

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Menurut Schramm (1977), media merupakan sebuah teknologi pembawa informasi yang dapat dilihat, didengar, dibaca, dan dimanipulasi, serta bersifat instruksional. Media dapat pula dikatakan sebagai sebuah perantara yang digunakan untuk menyebarkan gagasan ke target penerima pesan (Hamikaya, S. S., 1988). Hal ini menunjukkan kesamaan dalam pengertian sebuah media karena sama-sama merujuk ke arah pembawaan informasi atau pesan kepada orang lain. Sedangkan, pengertian informasi dari Cushing (1991, p11) adalah hasil pengolahan data yang mampu memberikan manfaat bagi target yang menerima pesan tersebut. Informasi memiliki beberapa fungsi, seperti meminimalisir ketidakpastian ketika hendak mengambil sebuah keputusan, menambah wawasan bagi penerima pesan, sebagai sarana hiburan, dan pemersatu antar kelompok, menggambarkan peristiwa yang sedang terjadi, serta dapat dijadikan acuan berita bagi para khalayak. Jenis informasi terbagi menjadi empat dan dijabarkan sebagai berikut. (Sekolahan.co.id, 2023).

1. Informasi Berdasarkan Sifatnya

Berdasarkan sifatnya, informasi terbagi lagi menjadi tiga bagian, yaitu informasi yang bersifat deskriptif, faktual, dan opini. Informasi bersifat deskriptif merupakan informasi terkait suatu hal atau fenomena yang dikemas serinci mungkin. Informasi yang bersifat faktual merupakan informasi yang dapat dibuktikan kebenarannya karena dikemas berdasarkan fakta yang terjadi. Sedangkan informasi yang bersifat opini didasari oleh pendapat atau argumen pribadi seseorang mengenai suatu fenomena.

2. Informasi Berdasarkan Kegunaan

Berdasarkan kegunaannya, informasi terbagi menjadi dua bagian, yaitu informasi yang memberikan wawasan dan informasi berdasarkan penyajian. Hal yang membedakannya adalah penggunaannya. Informasi yang menambah wawasan merupakan pengetahuan baru bagi orang yang menerimanya, sedangkan informasi berdasarkan penyajiannya menitikberatkan penyampaian informasi melalui pengemasan yang berbeda-beda, seperti audio, artikel, video, dan lain-lain.

3. Informasi Berdasarkan Bidang kehidupan

Informasi jenis ini merujuk ke bidang yang berbeda-beda, seperti informasi bisnis, informasi kesehatan, informasi olahraga, informasi pendidikan, dan sebagainya, menyesuaikan dengan bidang yang ingin dipelajari atau ingin didalami dari calon penerima pesan. Misalnya informasi kesehatan yang berisikan tentang cara menjalankan pola hidup sehat.

4. Informasi Berdasarkan Lokasi Terjadinya Peristiwa

Informasi jenis ini terbagi menjadi dua, yaitu informasi domestik dan informasi mancanegara.

Informasi yang disajikan biasanya dikemas ke dalam sebuah desain. Desain informasi dirancang dengan tujuan menciptakan perspektif penuh makna melalui penyampaian pesan yang telah dikemas secara efektif. Cara menyampaikan informasi yang efektif melalui desain adalah dengan menggunakan citra, simbol, warna, tipe, dan estetika (Baer, 2001:14). Informasi yang dikemas secara tidak efektif akan memicu terjadinya salah persepsi bagi para penerima pesan, sehingga sangat penting untuk memperhatikan hal-hal yang dapat dijadikan acuan dalam pembuatan desain informasi yang baik, seperti memiliki kemampuan untuk memahami rangkaian pesan yang ingin disampaikan, memiliki komitmen penuh terhadap pemenuhan kebutuhan target, dan mampu memilih media yang tepat untuk menuangkan konten yang dipadu dengan desain (Baer, 2008:23).

2.1.1 Jenis Media Informasi

Bretz (1971) dalam bukunya yang berjudul “*A Taxonomy of Communication Media*” memaparkan bahwa terdapat tiga jenis media, yaitu sebagai berikut.

1. Media Visual

Media ini mengandalkan alat indera penglihatan karena memuat gambar, video, dan sejenisnya. Media visual terbagi menjadi dua jenis, yaitu media visual gerak dan diam.

2. Media Audio

Media ini mengandalkan alat indera pendengaran karena informasi yang disebarkan dikemas dalam bentuk audio (suara) dan biasanya dapat ditemukan pada siaran radio yang saat ini berkembang menjadi *podcast*.

3. Media Audio Visual

Media ini merupakan jenis media yang memadukan kedua jenis media, yaitu media visual dan media audio. Media ini tergolong lebih menarik untuk disaksikan karena konten informasi yang disajikan menyisipkan video atau pun gambar yang memuat suara. Media visual audio dibagi lagi menjadi dua jenis, yaitu media visual diam dan gerak

2.2 Teori Interaktif

Menurut Grieffey (2020, p3), media digital interaktif melibatkan interaksi pengguna melalui sebuah perangkat yang dapat memicu terjadinya perbedaan dalam perolehan pengalaman ketika menikmati atau mengaksesnya, sehingga disebut sebagai pengalaman non-linier. Tapi, terdapat beberapa media digital interaktif yang mampu memberikan pengalaman linier bagi penggunanya, seperti proses pembayaran dari sebuah situs *e-commerce* yang harus melakukan pengisian kontak pribadi atau kontak yang dituju terlebih dahulu, beserta dengan mengisi metode pembayarannya, baru setelah itu dapat langsung melakukan pembelian dan pembayaran.

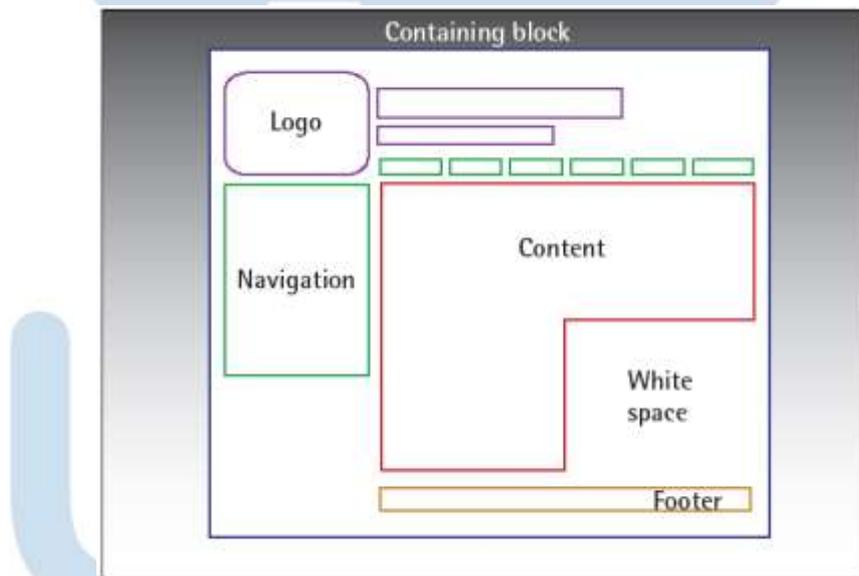
Merancang suatu pengalaman dari media digital interaktif memerlukan pertimbangan terkait kebutuhan pengguna beserta dengan cara mereka menggunakan hal yang dibutuhkan. Maka dari itu, sangat penting bagi desainer

untuk benar-benar memahami cara target menggunakan hasil desain berbasis aplikasi atau pun media serupa melalui pembuatan skenario (Grieffey, 2020:4).

2.2.1 Website

Grieffey (2020, p7) mengatakan bahwa *website* merupakan perpaduan dari halaman *web* yang berada di bawah domain yang sama dan saling berkaitan satu sama lain, serta dapat ditampilkan dan diakses melalui koneksi internet di komputer mana pun. Awalnya *website* merupakan sebuah perangkat brosur yang terdiri dari beberapa teks dan halaman statis yang saling berkaitan, namun mengalami perubahan ketika berkembangnya kemajuan teknologi seiring berjalannya waktu.

Menurut Beaird (2020), terdapat beberapa komponen yang harus dimiliki di dalam sebuah *website*, yaitu sebagai berikut.



Gambar 2. 1 Komponen dalam Website

Sumber: <https://www.tneutron.net/mikro/wp-content/uploads/sites/5/2015/10/image12.png>

1. *Containing Block*

Setiap halaman web mempunyai wadah berupa elemen tubuh halaman atau bagian yang terdiri dari semua bagian. Tanpa adanya wadah tersebut, perancang tidak dapat menyisipkan isi halaman.

2. Logo

Logo dan warna digambarkan sebagai identitas yang digunakan untuk berbagai iklan perusahaan oleh para perancang. Di bagian atas setiap halaman web, perlu disisipkan blok identitas berupa logo atau nama perusahaan agar identitas itu lebih mudah dikenali dan diingat oleh para pengguna, sekaligus memberi tahu pengguna bahwa halaman yang sedang mereka lihat merupakan bagian dari sebuah situs web.

3. Navigasi

Sistem navigasi yang dibuat dalam sebuah *website* harus mudah digunakan dan diakses. Biasanya navigasi berada di bagian atas halaman.

4. Konten

Konten dapat mencakup semua teks, gambar, atau video. Pengemasan konten yang berbobot tergolong penting karena apabila informasi yang disajikan melalui konten tidak sesuai dan tidak lengkap, maka pengguna akan memutuskan untuk beralih ke situs lainnya.

5. Footer

Bagian bawah halaman biasanya mencantumkan kontak, informasi terkait hak cipta, dan tautan ke bagian utama situs web. Hal inilah memberi tahu penggunanya bahwa mereka telah menelusuri bagian paling bawah halaman *website*.

6. White Space

White space atau yang disebut juga sebagai “ruang negatif” mengacu pada setiap area halaman yang tidak terjamah oleh huruf dan ilustrasi. Tanpa ruang kosong yang dirancang dengan cermat, desain di dalamnya akan terlihat menyesak karena tidak ada ruang bagi mata *user* untuk bernapas sejenak. Penggunaan *white space* memiliki tujuan menciptakan keseimbangan dan kesatuan di dalamnya.

2.2.2 *User Experience*

User experience design merupakan desain produk atau layanan yang dibuat dengan mempertimbangkan cara membangun pengalaman yang ideal ketika menggunakan produk atau layanan tersebut (Interaction Design Foundation, n.d.:7). Sedangkan menurut Grieffey (2020:15), diperlukan keterampilan komunikasi visual dalam perancangan sebuah media interaktif dikarenakan komponen visualnya yang besar, dengan tujuan memastikan apakah target audiens memahami dan dapat menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan.

Soegaard (2018) menyebutkan bahwa desainer zaman dulu hanya membuat produk yang menarik menurut preferensi mereka sendiri dan berharap klien mereka akan menyukai produk tersebut melalui sebuah pendekatan yang tidak mengutamakan kebutuhan pengguna yang sebenarnya dan diikuti dengan persaingan bisnis yang bergantung pada keberuntungan dari tim desainnya. Maka dari itu, diperlukan *user experience* agar fokusnya lebih terarah ke pengguna dan memungkinkan pengerjaan produk atau karya desain lainnya dapat berjalan lancar hingga tahap distribusi. Fokus yang terarah membuat penggunanya akan mengingat produk tersebut tidak hanya dari namanya saja, tapi juga dengan pengalaman baik yang diterima ketika menggunakannya.

Menurut Soegaard (2018), terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi pengalaman pengguna, yaitu sebagai berikut.

1. Berguna

Kegunaan dari sebuah produk sangatlah penting. Apabila produk yang ditawarkan tidak memberikan manfaat bagi orang lain, maka perancang tersebut tidak akan dapat bersaing di pasar yang menjual produk-produk berguna menurut targetnya, baik dari segi kesenangan maupun segi kebutuhan dasar.

2. Mudah digunakan

Kegunaan dari sebuah produk menentukan keputusan akhir dari *user* dalam membeli atau terus menggunakan produk tersebut. Apabila produk yang diciptakan sudah sesuai dengan kebutuhan *user* dan mudah digunakan, maka hal tersebut dapat meningkatkan pengalaman yang baik bagi penggunanya. Salah satu contoh produk yang dapat dikatakan berhasil berdasarkan pengalaman penggunanya adalah iPod.

3. Mudah ditemukan

Produk beserta dengan konten-konten di dalamnya harus teratur dan mudah ditemukan, karena hal tersebut mempermudah pengguna dalam menemukan informasi yang dibutuhkan sehingga pengguna akan terus bereksplorasi di dalamnya. Selain itu, produk yang mudah ditemukan juga dapat menghemat waktu penggunanya dalam mencari produk atau pun kebutuhan lainnya.

4. Dapat dipercaya

Di era yang serba canggih ini membuat *user* menjadi lebih bijak dalam mengambil keputusan untuk memilih vendor yang dapat dipercaya. Kemampuan konsumen untuk mempercayai produk yang ditawarkan disebut sebagai kredibilitas. Produk yang dapat dipercaya adalah produk yang dapat digunakan dengan ketahanannya yang cukup lama dan sesuai dengan fungsi yang dibutuhkan penggunanya.

5. Diinginkan

Branding, identitas, citra, estetika, dan emosional desain menyampaikan sebuah tujuan. Sebuah produk akan lebih dihargai dan diinginkan oleh pengguna lain ketika seorang pengguna yang mendapatkan produk tersebut membanggakannya.

6. Mudah diakses

Aksesibilitas merupakan pengalaman yang diberikan kepada pengguna yang memiliki berbagai macam kemampuan ketika

mengakses sebuah produk atau konten. Aksesibilitas berdasarkan pengalaman pengguna merupakan hal yang penting karena hal tersebut dapat memperlihatkan bentuk kesopanan dan kesusilaan terhadap berbagai macam pengguna, terutama pengguna berkebutuhan khusus.

7. Memiliki *value*

Sebuah produk harus memberikan *value* kepada dua belah pihak, yaitu pihak perancang dengan pihak pengguna, karena tanpa adanya sebuah *value*, kesuksesan dari produk yang ditawarkan tidak akan berlangsung lama.

2.2.3 *User Interface*

Dilansir dari Jubilee Digital (2023:5), *user interface* adalah sebuah produk yang tampilannya memuat menu, tombol, animasi, kotak isian, kotak percakapan, *splash screen*, dan sebagainya yang dapat diinteraksikan dengan pengguna. Charles (n.d.) dalam artikelnya yang berjudul “Apa Itu *User Interface*? Prinsip, Elemen, Tren, Metodologi dan *Tools*” mengatakan bahwa *user interface* adalah kombinasi dari berbagai elemen visual yang menjadi jembatan interaksi antara manusia dengan perangkat digital yang memicu alat indera *user* dan menciptakan sebuah pengalaman baru. *UI* yang dirancang dengan baik akan memberikan pengalaman yang efisien dan menyenangkan bagi setiap targetnya ketika melakukan eksplorasi sebuah tampilan sistem digital. Charles (n.d.) juga mengatakan bahwa terdapat beberapa prinsip utama yang harus diperhatikan ketika membangun sebuah *UI*, yaitu sebagai berikut.

1. *Usability*

Perancangan sebuah karya desain harus dapat memberikan kemudahan kepada *user* dalam mengeksplorasi atau menggunakan karya tersebut. *Usability* dapat diwujudkan ketika perancang melakukan beberapa hal, seperti membuat tampilan *layout* dan fitur sederhana mungkin dengan penggunaan istilah

yang mudah dipahami oleh *user*, mengikuti pola desain, serta memberikan *feedback* yang jelas dalam segi visual.

2. *Consistency*

Konsistensi harus diterapkan ke dalam elemen *UI*, baik dalam segi visual maupun interaktivitasnya, melalui penyusunan hierarki yang stabil, tampilan yang konsisten dari segi warna, terminologi, gaya, dan sebagainya.

3. *Hierarchy*

Tampilan *layout* dari sebuah produk atau karya desain harus memiliki hirarki yang jelas agar mampu memberikan arahan tepat sasaran ke *user*. Hierarki dapat diterapkan melalui penataan *layout* dengan *grid*, memanfaatkan *white space* dengan baik, dan melakukan pemilihan kontras yang sesuai.

4. *Feedback*

Umpan balik yang diberikan ketika tampilan *UI* diinteraksikan oleh *user* harus responsif karena hal tersebut dapat mempengaruhi perolehan pengalaman bagi penggunanya. Untuk memberikan umpan balik seperti itu, perancang dapat menyisipkan tampilan visual, teks, dan audio yang jelas dan menarik. Umpan balik yang responsif akan memaksimalkan pengalaman terbaik bagi penggunanya.

5. *Design Style and Aesthetics*

Kombinasi dari *usability* dengan unsur estetis dapat menciptakan tampilan *UI* yang menarik dan seimbang, dengan cara mempertimbangkan penggunaan gaya desainnya, seperti tipografi, ikon, ilustrasi, dan sebagainya.

User Interface juga memiliki beberapa elemen kunci yang perlu diperhatikan, yaitu sebagai berikut (Charles, n.d.).

1. *Layout*

Layout merupakan penentu alur dan pengalaman *user* dalam mengeksplorasi tampilan desain *UI*. Jenis *layout* yang biasanya digunakan oleh para desainer, yaitu *layout grid*, *hierarchical layout*, *frame layout*, *single/focused layout*, dan *coordinated layout*. Tata letak tersebut dipilih berdasarkan kebutuhan *user*, misalnya dengan pemilihan *layout grid* sebagai pondasi dari pembuatan *UI* yang memuat banyak data terstruktur.

2. Tipografi

Tipografi merupakan hal penting dalam menentukan tingkat kerapian dan keterbacaan sebuah *UI*. Para perancang harus memperhatikan ukuran, jarak, kontras, dan pembobotan tulisan agar *user* dapat memahami alur dan konten dengan lebih baik. Selain itu, perancang tidak disarankan untuk menggunakan banyak variasi font, melainkan menggunakan satu sampai tiga font yang berbeda saja dan mengikuti dengan konsep yang telah dirancang sebelumnya.

3. Warna

Warna dalam tampilan *user interface* dapat merepresentasikan identitas dari sebuah produk atau konten visual yang dirancang. Penggunaan warna yang tepat mampu meningkatkan kontras, memandu hierarki visual, serta menyampaikan sebuah pesan kepada targetnya.

4. Ikon dan Grafis

Penggunaan ikon dan grafis yang sederhana dan tepat mampu meningkatkan estetika dari karya desain sekaligus menyederhanakan teks panjang, sehingga mempermudah penggunaanya dalam melakukan identifikasi fitur-fitur di dalamnya.

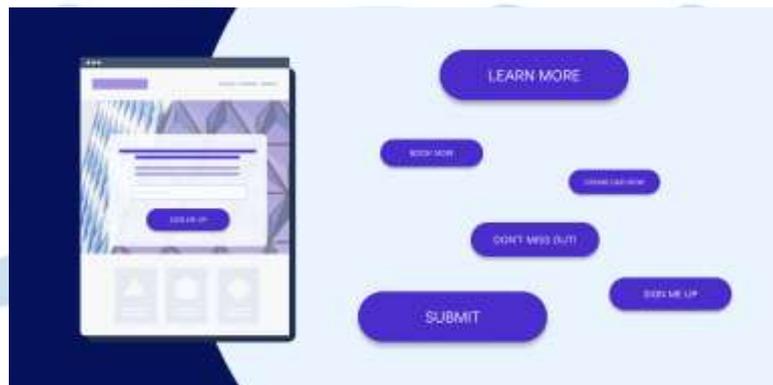
5. *Interface Control*

Elemen ini bersifat interaktif sehingga dapat membuat penggunanya mengontrol dan menjelajahi setiap bagian desainnya, seperti dengan menekan sebuah tombol, menu, dan sebagainya. Kontrol antarmuka ini biasanya disisipkan di tempat yang mudah dilihat dan dijangkau oleh penggunanya. Untuk membuat *interface control*, perancang harus menggunakan teks dan ikon yang bersifat deskriptif dengan ukuran yang cukup besar.

Widyantoro (2023) mengungkapkan bahwa *button* merupakan salah satu komponen penting yang dapat memicu interaksi pada penggunanya dengan beberapa jenisnya yang biasanya digunakan dalam desain *user interface*.

1. *CTA Button*

Tombol *Call-to-Action* biasanya diwarnai dengan kontras sehingga mampu menarik perhatian dan memicu pengguna untuk melakukan sebuah tindakan. Contoh tindakan yang dimaksud adalah melakukan *subscribe* pada sebuah akun *brand*, berbelanja, dan sebagainya.

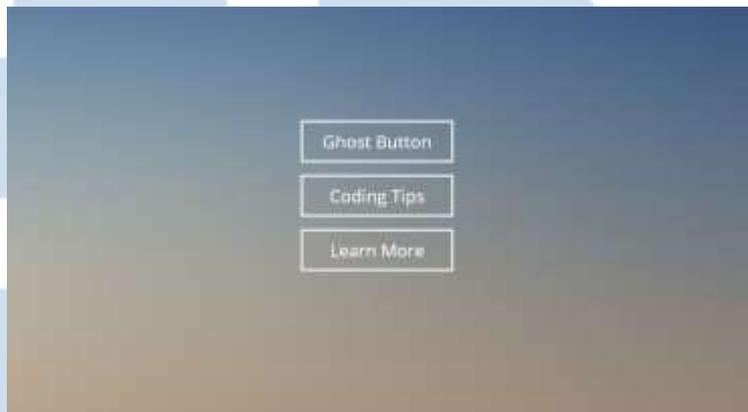


Gambar 2. 2 *CTA Button*

Sumber: <https://storage.googleapis.com/website-production/uploads/2023/01/how-to-create-effective-call-to-action-buttons.png>

2. *Ghost Button*

Ghost button adalah tombol tansparan yang hanya terdiri dari garis pinggir dan teks. Biasanya tombol ini digunakan bersama tombol CTA untuk melakukan aksi tambahan selain aksi utama.

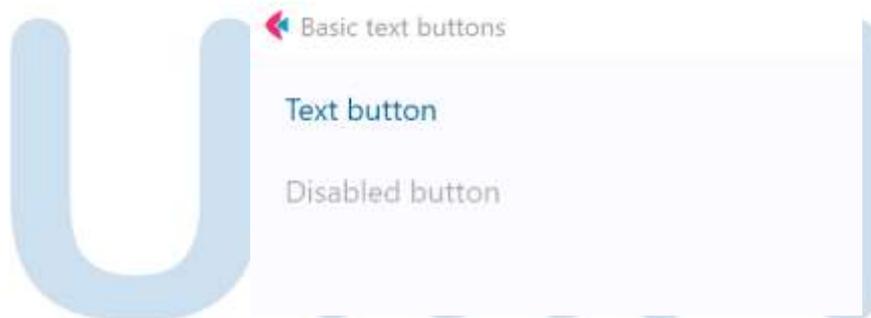


Gambar 2. 3 *Ghost Button*

Sumber: <https://superdevresources.com/wp-content/uploads/2014/11/simple-ghost-button-css.png>

3. *Text Button*

Tombol teks biasanya digunakan untuk melakukan tindakan yang lumayan penting tanpa membuat pengguna merasa terganggu dengan tujuan utamanya.



Gambar 2. 4 *Text Button*

Sumber: <https://flet.dev/img/docs/controls/text-button/basic-text-buttons.png>

4. *Floating Action Button*

Tombol ini memiliki ciri mengambang di dalam *user interface* yang berfungsi sebagai tombol pemicu tindakan utama.



Gambar 2. 5 *Floating Action Buttons*

Sumber: https://i.ytimg.com/vi/4h1F_2S317A/maxresdefault.jpg

2.3 Teori Desain Grafis

Desain grafis merupakan bentuk komunikasi visual mencakup representasi visual yang mengandalkan penciptaan, seleksi, dan penerapan elemen visual di dalamnya dengan tujuan menyampaikan pesan kepada target audiens (Landa, 2013:1). Setiap penyampaian yang efektif didasari oleh ide yang sudah dipikirkan dengan matang, sehingga desainer mampu untuk merancang suatu desain berdasarkan keputusan yang diambil.

Menurut Landa (2013), studi desain grafis yang disertai dengan sejarah seni membuat banyak orang lebih memahami perjalanan dunia yang sudah terjadi hingga saat ini. Hal ini diperkuat dengan ucapan Collins dan Petter (2020, p4-5) dalam bukunya yang berjudul “*Why Study History?*” yang menyatakan bahwa masa lalu memiliki dampak berkelanjutan pada masa kini dan masa depan, sehingga penting bagi banyak orang untuk mempelajari sejarah, karena dengan mempelajari hal tersebut, orang akan tahu bagaimana proses-proses besar terjadi selama masa kehidupan, bagaimana cara orang berpikir dan berperilaku, dan sebagainya. Desain grafis menjadi salah satu contoh hal yang dipengaruhi oleh berbagai macam peristiwa dan faktor dari kalangan masyarakat kecil dan besar, seperti budaya, subkultur, masalah ekonomi, peperangan, musik, media, dan sebagainya. Pada kesempatan berikutnya, desain grafis mulai mempengaruhi budaya, media, musik, dan diri sendiri (Landa, 2023:4).

Menurut Paula Scher (n.d.), desain itu penting, karena setiap informasi yang dikemas oleh desainer grafis akan benar-benar mempengaruhi keputusan yang akan

diambil oleh target audiens. Hal ini yang memperkuat teori-teori dari Landa, Collins dan Petter secara tidak langsung. Maka dari itu, sangat penting bagi desainer untuk memahami konten yang akan dirancang ke dalam bentuk desain disertai dengan elemen visual yang diperlukan (Landa, 2013:19). Elemen desain yang perlu diperhatikan antara lain:

2.3.1 *Layout*

Layout merupakan elemen desain yang membuat tampilan menjadi rapi dan tertata dengan sangat baik. Penataan ruang yang dilakukan ketika mendesain mampu memperkuat konsep atau pesan dasar yang disampaikan (Rustan, 2009).

2.3.2 *Grid*

Grid memiliki fungsi sebagai alat dasar yang menyediakan kerangka komposisi dari garis vertikal dan horizontal. Garis-garis ini membagi format secara efektif menjadi kolom dan *margin* yang berbeda, sekaligus menawarkan panduan terstruktur untuk mengatur konten secara profesional (Landa, 2013:174). *Grid system* membantu desainer dalam menempatkan dan mengatur berbagai elemen visual dengan proporsi yang sesuai dan konsisten melalui pembagian garis vertikal dan horizontal menjadi beberapa baris dan kolom yang nantinya akan disisipkan dengan elemen desain di dalamnya menyesuaikan dengan kebutuhan penggunaannya (Dibimbing.id, 2023).

Grid system memiliki tiga buah komponen, yaitu kolom, *gutter*, dan margin. Komponen utama dalam *grid system* adalah kolom. *Grid* terdiri dari beberapa kolom dengan ukuran lebar yang sama atau berbeda, menyesuaikan dengan kebutuhannya dalam mengatur dan menempatkan berbagai elemen desain. Ruang kosong secara vertikal dan horizontal di antara kolom grid disebut dengan *gutter*. Fungsi *gutter* adalah untuk memberi ruang yang cukup antara kolom atau pun elemen desain. Ruang kosong yang terletak di bagian tepi grid disebut sebagai *margins*, dengan tujuan memberikan ruang napas pada tampilan *UI* sekaligus menata tampilan di dalamnya agar tetap teratur.

Dilansir dari Sekolah Desain (2023), *grid* dalam desain grafis terbagi menjadi enam, yaitu:

1. *Baseline Grid*

Grid ini memiliki jarak yang sama di setiap garis horizontalnya dan akan menjadi penentu dari sebuah teks akan diletakkan. Contohnya adalah lembaran buku tulis sekolah.

2. *Column Grid*

Grid ini memiliki sejumlah bidang vertikal yang sejajar dengan obyek dan melibatkan pengambilan halaman. Tipe *grid* ini biasanya digunakan untuk membagi halaman oleh desainer, misalnya untuk pembuatan *website*.

3. *Modular Grid*

Grid ini memiliki sejumlah bidang vertikal dan horizontal yang sejajar, kemudian baris dan kolomnya yang berpotongan menciptakan sebuah modul yang dapat digunakan untuk penyisipan dan pengaturan tata letak dari sebuah elemen. *Grid* ini tergolong populer dan banyak digunakan pada tampilan *website* karena tergolong *friendly* dan menarik, serta digunakan di dalam semua materi cetak untuk menyesuaikan informasi pada setiap halamannya dan mulai digunakan dalam desain *website* sejak awal abad ke-20. Alasan digunakannya *grid* tersebut ke dalam desain web karena dinilai mampu meminimalisir terjadinya kesalahan ketika memindahkan elemen di dalam sebuah halaman, tampilannya bersifat adaptif, lebih mudah untuk dinavigasi, secara estetika terlihat lebih indah, dan sangat mempermudah perancang dalam menyisipkan elemen baru di dalamnya (Icons8 Blog, n.d.). Di dalam desain sebuah *website*, tipe *grid* yang digunakan di dalam *modular grid* adalah 12 kolom (Icons8 Blog, n.d.). Grid 12 kolom ini sering digunakan karena fleksibilitasnya (Dibimbing.id, 2023).

4. *Manuscript Grid*

Grid jenis ini biasanya digunakan untuk menentukan peletakan sebuah teks pada halaman dan biasanya ditemukan pada buku-buku klasik.

5. *Pixel Grid*

Grid jenis ini biasanya dapat dijumpai pada Adobe Photoshop yang memiliki jutaan piksel mikroskopis.

6. *Hierarchical Grid*

Grid tipe ini terlihat leluasa karena dapat ditumpukkan dengan penempatan yang tidak beraturan, mengikuti kebutuhan perancangan konten. *Grid* ini sering dipakai pada *website* yang sifatnya modern.

2.3.3 Warna

Warna merupakan elemen desain yang kuat dan bersifat provokatif, karena memiliki sangkut paut dengan cahaya. Adanya energi cahaya membuat mata manusia dapat mencerna warna obyek apa pun yang ada di sekitarnya. Pigmen merupakan zat kimia alami dari benda yang berinteraksi dengan cahaya untuk menentukan karakteristik warna yang dirasakan. Pigmen alami atau buatan ditambahkan ke bahan pewarna, seperti plastik kertas, dan tinta. Warna berdasarkan temperatur terbagi menjadi dua jenis, yaitu warna hangat dan warna dingin. Warna yang dapat dikategorikan sebagai warna hangat adalah merah, jingga, dan kuning. Sedangkan warna dingin adalah biru, hijau, dan ungu.

Brewster (1831) mengungkapkan bahwa terdapat empat kelompok warna, yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan netral. Sedangkan menurut pandangan Newton (1666), warna hanya dikategorikan menjadi tiga kelompok, yaitu warna primer, sekunder, dan tersier.

1. Warna Primer

Warna primer merupakan warna dasar yang tidak dapat dihasilkan dengan cara menggabungkan dua atau lebih warna secara

bersamaan. Warna primer ini dapat dilihat pada warna merah, kuning, dan biru.

2. Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan warna yang dihasilkan melalui campuran antara dua sampai tiga warna primer. Warna sekunder yang biasanya ditemui adalah warna jingga, hijau, dan ungu. Warna jingga dapat diperoleh apabila warna kuning dicampurkan dengan warna merah, warna hijau dapat diperoleh jika warna kuning dicampurkan dengan warna biru, dan warna ungu dapat dihasilkan jika warna merah dicampur dengan warna biru.

3. Warna Tersier

Warna tersier merupakan kombinasi dari warna primer dan sekunder. Terdapat banyak contoh warna tersier, salah satunya adalah warna hijau kebiruan yang diperoleh dari campuran warna hijau dan biru dengan takaran tertentu.

Eiseman (2017) mengatakan bahwa terminologi dasar dari sebuah warna mencakup sebelas hal, yaitu sebagai berikut.

1. *Hue*

Hue dapat diartikan sebagai pembeda antara satu warna dengan warna lainnya, seperti warna akromatik dan kromatik dengan kehadiran visual dan psikologisnya yang dimaknai secara luas, sehingga dianggap dan diperlakukan sebagai warna. Warna akromatik meliputi warna putih, hitam, dan abu-abu. Sedangkan, warna kromatik meliputi warna merah, jingga, kuning, hijau, biru, dan ungu, yang dapat ditemui pada warna pelangi.

2. *Value*

Value merupakan gelap atau terangnya suatu warna yang bergantung dengan mata orang yang melihatnya. *Value* dari warna terbagi menjadi tiga jenis, yaitu *high value (tint)*, *low value (shade)*, dan *medium value*. *High value* ditemukan ketika adanya

penambahan warna putih yang mampu memantulkan cahaya tanpa mengubah *hue*. Sedangkan *low value* sama seperti *high value*, namun dengan penambahan warna gelap. Campuran dari keduanya dengan *hue* yang sama disebut sebagai *medium value*.

3. *Saturation*

Saturasi merupakan intensitas dan kekuatan warna dengan penambahan warna abu-abu dalam jumlah yang sedikit mau pun banyak. Saturasi warna dapat dikatakan tinggi apabila warna tersebut mendekati warna spektrum, misalnya warna *royal blue*. Saturasi warna yang tinggi direpresentasikan sebagai kemurnian, kejelasan, kekuatan, kebenaran, kekayaan, dan sebagainya. Saturasi warna dapat dikatakan rendah apabila warna tersebut terlihat lebih netral atau semakin abu-abu, misalnya warna *powder blue*. Saturasi warna rendah direpresentasikan sebagai ketenangan, hening, lembut, halus, menyebar, dan sebagainya. Saturasi dari sebuah warna dapat mempengaruhi persepsi terhadap suatu warna, sehingga pemilihan saturasi dan *value* dapat dikatakan sama penting dengan pemilihan *hue* dalam membuat skema warna.

4. *Tint*

Tint merupakan hasil penambahan warna putih terhadap suatu warna, sehingga menghasilkan warna yang lebih cerah atau lebih muda. Contohnya adalah warna-warna pastel.

5. *Trace*

Trace merupakan petunjuk berupa jejak *hue* yang nyaris tidak tampak.

6. *Tone*

Tone merupakan sebutan untuk warna murni yang sudah mengalami penambahan warna hitam, putih, atau abu-abu.

7. *Tonality*

Tonality merupakan suatu hal yang mendeskripsikan jarak dari *tone* atau skema warna.

8. *Undertone*

Undertone merujuk pada warna dasar (*cast*) dalam *hue* tertentu. Contohnya adalah warna ungu kemerahan dan biru keabu-abuan.

9. *Shade*

Shade merupakan hasil penambahan warna hitam atau abu-abu terhadap warna murni.

10. *Shading*

Shading merupakan hasil dari gradasi warna abu-abu atau warna lainnya yang menimbulkan efek bayangan atau tiga dimensi.

11. *Palette*

Palette merupakan segerombol warna yang biasanya digunakan untuk menggambarkan sebuah tema atau pun penyampaian sebuah perasaan secara menyeluruh.

Narimo (2023) mengungkapkan bahwa serangkaian transisi secara berangsur-angsur yang memicu perubahan warna secara bertahap disebut sebagai gradasi warna. Gradasi warna memiliki dua jenis, yaitu sebagai berikut.

1. Gradasi Garis

Merupakan garis-garis warna yang mengalami perpindahan warna dan biasanya ditemukan pada pewarnaan batik dan ragam hias tradisional lainnya.

2. Gradasi Nuansa

Merupakan perpindahan warna yang terjadi secara berangsur-angsur dan biasanya ditemukan pada desain grafis, lukisan, tata letak, dan desain *web* untuk menampilkan efek visual yang mampu memancing perhatian pengguna atau penikmatnya.

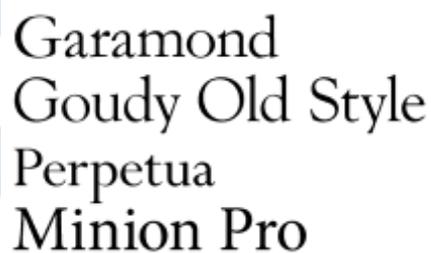
2.3.4 Tipografi

Typeface merupakan desain sekumpulan karakter yang disatukan oleh properti visual yang konsisten dan biasanya dapat dikenali walaupun sudah

mengalami modifikasi. *Typeface* mencakup huruf, angka, simbol, tanda, tanda baca, dan tanda aksesn. Dalam media cetak, sistem pengukuran tipografi tradisional menggunakan dua unit dasar, yaitu titik dan pica. Huruf adalah simbol, baik tertulis maupun dalam bentuk ucapan yang mewakili suara dan membentuk satu huruf alfabet. Setiap huruf memiliki ciri khas masing-masing sehingga simbol dapat terbaca. Tipografi memiliki beberapa klasifikasi yang berbeda-beda, yaitu sebagai berikut.

1. *Old Style*

Pada akhir abad ke-15, *old style* diperkenalkan sebagai jenis huruf roman yang ditandai dengan sudut, tekanan bias, dan serif kurung. Contoh dari jenis tipografi ini adalah Times New Roman dan Garamond.



Garamond
Goudy Old Style
Perpetua
Minion Pro

Gambar 2.6 *Old Style Typeface*

Sumber: <https://uploads.sitepoint.com/wp-content/uploads/2009/10/4OldStyleFonts.gif>

2. *Transitional*

Diperkenalkan pada abad ke-18 sebagai jenis huruf serif yang mewakili transisi dari dua era yang berbeda, yaitu gaya lama ke gaya modern. Contohnya adalah Baskerville dan Century.

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



Baskerville
Baskerville

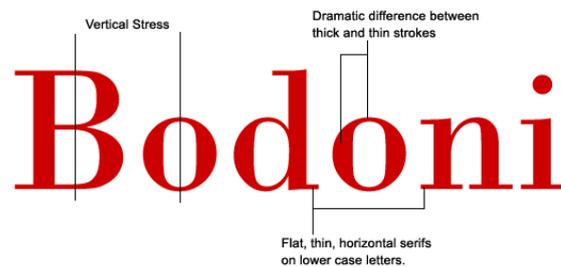
Gambar 2.7 *Transitional Typeface*

Sumber:

<https://i.pinimg.com/originals/b0/cd/31/b0cd316b4b308537f52eb07fcf1ba0cb.jpg>

3. *Modern*

Diperkenalkan dan dikembangkan pada akhir abad ke-18 dan awal abad ke-19 sebagai jenis huruf serif yang berbentuk lebih geometris dan ditandai dengan tekanan vertikal dan kontras goresan tebal-tipis yang cukup besar. Contoh fontnya adalah Bodoni dan Walbaum.



Bodoni

Vertical Stress

Dramatic difference between thick and thin strokes

Flat, thin, horizontal serifs on lower case letters.

Gambar 2.8 *Modern Typeface*

Sumber: <https://uploads.sitepoint.com/wp-content/uploads/2009/10/ModernTypeface.gif>

4. *Slab Serif*

Diperkenalkan pada awal abad ke-19 dengan bentuk menyerupai lempengan *serif*. Jenis ini memiliki dua subkategori, yaitu Mesir dan Clarendon. Contoh *font* jenis ini, yaitu Memphis dan Bookman.



Gambar 2. 9 *Slab Serif*

Sumber:

https://cmscdn.fonts.com/images/96fcf6e4ae553505/fontology_slab_serifs_memphis.gif

5. *Sans Serif*

Diperkenalkan pada awal abad ke-19 dengan ciri-ciri tidak memiliki *serif* di dalam hurufnya, misalnya seperti *font* Futura dan Helvetica. *Sans serif* memiliki beberapa subkategori, yaitu Humanist, Geometric, dan sebagainya.



Gambar 2. 10 *Sans Serif*

Sumber: https://2.bp.blogspot.com/-l7INc-26dnU/TnsMyco2Tul/AAAAAAAAAY/TUMEiA_qtDQ/s1600/sans-serif-fonts.jpg

6. *Blackletter*

Jenis huruf ini disebut juga sebagai *gothic* karena memiliki karakteristik huruf hitam dengan huruf padat yang melengkung, disertai dengan bobot goresan yang berat. Jenis huruf ini didasari oleh bentuk huruf manuskrip yang beredar pada pertengahan abad ke-13 hingga abad ke-15. Salah satu contoh *font* jenis ini adalah Textura.



Gambar 2.11 *Blackletter Typeface*

Sumber:

<https://cdn.dribbble.com/users/141092/screenshots/2914666/alphabet.jpg>

7. *Script*

Script merupakan jenis huruf yang paling mirip dengan tulisan tangan manusia, dengan huruf miring dan sering disambung. Contoh *font* yang dapat ditemukan, yaitu Brush Script dan Allegro Script.



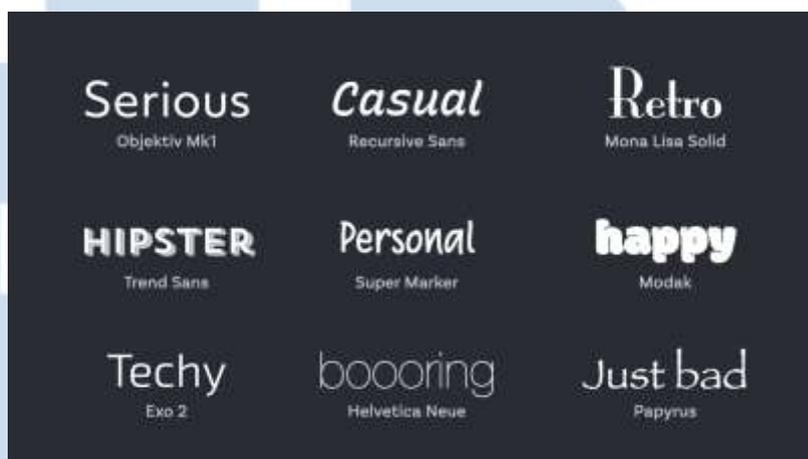
Gambar 2.12 *Script Typeface*

Sumber: www.newdesignfile.com/postpic/2013/05/script-font-examples_366916.jpg

8. *Display*

Tajuk utama dan judul merupakan contoh utama penggunaan dari kategori *display* karena jenis hurufnya yang dirancang untuk

digunakan ke dalam ukuran yang lebih besar. Namun, terkadang jenis huruf ini sulit dibaca sebagai jenis teks karena beberapa alasan, seperti desainnya yang dibuat lebih rumit, termasuk ke dalam kategori yang berbeda, ditulis tangan, dan dihias.



Gambar 2. 13 *Display Typeface*

Sumber: <https://pimpmytype.com/wp-content/uploads/2020/12/different-display-typefaces-show-different-feelings-1400x788.png>

2.3.5 Teori Fotografi

Fotografi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *photos* yang berarti cahaya dan *grafos* yang memiliki makna melukis, sehingga apabila digabung akan bermakna melukis dengan cahaya. Media yang digunakan untuk menangkap sebuah cahaya adalah kamera. Fotografi memiliki konsep kerja dengan memfokuskan cahaya dengan bantuan pembiasan, sehingga mampu membakar medium penangkap cahaya. Apabila medium tersebut terbakar dengan ukuran luminitas cahaya yang tepat, maka akan tercipta bayangan identik yang disebut dengan lensa (Karyadi, 2017).

Seorang fotografer dapat mengatur intensitas cahaya dengan mengubah kombinasi ISO *Speed* sesuai dengan kebutuhan. Kombinasi antara ISO, diafragma, dan *speed* disebut sebagai *exposure* (pajanan). Menurut rangkuman dari Karyadi (2017), unsur-unsur utama dalam fotografi adalah sebagai berikut.

1. Sumber Cahaya

Cahaya merupakan komponen terpenting dalam fotografi dan biasanya diperoleh dari matahari sebagai sumber cahaya alami atau dapat pula diperoleh dari lampu, senter, lilin, dan beberapa cahaya buatan lainnya. Teknik pencahayaan yang digunakan dalam fotografi terbagi menjadi lima jenis, yaitu:

a. *Front Light*

Teknik pencahayaan ini mengurangi tekstur pada obyek yang ada pada foto karena efek foto yang relatif tanpa bayangan, sehingga obyek yang ada pada foto terlihat datar.

b. *Back Light*

Pencahayaan ini akan membuat efek siluet pada obyek.

c. *Side Light*

Pencahayaan jenis ini menciptakan kesan tiga dimensional karena efek tersebut menonjolkan bentuk dan permukaan dari obyek yang difoto..

d. *Top Light*

Pencahayaan ini memberikan efek bayangan yang kecil, sehingga memicu efek yang dramatis pada obyek.

e. *Bottom Light*

Cahaya jenis ini biasanya digunakan sebagai cahaya pengisi dengan tujuan mengurangi kontras dari sumber cahaya utama.

2. Obyek

Benda yang menerima cahaya dari sumber cahaya disebut sebagai objek dan penyebutannya biasa digunakan ke benda mati atau aktivitas. Subjek merupakan antonim dari obyek. Sebuah benda akan terlihat semakin jelas jika menerima banyak cahaya dan akan terlihat kurang jelas apabila menerima cahaya yang minim.

3. Cahaya yang dipantulkan objek

Cahaya yang dipantulkan oleh objek adalah hasil tangkapan mata manusia dalam bentuk gambar atau lukisan dari sebuah obyek/subjek yang terkena sumber cahaya.

4. Kamera

Kamera merupakan sebuah alat yang saat ini berperan penting dalam melakukan dokumentasi. Dokumentasi tersebut melalui proses penangkapan cahaya yang dipantulkan oleh subyek/obyek, kemudian menyimpannya ke dalam sebuah media penyimpan. Bagian kamera yang berfungsi untuk menangkap cahaya adalah lensa. Kamera memerlukan sensor untuk menangkap dan mengubah bentuk cahaya ke dalam data digital. Sedangkan untuk menyimpan data diperlukan kartu penyimpanan dan untuk mengolah data digital, diperlukan sebuah prosesor. Untuk mengatur besar kecilnya cahaya yang masuk, digunakanlah diafragma. *Speed* digunakan untuk mengatur cepat lambatnya cahaya yang masuk. Berdasarkan bentuk

Menurut Barret (2000), fotografi dapat dibagi menjadi enam kategori, yaitu sebagai berikut.

1. *Descriptive Photographs*

Jenis foto ini merepresentasikan penggambaran sebuah subyek/obyek secara akurat.

2. *Explanatory Photographs*

Jenis foto ini menjelaskan fenomena yang terjadi di lingkungan sekitar dan mampu dijadikan sebagai bukti visual dari sebuah teori.

3. *Interpretive Photographs*

Foto jenis ini bersifat fiksi, simbolik, dramatik, dan ditafsirkan secara subyektif.

4. *Ethically Evaluative Photographs*

Jenis foto ini dinilai secara etik karena memuat aspek sosial dan memiliki tujuan meningkatkan tali persaudaraan antar masyarakat meskipun memiliki perbedaan.

5. *Aesthetically Evaluative Photographs*

Jenis foto ini mengutamakan estetika di dalamnya dan biasanya disebut sebagai foto seni.

6. *Theoretical Photographs*

Jenis foto ini menjadi reproduksi dari sebuah karya seni karena menyisipkan dokumentasi karya seni, seperti foto tentang film, teori-teori tentang fotografi, dan model representasi.

Karyadi (2017) menyebutkan bahwa jenis kamera berdasarkan bentuk, pengaturan, lensa, dan sensor dibagi menjadi empat kategori, yaitu sebagai berikut.

1. Kamera *Pocket*

Merupakan kamera otomatis yang tergolong kecil dan ringan dalam format pengambilan gambar dan penyimpanan digitalnya. Kamera jenis ini memiliki durasi *delay* yang lebih lama untuk merekam suatu gambar.

2. Kamera *Prosumer (Profesional dan Consumer)*

Kamera jenis ini memiliki kemampuan *point and shoot* dengan fitur yang lebih canggih karena memiliki kemampuan pemakaian secara manual untuk pengaturan ISO, *exposure*, dan memiliki format RAW *image capture* di dalamnya. Kamera ini mirip dengan DSLR, namun dalam versi lensa tanam atau tidak dapat diganti.

3. Kamera SLR dan DSLR

Perkenalan dan pengembangan kamera SLR dimulai sejak tahun 1936 dengan ukuran kamera sebesar 35mm oleh *brand* Exakta.

4. Kamera *Mirrorless*

Merupakan jenis kamera yang tidak mempunyai kaca dengan ukurannya yang lebih ramping dari DSLR namun memiliki pengaturan serupa dengan DSLR.

Salah satu bagian penting dari sebuah kamera adalah lensa. Setiap lensa memiliki kegunaan yang berbeda-beda sesuai dengan pembagian kategorinya, yaitu sebagai berikut (Karyadi, 2017).

1. Lensa *Wide*

Lensa ini memiliki *focal length* 50mm dengan sudut pandang yang luas, sehingga cocok digunakan untuk fotografi pemandangan atau area-area luas lainnya.

2. Lensa Normal

Lensa ini memiliki *focal length* 50mm dengan sudut pandang seperti mata manusia dan biasanya digunakan untuk jenis fotografi *portrait* atau *close up*.

3. Lensa Tele

Lensa ini memiliki *focal length* di atas 50mm dengan sudut pandang yang lebih sempit untuk menangkap tampilan objek yang lebih jauh.

2.4 Pariwisata

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Pasal 1 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata merupakan aneka ragam kegiatan wisata yang didukung berbagai layanan dan fasilitas oleh pihak pemerintahan, pengusaha, dan masyarakat setempat; dengan wisatawan sebagai orang yang melakukan kunjungan wisata. Dalam Undang-Undang tersebut juga dijelaskan bahwa daya tarik wisata merupakan segala hal yang memiliki sebuah nilai, keindahan, dan keunikan berupa keanekaragaman budaya, kekayaan alam, dan hasil buatan tangan manusia yang diincar oleh para wisatawan.

Wisatawan berperan penting dalam industri wisata karena mereka berpartisipasi dalam berbagai kegiatan yang ditawarkan dari sebuah destinasi

wisata, baik itu secara individu maupun secara berkelompok. Wisatawan terdiri dari beberapa jenis, yaitu sebagai berikut (Wisata Sekolah, n.d.).

1. Wisatawan Lokal

Merupakan jenis wisatawan yang mengeksplorasi area wisata di dalam negeri.

2. Wisatawan Internasional

Merupakan jenis wisatawan yang melakukan eksplorasi wisata di luar negeri.

3. Wisatawan Solo

Merupakan wisatawan yang melakukan penelusuran destinasi wisata secara individu/sendirian.

4. Wisatawan Kelompok

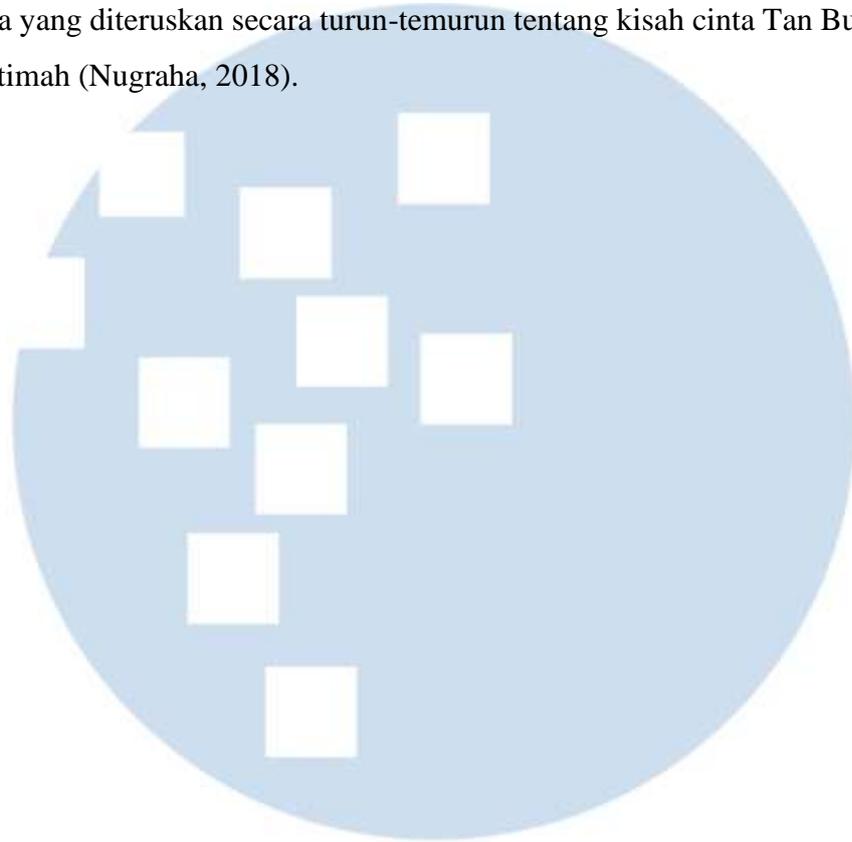
Merupakan segerombol orang yang bepergian ke sebuah tempat wisata bersama-sama.

2.5 Pulau Kemaro

Syarofie (2005) dalam dokumen pribadinya yang berjudul “Pulau Kemaro” mengatakan bahwa Pulau Kemaro merupakan sebuah pulau yang terletak di bagian ilir Sungai Musi dengan luas sekitar 5ha. Pada tahun 1962, sebuah bangunan gubuk di sana dirombak menjadi Hok Ceng Bio yang kini didatangi oleh penganut Tridharma dari Indonesia dan Mancanegara untuk turut serta dalam memeriahkan hari Cap Go Meh. Selain dikenal akan nuansa orientalnya, Pulau Kemaro memiliki beberapa cerita tersendiri di dalamnya. Pulau ini menjadi saksi bisu dari terjadinya perang benteng melawan VOC dan menjadi tempat penahanan terduga anggota PKI melalui sebuah kamp tahanan yang dibangun pada masa itu.

Menurut yang dilansir dari Srivijaya (2018), Palembang mendapatkan nilai kepuasan yang tinggi dari segi ketersediaan tempat ibadah dengan urutan kedua kota hunian ternyaman di Indonesia. Karena keanekaragaman dari tempat ibadah yang disiapkan di Palembang, tempat tersebut kini menjadi incaran bagi para wisatawan. Pulau Kemaro menjadi salah satu tempat yang diketahui oleh hampir seluruh masyarakat Palembang, meskipun tidak semuanya pernah mendatangi

pulau tersebut. Pemicu lain dari terkenalnya Pulau Kemaro adalah adanya sebuah legenda yang diteruskan secara turun-temurun tentang kisah cinta Tan Bun An dan Siti Fatimah (Nugraha, 2018).



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA