

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Desain grafis adalah suatu bentuk dari komunikasi yang dilakukan secara visual dan juga menggunakan gambar sebagai media perantara untuk menyampaikan informasi yang diinginkan (Rifda, 2021). Menurut (Assidiq, 2023), desain grafis adalah sebuah bentuk komunikasi yang merupakan paduan dari beberapa elemen visual seperti gambar, ilustrasi, garis dan tulisan.

Menurut (Landa, 2014), desain grafis memiliki beberapa elemen yang berupa garis, bentuk, dan warna.

2.1.1. Garis

Garis merupakan sebuah satuan unit terkecil dari suatu garis dan biasanya dikenal bentuknya yang melingkar. Dalam gambar berbasis layar, titik merupakan suatu satuan pixel cahaya dengan ataupun tanpa adanya hue yang terlihat seperti persegi dibandingkan melingkar (Landa, 2014).

2.1.2 Bentuk

Bentuk atau outline sesuatu adalah bentuk yang digambar pada permukaan datar atau dua dimensi yang dapat diukur oleh tinggi dan lebar yang secara sebagian atau keseluruhannya dari garis maupun warna, tone, atau tekstur. Bentuk juga didefinisikan sebagai bentuk tertutup atau jalur yang tertutup (Landa, 2014).

2.1.3 Warna

Warna adalah elemen desain dasar yang berperan besar dan hanya dapat dilihat dengan cahaya (Landa, 2014). Warna terbagi menjadi tiga kategori, yaitu hue, value dan saturation. Tiga kategori warna tersebut adalah:

a. Hue

Menurut (Zainudin, 2022), *Hue* dapat juga disebut nama warna, hal ini adalah sesuatu yang berguna untuk menjelaskan warna-warna unik

sehingga dapat dibedakan dari warna lainnya. Contohnya, pada saat mengkombinasikan 3 warna dasar yaitu, merah, biru dan kuning, akan didapatkan warna-warna gradasi yang belum diketahui namanya, hal tersebut bisa disebut *Hue*.

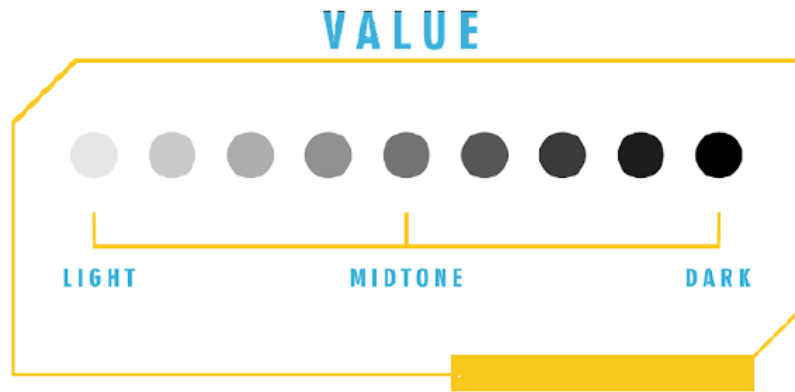


Gambar 2. 1 Gambar *Hue*
Sumber: Zainudin (2022)

b. Value

Value adalah nilai dari sebuah warna yang digunakan untuk menentukan terang atau gelapnya suatu warna. Tingkat kecerahan paling tinggi suatu warna ada pada warna putih, dan untuk yang paling gelap ada di warna hitam. Untuk menentukan tingkat gelap atau cerahnya warna dinyatakan dalam bentuk persen (0% - 100%), semakin kecil angkanya (mendekati angka 0%) maka semakin gelap, demikian juga semakin besar angkanya (mendekati angka 100%) maka semakin terang (Zainudin, 2022).

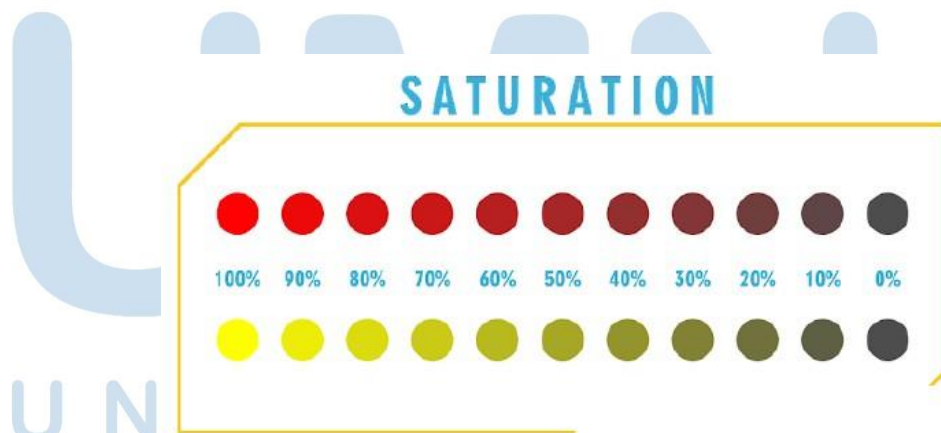
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 2 Gambar Value
 Sumber: Zainudin (2022)

c. Saturation

Saturation adalah intensitas atau kepekatan dari sebuah warna, atau dapat juga disebut sebagai tingkat kekuatan sebuah warna. Sebagai gambaran, saturation mengindikasikan seberapa kuat atau lemahnya suatu warna, seperti contoh pada warna merah yang intensitasnya tinggi akan terlihat terang, namun pada warna merah yang intensitasnya rendah maka tidak akan terlihat terang. *Saturation* warna dituliskan dalam bentuk persen (0% - 100%), semakin tinggi angka persen saturasi menunjukkan semakin terang atau cerah pula warna tersebut.



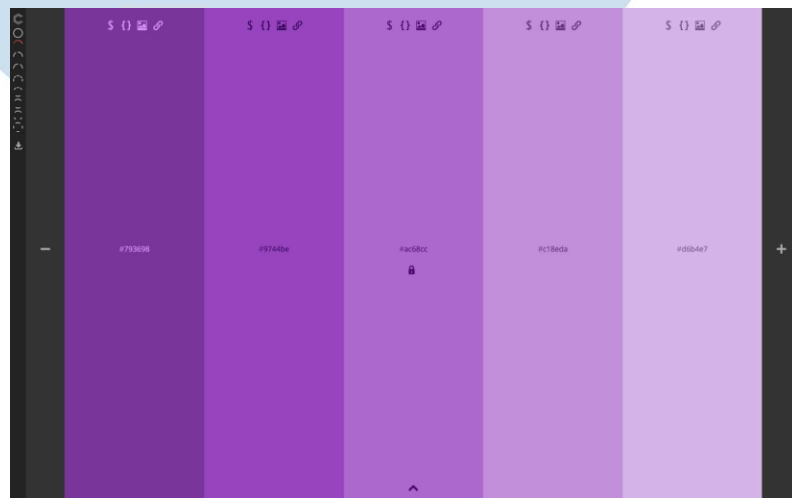
Gambar 2. 3 Gambar Saturation
 Sumber: Zainudin (2022)

2.1.3.1 5 Tipe Skema Warna

Dilansir dari (Webflow, 2023), terdapat 5 tipe skema warna yang digunakan desainer untuk menggabungkan beberapa warna dari color wheel, yaitu :

a. Monochromatic Color

Skema dari warna monokrom (monochromatic color) merupakan rangkaian saturasi dan rona dari satu warna dasar. Perpaduan warna monokrom bersifat selaras sehingga dapat menciptakan warna yang memberikan kesan pesan dan tampilan positif bila digunakan untuk desain bergaya minimalis. Namun dalam sejumlah kondisi, penggunaan warna monokrom juga dapat memberikan kesan pesan dan tampilan yang dianggap terlalu monoton (Webflow,2023).



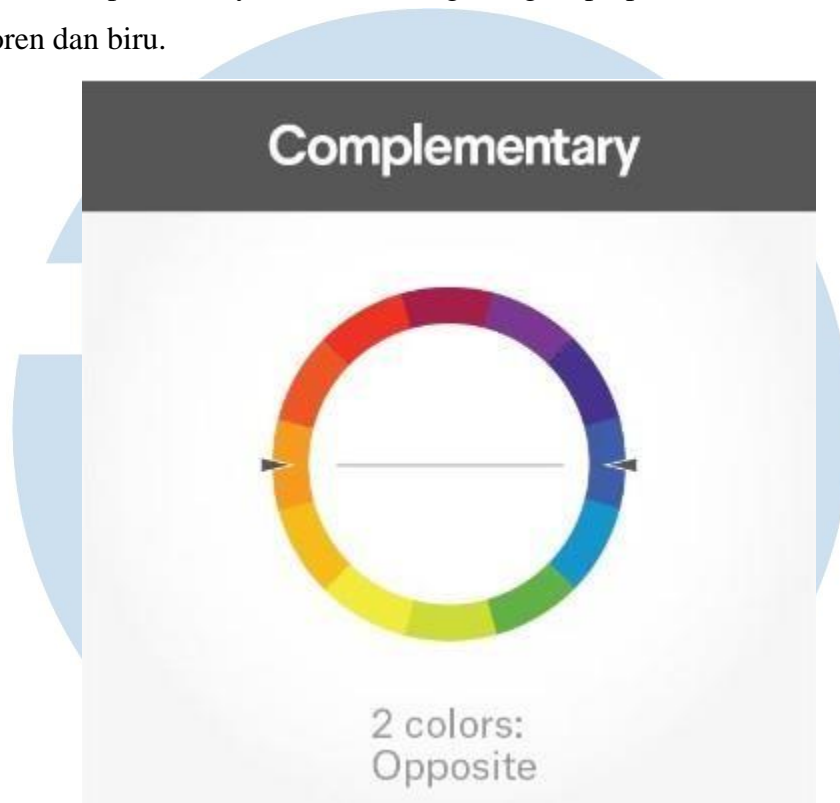
Gambar 2. 4 Gambar *Monochromatic Color*

Sumber: Webflow (2022)

b. Complementary Color

Skema dari warna komplementer (Complementary Color) merupakan perpaduan dari sebuah kombinasi dari dua buah warna yang posisinya berseberangan pada Color Wheel (99Designs, 2023). Perpaduan dari dua yang berseberangan ini dapat menciptakan sebuah skema warna baru yang bersifat kontras dan menonjol (Webflow, 2023). Sebagai contoh

dari complementary color adalah gabungan perpaduan warna dari warna oren dan biru.



Gambar 2. 5 Gambar *complementary color*
Sumber: 99 Design (2023)

c. Analogous Color

Contoh dari warna analogous (Analogous Color) pada color wheel merupakan warna merah, oren dan kuning karena merupakan dari tiga warna yang memiliki posisi saling bersebelahan. Setiap warna dalam skema warna analogous porsinya masing-masing dimana salah satu warna akan menjadi warna dominan, sementara kedua warna lainnya akan menjadi warna pendukung dan warna aksen (99Designs, 2023).

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

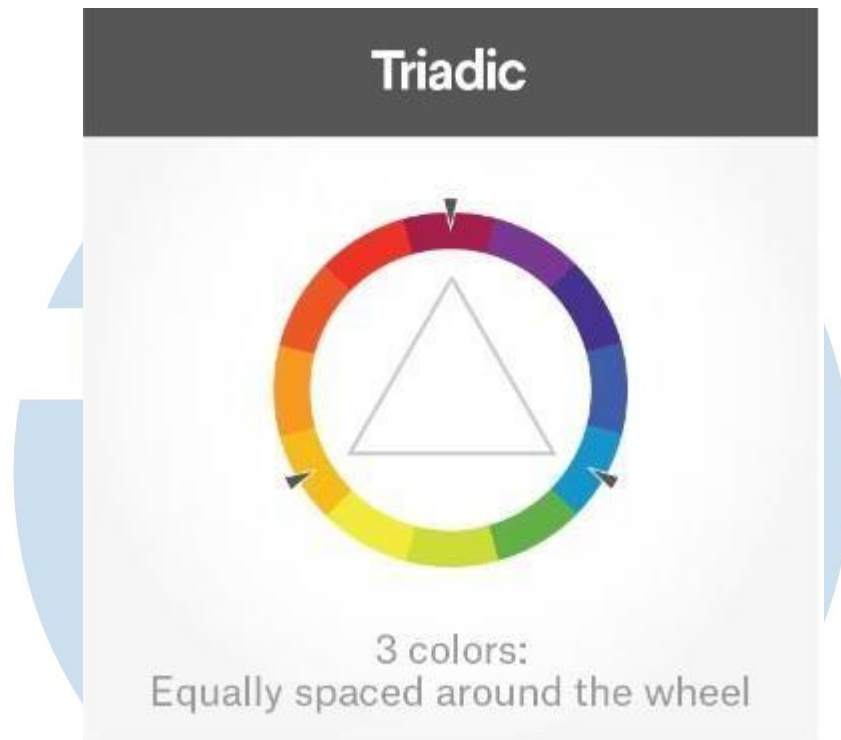


Gambar 2. 6 Gambar *Anologus Color*
Sumber: 99 Design (2023)

d. Triadic Color

Warna triadik (Triadic Color) terdiri dari tiga warna yang memiliki posisi jarak warna yang sama dan seimbang pada color wheel sehingga membentuk pola segitiga pada color wheel (Webflow, 2023). Hasil dari penggunaan skema warna dari warna triadik dapat menghasilkan sebuah perpaduan warna dengan kontras cerah dan membantu membuat sebuah desain yang hidup, namun tetap serasi (99Designs, 2023). Contoh dari warna triadik adalah merah, kuning dan biru; oren, ungu dan hijau.

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



Gambar 2. 7 Gambar *Triadic Color*
 Sumber: 99 Design (2023)

e. Tetradic

Skema warna tetradik (Tetradic Color) terdiri dari empat warna yang memiliki posisi jarak warna pada color wheel membentuk persegi atau persegi panjang (Webflow, 2023).



Gambar 2. 8 Gambar *Tetradic Color*
 Sumber: Webflow (2023)

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

2.2 Desain Interaktif

Desain interaktif adalah sebuah bentuk desain yang diciptakan untuk membantu mempermudah kehidupan orang-orang melalui sebuah produk atau desain yang diciptakan (Sharp, Rogers, & Preece, 2019).

Desain interaktif juga memperhatikan beberapa aspek seperti:

a. Produk desain yang baik dan buruk

Produk yang dihasilkan harus memiliki desain yang baik, sehingga dapat mempermudah para pengguna dalam menggunakan produk tersebut. Jika produk yang dihasilkan dengan desain yang kurang baik atau tidak sesuai, maka hal tersebut dapat mempengaruhi efisiensi daripada sebuah produk tersebut (Sharp, Rogers, & Preece, 2019).

b. Memahami pengguna

Dalam membuat desain sebuah produk, desainer harus memahami siapa target pengguna. Dengan memahami dan mengenal siapa pengguna produk tersebut, desainer dapat menciptakan produk yang sesuai dan tepat. Contohnya, ketika membuat sebuah desain produk untuk anak-anak, tentu saja berbeda dengan ketika akan membuat sebuah produk untuk orang dewasa. Anak-anak dan orang dewasa memiliki ekspektasi serta kebutuhan yang berbeda dalam menggunakan sebuah produk. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mengenal siapa pengguna produk kita (Sharp, Rogers, & Preece, 2019).

c. Akses bagi para pengguna

Dalam menghasilkan sebuah produk, hendaknya produk tersebut dapat dan mudah diakses bagi semua orang, yang dimana setiap pengguna memiliki hak yang sama dalam menggunakan produk tersebut. Contohnya, pada produk apple dan google yang berusaha menciptakan produk yang mampu diakses oleh berbagai kalangan, termasuk para pengguna dengan disabilitas (Sharp, Rogers, & Preece, 2019).

2.2.1 Proses Desain Interaktif

Ada beberapa proses yang dilakukan berulang dalam menghasilkan sebuah proses desain interaktif menurut (Sharp, Rogers, & Preece, 2019), yaitu:

1. Discover

Tahap ini adalah tahap dimana para desainer mencari dan mengumpulkan ide, serta masukan mengenai sebuah masalah.

2. Define

Pada tahapan ini, desainer sudah menemukan dan mengembangkan garis besar dari sebuah tantangan yang akan dihadapi dalam proses desain.

3. Develop

Pada tahapan ini, solusi dari masalah telah dibuat, konsep juga telah dibuat, diuji dan disesuaikan melalui sebuah prototipe.

4. Deliver

Tahap ini merupakan tahap dimana produk desain telah berhasil difinalisasi, diproduksi dan diluncurkan

Menurut (Sharp, Rogers, & Preece, 2019), selain tahapan diatas, juga terdapat beberapa isu yang berkaitan dengan penggunaan desain interaktif. Isu-isu tersebut seperti:

1. Siapa penggunanya?

Menentukan siapa pengguna dari sebuah produk sangat mempengaruhi desain yang akan dilakukan.

2. Apa yang dibutuhkan oleh pengguna?

Menentukan apa saja yang diperlukan oleh pengguna, akan menciptakan desain yang lebih efektif dan efisien.

3. Bagaimana menciptakan desain alternatif?

Menentukan desain alternatif yang sesuai dengan target pengguna dan juga kondisi, sehingga dapat menciptakan desain produk yang sesuai dan efektif.

4. Bagaimana memilih dari alternatif yang tersedia?

Memilih desain alternatif yang tepat akan membantu menciptakan desain produk yang sesuai bagi para pengguna.

2.2.2 Estetika Media Interaktif Digital

Dalam membuat media interaktif digital yang menarik tentu saja dipengaruhi oleh elemen estetika seperti Typography, Color, dan Layout (Griffey, 2020).

a. Typography

Jenis tulisan yang digunakan dalam membuat suatu produk sangat mempengaruhi. Menurut (Griffey, 2020), gaya jenis tulisan yang digunakan dapat mempengaruhi perasaan seseorang, sehingga gaya tulisan yang baik dapat menyampaikan maksud dengan lebih baik juga.

b. Color

Dalam proses desain media digital interaktif, salah satu tahap yang mempengaruhi estetika adalah memilih palet warna. Memilih palet warna yang tepat akan membantu menyampaikan pesan serta tetap terlihat bagus (Griffey, 2020).

- Color Wheel

Terdapat dua tone warna yaitu: warm tone dan cool tone. Pada warm tone, warna ini dapat memberikan kesan lebih berenergi, seperti pada warna merah, kuning terang dan oranye. Kemudian pada cool tone, warna dalam tone ini lebih memberikan kesan relaks, seperti pada warna biru dan hijau (Griffey, 2020).

c. Layout

Memilih layout tampilan yang tepat akan lebih memudahkan dan efektif pada saat menyampaikan maksud dari sebuah informasi. Hal ini juga mempengaruhi keseragaman atau kecocokan dari sebuah tampilan yang akan merepresentasikan hasil desain yang telah dibuat, yang dimana tentu saja ini juga berkaitan dengan warna dan font jenis tulisan yang digunakan (Griffey, 2020).

2.2.3 User Experience

Menurut (Sharp, Rogers, & Preece, 2019), *user experience* adalah sebuah pengalaman perasaan seseorang dalam menggunakan sebuah produk di dunia nyata. Produk ini bisa berupa apa saja, dan pengguna menilai bagaimana perasaan, kenyamanan dan kepuasan dalam menggunakan sebuah produk.

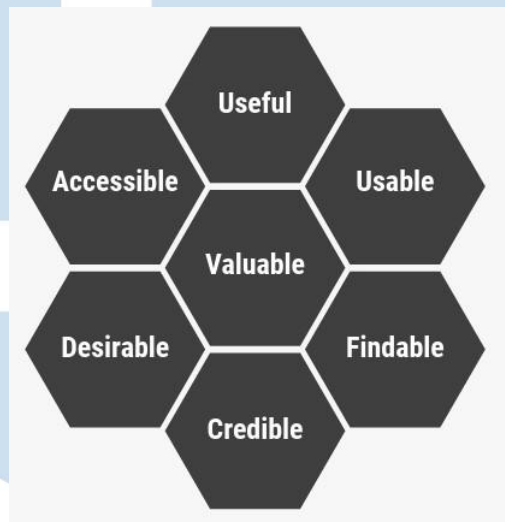
Menurut buku *The Basic of User Experience Design* (Foundation, 2002), secara umum, *user experience* adalah apa yang dirasakan oleh pengguna pada saat menggunakan sebuah produk. Produk yang digunakan bisa berbagai macam namun biasanya, produk tersebut akan berbentuk situs website atau aplikasi. Sehingga *user experience* adalah suatu pengalaman pengguna dan apa yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan sebuah layanan berbasis computer, seperti website, aplikasi dan system.

Alasan mengapa *user experience* penting menurut buku *The Basic of User Experience Design* (Foundation, 2002), adalah pada jaman dahulu desain produk yang dibuat lebih sederhana, dimana para desainer membuat sebuah desain berdasarkan hal yang ia anggap keren dan berharap para pengguna akan menyukai hasil desain tersebut. Namun, seiring berjalannya waktu, pendekatan itu memiliki 2 masalah yaitu:

1. Pada masa itu, persaingan untuk mendapatkan perhatian orang di dunia maya lebih sedikit.

2. Pendekatan tersebut sama sekali tidak mempertimbangkan para pengguna produk, sedangkan keberhasilan sebuah produk atau proyek sangat dipengaruhi oleh desain sebuah produk tersebut.

Berdasarkan buku *The Basic of User Experience Design* (Foundation, 2002), ada 7 faktor yang mempengaruhi *user experience*, yaitu:



Gambar 2. 9 Gambar 7 faktor yang mempengaruhi *User Experience*

Sumber: Foundation (2002)

1. *Useful*

Melihat apakah sebuah produk tersebut berguna dan memiliki tujuan. Apabila sebuah produk tidak berguna dan memiliki tujuan, maka produk tersebut tidak dapat dipasarkan dan tidak dapat bersaing ditengah produk-produk yang bermanfaat dan memiliki tujuan. Sebuah prouduk dapat dilihat sebagai berguna tergantung dari sudut pandang masing-masing pengguna, seperti contoh untuk game yang dimainkan dikomputer mungkin berguna bagi mahasiswa.

2. *Useable*

Dengan membuat sebuah produk yang berguna, pengguna dapat menggunakan sebuah produk dengan efektif dan efisien. Contohnya, ketika sebuah permainan computer diciptakan dengan 3 pad control kemungkinan produk ini tidak dapat digunakan pengguna secara efisien dan efektif, karena pengguna hanya memiliki 2 tangan.

3. *Findable*

Produk yang didesain harus mudah ditemukan, sehingga desain yang tepat, lokasi yang tepat sangat mempengaruhi pengalaman pengguna dalam menggunakan sebuah produk. Ketika produk sulit untuk ditemukan, maka pengguna akan cenderung tidak menggunakan produk lagi atau berpindah ke produk lainnya.

4. *Credible*

Sebuah produk harus bisa dipercaya dan berisikan konten yang terpercaya. Pengguna harus bisa percaya dengan produk yang diberikan, jika tidak para pengguna akan berpindah ke produk lain. Selain itu, jika para pengguna merasa produk tidak terpercaya, hal ini juga dapat beredar dari mulut ke mulut, sehingga mempengaruhi kualitas dari produk.

5. *Desirable*

Menciptakan sebuah produk yang diinginkan oleh para pengguna. Tentu saja hal ini dipengaruhi oleh desain yang menarik, efisien dan juga indah. Selain itu, branding yang dilakukan juga mempengaruhi image sebuah produk. Yang dimana, produk dengan desain baik dan menarik tentu saja lebih menarik perhatian, serta keinginan pengguna untuk menggunakan produk tersebut.

6. *Accessible*

Produk yang mudah diakses oleh berbagai kalangan pengguna. Dengan menciptakan produk yang mudah diakses, semakin banyak orang yang bisa menggunakan produk dan mendapatkan manfaat dari produk

tersebut. Seperti menciptakan sebuah produk yang ramah disabilitas, atau menyediakan fitur-fitur khusus yang dapat membantu para pengguna mengakses produk dengan lebih mudah.

7. **Valuable**

Produk yang dihasilkan harus memiliki harga yang sesuai dengan fungsi dan fitur yang tersedia. Dengan demikian, para pengguna dapat merasa puas dan penjualan produk juga dapat lebih sukses.

2.2.4 **User Interface**

User interface adalah sebuah sarana komunikasi antara pengguna (*user*) dengan system sebuah program, seperti website. Sistem ini disesuaikan dengan kebutuhan pengguna terhadap program yang sedang dikembangkan. Lingkup dari *user interface* meliputi aspek tampilan secara fisik, penggunaan warna, animasi dan pola komunikasi program dengan para penggunanya. (Himawan & Yanu F., 2020)

Pada umumnya, seorang desainer akan membuat desain yang mempermudah para pengguna dalam menggunakan programnya. Desain yang dilakukan akan disesuaikan dengan kebutuhan dasar pengguna terhadap website atau aplikasi mobile tersebut. Hasil dari desain *user interface* adalah sebuah program dengan fitur-fitur yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dari para pengguna program tersebut (Himawan & Yanu F., 2020).

UI terdiri dari kata *user* dan *interface*. Kata *user* diletakkan didepan *interface*, karena *user interface* yang baik akan mengutamakan *user*. Dengan adanya *user interface* yang baik, maka hal tersebut akan memudahkan para pengguna dalam menggunakan program. Berikut gambar dibawah menunjukkan keinginan dari *user* dan bagaimana *interface* yang baik. (Himawan & Yanu F., 2020).

2.2.5 Perbedaan dari User Interface dan User Experience

Menurut (Himawan & Yanu F., 2020), perbedaan dari kedua aspek ini adalah pada *user interface*, akan lebih berfokus pada interaksi pengguna terhadap program tersebut. Sedangkan, pada *user experience*, lebih melihat bagaimana pengalaman pengguna dalam menggunakan suatu program tersebut. Seorang desainer *user interface* bertugas untuk merancang program aplikasi web atau mobile sesuai dengan kebutuhan pengguna, sehingga pengguna dapat menggunakan program tersebut dengan lebih mudah dan tanpa kesulitan. Sebaliknya, desainer *user experience* membuat program berdasarkan pengalaman penggunanya, termasuk hal-hal yang dirasakan dan kesulitan yang dihadapi ketika menggunakan program tersebut. Pada dasarnya, kedua desainer ini bekerja sama sebagai 1 tim dengan tujuan yaitu memudahkan pengguna dalam menggunakan suatu program.

2.3 Media dan jenisnya

Media adalah sebuah sarana untuk menyalurkan pesan dan komunikasi, media juga menjadi sebuah sarana yang dapat membawa dan menyebarkan informasi serta pengetahuan (Ardan, 2021). Ada 3 jenis media menurut (Ardan, 2021), yaitu:

a) Media Visual

Media Visual adalah media yang digunakan menggunakan indera penglihatan. Media ini mengandalkan proyeksi gambar, seperti buku, koran, website.

b) Media Audio

Media ini mengandalkan indera pendengaran. Pada media ini, masyarakat mendapatkan informasi melalui suara, seperti radio, podcast.

c) Media Audio Visual

Pada media ini, masyarakat mendapatkan informasi melalui dua indera, yaitu pendengaran dan penglihatan. Media ini mengandalkan gambar

dan suara, seperti melalui youtube, video, dan film.

Dari jenis-jenis media ini, penulis menggunakan media Visual, dimana website akan berisi informasi, serta gambar-gambar ilustrasi sebagai pelengkap agar lebih menarik dan membantu menjelaskan pamali kepada masyarakat luas sebagai pengguna *website*.

2.3.1 Media Informasi Tradisional dan Digital

Media informasi tradisional adalah sebuah alat komunikasi yang masih memanfaatkan media yang tidak kompleks dan belum terkoneksi dengan teknologi, yang kemudian hal tersebut menyebabkan jangkauan dari media tersebut tidak cepat dan belum menyebar secara luas (Pangemanan, 2023). Media informasi tradisional ini bentuknya seperti surat, pertunjukan wayang, cerita rakyat, tarian dan nyanyian tradisional.

Media interaktif digital adalah sebuah layanan digital yang berisi berbagai macam konten seperti gambar bergerak, teks, animasi, dan video yang dapat diakses dan direspon oleh penggunanya (Pijar, 2022). Selain itu menurut (Griffey, 2020), media interaktif digital adalah pengalaman berbasis komputer dan layar yang dapat memfasilitasi interaksi antara pengguna dan suatu perangkat. Dalam karya ini penulis menggunakan *website*.

2.4 Website

Website adalah sebuah media yang dapat diakses secara online dan global, yang dimana media ini berisi halaman yang memuat berbagai macam informasi (Sarwono, 2015). Menurut (Abdullah R. , 2018), website adalah kumpulan halaman yang berisi berbagai macam informasi data digital seperti teks, animasi, suara, gambar, dan video atau berupa gabungan dari berbagai macam informasi tersebut, yang dapat diakses seluruh dunia melalui jaringan internet.

2.4.1 Jenis Website

a. Website statis

Website statis merupakan jenis situs web yang tidak dapat mengubah kontennya secara fleksibel karena memerlukan penggunaan skrip yang telah disediakan dalam program (Farid, 2023). Menurut (Benefita, 2023), Website statis memiliki beberapa kelebihan, seperti:

- Halaman web dapat dimuat lebih cepat karena hanya memerlukan file HTML sederhana, juga tidak diperlukan untuk memproses database atau scripting.
- Keamanan terjamin karena tidak dapat diakses secara langsung ke dalam database.
- Konten website memiliki cara pengelolaan dan optimasi yang lebih mudah karena konten sudah disimpan dalam file HTML yang sudah jadi.
- Biaya dalam pembuatan web ini lebih murah, apalagi dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini karena website statis tidak memerlukan sumber daya server yang besar.

Berikut kelebihan dari website statis, selain kelebihan tersebut, tentunya website statis juga memiliki beberapa kekurangan, menurut (Benefita, 2023), yaitu:

- Konten yang ditampilkan tidak dapat berubah secara dinamis.
- Konten sulit untuk diupdate dalam jangka waktu berkala.
- Fitur interaktif seperti kolom komentar, tidak tersedia sehingga interaksi dengan para pengunjung website terbatas.

Website statis lebih cocok digunakan untuk para pengguna yang membutuhkan website sederhana dengan beberapa halaman web dan tidak banyak interaksi, serta jumlah anggaran yang terbatas (Benefita, 2023).

d. Website dinamis

Website dinamis adalah sebuah jenis website yang membutuhkan bahasa pemrograman seperti PHP untuk membuatnya. Website jenis

ini juga memungkinkan para penggunanya untuk melakukan interaksi dengan halamannya, seperti menambah, menghapus ataupun mengedit konten yang ada didalam website tersebut. Oleh karena itu, biasanya website dinamis memiliki konten yang lebih update daripada website statis (Anendya, 2022).

Berikut adalah beberapa kelebihan dari website dinamis menurut (Anendya, 2022):

- Para pengguna dapat melakukan update terhadap konten yang ada di website tersebut.
- Terdapat Content Management System (CMS), yang berisi tools untuk membantu mempermudah penggunaan website ini.
- Pengguna dapat melakukan interaksi secara langsung dengan web ini.

Selain kelebihan tersebut, juga terdapat beberapa kekurangan menurut (Anendya, 2022), yaitu:

- Biaya yang diperlukan cukup besar dan juga proses pembuatan awalnya cukup memakan waktu.
- Diperlukan hosting yang cukup besar untuk dapat membantu menyimpan isi dari file web.
- Dalam pembuatannya memungkinkan untuk menggunakan berbagai macam bahasa pemrograman, plugin dan isi konten yang semakin banyak, sehingga hal tersebut dapat menyebabkan kecepatan website melambat.

e. Perbedaan website statis dan dinamis

Menurut (Anendya, 2022), berikut adalah beberapa perbedaan website statis dan website dinamis:

Tabel 2. 1 Tabel perbedaan website statis dan dinamis

Website Statis	Website Dinamis
Tidak dapat melakukan interaksi,	Pengguna dapat melakukan

hanya dapat dilihat saja	interaksi, mengupdate konten langsung dari websitenya.
Lebih banyak digunakan untuk website yang menampilkan profil perusahaan untuk menampilkan data informasi yang penting saja	Lebih sering digunakan pada berbagai situs, seperti website media sosial, ataupun website toko online.
Bahasa pemrograman tidak terlalu banyak digunakan, hanya menggunakan HTML & CSS dalam pembuatannya.	Dalam pembuatannya banyak menggunakan bahasa pemrograman, seperti PHP, Ruby, MySQL, dan lain-lain.
Dapat dibuat dalam waktu yang cukup singkat, hal ini dipengaruhi oleh banyaknya jumlah halaman web yang akan dibuat.	Dalam membuat website ini, dibutuhkan waktu yang lebih lama.
Konten dalam website ini jarang diubah.	Konten dalam website ini mudah diubah, hal ini dapat dengan mudah dilakukan oleh pengguna.

2.4.2 Elemen website

a. 5 Elemen utama untuk desain *website mobile*

Menurut (Paun, 2013), ada 5 elemen utama dalam membuat desain *website mobile*:

1. Desain dan arsitektur informasi

Dalam membuat *website* untuk *mobile*, perlu diperhatikan ukuran layar yang sesuai sehingga dapat berfungsi secara efektif.

2. Konten

Konten akan ditampilkan secara berbeda ketika diakses melalui komputer atau melalui seluler, sehingga perlu untuk

menciptakan format konten yang sesuai dengan tampilan seluler.

3. Kegunaan

Kunci dari elemen ini adalah membuat *website* yang seminimalis mungkin untuk diakses melalui telepon seluler, sehingga menciptakan tampilan yang kecil dan bersih.

4. *Call to Actions*

Membuat fitur-fitur penting yang mudah diakses dan jelas bagi para pengguna merupakan salah satu fitur penting. Hal itu dapat dilakukan dengan memberikan gambar ikon atau warna yang mencolok pada ikon yang diinginkan.

5. *Usability and Experience*

Menciptakan *website* yang sesuai dengan kegunaan dan mudah diakses bagi para pengguna melalui gabungan dari beberapa elemen seperti menciptakan desain yang minimalis, menarik dan jelas, hal tersebut akan mempermudah pengguna dalam menggunakan *website* melalui media *mobile*.

b. 17 elemen dari anatomi halaman *website*

Menurut (Belykh, 2022), sebuah halaman *website* ditulis dalam kode HyperText Markup Language (HTML) sebagai dokumen elektronik dengan Uniform Resource Locator (URL) unik atau alamat *website* yang membantu menunjukkan server *website* mana dokumen berada. Elemen-elemen dasar yang meliputi mayoritas halaman *website* memiliki manfaat untuk menciptakan struktur dari halaman situs dengan mempresentasikan informasi yang terorganisir. Tujuan utama dari sebuah halaman situs adalah menyajikan konten di internet.

Elemen-elemen penting yang paling sering ditemui di halaman situs modern adalah

1. Header

Header adalah bagian atas dari setiap halaman situs, bagian yang menarik perhatian pengunjung sebelum melanjutkan ke bagian situs lainnya. Elemen situs ini adalah salah satu elemen website paling strategis dimana header diletakkan dalam layout website sebagai elemen untuk navigasi utama atau dengan nama lain site menu. Umumnya, header berisikan logo, tautan media sosial dan kategori konten situs, bidang pencarian, bidang berlangganan dan informasi kontak utama.

Beberapa contoh header populer website adalah :

A. Sticky Header

Sticky header tidak berbaur atau tersembunyi dalam halaman situs, namun menempel pada bagian atas dari halaman meskipun pengguna melakukan scrolling atau menggulirkan halaman ke bawah. Fungsi dari sticky header adalah untuk mempertahankan kemudahan aksesibilitas dan navigasi website bagi pengguna.

B. Two-layer Navigation Headers

Two-layer navigation header memiliki dua rute navigasi yang berbeda dan berfungsi untuk sebagai kumpulan navigasi ganda guna meningkatkan kegunaan web. Pola populer dari header website adalah menjadikan logo situs web sebagai alat untuk membuka atau merefresh beranda dengan mengkliknya.

2. CTA Button

CTA *Button* atau tombol *call to action* adalah elemen antarmuka pengguna yang dirancang untuk mendorong pengguna dalam melakukan aksi tertentu, seperti untuk membeli, menghubungi atau berlangganan produk tertentu. Tombol ini efektif dalam mendorong pengguna pasif menjadi pengguna aktif. Membuat desain tombol ini semenarik mungkin adalah salah satu faktor desain yang baik. Tombol ini perlu mudah diakses, sehingga dapat menarik perhatian para pengguna.

3. *Typography*

Typography merupakan salah satu hal yang esensial dalam desain web. Dengan menggunakan *typography* yang sesuai, *website* dapat menarik perhatian para pengguna, misalnya dalam menggunakan huruf dengan ukuran font yang lebih besar. Selain itu, font huruf yang digunakan sebaiknya mudah dibaca dan jelas, sehingga dapat menyampaikan maksud dan tujuan yang sebenarnya.

4. *Hero section*

Elemen ini menggambarkan bagaimana gambar yang menarik akan menarik perhatian para pengguna. Dalam melakukan desain web, biasanya bagian ini ditampilkan sebagai visual yang menarik pengguna dan juga menyampaikan pesan tertentu.

5. *Footer*

Footer ditemukan pada bagian bawah halaman website sebagai penanda akhir dari halaman situs. Elemen ini adalah elemen paling utama untuk navigasi website dimana umumnya footer terdiri dari tautan penting dan data pengguna yang dapat terlewatkan ketika mengakses situs, seperti nama dan logo brand, identitas brand, tautan menuju

dukungan pengguna, halaman FAQ, about page dan kebijakan pribadi.

6. *Product Images*

Dalam melakukan desain web, penting untuk menentukan gambar produk yang tepat. Gambar produk yang tepat dapat menarik perhatian, serta mendapatkan kepercayaan dari pengguna. Selain itu, gambar produk juga menggambarkan gambaran dari website.

7. *Slider*

Elemen ini dapat ditambahkan sebagai hiasan ataupun list daftar produk yang ingin ditampilkan dalam *website*. Hal ini biasanya ditampilkan dalam bentuk *slideshow/ carousel*.

8. *Search*

Elemen *search* atau pencarian merupakan elemen yang penting dan banyak digunakan. Hal ini dapat memudahkan pengguna dalam mencari item atau konten yang mereka inginkan, sehingga dapat membuat penggunaan *website* semakin efektif.

9. *Menu and Navigation*

Dengan memiliki menu dan navigasi yang tepat, para pengguna dapat menggunakan *website* dengan baik. Jika sebuah *website* tidak memiliki menu dan navigasi yang baik, hal itu akan menyulitkan para pengguna dalam menggunakannya, sehingga peletakan menu dan alur navigasi sebuah *website* harus dilakukan dengan baik.

Menu dapat diletakkan dalam berbagai posisi, seperti diletakkan mendatar, atau menurun kebawah.

10. *Breadcrumbs*

Elemen ini menunjukkan penggunaan ruang yang efektif pada *website*, seperti memanfaatkan ruang kosong pada

website dan menambahkan *shortcut* menuju ke bagian menu lainnya.

11. Form

Formulir (Form) merupakan elemen yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan website dengan mengirimkan informasi menuju sistem atau server melalui berbagai fungsi dan pilihan sehingga prosesnya relatif lebih mudah dan lancar. Formulir merupakan cara tradisional untuk situs mengumpulkan data dan berkomunikasi dengan pengguna melalui umpan balik yang diberikan sehingga harus bersifat sederhana dan mudah digunakan bagi pengguna.

12. Cards

Elemen ini adalah elemen tata letak yang membantu pengguna memindai, mengatur, dan melakukan visualisasi konten dengan cara yang mudah dibaca dan mudah dimengerti. Elemen ini biasanya menyertakan judul gambar dan ikon, nama pengguna dan informasi tambahan lainnya, seperti teks, deskripsi produk yang berfungsi untuk menjelaskan sebuah item atau produk yang ada di website.

13. Video

Walaupun video bukan sebuah hal yang esensial dalam pembuatan *website*, namun pembuatan video dalam website dapat lebih menarik perhatian dari para pengguna. Namun jika ingin menyertakan video perlu lebih memperhatikan *loading time*, konten dan *web page responsiveness*.

14. Progress indicator

Indikator kemajuan (*Progress Indicator*) memiliki fungsi untuk memberikan gambaran pada pengguna mengenai akan posisi dan kemajuan mereka saat ini ketika melakukan

aksi atau menerima informasi dalam jumlah besar sebagai bentuk navigasi dalam halaman situs. Elemen ini memiliki manfaat untuk halaman yang memuat konten informasi teks dalam jumlah besar seperti artikel atau panduan yang sudah lama dibaca. Indikator kemajuan memastikan pengguna tidak tersesat di halaman dan sebagai alat estimasi pengguna akan waktu yang digunakan untuk mencakup seluruh halaman situs yang diakses dengan sukses.

15. *Favicon*

Favicon adalah simbol khusus yang mewakili produk atau merek di URL-line atau tab bookmark browser web.

16. *Tags*

Tags berisi beberapa kata kunci yang menggambarkan isi konten dari website. Kata kunci yang tepat dapat menghubungkan pengguna dengan konten yang tepat pula.

17. *Links*

Jika menyertakan *link* dalam website, sebaiknya diberi pembeda antara *link* dan juga mana yang merupakan teks biasa.

2.5 Pamali

Pamali adalah sebuah hal yang sering dianggap tabu, mitos ataupun warisan leluhur (Widiastuti, 2015). Menurut (Abdullah, Utami, & Nurfadillah, 2018), pamali juga merupakan sebuah ungkapan yang dapat diartikan sebagai larangan atau pantangan untuk dilakukan. Ungkapan tersebut merupakan sebuah warisan tradisional.

2.5.1 Contoh pamali yang ada di Indonesia

Berikut adalah beberapa contoh pamali yang ada di Indonesia yang diambil dari (Citra, 2023) melalui artikel yang ditulis di IDN Times:

a) Menyapu di malam hari

Menyapu di malam hari dipercaya bisa mengusir atau membuang rejeki seseorang.

b) Duduk didepan pintu

Menurut yang dipercaya oleh orang-orang, duduk didepan pintu dapat mendatangkan kesialan, salah satunya rejeki yang tidak lancar. Pamali ini juga berlaku bagi ibu hamil, yang dimana dipercaya jika duduk didepan pintu maka persalinan ibu dapat mengalami hambatan.

c) Membuka payung didalam rumah

Membuka payung didalam rumah dipercaya dapat mendatangkan nasib buruk, kesialan, bahkan kematian.

d) Tidak boleh keluar rumah setelah maghrib

Keluar rumah setelah maghrib dipercaya orang-orang dapat mendatangkan mahluk halus yang mengikuti, terutama bagi anak-anak.

e) Makan sayap ayam bakal dapat jodoh yang jauh

Jika memakan sayap ayam dipercaya seseorang akan mendapatkan jodoh yang jauh dari tempat tinggalnya. Pamali ini biasanya ramai dikalangan orang yang masih belum memiliki pasangan.

Tentu saja masih banyak lagi contoh-contoh pamali yang beredar di Indonesia, yang tentu saja pamali ini sudah diwariskan turun temurun dan memiliki banyak makna. Dalam rancangan media informasi ini, penulis ingin memberikan sebuah sarana untuk lebih mengenal pamali yang ada.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA