana yang ingin dituju.

#### 2.2.2.9 *Tesler's Law*

Hukum ini menjelaskan mengenai cara untuk menangani sebuah desain yang memiliki kompleksitas. Ini tugasnya dari seorang desainer untuk mempermudah pengguna untuk melihat desain yang kompleks dapat diatasi. Salah satu contoh yang dapat dilakukan, seperti pembuatan *iconography*. Ikon dapat membantu menyederhanakan tampilan dengan adanya cara alternatif untuk mengkomunikasikan informasi.



Gambar 2. 6 Contoh Tesler's Law: Iconography pada website Google Drive

Sumber: : <https://www.drive.google.com>



#### **2.2.2.10 Doherty Threshold**

Hukum ini menjelaskan bahwa seorang desainer perlu memastikan bahwa pengguna yang menggunakan produk akan mendapat *feedback* yang sesuai agar tetap menjaga perhatian penggunaannya. Salah satu contohnya yaitu adanya visual atau animasi proses *loading* saat sedang mengakses sebuah halaman *website*.

#### **2.2.3 Information Architecture**

*Information Architecture* menurut Landa (2014) penataan organisasi *website* ke dalam struktur hierarkis. Dengan adanya *information architecture* akan membuat pengguna dapat melakukan navigasi *website*. Struktur keseluruhan dalam *website* dan hierarki ditentukan dengan *information architecture* yang sudah dibuat oleh desainer.

#### **2.2.4 User Persona**

*User persona* adalah dokumen yang mengisi dokumen yang menjelaskan pengguna fiksi yang akan menggunakan *website*. Tujuan adanya *persona* yaitu desainer dapat mengetahui tujuan yang ingin pengguna capaikan di *website*. *Persona* dapat membantu memperjelas target yang ditentukan (Richard Caddick, 2011).

#### **2.2.5 User Journey**

*User journey* merupakan dokumen yang berisi langkah-langkah yang dilakukan oleh pengguna saat menyelesaikan tugas yang diberikan (Richard Caddick, 2011). *User journey* digunakan pada melakukan *user test* pada *website* sebelum dilakukan perancangan ulang. Dengan tujuan dapat melihat bagaiman man pengguna merasa kesulitan saat mengakses *website*.

#### **2.2.6 Wireframe**

*Wireframe* merupakan proses yang membuat sebuah sketsa untuk menentukan alur kerja solusi desain (Interaction Design Foundation, n.d.). Tujuannya yaitu tetap menjaga fokus untuk pengguna, dan menunjukkan isi fitur dalam *website*.

### 2.2.7 *High Fidelity*

*High fidelity* merupakan proses pembuatan desain nyata. Dengan tahap ini dapat melakukan desain visual melakukan desain *user interface* dan elemen grafis. Dengan adanya *high fidelity* dapat membantu pengguna untuk mencoba pada saat *prototype* (Pernice, 2016).

## 2.3 *User Interface (UI)*

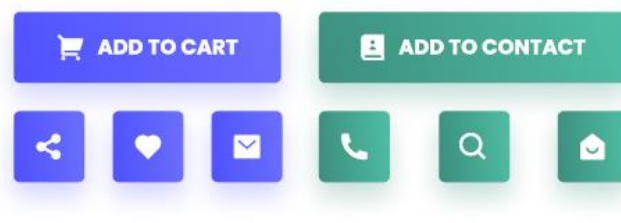
*User interface (UI)* merupakan terjadinya sebuah interaksi antara manusia dan mesin. Desainer membuat *website* atau aplikasi yang akan digunakan dengan pengguna yang hanya berfokus pada bentuk gaya dan tampilan desain. Tugas dari desainer yaitu membuat desain tampilan yang mudah digunakan dan menarik perhatian pengguna (Acharya, 2021).

### 2.3.1 *Elemen UI*

*User interface* memiliki beberapa elemen yang digunakan untuk mendesain *website* atau aplikasi. Berikut komponen-komponen (Acharya, 2021, pp. 48-161)

#### 2.3.1.1 *Button*

*Button* merupakan elemen interaktif yang dapat ditekan untuk melakukan suatu Tindakan. *Button* tugasnya sebagai control yang memungkinkan pengguna akan melakukan interaksi langsung dengan produk dan melihat perintah yang dibutuhkan untuk dikirim lebih spesifik sasaran

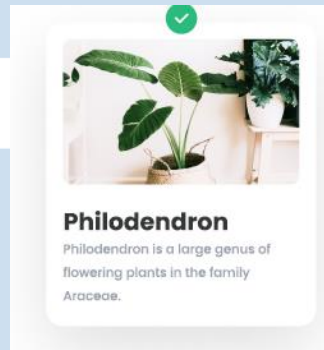


Gambar 2. 7 Button

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.2 Shadow (Drop Shadow)

*Drop shadow* merupakan elemen desain yang memberikan kesan bahwa sebuah objek terangkat di atas dari objek yang berada di bawahnya. Caranya dengan menggunakan Teknik pencampuran alfa untuk berbaur dengan permukaan.

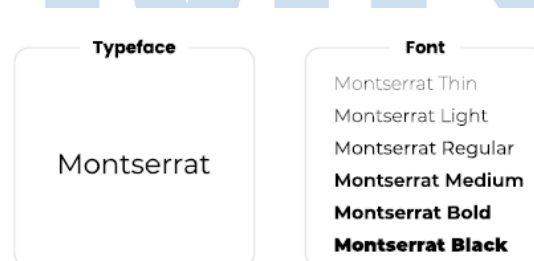


Gambar 2. 8 Drop Shadow

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.3 Typography

*Typography* adalah elemen yang membuat sebuah visual menjadi menarik. Dengan memilih *font* yang tepat, dapat memiliki tampilan dan nuansa yang bagus dan menarik. Elemen ini dibagi menjadi dua kategori *typeface* dan *font*. *Typeface* adalah kumpulan atau koleksi dari jenis penulisan. *Font* adalah variasi berat, lebar, dan gaya dalam satu jenis huruf.

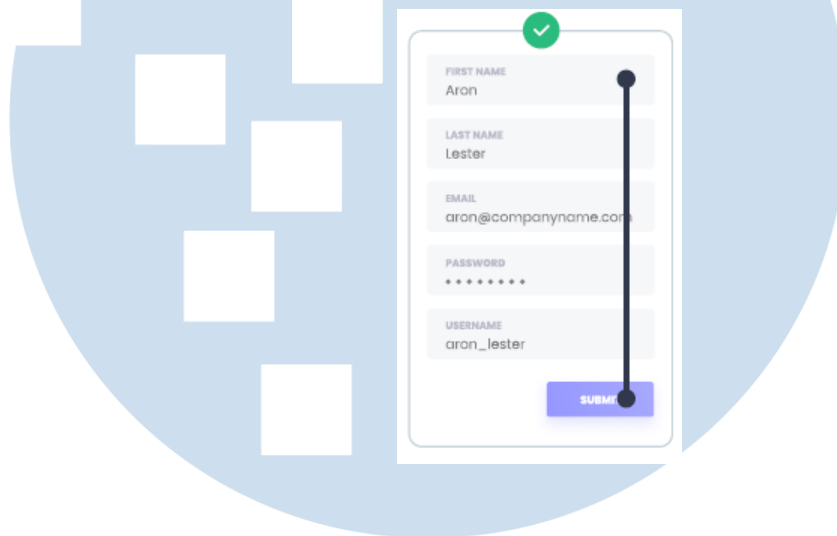


Gambar 2. 9 Typography

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.4 Forms

*Forms* merupakan elemen desain yang dimana pengguna melakukan interaksi dengan produk digital. Biasanya ini digunakan saat melakukan pembelian, mendaftar akun, mengisi detail pembayaran dan sebagainya. Isi atau elemen yang ada di *forms* berupa, *input*, *dropdown*, *text area*, *radio buttons*, *checkboxes*, dan *button*.



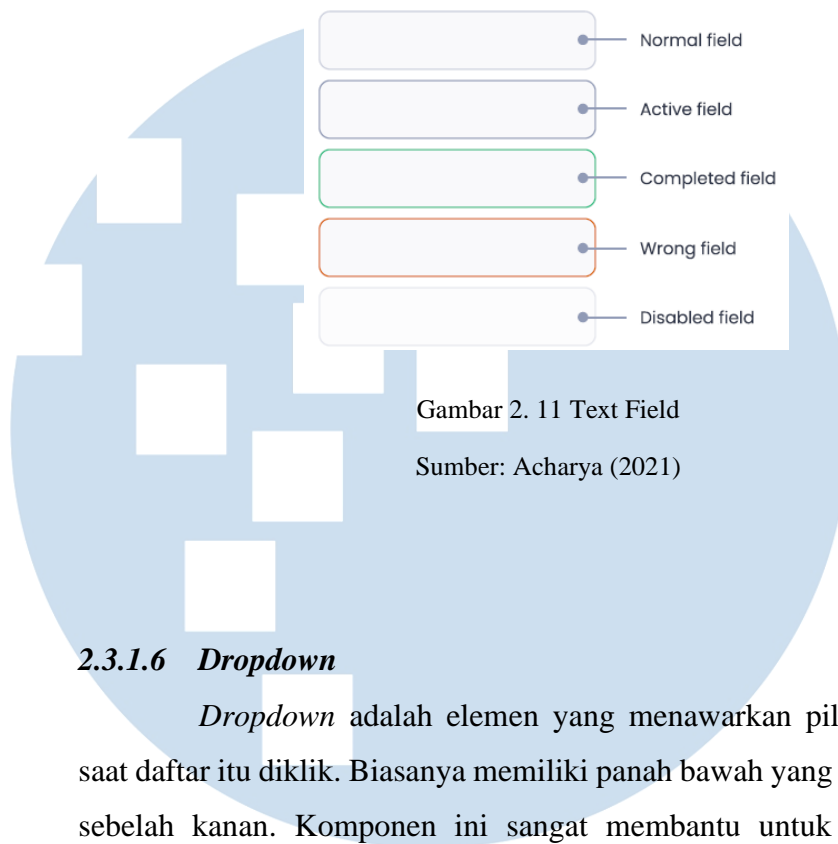
Gambar 2. 10 Forms

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.5 Text Field

Text field merupakan isi komponen yang umum, sebagai panduan visual di bidang lainnya. Komponen ini digunakan sebagai teks sederhana, untuk menyimpan data, seperti isi nama, nomor, password, dan sebagainya

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



Gambar 2. 11 Text Field

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.6 Dropdown

*Dropdown* adalah elemen yang menawarkan pilihan pada saat daftar itu diklik. Biasanya memiliki panah bawah yang terletak di sebelah kanan. Komponen ini sangat membantu untuk membuat pengguna lebih mudah, pada saat memilih yang dituju.



Gambar 2. 12 Dropdown

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.7 Checkboxes

*Checkbox* adalah elemen yang menampilkan sebuah kotak kecil, dan memiliki dua status; dicentang dan tidak dicentang. Saat dicentang, tanda centang akan muncul di dalam kotak, begitu dengan tidak dicentang. Komponen ini digunakan pada saat memilih pilihan lebih dari satu.

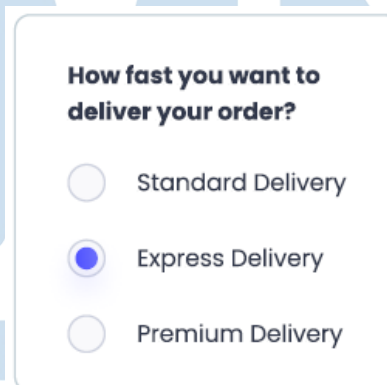


Gambar 2. 13 Checkbox

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.8 Radio Button

*Radio button* adalah elemen yang menampilkan lingkaran kecil, dan memiliki dua states, pada saat lingkaran kecil itu dipilih maka akan diisi oleh lingkaran di dalamnya, begitu dengan sebaliknya. *Radio button* memiliki fungsi yang sama dengan checkbox namun bedanya, hanya bisa dipilih satu tidak bisa lebih.

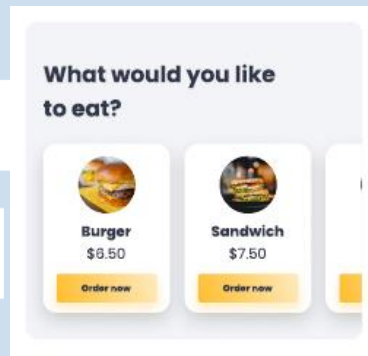


Gambar 2. 14 Radio Button

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.9 Cards

*Cards* adalah elemen yang sering digunakan pada saat pengguna ingin mempelajari lebih lanjut mengenai detail yang ingin dituju. Komponen ini biasanya digunakan untuk representasi secara singkat dari unit konseptual atau mengelompokkan informasi.

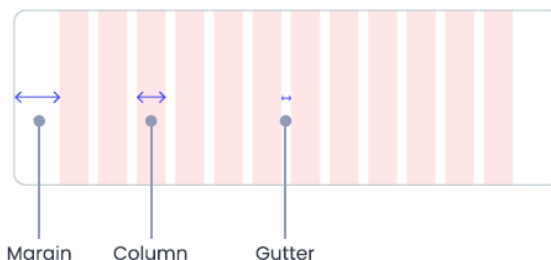


Gambar 2. 15 Cards

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.10 Grids & Layout

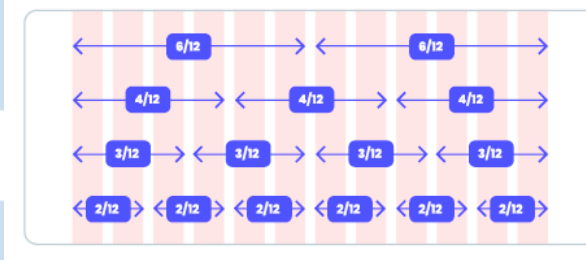
*Grid* merupakan sebuah struktur garis-garis yang dapat membantu untuk menjaga tata letak (*layout*) tetap sama. *Grid* memiliki struktur untuk elemen visual UI yang diatur agar dapat melihat bentuk pola untuk adanya konsistensi dari sebuah halaman. Isi dari elemen suatu *grid* memiliki tiga hal utama; *column*, *gutters*, dan *margins*. *Column* merupakan *grid* yang dibangun, *gutters* adalah ruang negative antar kolom, dan *margins* adalah ukuran luas antara kolom luar dan *frame*.



Gambar 2. 16 Grids

Sumber: Acharya (2021)

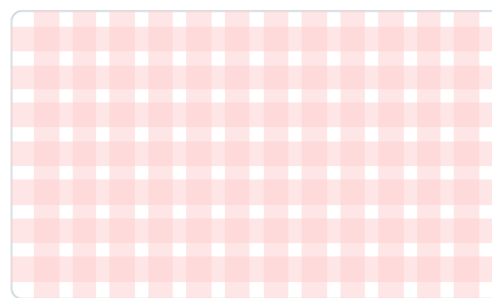
Jenis-jenis *grid* memiliki lima jenis; *column grid*, *modular grid*, *baseline grid*, *responsive*, dan *fixed*. *Column grid* digunakan untuk mengatur konten kolom secara vertical yang memiliki ukuran jarak yang sama. Ukuran *gutters* ditentukan dari berapa kolom yang ingin dibuat. *Gutters* membantu untuk menjaga desain tetap konsisten.



Gambar 2. 17 Column Grid

Sumber: Acharya (2021)

*Modular grid* digunakan untuk mengatur konten dalam letak bentuk kotak. *Grid* ini digunakan untuk mengatur isi konten dan membentuk ruang secara horizontal dan vertikal. Pengelompokkan vertikal membantu buat kolom sedangkan untuk pengelompokkan vertikal untuk membantu buat baris



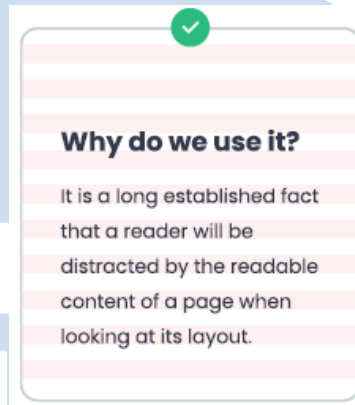
Gambar 2. 18 Modular Grid

Sumber: Acharya (2021)

*Baseline grid* digunakan untuk menempatkan teks berdasraan baris ketinggian di desain. Perlu ditimbangan kapan menggunakan *grid* ini pada saat mendesain lintas *platform*. Karna dengan adanya *grid* ini dapat mengatur tipografi tetap konsisten, dan



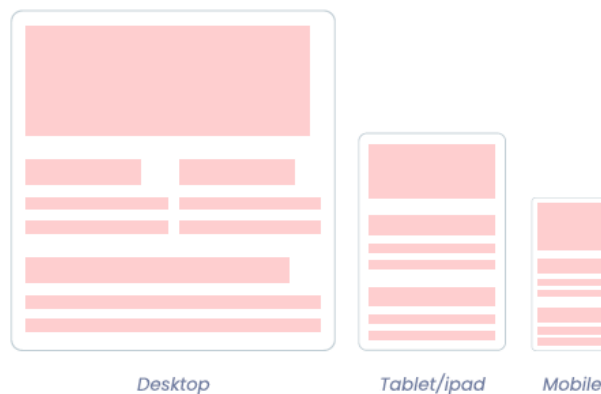
lebih mudah mengatur untuk membuat ritme secara vertikal. *Grid* ini terdiri dari baris horizontal yang ada ruang dan perataan untuk teks.



Gambar 2. 19 Baseline Grid

Sumber: Acharya (2021)

*Responsive* merupakan *grid* yang tata letaknya dapat diubah sesuai dengan bentuk formatnya. *Grid* ini dapat dibuat sekali dan akan berfungsi di semua ukuran layer atau format yang ditentukan.

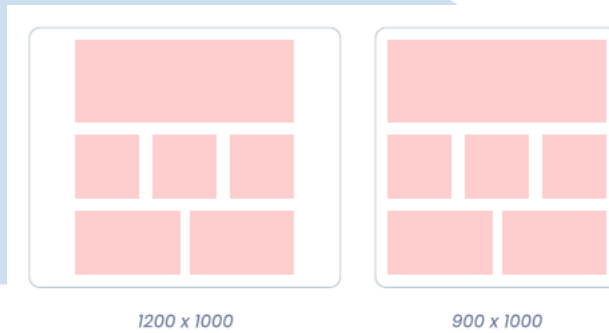


Gambar 2. 20 Responsive Grid

Sumber: Acharya (2021)

*Fixed* merupakan *grid* yang dimana saat ukuran layer berubah, tata letak akan tetap tidak berubah yang berubah hanya jarak *margins*. Semua elemen akan tetap proposional namun akan

menciptakan ruang kosong (*whitespace*), sesuai dengan ukuran layar sebuah perangkat.

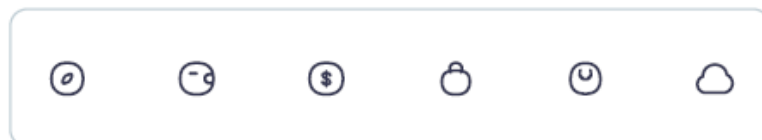


Gambar 2. 21 Fixed Grid

Sumber: Acharya (2021)

#### **2.3.1.11 Icons**

*Icons* merupakan salah satu elemen penting dari UI. Pada dasarnya, *icon* bentuk pictogram yang kecil dengan memiliki simbol yang bisa mewakili fungsi. Bentuknya pun sederhana dari objek biasa.

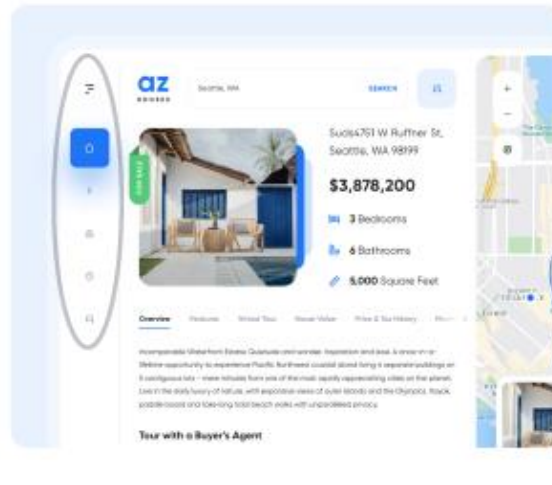


Gambar 2. 22 Icons

Sumber: Acharya (2021)

#### **2.3.1.12 Navigations**

*Navigation* hal yang penting dalam mendesain UI. Karena melibatkan sistem yang memudahkan pengguna untuk menggunakan produk. Penting didapatkan oleh pengguna dari tujuan ke tujuan lainnya tanpa merasa bingung.

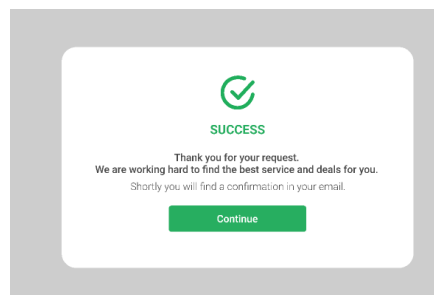


Gambar 2. 23 Navigation

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.13 *Popup*

*Popup* merupakan elemen modal yang berupa isi menu atau kotak dialog. Isinya bisa berupa pesan, *error*, *notifications*, dan sebagainya.

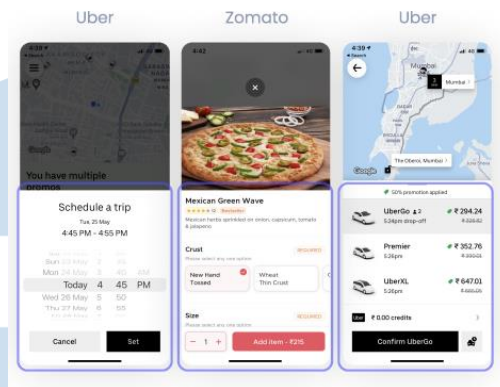


Gambar 2. 24 Pop Up

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.14 *Action Sheet*

*Action sheet* digunakan saat pengguna memilih salahsatu opsi yang diberikan. Saat memilih akan muncul berbentuk modal yang terletak di layer bagian bawah sebuah *smartphone*. Elemen ini digunakan untuk *filter*, pilhan tampilan, *sharing*, dan *sorting*.

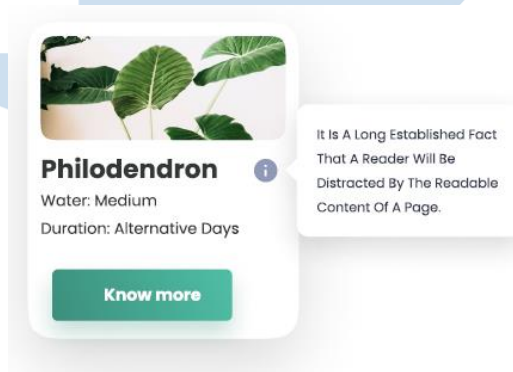


Gambar 2. 25 Action Sheet

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.15 Tool Tip

*Tool tip* elemen UI kecil yang memandu pengguna untuk mengambil tindakan tertentu. Biasanya peletakan elemen ini melayang di atas halaman yang memicu pengguna.

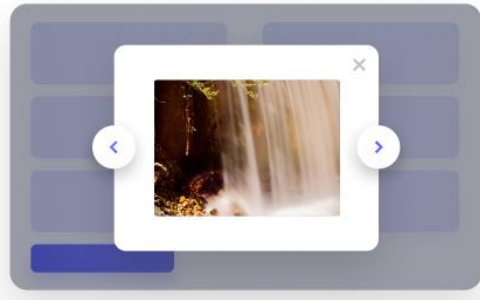


Gambar 2. 26 Tool Tip

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.16 Lightbox

*Lightbox* elemen yang menampilkan galeri foto atau video. Menggunakan elemen ini dapat menampilkan foto lebih besar tanpa terganggu. Peletakan elemen ini dapat muncul di tengah, atas, bawah, atau samping halaman.

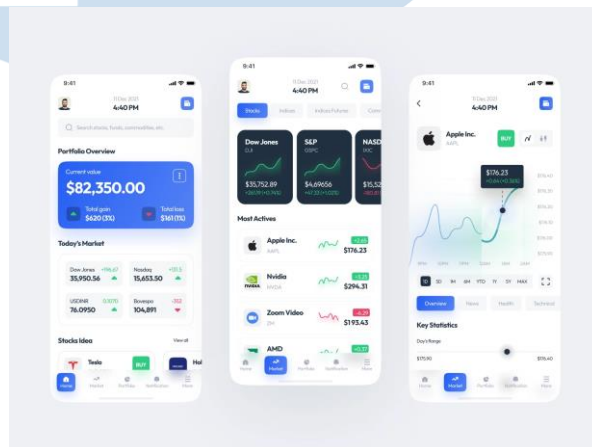


Gambar 2. 27 Light Box

Sumber: Acharya (2021)

### 2.3.1.17 Colors

Warna adalah alat atau elemen yang penting dalam mendesain UI. Perlu memikirkan dasar-dasar desain UI saat membuat *website* atau aplikasi. Langkah yang penting, yaitu menentukan palet warna yang tepat. Warna akan memberi pengaruh kepada bentuk gaya dan suasana desain.



Gambar 2. 28 Colors

Sumber: BuildWithAngga (2021)

### 2.3.1.18 Gradient

*Gradient* atau gradasi merupakan warna pencampuran dari warna ke warna lain. Dengan adanya gradasi, akan membantu objek desain menonjol dan membuat dimensi baru.



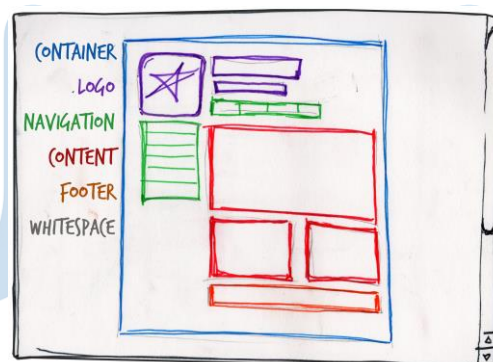
Gambar 2. 29 Gradient  
Sumber: Acharya (2021)

## 2.4 Website

Mencari informasi di jaman sekarang, sudah lebih mudah dan praktis karena didukungnya oleh teknologi. Salah satu contoh teknologi informasi yang ada merupakan *website*. *Website* merupakan kumpulan situs yang berisi informasi-informasi dan dirangkum dalam sebuah *domain* atau subdomain yang beada *world wide web (www)* (Yunita Trimarsiah, 2017).

### 2.4.1 Anatomi Website

Isi *website*, terdapat komponen-komponen atau susunan yang dapat dimengerti dan mudah digunakan. Menurut Beard dan George terdapat enam komponen penting pada saat menyusun sebuah halaman website. Berikut komponen-komponennya (Jason Beard, 2014).



Gambar 2. 30 Anatomi Website

Sumber: Beard dan George (2014)

#### **2.4.1.1 Containing Block**

Setiap isi halaman dari sebuah *website*, memiliki wadah (*container*), Isi dari wadah bisa merupakan elemen-elemen ataupun konten pada isi halaman *website*. Apabila tidak memiliki wadah, maka tidak akan ada tempat untuk mengisi konten ataupun elemen pada halaman *website*. Untuk ukuran lebar sebuah wadah bisa berubah, sesuai dengan ukuran lebar *website* yang sudah ditentukan.

#### **2.4.1.2 Logo**

Dalam sebuah *website*, diperlunya logo sebagai identitas dari sebuah *brand* yang terletak di bagian atas halaman *website*. Dengan adanya logo, para pengguna dengan mudah mengetahui bahwa halaman yang dituju adalah bagian dari satu *website*. Dan juga memudahkan pengguna untuk mengenali perusahaan pada saat mengakses *website*.

#### **2.4.1.3 Navigation**

Sistem navigasi dalam sebuah *website* merupakan hal yang penting pada saat pengguna menggunakannya. Karena sistem navigasi perlu ditempatkan di posisi yang tepat yang dimana pengguna akan mudah mengakses halaman *website*. Untuk peletakan sistem navigasi berada di bagian atas *website*

#### **2.4.1.4 Content**

Konten merupakan hal yang paling penting. Isi dari konten bisa berupa teks, gambar ataupun video. Pengguna pada saat membuka sebuah *website*, pasti akan melakukan eksplorasi isi dari *website* dengan cepat. Sehingga diperlunya penempatan isi-isi konten di tempat yang sesuai, sehingga pengguna dapat mencari informasi-informasi yang dibutuhkan.

#### **2.4.1.5 Footer**

*Footer* merupakan elemen yang terletak di bagian paling bawah dari halaman *website*. Isi dari *footer* berupa informasi sebuah hak cipta, kontak, hukum, sosial media dan tautan yang dapat diakses. Dengan adanya *footer*, pengguna mengetahui bahwa, mereka sudah berada di posisi bawah halaman.

#### **2.4.1.6 Whitespace**

*Whitespace* adalah halaman *website* yang dimana di sekitar areanya, tidak ada teks, gambar, ataupun video. Dengan adanya *whitespace* dapat membantu desain untuk bernapas dan membantu pengguna untuk diarahkan ke sekitar halaman *website*. Namun apabila tidak memiliki *whitespace* maka bentuk tampilan desain akan tertutup isi dengan penuh konten-konten sehingga desain tersebut sesak karna tidak ada ruangan kosong.

## **2.5 Human Centered Design**

Metodologi yang digunakan oleh penulis untuk melakukan perancangan ini, adalah metode *Human Centered Design* yang memiliki tiga tahap sebagai berikut (IDEO, 2015);

### **2.5.1 Inspiration**

Tahap ini menjelaskan bahwa untuk menemukan solusi yang dihadapi pengguna adalah tujuan dari tahap *inspiration*. *Inspiration* mengimplikasikan penemuan sebagai tahap proses desain, yang perlu menemukan target, dan mempelajari masalah yang dihadapi.

### **2.5.2 Ideation**

Tahap ini, penulis akan mendalami tentang masalah setelah menemukan target yang dituju. Penulis akan memulai tahap melakukan perancangan dari mengolah data-data yang sudah ada, lalu memilih ide yang paling sesuai dengan melakukan *brainstorming* sehingga dapat melakukan *prototype* dan melakukan uji hasil.

### **2.5.3 Implementation**



Tahap *implementation*, ide-ide yang sudah ada akan dibentuk menjadi sebuah produk desain nyata. Hasil ini akan dilakukan uji hasil kepada pengguna untuk mendapatkan *feedback*. Setelah mendapatkan *feedback* penulis akan tetap melakukan perancangan lebih lanjut untuk memperbaiki kesalahan yang masih ada pada hasil produk desain.

## 2.6 WCA Jakarta

WCA (*World Academy Cruise*) Jakarta merupakan tempat lembaga pelatihan kerja yang berfokus di bidang perhotelan untuk siap bekerja di kapal pesiar yang terletak di Jakarta Pusat. Untuk program yang tersedia ada *Food and Beverage Service*, *Housekeeping*, dan *Food Product*. Sebelum memilih program perlu melakukan pendaftaran kelas yang terbagi menjadi tiga. Yaitu kelas *basic*, kelas akselerasi, dan kelas ekstra akselerasi. Saat selesai melakukan program dengan WCA Jakarta, siswa/siswi dijamin akan langsung masuk bekerja di kapal pesiar nasional ataupun internasional.

WCA Jakarta memiliki *website* untuk calon siswa/siswi yang ingin melihat informasi lebih lengkap. Isi dari *website* ada program yang tersedia, profil mengenai WCA Jakarta, pendaftaran, *gallery* yang menunjukkan WCA Jakarta, testimonial dari alumni dan kontak untuk menghubungi. Di WCA Jakarta akan mempelajari Bahasa Inggris bagi orang yang belum menguasai dalam berbicara Bahasa Inggris, dikarenakan WCA Jakarta akan membantu untuk mendapati kapal pesiar Internasional. Lalu akan pelajari mengenai ilmu-ilmu dasar mengenai kapal pesiar. Kemudian akan mempelajari teori dan praktek dan dibantu untuk melatih interview saat melamar kerja.

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