

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual adalah penggambaran sosial budaya masyarakat yang menempel pada kehidupan manusia dan juga menjadi bentuk dari kebudayaan menjadi sebuah hasil yang sangat didalami. Konsep komunikasi dan kreatifitas merupakan hal yang dipelajari dari ilmu desain komunikasi visual yang lalu diterapkan ke berbagai media komunikasi visual (Tinarbuko, 2015). Ada tiga manfaat utama dari desain komunikasi visual yaitu sebagai media dalam menyampaikan informasi serta instruksi, media presentasi, sarana identifikasi dan media promosi. (Cenadi, 2004).

1) Sebagai Media Informasi & Instruksi

Fungsi dari Desain Komunikasi Visual adalah untuk menunjukkan relasi antara satu hal dengan hal lain seperti yang dapat dijumpai pada diagram, simbol informasi, peta dan penunjuk arah yang ingin disampaikan harus ditujukan kepada audiens yang tepat, disampaikan pada saat dan lokasi yang sesuai, dalam wujud yang mudah dipahami, serta di visualisasikan secara logis dan konsisten. Hal ini menjadi alasan bahwa desain komunikasi visual merupakan ilmu yang universal (Cenadi, 2004).

2) Sebagai media presentasi dan promosi

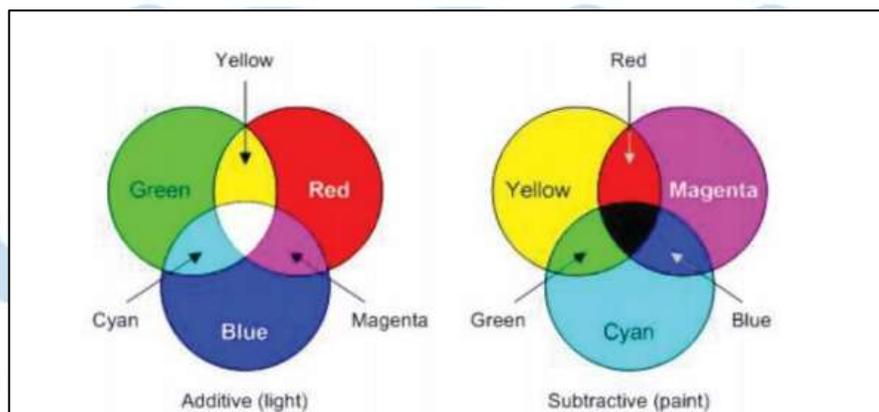
Sebagai media presentasi dan promosi berfungsi untuk menarik perhatian melalui visual, mengantarkan pesan, dan merancang agar pesan tersebut dapat di ingat oleh orang-orang yang melihatnya. Pemakaian ilustrasi dan teks harus menyampaikan nilai yang membekas pada ingatan para target audiensnya (Cenadi, 2004).

2.1.1 Gambar

Atensi orang merupakan hal penting dalam sebuah kampanye sosial, oleh karena itu dibutuhkan gambar sebagai komponen penting dalam sebuah kampanye. Foto sebagai contoh dari gambar yang ditampilkan secara hitam & putih ataupun berwarna, serta gambar dapat membantu pengguna dalam memahami situasi yang tak dijelaskan secara tertulis serta menjadi media penyampaian pesan bagi pengguna yang melihatnya. Gambar dan informasi yang sesuai dapat meningkatkan kepercayaan pengguna tentang kebenaran konten yang mereka pahami dalam *website*. (Sidik, 2019).

2.1.2 Warna

Warna mengacu pada lingkaran warna pigmen (*subtractive*), yang menjadikan warna dasar/primer terbagi menjadi kuning, biru dan merah, lalu masuk pada turunan pertama/sekunder, dan seterusnya. Lingkaran warna cahaya (*additive*) merupakan warna yang memiliki hubungan dengan *layer* seperti animasi, televisi dan *web design*. Warna sekaligus sensasi yang dimunculkan oleh otak sebagai akibat dari sentuhan gelombang cahaya pada retina mata. Mata manusia dapat melihat sekitar 10 juta warna yang berbeda. Warna juga bisa berupa warna buatan dan alam.

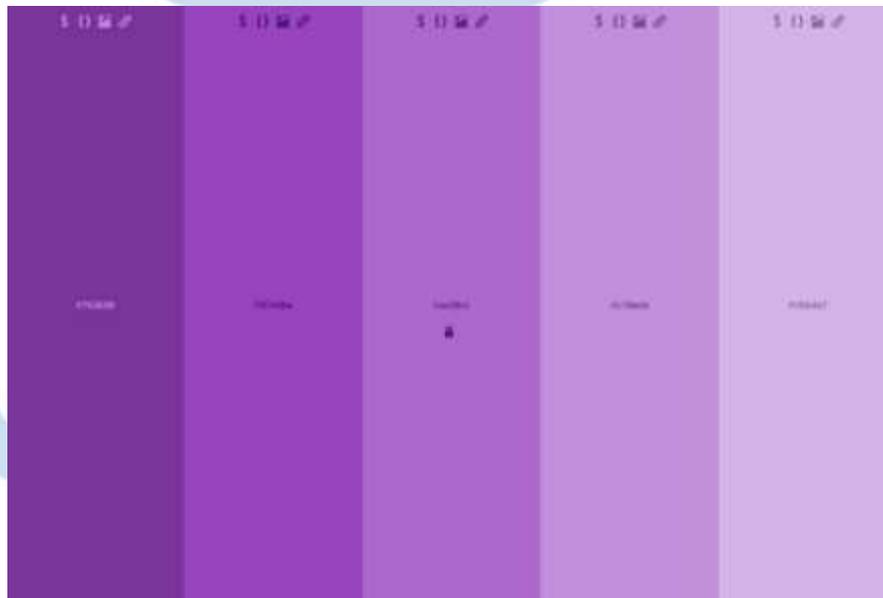


Gambar 2. 1 Warna pigmen (*subtractive*) dan warna cahaya (*additive*)
Sumber; mcad.edu

Dalam desain grafis, warna memiliki potensi dalam memberikan kesan berat-ringan benda, volume, kedalaman komposisi, dan sebagainya serta menciptakan suasana tertentu dalam rancangan. Menentukan warna yang cocok dalam perancangan merupakan hal yang penting untuk desainer grafis ketahui, konsep analisis serta strategi yang ditentukan dapat membantu desainer dalam pemilihan warna. Pekerjaan akan lebih terfokus dan mudah bila konsep warna sudah ditentukan dari proses analisa dan strategi.

1) Monochromatic Color

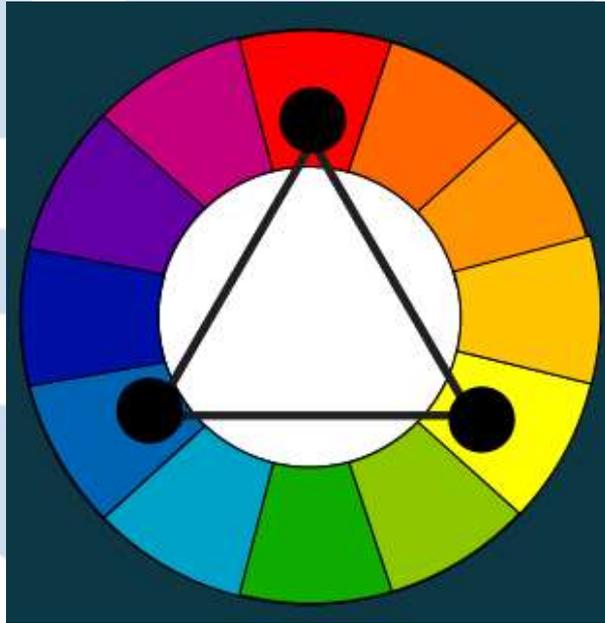
Skema warna monokromatik adalah susunan rona dan saturasi dari sebuah warna dasar. Warna monokromatik mempunyai perpaduan yang sangat selaras, sehingga dapat membuat desain minimalis memiliki kesan positif. Tetapi skema warna monokromatik bisa juga dianggap terlalu monoton (Webflow, 2023).



Gambar 2. 2 Skema *monochromatic color*
Sumber: <https://webflow.com>, (2023)

2) Triadic Color

Skema warna *triadic* menggunakan tiga warna yang merata pada seluruh roda warna. Warna yang dapat mempertahankan kontras yang tinggi adalah warna yang digunakan dalam skema warna *tradic* (Gamedia Blog, 2023).



Gambar 2. 3 Skema Triadic Color

Sumber: <https://muhzulzidan.com/apa-itu-skema-warna/>, (2023)

2.1.3 Garis

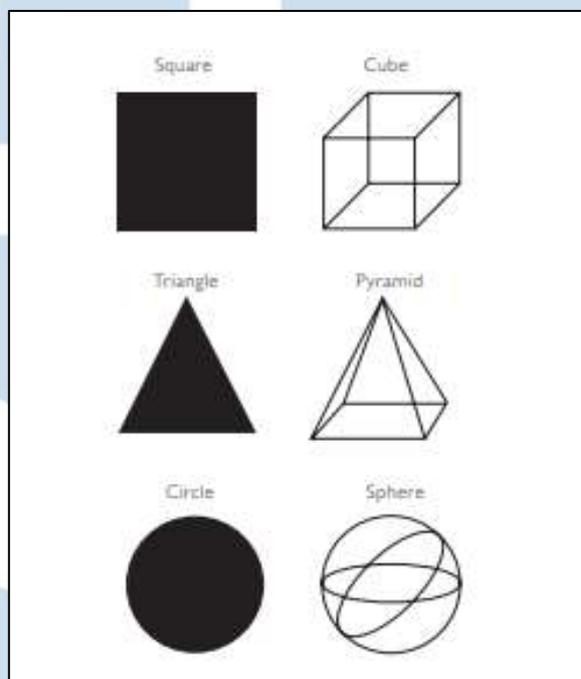
Garis terbuat dari unit terkecil yang disebut titik. Pada gambar dengan media digital, sebuah titik merupakan piksel cahaya tunggal yang terlihat. Garis juga digunakan sebagai tanda yang dibuat oleh alat visualisasi saat digambar melintasi permukaan.



Gambar 2. 4 Garis yang dibuat dengan berbagai media dan alat
Sumber: Graphic Design Solution, (2014)

2.1.4 Bentuk

Pada dasarnya bentuk itu datar, yang berarti memiliki dua dimensi dan bisa diukur dengan lebar dan tinggi. Dengan cara apapun bentuk digambarkan akan menunjukkan kualitasnya masing-masing. Sebuah bentuk juga dapat diartikan sebagai bentuk yang tertutup atau jalur tertutup. Hal ini merupakan area yang diwujudkan atau area yang digambarkan pada permukaan dua dimensi yang dibuat baik sebagian atau secara keseluruhan oleh garis (garis besar, kontur) atau dengan warna, *tone*, atau tekstur.



Gambar 2. 5 Bentuk dan wujud dasar
Sumber: Graphic Design Solution, (2014)

2.1.5 Tipografi

Properti visual yang konsisten disatukan dengan desain satu set karakter yang disebut *typeface*. Properti visual gaya ini memiliki esensial dari sebuah jenis huruf, yang tetap dapat dikenali meskipun jenis huruf tersebut dimodifikasi. Yang termasuk dalam jenis huruf adalah huruf, angka, tanda, tanda baca, simbol, dan aksen atau tanda diakritik.



Gambar 2. 6 Klasifikasi *Typeface*
 Sumber: Graphic Design Solution, (2014)

2.2 Human Centered Design

Dalam *Human Centered Design*, desainer membuat sebuah desain produk atau *service* sesuai dengan kebutuhan, kebiasaan, dan kapabilitas manusia. Dalam metode ini, solusi dapat ditentukan melalui masyarakat yang mengalami masalah terkait setiap harinya. Metode ini akan memberi peluang dan kesempatan untuk mencari serta menghasilkan solusi bersifat inovatif yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat (IDEO, 2015). Pada *Human Centered Design*, memiliki tiga tahapan, yaitu *inspiration*, *ideation* dan *implementation*.

1) Inspiration



Gambar 2. 7 Tahap *Inspiration*
 Sumber: IDEO (2015)

Pada tahap *inspiration*, desainer harus belajar membuka diri terhadap segala ide kreatif, serta fokus terhadap masalah komunitas yang berkaitan untuk mendapatkan solusi berdasarkan ide-ide yang dikumpulkan, membuat tim yang menyelesaikan tantangan dengan cermat(IDEO, 2015).

2) Ideation

Dalam tahap *ideation*, ide akan banyak dihasilkan setelah pemahaman yang luas mengenai data terkait serta peluang dalam mendesain. Dari ide yang ditentukan akan direalisasikan menjadi sebuah *prototype*, lalu disebarakan ke beberapa orang untuk mengetahui bagaimana mereka menanggapi. Hasil *prototype* akan terus dikembangkan hingga dapat dipublikasikan ke khalayak ramai (IDEO, 2015).



Gambar 2. 8 Tahap *Ideation*
Sumber: IDEO (2015)

3) Implementation

Pada tahap *implementation*, solusi yang sudah direalisasikan akan dipublikasikan sebagai solusi yang akan menyelesaikan masalah terkait. Solusi yang dipublikasikan diharapkan dapat membantu masyarakat atau *user* sesuai dengan kebutuhan mereka.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2. 9 Tahap *Implementation*
Sumber; IDEO (2015)

2.3 Information Design

Desain informasi bertujuan untuk mengatasi kompleksitas informasi dengan cara yang lebih terstruktur, jelas, dan dapat diakses. Beberapa karakteristik desain informasi melibatkan penggunaan elemen visual seperti grafik, diagram, tabel, dan ikon untuk menyampaikan pesan secara lebih langsung dan efektif. Hal ini juga melibatkan pemilihan jenis huruf, warna, dan tata letak yang mendukung pemahaman informasi. Dalam mengembangkan desain informasi, penting untuk mempertimbangkan audiens, konteks penggunaan, serta tujuan komunikasi agar desainnya dapat memberikan kebutuhan pengguna yang sesuai.

2.4 Interaction Design

Desain interaksi merupakan komponen yang penting dari pengalaman pengguna (UX) yang berfokus pada cara pengguna berinteraksi dengan suatu produk atau sistem. Desain interaksi bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang intuitif, efisien, dan memuaskan bagi pengguna (Soegaard, 2018). Hal ini

melibatkan perancangan antarmuka yang memfasilitasi interaksi yang efektif dan efisien antara manusia dan teknologi. Berikut langkah – langkah yang digunakan dalam model desain interaksi seperti:

1. **Penelitian Pengguna**
Memahami kebutuhan, preferensi, dan tantangan pengguna melalui metode seperti wawancara, observasi, dan survei
2. **Pembuatan Personas**
Membuat representasi fiksi dari pengguna yang mencerminkan karakteristik umum dan kebutuhan pengguna
3. **Pengelompokan Tugas**
Menganalisis tugas-tugas yang harus dilakukan oleh pengguna untuk mencapai tujuan tertentu
4. **Pemodelan Alur Kerja**
Membuat diagram yang menggambarkan alur kerja atau proses yang diharapkan oleh pengguna
5. *Prototyping*
Membangun model atau prototipe interaktif untuk menguji dan mengembangkan konsep desain
6. **Uji Pengguna**
Mengumpulkan umpan balik dari pengguna untuk memvalidasi desain dan mengidentifikasi perbaikan yang mungkin diperlukan.
7. **Implementasi Desain**
Mengintegrasikan desain interaksi ke dalam produk atau sistem dengan kerjasama tim pengembangan
8. **Evaluasi**
Melakukan evaluasi terus-menerus terhadap interaksi pengguna untuk mengidentifikasi peluang perbaikan

Seorang desainer interaksi senior di IDEXX *Laboratories* bernama Kevin Silver memperkenalkan “Lima Dimensi Desain Interaksi”. Berikut penjabaran mengenai lima dimensi desain interaksi:

1. *Words*
mencakup elemen teks dalam desain interaksi, termasuk instruksi, pesan, dan konten verbal lainnya yang disajikan kepada pengguna
2. *Visual Representations*
Merupakan dimensi yang melibatkan elemen grafis seperti gambar, ikon, dan grafik untuk menyampaikan informasi kepada pengguna
3. *Physical Objects or Space*
Dimensi ini mencakup elemen-elemen fisik dalam desain, baik itu perangkat keras (*hardware*) maupun elemen ruang fisik yang memengaruhi interaksi
4. *Time*
Dimensi ini membahas aspek temporal dalam desain interaksi, seperti urutan tindakan pengguna, respons sistem, dan perubahan kondisi sepanjang waktu
5. *Behavior*
Dimensi Ini mencakup respons sistem terhadap tindakan pengguna dan bagaimana sistem merespons dan berinteraksi sepanjang waktu.

Tujuan dari lima dimensi desain interaksi ini adalah membantu desainer interaksi untuk memahami dan merencanakan pengalaman pengguna yang komprehensif, serta melibatkan aspek-aspek tersebut dalam proses desain (Soegaard, 2018).

2.5 Teori UI UX

Terkait dengan UI dan UX, Donald Norman yang merupakan seorang ahli desain dan ilmu kognitif Menyusun kerangka model yang memberikan pemahaman mendalam tentang aspek-aspek penggunaan dan interaksi produk yang melibatkan baik elemen visual (UI) maupun pengalaman holistik (UX) (Deacon, 2020). Oleh karena itu, UI dan UX dapat diterapkan pada berbagai tahap proses interaktif, model Norman memberikan panduan konseptual untuk memahami pengalaman pengguna dari sudut pandang emosional, perilaku, dan reflektif. Semua ini berguna untuk

menciptakan desain yang lebih baik dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih memuaskan.

2.5.1 User Experiences Design Principles (UX)

UX (*User Experience*) dapat diartikan sebagai keseluruhan pengalaman yang dirasakan oleh pengguna ketika berinteraksi dengan suatu produk atau layanan. UX mencakup pengetahuan yang diperoleh oleh pengguna selama interaksi dengan produk atau layanan. Lalu untuk kepuasan pengguna merupakan hasil dari pengalaman tersebut dan dapat mencakup aspek-aspek seperti kemudahan penggunaan, daya tarik visual, efisiensi, dan sebagainya. Selain itu, UX juga mencakup bagaimana pengguna merasa saat menggunakan produk atau layanan. Ini melibatkan aspek emosional dan psikologis dari interaksi tersebut, dan dianggap ideal ketika pelanggan merasakan kepuasan maksimal dari penggunaan produk atau layanan. Ini menciptakan situasi di mana kebutuhan pelanggan terpenuhi dan mereka tidak mengalami ketidakpuasan atau masalah. Tujuan utama desain UX adalah untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Dengan memahami dan merespons secara efektif terhadap kebutuhan pengguna, sebuah produk atau layanan dapat menjadi lebih relevan bagi audiensnya (Deacon, 2020).

2.5.2 User Interface (UI) Design

UI merupakan penghubung antara pengguna dan perangkat, yang terdiri dari komponen perangkat keras dan perangkat lunak. Hal ini memberikan sarana *input* dan *output* yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan perangkat (Deacon, 2020). Hal-hal utama desain UI adalah memastikan produk dapat digunakan dengan mudah dan efisien oleh pengguna serta ditekannya elemen desain visual yang menarik dan bersahabat bagi pengguna, lalu menyediakan fitur dan fungsi yang diperlukan oleh pengguna untuk mencapai tujuan mereka dan memastikan bahwa produk dapat diakses oleh pengguna dengan berbagai kemampuan dan kebutuhan. Desain UI yang sukses harus selalu mengutamakan kebutuhan pengguna akhir dan memastikan kepuasan pengalaman pengguna. Hal ini membantu dalam membangun loyalitas pengguna. Ada elemen penting yang harus

dipertimbangkan sebelum memasuki proses pengembangan untuk menciptakan pengalaman pengguna, yaitu:

A) *Consistency*

Konsistensi memberikan kejelasan dan kesederhanaan dalam penggunaan antarmuka pengguna. Pengguna dapat dengan mudah memahami dan merespon elemen-elemen yang konsisten, sehingga mengurangi kebingungan. Konsistensi dalam warna, ukuran *font*, gaya, dan elemen desain lainnya menciptakan pengalaman pengguna yang lebih lancar. Pengguna tidak perlu beradaptasi secara berulang dengan perubahan yang tiba-tiba (Deacon, 2020).

B) *Responsiveness*

Aspek yang sangat penting dari pengalaman pengguna, yaitu memberikan respons yang jelas kepada pengguna setelah mereka melakukan suatu tindakan, seperti mengirimkan informasi atau mendaftar di situs *web*. Memberikan respons yang memadai adalah salah satu kunci untuk menciptakan pengalaman pengguna yang positif dan membangun kepercayaan. (Deacon, 2020).

C) *Familiar words*

Penggunaan istilah atau kata-kata yang sudah dikenal oleh pengguna adalah sangat relevan dalam desain pengalaman pengguna yang efektif. Menggunakan istilah yang umum dan akrab membantu mengurangi hambatan kognitif pengguna dan mempercepat proses adaptasi mereka terhadap situs *web*. (Deacon, 2020).

Dalam perancangan desain UI juga terdapat elemen yang harus dipelajari agar unsur-unsur yang dicantumkan dalam pembuatan UI tidak berantakan. Berikut adalah element desain *interface*:

A) *Usability*

Dengan adanya *usability*, pengguna akan terpandu melalui UI dan navigasi yang dimasukkana agar dapat membantu pengguna dalam meningkatkan kegunaan suatu aplikasi atau situs *web*. (Deacon, 2020).

B) *Learnability*

Kemudahan dalam mempelajari situs *web* memiliki dampak langsung pada pengalaman pengguna dan dapat memengaruhi keberhasilan dan penerimaan produk atau situs tersebut. (Deacon, 2020).

C) *Efficiency*

Contoh efesiensi yang dipakai dalam perancangan UI adalah seperti pada sistem navigasi yang mudah dimengerti dan dapat diakses dengan cepat. Pengguna harus dapat dengan mudah beralih antara berbagai bagian atau fitur tanpa kesulitan. (Deacon, 2020).

D) *Memorability*

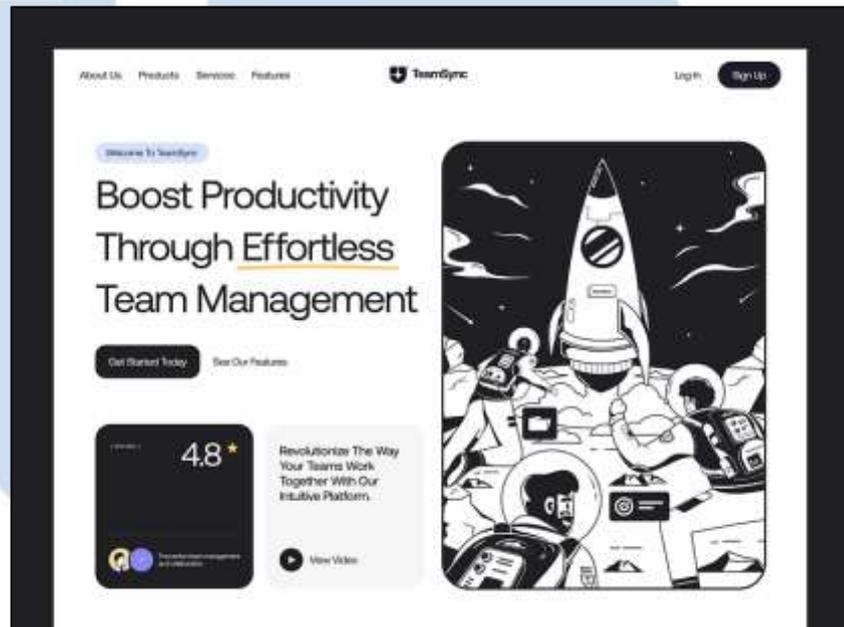
Daya ingat atau memori adalah elemen penting dalam desain pengalaman pengguna (UX), dan memastikan bahwa pengguna dapat dengan mudah mengingat fitur-fitur kunci setelah kunjungan pertama. (Deacon, 2020).

2.5.3 Layout (Tata Letak)

Dalam *website*, *layout* atau tata letak memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan kualitas *website*. Sebuah desain yang baik dapat meningkatkan pengalaman pengguna (*user experience*) serta memudahkan pengunjung dalam menemukan informasi. Penggunaan *layout* yang baik memungkinkan navigasi yang mudah bagi pengguna. *Menu* dan *button* harus ditempatkan dengan logis sehingga pengunjung dapat dengan cepat dan mudah menjelajahi halaman-halaman *website* (Sidik, 2019). Lynch dan Horton (2008) membagi struktur tata letak pada *website* menjadi tiga elemen utama yang dapat diadaptasi dalam konteks penyusunan *website* berita:

A) Header

Fungsi *header* adalah sebagai pintu gerbang untuk informasi di dalam *website*. Selain itu, *header* memberikan pilihan menu dengan tujuan untuk mempermudah pengguna dalam navigasi halaman (Sidik, 2019).

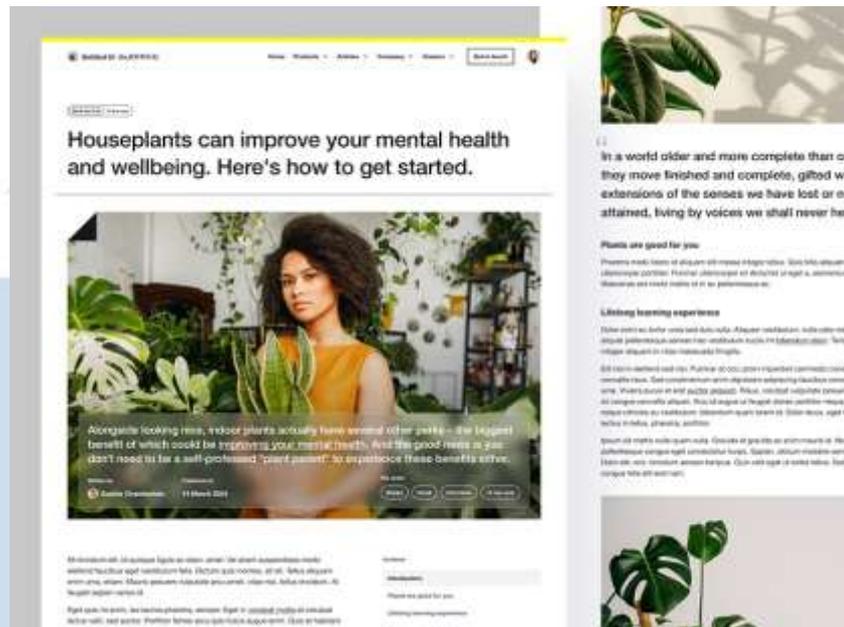


Gambar 2. 10 Contoh Header

Sumber : <https://dribbble.com/shots/23369679-TeamSync-Team-Management-Header> , (2022)

B) Content Area

Pada *content area* juga memperhatikan elemen-elemen desain visual, seperti warna, kontras, dan penggunaan ruang kosong untuk menciptakan tampilan yang menarik dan mudah diakses. Penggunaan struktur informasi yang baik akan meningkatkan pengalaman pengguna dan membantu mereka menemukan informasi dengan efisien (Sidik, 2019).



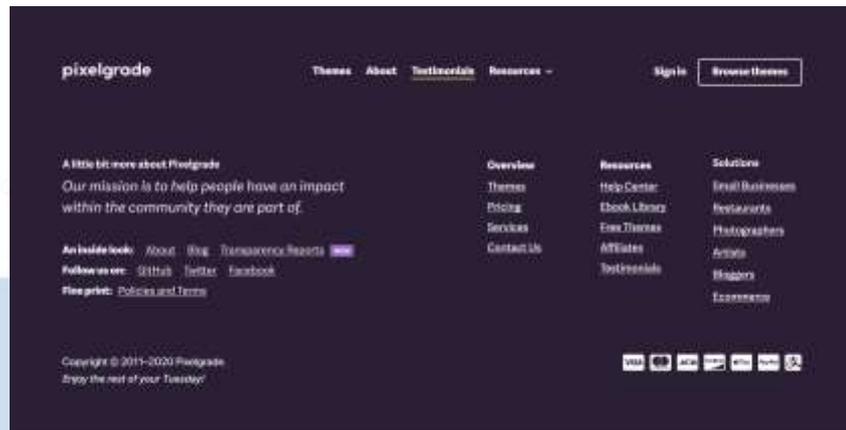
Gambar 2. 11 Contoh *Content Area*

Sumber; <https://dribbble.com/shots/22070678-Minimal-blog-post-Untitled-UI> , (2022)

Content area memiliki elemen-elemen penting, yaitu *page titles*, *jump to top* dan *paging navigation*. *Page titles* berfungsi untuk memudahkan pengguna untuk mengidentifikasi topik atau konten utama yang tersedia, lalu pada elemen *Jump to Top* bertujuan untuk memudahkan pengguna kembali ke bagian atas halaman tanpa perlu menggulir manual, dan untuk *paging navigation* memberikan akses cepat untuk berpindah ke halaman-halaman lain di dalam *website*.

C) *Footer*

Footer dapat memberikan informasi tambahan dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap *website*. Desain yang bersih dan terorganisir dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan membuat *website* terlihat lebih profesional (Sidik, 2019)



Gambar 2. 12 Contoh *Footer*

Sumber; <https://pixelgrade.com/upstairs/design-site-footer-like-we-did/>, (2022)

2.6 Limbah Tekstil

Limbah tekstil merupakan hasil limbah industri garmen dengan mengolah serat sintetis menjadi kain. Proses yang dilakukan untuk pengelolannya adalah dimulai dari memilih bahan dasar, pemintalan kapas, pewarnaan kain (garmen) lalu dikemas setelah produk selesai dan dikirimkan kepada konsumen saat produk selesai dikemas dan dikirim kepada konsumen. Limbah tekstil dibagi menjadi tiga macam, yaitu limbah tekstil padat, cair dan limbah yang berbentuk gas. Contoh Limbah tekstil padat yang dihasilkan adalah kain dan aksesoris pada pakaian yang berupa kain dengan standar kualitas yang kurang atau tersisa setelah diproduksi. Lalu limbah tekstil cair merupakan limbah Industri pakaian & tekstil yang menggunakan zat pewarna atau pelarut. Terakhir adalah limbah tekstil gas yang terbentuk karena dari hasil pemrosesan uap mesin pengolah dan pembuangan pada incinerator, sehingga menimbulkan gas yang bersifat B3 (Universal Eco, 2023).

Salah satu produk yang terbuat dari tekstil adalah tas belanja yang digunakan untuk pengganti tas plastik. Namun penggunaan tas belanja juga dapat menimbulkan permasalahan yang baru karena penggunaannya kebanyakan masih sekali pakai. Menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Pangan Denmark, dibutuhkan sekitar 20 ribu kali penggunaan tas yang terbuat dari katun organik agar sebanding dengan banyaknya energi yang dikeluarkan dalam pembuatannya. Selain itu menurut *United Nations Environment Programme*, dibutuhkan biaya

yang mahal untuk proses daur ulang tas belanja *spunbond*. Hal ini dikarenakan memiliki material yang berbeda-beda, sehingga harus dipisahkan berdasarkan jenisnya (waste4change.com, 2023).

Oleh karena itu, tas belanja serta pemakaiannya harus lebih diperhatikan. Hal ini bertujuan agar penumpukan tas belanja tidak menjadi masalah yang baru. Menurut data SIPSN KLHK (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan) pada tahun 2021, sekitar 2,3 juta ton limbah tekstil atau sama dengan 12% dari limbah rumah tangga dihasilkan oleh Indonesia, salah satunya adalah tas *spunbond* yang memiliki material yang sangat sulit untuk di daur ulang.

The logo for Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) features the letters 'UMMN' in a large, bold, blue, rounded sans-serif font.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA