

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Prinsip dan Elemen Desain

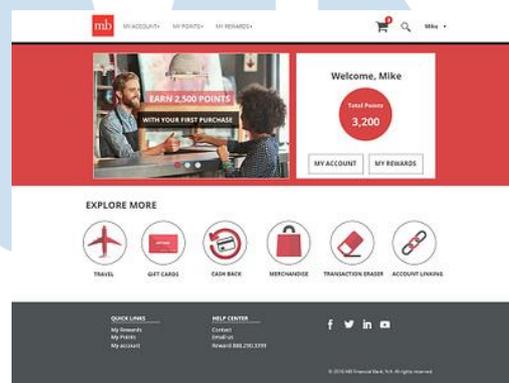
Acuan dalam membuat suatu desain harus berpegang kepada panduan mengenai elemen dan prinsip desain. Prinsip dan elemen desain berdasarkan Ricky W. Putra dalam bukunya yang berjudul penerapan visual dalam desain sebagai berikut.

2.1.1 Elemen Desain

Elemen desain merupakan aspek dasar dari desain. Elemen – elemen desain terdiri dari warna, titik, garis, bentuk, tekstur, dan ruang (Putra. 2021). Elemen desain yang digunakan dalam suatu visual sebagai berikut.

1. Titik

Titik merupakan elemen yang memiliki bentuk relatif kecil, dimensi yang memanjang dan melebar. pada elemen ini, ditampilkan dalam bentuk variasi jumlah, susunan dan kepadatan tertentu.



Gambar 2.1. Penerapan Elemen Titik pada Fotografi.

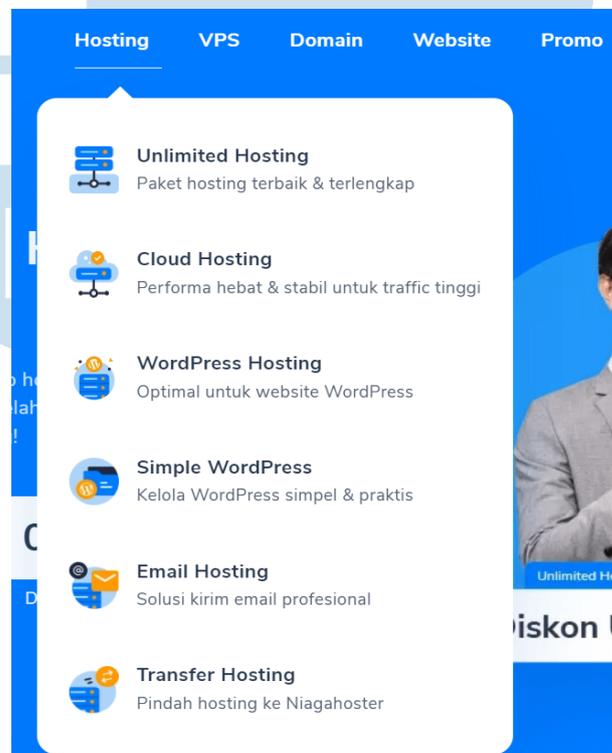
Sumber :

<https://cdn.dribbble.com/users/2507699/screenshots/5032006/my-bank-my-rewards.jpg?resize=400x0>

2. Garis

Elemen yang menghubungkan antara satu titik dengan yang titik lainnya, sehingga dapat membentuk garis lengkung atau lurus.

Elemen garis mampu membuat terkesan teratur, dapat mengarahkan pandangan, memberi kesan bergerak, dan memiliki karakter tertentu. garis dapat diaplikasikan dalam pembuatan grafik ataupun bagan.



Gambar 2.2. Penerapan Elemen Garis pada Desain.

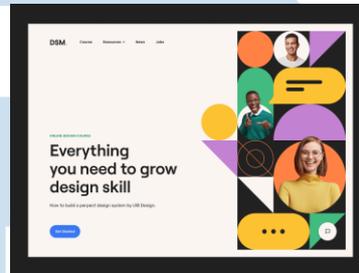
Sumber : <https://niagaspaces.sgp1.digitaloceanspaces.com/blog/wp-content/uploads/2022/08/05153307/image-30.png>

3. Bidang

Unsur visual yang memiliki bentuk panjang dan lebar, yaitu bidang. Berdasarkan bentuk yang dimiliki, bidang dikelompokkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut.

a. Bidang geometri

Merupakan bidang yang dapat diukur luasnya dan memiliki bentuk yang teratur.

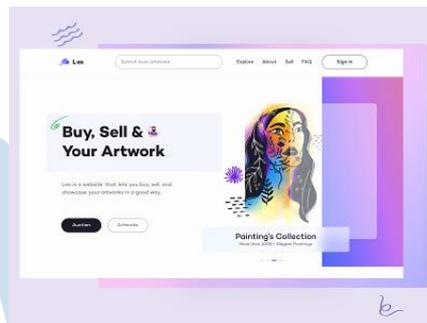


Gambar 2.3. Penerapan Elemen Bidang Geometri pada Desain.

Sumber: <https://i.pinimg.com/originals/05/4a/d6/054ad67a098bfaf9efb5474d606ebed.png>

b. Bidang nongeometri

Adalah bidang yang memiliki bentuk abstrak dan tidak dapat diukur luas bidang tersebut. Pada gambar dibawah, terlihat pada penerapan bidang non-geometri yang tidak tertata dengan rapih menjadi satu kesatuan



Gambar 2.4. Penerapan Elemen Bidang Non-Geometri pada Desain.

Sumber :

<https://cdn.dribbble.com/users/3805461/screenshots/18854172/media/4cbdec529bb2af70d439b53cc33463b8.jpg?resize=400x0>

4. Tekstur

Bentuk dalam suatu permukaan yang dapat dinilai dengan cara dilihat dan diraba. Elemen ini dikategorikan sebagai corak dari permukaan pada suatu benda, maka dapat menambahkan dimensi dan kekayaan dalam suatu *layout*,

serta dapat menegaskan atau membawa ke dalam emosi/ rasa tertentu. Gambar dalam ini menggunakan tekstur *relic* pada *website* menunjukkan pembahasan tentang sejarah atau *relic* dalam situs *web*.

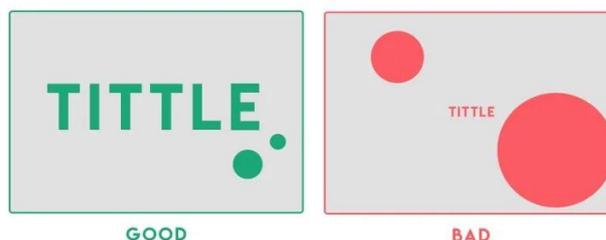


Gambar 2.5. Penerapan Elemen Tekstur pada Desain.

Sumber : <https://speckyboy.com/wp-content/uploads/2011/09/texturewebdesign42.jpg>

5. Ruang

Merupakan elemen yang memberi jarak antara elemen dengan elemen lainnya dalam suatu *layout*. Digunakan untuk memisahkan atau menyatukan elemen dan memiliki fungsi yaitu tempat untuk mata istirahat dalam melihat suatu *layout*.



Gambar 2.6. Penerapan Elemen Ruang pada Desain.

Sumber : <https://maxipro.co.id/wp-content/uploads/2022/02/12-prinsip-desain-grafis-5-Maxipro.jpg>

Pada gambar diatas merupakan dua contoh, pada gambar kiri, terlihat adanya ruang atau *whitespace* pada teks *tittle* dan bentuk lingkaran yang tersusun di bawah teks.

Sedangkan pada gambar kanan, terlihat ukuran teks yang terlalu kecil dan 2 lingkaran yang memiliki tempat atas dan bawah yang tidak beraturan.

Kesimpulan dari gambar ini yaitu menyatukan elemen teks dan bentuk yang mempunyai ruang dalam satu kotak.



Gambar 2.7. Penerapan Elemen Ruang pada Desain Publik.

Sumber : <https://www.creatopy.com/blog/wp-content/uploads/2019/03/white-space-in-print-ads.jpg>

Pada desain poster diatas merupakan poster ikea yang menonjolkan hari raya natal dari pohon.

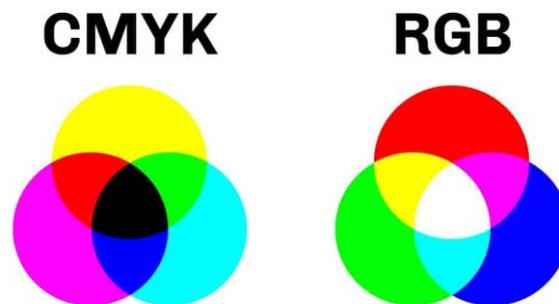
Adanya ruang antara logo, teks, dan ilustrasi pohon pinus yang menumbuhkan hias bola natal untuk pohon natal yang akan dirayakan di hari natal.

6. Warna

Elemen terakhir yaitu warna, terbentuk karena adanya perbedaan gelombang cahaya dan refleksi dari cahaya oleh permukaan suatu benda. dalam mengkomunikasikan suatu ide dan menciptakan suatu emosi.

Warna dibagi menjadi dua bagian, yaitu RGB (*Red, Green, Blue*), yang timbul karena adanya cahaya yang ada pada monitor. CMYK (*Cyan, Magenta, and Yellow*) warna yang digunakan dalam unsur tinta.

Melalui elemen warna, dapat menyampaikan pesan atau informasi, menarik perhatian, dan menampilkan serta menegaskan suatu identitas.



Gambar 2.8. CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Black*) dan RGB (*Red, Green, Blue*).

Sumber : <https://plumgroveinc.com/wp-content/uploads/featured-cmyk-color-versus-rgb-color-1280x730.jpg>

2.1.2 Prinsip Desain

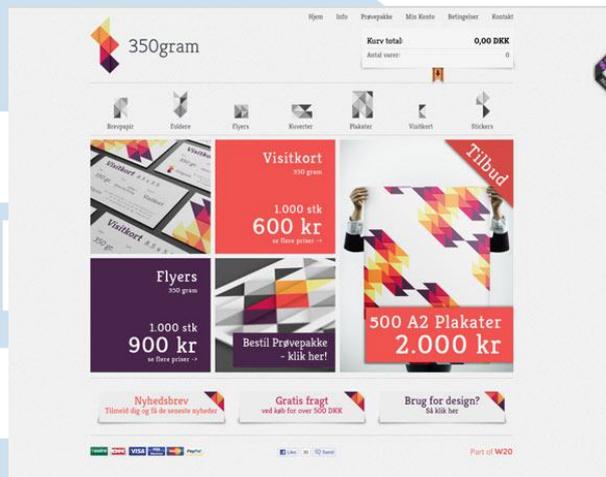
Prinsip desain merupakan panduan yang digunakan untuk menciptakan karya yang mudah dipahami pesan atau informasi oleh audiens dan efektif secara visual. Berikut penjabaran masing – masing pada prinsip desain (Putra. 2021).

1. *Unity* / kesatuan

Elemen desain bersatu dengan elemen desain lainnya untuk menyampaikan informasi atau pesan dan menimbulkan satu kesatuan serta memiliki kesan harmonis.

Pada gambar dibawah terlihat, elemen gambar, teks yang memiliki satu jenis tipografi, ikon yang memiliki ciri khas

yang sama. Berikut merupakan gambar yang menerapkan prinsip kesatuan dalam web.



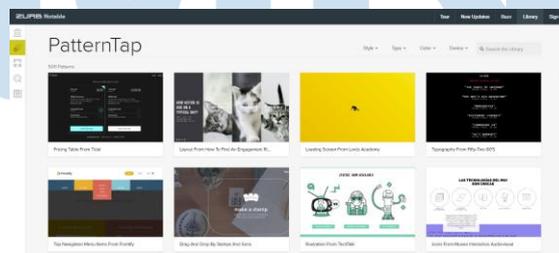
Gambar 2.9. Penerapan Prinsip Kesatuan Dalam Website.

Sumber :

https://i7x7p5b7.stackpathcdn.com/codrops/wp-content/uploads/2011/10/proximity_350gram.jpg?x80150

a. *Proximity* / kedekatan

Adalah pengelompokan objek – objek yang berkaitan menjadi satu kelompok, dengan tujuan membuat desain menjadi terorganisir antara gambar, ruang antara tulisan, dan informasi dapat tersampaikan. Gambar dibawah terjadi pengelompokan sebagai berikut.



Gambar 2.10. Penerapan *Proximity* Pengelompokan Bentuk.

Sumber :

<https://niagaspaces.sgp1.cdn.digitaloceanspaces.com/blog/wp-content/uploads/2016/09/PatternTap.png>

b. *Alignment* / penjajaran

Pada prinsip penjajaran, memiliki tujuan menertibkan antara elemen dengan elemen lainnya. dengan merapikan elemen - elemen, memungkinkan untuk membuat sambungan visual dengan satu sama lain.

Sehingga menyatukan dan menyejajarkan elemen visual yang ditempatkan dalam sebuah media desain. Untuk mencapai dengan menggunakan prinsip alignment yaitu adanya prinsip pengulangan dan kontras.



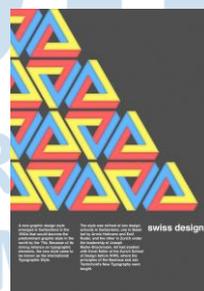
Gambar 2.11. Penerapan Prinsip Penjajaran pada Desain Publik.

Sumber :

<https://i.pinimg.com/originals/a3/06/43/a30643b47c2edefe6c9ce88cee082b5f.jpg>

2. *Repetition* / pengulangan

Pengulangan membantu dan memperkuat desain menjadi konsisten dalam halaman desain. Seperti contoh warna, bentuk, tipografi, serta tekstur. Selain itu, dengan menggunakan prinsip ini dapat memperjelas informasi. Pada desain poster dibawah adalah menunjukkan pengulangan terhadap pola segitiga yang ada dalam poster sebagai berikut.



Gambar 2.12. Penerapan Pengulangan dalam Desain Publik.

Sumber:<https://i.pinimg.com/originals/14/1a/f6/141af6db33961837a0bbfcad8e520e61.png>

3. *Contrast* / kontras

Dengan kontras memungkinkan untuk menyoroti atau adanya penekanan elemen pada sebuah desain. Sehingga, memandu pembaca untuk melihat unsur yang hal penting. Pada desain poster dibawah menggunakan warna kontras yaitu hitam dan kuning dan menggunakan ilustrasi taksi dan pistol dengan warna yang berbeda. Selain itu judul poster yang tertulis *Taxi Driver* menggunakan warna kuning.



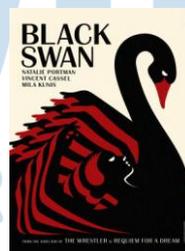
Gambar 2.13. Penerapan Prinsip Kontras pada Poster Film.

Sumber :

<https://i.pinimg.com/originals/ed/00/27/ed0027f68180354c283025bd292379d9.jpg>

4. *Rhythm* / ritme

Membuat desain dengan prinsip menyatukan irama dari unsur – unsur yang serupa dan konsisten dari isi komponen desain tersebut.



Gambar 2.14. Penerapan Ritme pada Desain Publikasi.

Sumber :

<https://i.pinimg.com/564x/50/e8/1c/50e81c1de74ad8bc7e0957120ebe7ccd.jpg>

Pada gambar diatas, terlihat pada desain yang menggunakan ritme pengulangan gambar seorang balerina yang membentuk ilustrasi sayap seekor angsa. Susunan gerak ritme dapat dilihat dengan cara sebagai berikut.

a. Ritme repetisi murni

Pengulangan dengan menyusun objek dengan unsur yang sama.



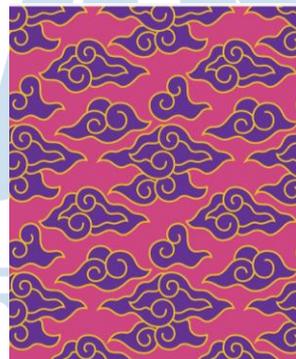
Gambar 2.15. Penerapan Ritme Repetisi Murni.

Sumber :

<https://i.pinimg.com/1200x/f9/d9/80/f9d9808eccf27ca5761ca03b58648341.jpg>

b. Ritme repetisi alternatif / variasi

Menyusun objek dengan pengulangan yang bervariasi alternatif. Berikut merupakan salah satu contoh yang penggunaan ritme repetisi alternatif yaitu batik megamendung.



Gambar 2.16. Penerapan Ritme Repetisi Variasi.

Sumber :

<https://ih1.redbubble.net/image.3661089714.6736/flat,750x,075,f-pad,750x1000,f8f8f8.jpg>

c. Ritme progresi / gradasi

Materi objek disusun dengan memiliki variasi perubahan bertahap pada komposisi, warna dan ukuran pada unsur.



Gambar 2.17. Penerapan Ritme Progresif.

Sumber : Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan

Sumber : Ricky W. Putra – hal 23

d. Ritme mengalir / *flowing*

Objek yang disusun dengan gerak berkelanjutan yang menyerupai alam. Berikut merupakan patung gelombang yang dibuat oleh seniman yang berasal dari Amerika Serikat bernama K. William LeQuier.



Gambar 2.18. Penerapan Ritme Mengalir.

Sumber : <https://img.designswan.com/2015/06/glass/2.jpg>

5. *Balance* / keseimbangan

Prinsip keseimbangan memiliki tujuan agar komponen – komponen desain seimbang antara penempatan komponen, warna, dan ukuran supaya tidak terkesan berat sebelah.



Gambar 2.19. Penerapan *Balance* (Keseimbangan) pada Desain Publik.

Sumber :

<https://i.pinimg.com/originals/fc/6d/35/fc6d357c45b9608e1e522ef94cf55223.jpg>

Pada gambar diatas, merupakan 4 gambar ikan dengan warna hitam, putih, dan merah. Memiliki keseimbangan pada warna hitam dan putih, serta memiliki gaya gambar yang sama disemua ikan.

Warna dot merah menjadi penyeimbangan dalam penempatan masing masing di ikan. Selain itu dari dari 4 gambar ini terbentuk gambar bendera dengan bentuk persegi dan lingkaran warna merah

.Sehingga berdasarkan contoh diatas, terciptanya keseimbangan dari warna, penempatan, dan ukuran.

Ada dua pendekatan dalam menerapkan keseimbangan yaitu keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris

a. Keseimbangan simetris

Prinsip keseimbangan terjadi jika sisi berlawanan harus sama persis, seperti keseimbangan cermin. Keseimbangan simetris, disebut juga dengan keseimbangan formal.

Gambar dibawah merupakan ilustrasi kedua angsa dibawah yang memiliki kesamaan dalam bentuk, warna, dan motif pada *background* desain sebagai berikut.



Gambar 2.20. Penerapan Keseimbangan Simetris pada Desain Publik.

Sumber : <https://ichef.bbci.co.uk/images/ic/320xn/p041gbjk.jpg>

b. Keseimbangan asimetris

Sebaliknya dari keseimbangan simetris, sisi berlawanan tidak persis dan memiliki objek yang lebih kecil dari objek lainnya, sehingga memberi kesan santai dan kasual.



Gambar 2.21. Penerapan Keseimbangan Asimetris pada Lukisan Ukiyo-e.

Sumber :
<https://i.pinimg.com/originals/62/d8/55/62d855708c77071ea5ca5b6e6a5113ed.jpg>

6. *Emphasis* / penekanan

Prinsip penekanan yaitu menonjolkan objek dan mengarahkan pandangan kepada hal tersebut, sehingga apa yang ingin disampaikan dapat terlihat dan dipahami dengan baik. Berikut merupakan penerapan penekanan pada poster produk makanan.



Gambar 2.22. Penerapan Penekanan pada Spanduk Makanan.

Sumber : [https://cdn0-production-images-kly.akamaized.net/N19QhEO3CSTqGUc2A-WzzR7ptl0=/500x281/smart/filters:quality\(75\):strip_icc\(\):format\(webp\)/kly-media-production/medias/3381403/original/056078300_1613717768-food-menu-restaurant-web-banner-template_106176-310.jpg](https://cdn0-production-images-kly.akamaized.net/N19QhEO3CSTqGUc2A-WzzR7ptl0=/500x281/smart/filters:quality(75):strip_icc():format(webp)/kly-media-production/medias/3381403/original/056078300_1613717768-food-menu-restaurant-web-banner-template_106176-310.jpg)

7. *Proportion* / proporsi

Merupakan perbandingan antara satu bagian dengan lainnya atau secara keseluruhan. Dapat diartikan sebagai perubahan ukuran tanpa merubah panjang, lebar, dan tinggi elemen – elemen desain dalam suatu *layout*.



Gambar 2.23. Penerapan Proporsi dalam Desain Banner.

Sumber : https://getvisualz.com/cdn/shop/products/930234_1_1_2000x.jpg?v=1571737740

2.2 Website

Website adalah kumpulan halaman yang digunakan untuk menampung informasi dalam sebuah *domain* (Yuhezifar. Dkk. 2009). Berisi teks, gambar, animasi, suara, baik bersifat statis maupun dinamis, saling terkait melalui jaringan - jaringan halaman dalam situs *web* tersebut (Susanto.2021). *Website* dapat diartikan sebagai suatu kumpulan halaman yang berisikan informasi dalam bentuk teks, visual (dalam bentuk statis maupun animasi), data maupun gabungan dari ketiganya, yang mana komponen-komponen tersebut membentuk satu rangkaian yang berkesinambungan yang terhubung dengan menggunakan jaringan halaman atau *hyperlink*.

Secara umum, definisi *website* adalah kumpulan dari berbagai halaman situs yang telah dirangkum dalam sebuah domain atau subdomain yang berada di dalam WWW (*World Wide Web*). Halaman situs berupa dokumen yang tertulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*) (Dina Amalia. 2018).

2.2.1 Kelebihan dan Kekurangan Website

Website memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan dari *website* adalah dapat mengumpulkan data dan dapat diakses secara bersama – sama, kekurangan yang dimiliki oleh *website* yaitu tidak dapat memiliki interaksi 2 arah, hanya 1 arah, maka diperlukan sosial media untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens (Wahyudin & Rahayu. 2020).

2.2.2 Fungsi dan Kegunaan Website

Berdasarkan studi kasus yang dilakukan oleh Setiyaji Dkk, *Website* memiliki fungsi sebagai media pemberitahuan atas penyakit saraf kejepit (Herniated Nucleus Pulposus atau HNP) dan juga dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat, khususnya bagi mereka yang sudah awam akan penggunaan teknologi *website*.

2.2.3 Jenis – Jenis Website

Situs memiliki jenis-jenis berdasarkan dari tujuan dibuat oleh individu atau perusahaan yang bertanggung jawab. Tujuan situs *web* dibuat ada dari alasan keberadaannya, seperti untuk menjual barang, menawarkan informasi, atau mengumpulkan masukan atau komentar (Campbell. 2017 6TH edition).

1. *Personal website/Situs web* pribadi

Jenis *website* ini, masing - masing individu dapat membuat *website* pribadi yang digunakan untuk menggunakan *website* antara lain membangun *branding* individu, membagikan cerita dan foto kepada keluarga, berbagi minat atau hobi dengan orang lainnya yang memiliki kesamaan dalam minatnya.

Selain itu, adanya alternatif untuk membuat situs *web* pribadi untuk membagikan informasi dan berkomunikasi dengan teman - teman, seperti situs sosial media (facebook, instagram dan twitter), situs pribadi (blog), dan situs jejaring sosial (linkedin dan glints). Gambar dibawah merupakan jenis situs *web* pribadi yang memiliki tujuan untuk membangun *branding* individu sebagai berikut.



Gambar 2.24. Gambar Jenis *Personal Website*.

Sumber : <https://alvarotrigo.com/blog/assets/imgs/2021-12-15/mitu-website-template.jpeg>

Pada gambar dibawah merupakan situs *web* yang bersifat pribadi yang memiliki tujuan untuk membagikan informasi atau data menurut pengguna tersebut.

Dalam situs ini, pengguna dapat menambahkan, mengurangi, dan membagikan informasi dari yang ia dapat maupun diketahui.



Gambar 2.25. Contoh Jenis *Website Personal Blogspot*.

Sumber : <https://www.hostinger.com/tutorials/wp-content/uploads/sites/2/2020/06/amazon.png>

2. *Organizational and topical website*

Situs *web* yang dimiliki oleh suatu grup, asosiasi, atau organisasi yaitu situs *web* organisasi dan situs *web* topik berfokus pada subjek tertentu. Jenis-jenis organisasi website lainnya seperti profesional, internasional, sosial, sukarelawan, dan nirlaba.

Salah satu contohnya yaitu *World Health Organization*, merupakan situs untuk memberikan bantuan dalam bentuk donasi kepada suatu negara dalam situs. Selain itu, dapat berkontribusi, terlibat dengan organisasinya, seperti

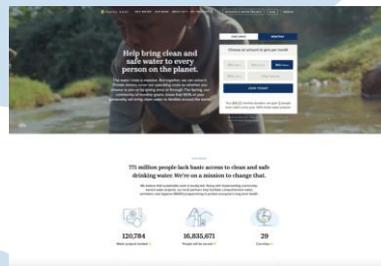
menghubungi organisasi, melaporkan suatu pelanggaran, dan berkarir di organisasi tersebut.



Gambar 2.26. Contoh Jenis *Organization and Topical Website Asian Pacific Fund*.

Sumber : <https://wpforms.com/wp-content/uploads/2017/06/asian-pacific-donation-page-in-wordpress-example.png>

Pada gambar dibawah, merupakan situs *web* water, dengan tujuan untuk memberikan dukungan kepada suatu wilayah dalam bentuk donasi dan pengguna dapat berpartisipasi ataupun berkontribusi.



Gambar 2.27. Gambar Jenis *Organization and Topical Website Water*.

Sumber : <https://www.elevationweb.org/wp-content/uploads/2023/05/01.-Charity-Water522-x-372-scaled.jpg>

3. *Commercial website*

Tujuan dari situs *web* periklanan yaitu untuk mempromosikan dan menjual produk - produk atau memberikan jasa, dari perusahaan bisnis dirumah dan perusahaan besar.

Selain itu, situs *web* ini juga mencakup web sebagian besar pendapatan dari layanan online seperti iklan, seperti situs traveloka, yang menyediakan jasa kepada pengguna dapat melakukan antara lain memesan tiket, memilih destinasi

yang dituju, memilih transportasi dan memilih tempat penginapan. Berikut merupakan gambar situs *web* traveloka.



Gambar 2.28. Contoh Jenis *Commercial Website* - Traveloka.

Sumber : <https://haniprasyani.files.wordpress.com/2017/01/buat-blog-42.jpg?w=840>

Selain traveloka, salah satu contoh yaitu shopee, merupakan situs *web* dimana pengguna dapat membeli barang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan dapat menjual barang di *website* tersebut.



Gambar 2.29. Contoh Jenis *Commercial Website* – Shopee.

Sumber : <https://idcloudhost.com/wp-content/uploads/2020/04/Shopee-ECommerce-dan-Marketplace-Terbaik-Indonesia-min.png>

4. *Other types of websites*

Berbagai macam jenis situs *web* ada untuk berbagai tujuan seperti situs *web* karier menyediakan basis data pekerjaan yang dapat dicari oleh pengguna, dapat berjejaring dengan pengguna lainnya, dan situs *web* lainnya yang dapat ditemukan di *web*.

Pada gambar dibawah ini adalah situs klikBCA, dimana pengguna dapat melakukan transfer dengan dengan rekening

lainnya, dapat melihat riwayat transaksi dari rekening pengguna dengan pengguna lainnya.

INDIVIDUAL		[LOGOUT]	
TANGGAL	03/08		
03/08 03/08	WSID-ZLXY1	0000	000.00 CR
HARY PRASTOWO			
PURN			
05/08	TARIKAN ATM 03/08	0000	000.00 DB
SWITCHING CR			
TANGGAL	06/08		
07/08	TRANSFER DR 008	0998	000.00 CR
NUNUNG DWI			
VERAWATUJAZA MANDI			
TRSF E-BANKING DB			
07/08	07/08 WSID-Z38L1	0000	000.00 DB
JEFFRY WIDARTA			
TRSF E-BANKING DB			
12/08	12/08 WSID-Z38L1	0000	000.00 DB
SAKIYAKERTI			
TRSF E-BANKING CR			
PEND	1308/PTSCV/WS95011	0000	000.00 CR
100000.00			
TAUFIQ IQBAL			
Saldo Awal	:		412.50
Mutasi Kredit	:		000.00
Mutasi Debet	:		820.00
Saldo Akhir	:		382.50

Gambar 2.30. Contoh Jenis Website Lainnya : Klikbca Website.

Sumber : https://1.bp.blogspot.com/-nCdbIsKfMI0/XVJA4r_HrVI/AAAAAAAAIhc/4oNCmlsPyfcPI24uJiZVakpUsQe0Fo83ACLcBGAs/s1600/Cara%2BCek%2BMutasi%2BRekening%2BBCA%2Bdi%2BKlikBCA%2B%2528Internet%2BBanking%2BCA%2529%2B2.png

2.2.4 Cara Membuat Website

Dalam membangun rancangan *website*, hal-hal ini perlu diperhatikan yaitu akurasi, hal ini dimaksudkan agar informasi yang ada pada *website* yang dibangun adalah fakta yang sebenarnya tanpa adanya campur tangan dari penulis dan bebas dari berita bohong.

Kedua, hal ini agar pembaca mendapatkan manfaat, baik dalam bentuk informasi maupun produk, sesuai dengan keinginannya tanpa membuang-buang waktunya. Dalam merancang *website* ada 6 tahap yang dilakukan berdasarkan buku *Introduction to web design* edisi 6 pada tahun 2017, yaitu sebagai berikut.

1. Identifikasi tujuan *website* dan audiens

Pada tahap ini diperlukan untuk mengidentifikasi tujuan merancang *website*, yang dibagi menjadi 2 yaitu adanya tujuan utama dan sekunder. hal ini dapat membuat audiens dapat melihat informasi yang diberikan dan apa manfaat yang didapatkan oleh audiens.

Setelah mengidentifikasi tujuan *website*, melakukan riset terhadap target audiens yang dituju, hal ini dilakukan untuk melihat potensi pengunjung *website*. Target audiens dapat dilihat melalui riset berdasarkan demografis dan psikografis audiens yang meliputi usia, jenis kelamin, profesi, pendidikan, gaya hidup, dan tempat pengunjung tinggal.

Hasil yang didapatkan dari riset target audiens dapat membuat melihat keinginan, kebutuhan, dan ekspektasi audiens akan perancangan *website*.

2. Konten dalam website

Secara garis besar yang diberikan dalam *website* Pada tahap ini, konten dalam *website* dibagi menjadi 3, yang dijelaskan dalam penjabaran sebagai berikut.

- a. halaman beranda, sebagai halaman utama dalam konten dan pertama dilihat oleh pengunjung/audiens. dalam halaman ini meliputi isi konten yang diberikan, tujuan isi konten, dan fitur navigasi serta pencarian dalam *website* untuk audiens dapat mencari dan berinteraksi.

Pada halaman ini juga meliputi identitas *website* yang terdiri dari, tipografi, logo, gambar, dan skema warna yang digunakan dalam *website*.

- b. Halaman tambahan, yaitu halaman yang memberikan informasi pada halaman yang diakses, seperti dalam *website* halaman *Shopping cart and checkout information* dalam *website* E-commerce.

Selain itu, halaman tambahan, dapat memberikan audiens akan halaman yang sudah diakses sebelumnya sehingga audiens dapat kembali langsung ke halaman beranda atau kembali ke halaman yang sudah diakses oleh audiens.

c. Halaman arahan, memiliki salah satu dari dua tujuan yaitu memberikan referensi dan informasi spesifik tentang produk atau isi konten yang mendorong pengunjung menyelesaikan transaksi penjualan.

3. Struktur yang digunakan untuk *website*

Setelah mengidentifikasi tujuan *website* dan target audiens, tahap berikut yaitu memilih struktur *website*. Struktur *website* harus mendukung tujuan *website* dan kemudahan audiens dalam mengakses informasi dengan meminimalisir klik atau navigasi yang panjang dalam mencapai suatu informasi. Struktur *website* dibagi menjadi 3 yaitu sebagai berikut

a. *Linear structure*

Struktur linear atau yang dikenal sebagai struktur tutorial yaitu menampilkan langkah – langkah kepada audiens dalam urutan tertentu agar pengguna tidak melewatkan langkah.

Hal ini dapat terjadi dalam pengunjung yang baru mengakses situs *web* tersebut. struktur ini sesuai untuk informasi yang ditampilkan secara kronologis, seperti contoh *website* yang menampilkan sejarah dan bibliografis.

b. *Webbeb structure*

Dikenal juga sebagai struktur acak, tidak menampilkan halaman atau langkah – langkah yang diharuskan audiens untuk mengikuti langkah tersebut. pada strktur ini audiens dapat melihat atau mencari apa yang diperlukan dan struktur ini sesuai untuk situs *web* yang memiliki informasi detail, katalog, dan situs *web* yang memiliki konten yang dinamis.

c. *Hierarchical structure*

Situs *web* yang memakai struktur ini mengatur halaman *web* dibagi menjadi kategori dan sub- kategori seperti *website* universitas, yang memiliki struktur dibagi menjadi beberapa sub – kategori, seperti dalam kategori akademik yang dibagi menjadi sub – kategori yang meliputi departemen dan jurusan.

4. Sistem navigasi dan tipe *link* dalam *website*

Setelah melakukan tahap ketiga, maka selanjut yaitu merancang sistem navigasi yang akan digunakan untuk audiens dapat berinteraksi dalam *website*. Navigasi yang berbasis pengguna dan dikendalikan oleh pengguna ada dua jenis yaitu sebagai berikut

- a. Sistem navigasi berbasis pengguna yang dirancang berdasarkan kebutuhan pengunjung situs *web* dan tidak berdasarkan kebutuhan penerbit situs *web*, maka diperlukan dalam melakukan uji coba dalam pengembangan sistem berdasarkan profil target audiens
- b. Sistem navigasi yang dikendalikan pengguna, dimana sistem ini menyediakan audiens berbagai cara ataupun fitur yang akan digunakan untuk mengunjungi suatu halaman dengan cara audiens sendiri dan tidak dibatasi menurut pendapat penerbit bagaimana cara pengunjung harus berpindah dari satu halaman ke halaman lain.
- c. Selain itu, adanya penggabungan dalam berbagai jenis tautan seperti tautan teks, tautan gambar dan tautan tersembunyi dan kelompok tautan yang disajikan sebagai menu, tab dan jejak halaman pada sebelumnya.

5. Desain *website*

Merancang desain dalam *website* dengan membangun prinsip kesatuan dan menjaga identitas situs *web* dengan menggunakan visual dengan menerapkan konsisten terkait tipografi, *layout* pada konten, skema warna yang digunakan dan penempatan nama situs *web* atau perusahaan, logo, dan elemen navigasi dalam *menu bar*.

Kedua, warna dan kontras pada warna *background* dan tulisan untuk dapat memiliki keterbacaan yang baik. Ketiga, dalam merancang konten, adanya pertimbangan dalam panjang halaman, penempatan konten dan kegunaan konten yang harus konsisten dalam visual diseluruh halaman situs *web*.

Keempat, *grid* pada *layout* digunakan untuk memposisikan konten pada halaman dan itu lakukan dengan menggunakan struktur dasar baris dan kolom. Hal ini dilakukan untuk mengatur posisi konten dan elemen yang ada dalam situs *web* maupun *mobile*.

6. Uji coba, publikasi dan mempertahankan *website*

Setelah melakukan tahap lima, yaitu melakukan tahap testing dimana audiens dapat berinteraksi dengan situs *web* yang sudah dirancang dan melihat reaksi audiens dan setelah itu dapat melaksanakan tanya jawab kepada audiens. setelah melakukan tahap uji coba, yaitu publikasi dan menjaga situs *web* kepada masyarakat umum.

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

2.3 Elemen dan Prinsip *User Interface*

UI (User Interface) atau antar muka pengguna merupakan pembelajaran cara merancang dan mendesain suatu tampilan pada aplikasi ataupun *website* dalam sistem agar manusia dan perangkat komputer mampu bekerja sama dalam menyelesaikan kebutuhan secara efisien dan efektif (Priyono, Ramdhani, & Hardian. 2020). Dengan adanya user interface yang baik dalam suatu tampilan digital maka dapat memberi hasil tampilan yang dapat digunakan dan dipahami dengan baik oleh audiens. berikut merupakan elemen dan prinsip *user interface*.

2.3.1 Elemen *User Interface*

Elemen – elemen ini menjadi dasar dalam merancang suatu tampilan. Menurut Rozaq (2020) dasar elemen user interface dikategorikan menjadi 4 yaitu sebagai berikut.

1. Tata letak

Tata letak atau *layout* yaitu mengatur letak masing – masing elemen seperti gambar, teks, ikon dan *button*. Tata letak ini bertujuan untuk memberikan petunjuk dan arah yang jelas dan bersifat sederhana agar user dapat melihat dan memahami fungsi setiap elemen tersebut.

2. Warna

Selain tata letak, warna memiliki pengaruh dalam desain. dalam penentuan warna disesuaikan dengan identitas dari perusahaan maupun organisasi ataupun lembaga, sehingga dapat memberikan identitas dan fungsi dari suatu *web* ataupun aplikasi.

Warna dapat memberikan fungsi dari suatu fitur dan ikon dan dapat mempermudah *user* dalam menggunakan baik fitur maupun ikon dalam digital. Warna juga dapat digunakan sebagai penanda perubahan status dalam sistem dan penggunaan warna

diperlukan konsisten untuk menerapkan prinsip kesatuan dan konsisten dalam situs maupun aplikasi.

3. Tipografi

Dalam *user interface*, penentuan jenis font yang digunakan perlu diperhatikan untuk pembaca dapat membaca informasi yang diberikan dengan mudah dan jelas, dengan kata lain memberikan *readability* yang tinggi.

4. Grafik

Visual dalam sebuah tampilan yang meliputi gambar, teks, ikon dan *button* yang digunakan dapat dengan mudah dipahami dari fungsi dan identitas yang ditunjukkan kepada *user*.

2.3.2 Prinsip *User Interface*

Dalam merancang *user interface*, ada prinsip mengenai UI (*User Interface*) untuk membuat satu produk digital (Budiawan. 2019). bUi menjadi aspek penting dalam merancang dan membuat produk digital, ada 6 prinsip dalam *user interface* (myskill. 2023). berikut prinsip *user interface* sebagai berikut.

1. Komposisi

Elemen – elemen visual yang disusun dengan tujuan membangun hirearki, keseimbangan dan kesatuan yang jelas. Dengan memiliki komposisi, user dapat memahami dengan mudah dan menavigasi ui tanpa kesulitan dalam berinteraksi dalam suatu produk digital. Dalam penataan komposisi ada 2 yaitu statis dan dinamis sebagai berikut.

a. Statis

Merupakan elemen yang sudah disusun dan cenderung tidak bergerak atau diam. Tujuan komposisi ini yaitu mengarahkan perhatian *user* kepada satu elemen, seperti tampilan awal pada google yaitu *search engine*.

b. Dinamis

Pada komposisi dinamis, elemen – elemen visual dalam suatu produk digital cenderung bergerak dan dapat digunakan oleh *user*. seperti pada aplikasi tiket.com pada *button* pergi dan pulang-pergi adanya pergerakan *button* setelah diklik oleh *user*.

2. Penjajaran

Merupakan penjajaran dalam masing – masing elemen meliputi gambar, teks, logo, navigasi bar, dan button yang dikelompokkan dengan baik. hal ini dapat membantu *user* melihat produk atau informasi dalam produk digital.

3. Keseimbangan

Pada prinsip keseimbangan mengatur bobot elemen visual dalam keseluruhan pada layar digital dan bertujuan untuk menjaga kestabilan dalam *user interface*. keseimbangan ini dibagi menjadi 2 jenis yaitu simteris, yaitu elemen – elemen visual yang telah disusun secara rata di kedua sisi dan asimetris adalah elemen visual yang disusun dengan tidak merata, akan tetapi tetap menjaga keseimbangan dalam produk digital.

4. Kontras

Merupakan prinsip yang menonjolkan elemen visual untuk user dapat melihat dan dapat membaca. Prinsip ini dapat meningkatkan keterbacaan dan visibilitas yang jelas dalam suatu produk digital.

5. Hirearki

Pada hirearki, mengatur elemen – elemen desain dari hal yang penting sampai elemen yang kurang penting. Hirearki meliputi penggunaan ukuran, warna dan gaya terkait gambar, tulisan, ikon, dan tombol yang digunakan untuk mengetahui prioritas dari suatu elemen dengan elemen lainnya.

Dengan menerapkan hirarki, user dapat diarahkan melalui elemen yang ada tanpa adanya kesulitan dalam melihat atau membaca informasi maupun elemen visual.

6. Repetisi

Prinsip repetisi atau pengulangan adalah penerapan elemen – elemen dilakukan secara berulang dengan tujuan untuk membangun konsisten yang meliputi warna, ikon dan tipografi yang digunakan dalam tampilan suatu produk digital. dengan menerapkan repetisi, user dapat mengenali dan mengasosiasikan dengan identitas dalam produk digital terkait elemen maupun informasi tertentu.

2.4 Saraf Kejepit

2.4.1 Gejala Saraf Kejepit

Saraf kejepit dapat dialami oleh orang dari berbagai profesi, dimulai dari orang yang bekerja di kantor dan menghabiskan waktu lebih banyak untuk duduk, orang yang memiliki pekerjaan mengangkat beban berat, hingga ibu rumah tangga.

Penyakit hernia nukleus pulposus (HNP) atau saraf kejepit dapat menimbulkan gejala nyeri pada punggung bawah (pinggang), nyeri pada leher. Beberapa gejala HNP pada leher, yaitu rasa nyeri pada leher yang menjalar ke lengan, mengalami kesemutan, kaku otot di salah satu lengan, dan sensasi terbakar pada leher bahu dan lengan.

Sedangkan gejala hernia nukleus pulposus lumbal atau saraf terjepit di pinggang atau punggung bawah, yaitu terjadi kesemutan atau lemah otot di tungkai atau bagian paha sampai lutut dan penderita tidak dapat menahan buang air kecil.

Gejala saraf kejepit dapat terjadi karena beberapa faktor yang mendukung seperti, memiliki kebiasaan postur tubuh yang tidak benar untuk

jangka waktu yang lama, adanya cedera pada pinggang dan tulang belakang, dan bantalan ruas tulang belakang (Praworo.2011).

Gejala dapat terjadi pada bagian tulang leher dan pinggang bawah. Tanda adanya gejala HNP pada leher yaitu rasa nyeri atau pegal pada dileher dan bahu hingga ke lengan.

2.4.2 Akibat Saraf Kejepit

Menurut Dulebohn, dkk. 2019, Sekitar 5 hingga 20 kasus per 1000 orang dewasa per tahun mengalami saraf kejepit. Sering terjadi pada pria dan wanita, dengan rasio 2 : 1. Penyakit kejepit dapat hilang dengan sendirinya dan datang kembali dikarenakan postur duduk yang tidak baik.

Saraf kejepit dapat hilang sekitar 90% dengan minum obat penghilang sederhana, 10% akan timbul kembali. Penyakit tersebut dapat timbul kembali, jika tidak melakukan penurunan resiko maka akibat yang ditimbulkan bertambah berat, yaitu cacat saraf.

Cacat saraf dapat mengakibatkan kelumpuhan pada lengan dan kehilangan kemampuan untuk mengontrol keinginan membuang air kecil dan air besar (Susiyanto.2020).

2.4.3 Dampak Saraf Kejepit

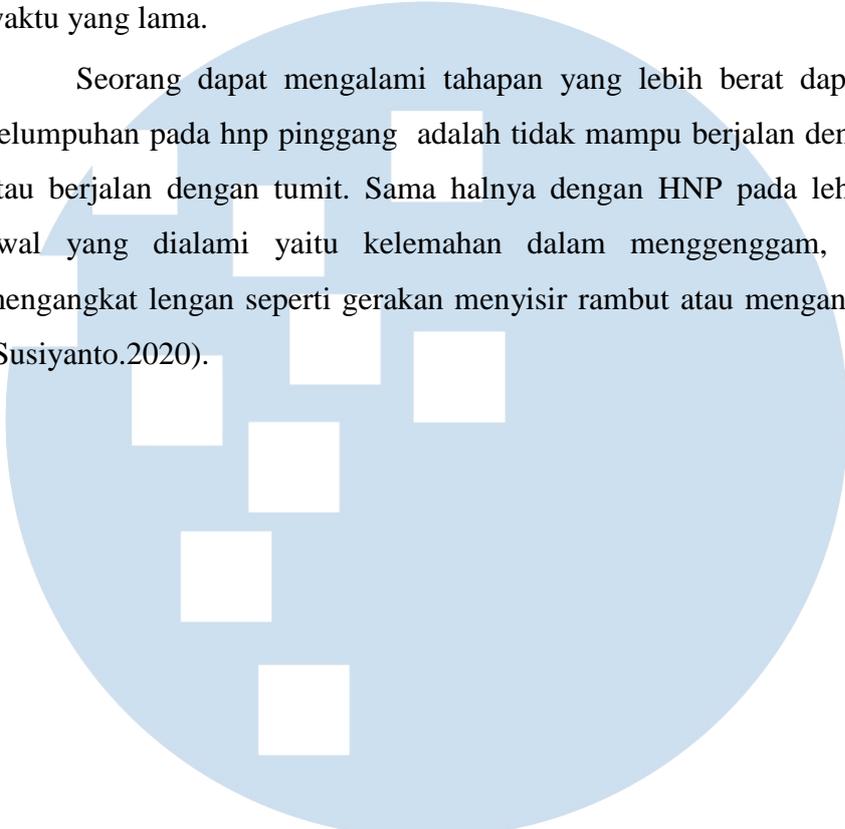
Dampak yang ditimbulkan dari saraf kejepit dapat membatasi kemampuan seseorang dalam beraktivitas sehari – hari. Penderita yang mengalami saraf kejepit pada tulang punggung bawah, dapat mengalami sakit yang tajam di salah satu area yang meliputi bagian kaki, pinggul, bokong, atau dibagian lainnya.

Dapat mengalami mati rasa, dikenal dengan sebutan kebas pada bagian betis atau telapak kaki, ataupun satu area kaki. Sehingga dapat mengganggu keseimbangan tubuh dan mengakibatkan gejala penyakit lainnya (Sulaiman & Anggriani. 2018).

Selain itu, dampak yang dapat terjadi pada pinggang, rasa nyeri akan terasa saat batuk. Dampak saraf kejepit yang dapat dimasukkan dalam

kategori lebih berat yaitu rasa nyeri saat berjalan atau duduk dalam jangka waktu yang lama.

Seorang dapat mengalami tahapan yang lebih berat dapat terjadi kelumpuhan pada hnp pinggang adalah tidak mampu berjalan dengan jinjit atau berjalan dengan tumit. Sama halnya dengan HNP pada leher, tahap awal yang dialami yaitu kelemahan dalam menggenggam, kesulitan mengangkat lengan seperti gerakan menyisir rambut atau mengancing baju (Susiyanto.2020).



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA