

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perancangan Desain Grafis

Landa (2014) melalui buku “*Graphic Design Solution*” mendefinisikan desain grafis sebagai bentuk dari komunikasi yang berbasis visual. Desain grafis bertujuan untuk menyelesaikan masalah melalui pesan dan informasi yang disajikan secara visual. Dengan adanya desain grafis, solusi menjadi lebih efektif yang dapat memengaruhi tingkah laku seseorang.

2.1.1 Elemen Desain

Terdapat 5 elemen penting dalam proses membangun sebuah desain visual. Landa (2014) membagikan elemen desain menjadi 5 aspek, adalah sebagai berikut.

2.1.1.1 Garis

Garis merupakan kumpulan dari titik, yaitu satuan yang berbentuk seperti lingkaran kecil. Titik yang memanjang akan membentuk sebuah garis. Elemen ini dapat berupa lurus, melengkung, maupun bersudut, yang membantu desainer mengatur komposisi dan informasi visual.

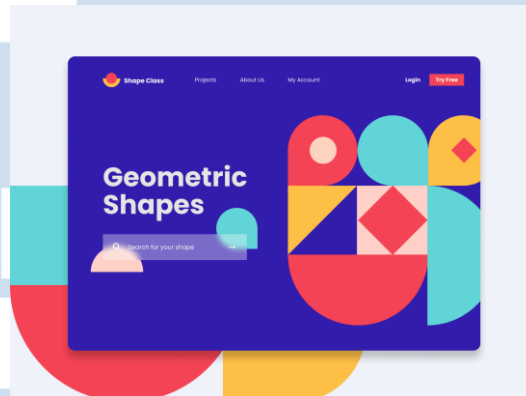


Gambar 2. 1 Garis

Sumber: <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/statistics-graph-template-website-dashboard-vector-35404431>

2.1.1.2 Bentuk

Bentuk adalah suatu elemen desain yang tertutup atau memiliki jalur tertutup (closed path). Bentuk juga merupakan varis yang berawal dan berakhir pada posisi yang sama. Yang dihasilkan dari bentuk adalah objek dua dimensi yang memiliki tinggi dan lebar.



Gambar 2. 2 Bentuk

Sumber: <https://dribbble.com/shots/15149829-Geometric-Shape-UX-UI-Web-Design>

2.1.1.3 Figure/Ground

Figure/ground yang juga merupakan *positive* dan *negative space* adalah prinsip dasar yang mengacu pada bentuk. Terdapat hubungan antara bentuk dalam sebuah permukaan 2D sehingga dapat dibedakan bentuk yang mewakili *figure* dan *ground* (latar belakang). Sebuah *figure* akan terlihat bentuknya sedangkan *ground* atau *negative space* adalah area kosong diantara *figure*.



Gambar 2. 3 Figur

Sumber: https://www.adobe.com/id_en/creativecloud/photography/discover/silhouette-photography.html

2.1.1.4 Warna

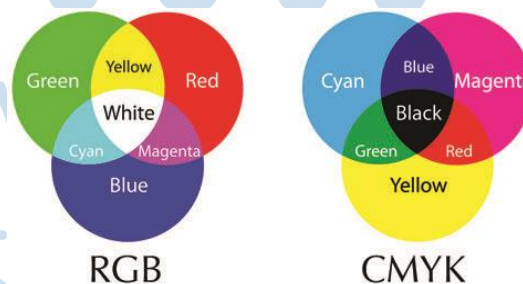
Warna merupakan elemen desain yang sangat kuat. Warna yang dapat dilihat mata manusia hanya saat adanya cahaya karena warna adalah cahaya yang dipantulkan. Cahaya ini menghasilkan variasi warna seperti subtraktif dan adiktif. Subtraktif adalah cahaya natural yang dilihat manusia sedangkan, subtraktif adalah warna yang kita lihat secara digital.



Gambar 2. 4 Warna

Sumber: <https://luminusdevices.zendesk.com/hc/en-us/articles/4419619543565-What-s-the-difference-between-color-terminology-like-Hue-Value-and-Saturation-Chroma->

Terdapat 3 elemen warna yaitu *hue*, *saturation*, dan *value*. *Hue* merupakan warna primer merah, biru, dan hijau. *Value* adalah terang-gelapnya sebuah warna yang memberikan tint, shade, and tone. Yang terakhir adalah *saturation*, yang memberikan kecerahan pada warna. Warna juga memiliki dimensi teknis yaitu, RGB dan CMYK. RGB (*Red Green Blue*) merujuk pada warna primer merah, biru, dan hijau. RGB adalah warna adiktif karena bekerja dalam keperluan media digital. Sedangkan, warna CMYK (*Cyan Magenta Yellow Key*), bekerja untuk keperluan media cetak.



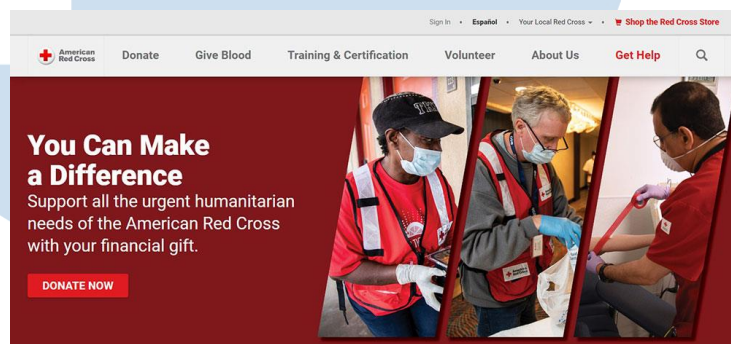
Gambar 2. 5 RGB dan CMYK

Sumber: <https://jesusgilhernandez.com/2012/10/19/color-systems-and-color-wheels/>

Sutton (2020) hal 156-157, melalui buku *The Pocket Complete Color Harmony* membagikan warna menjadi 11 berdasarkan klasifikasi psikologi warna, adalah sebagai berikut:

1) Merah

Warna merah merepresentasikan bahaya, kekuatan, agresi, semangat, gairah, dan kesuksesan. Warna ini dapat menstimulasi otak yang memberi pengaruh dalam menarik perhatian dan membuat keputusan yang cepat. Selain dari itu, merah juga melambangkan keberuntungan serta rasa percaya diri.



Gambar 2. 6 Warna Merah

Sumber: <https://muffingroup.com/blog/red-websites/>

2) Kuning

Kuning merupakan warna yang cerah yang mampu menarik perhatian dengan cepat dan mudah diterima otak. Warna ini merepresentasikan kebahagiaan, keceriaan, kecerdasan, dan kebijaksanaan.



Gambar 2. 7 Warna Kuning

Sumber: <https://www.vandelaydesign.com/yellow-websites/>

3) Oranye

Oranye merupakan warna hasil perpaduan dari merah dan kuning. Warna ini merepresentasikan kegembiraan, energi, spontanitas, dan kreatifitas. Karena warna ini mudah disadari, oranye seringkali digunakan sebagai warna untuk peringatan dan tanda diskon.

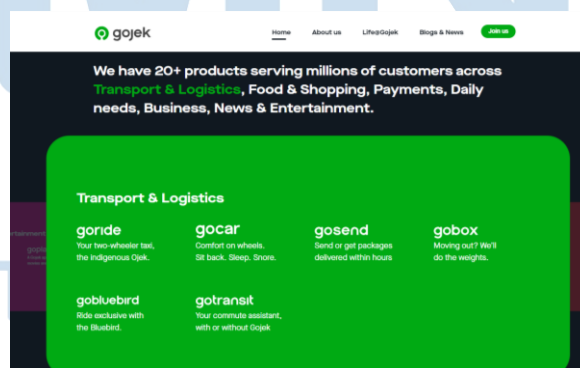


Gambar 2. 8 Warna Oranye

Sumber: <https://www.zilliondesigns.com/blog/color-inspirations-orange-web-designs/>

4) Hijau

Merupakan hasil perpaduan dari warna kuning dan biru. Hijau mencerminkan kehidupan, pertumbuhan, ketenangan, kesegaran, kesehatan dan kesuburan. Warna ini seringkali menjadi lambang dari alam dan lingkungan. Keunikan dari warna ini adalah tidak mengalami pembiasan pada retina mata sehingga warna mudah diterima dan tidak mengakibatkan kelelahan pada mata.

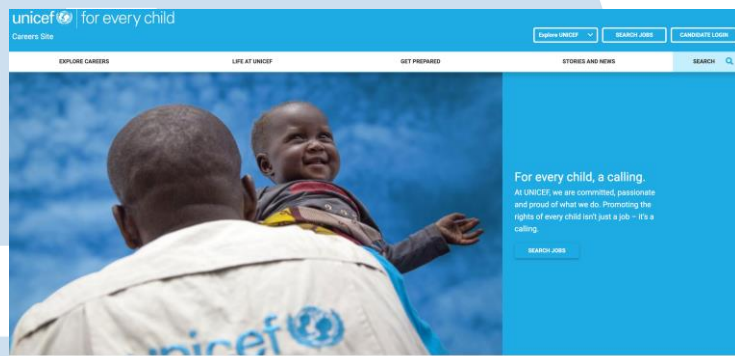


Gambar 2. 9 Warna Hijau

Sumber: <https://www.gojek.io/>

5) Biru

Warna biru memberikan perasaan kesenangan, keramahan, dan ketulusan. Memiliki efek fisik menurunkan denyut nadi dan tekanan darah, warna ini memberikan perasaan rileks pada tubuh sehingga melambangkan ketenangan.



Gambar 2. 10 Warna Biru

Sumber: <https://okechukwuumelo.com/portfolio/online-products-platforms/>

6) Ungu

Warna ini merupakan hasil perpaduan dari warna merah dan biru. Dalam Sejarah, warna ungu ini sulit didapatkan dan hanya digunakan oleh bangsawan sehingga melambangkan kekayaan dan kemewahan. Warna ini juga merepresentasikan kerjasama, kompromi, semangat, passionate, misterius, dan magis.



Gambar 2. 11 Warna Ungu

Sumber: <https://www.cadbury.co.uk/>

7) Merah Muda

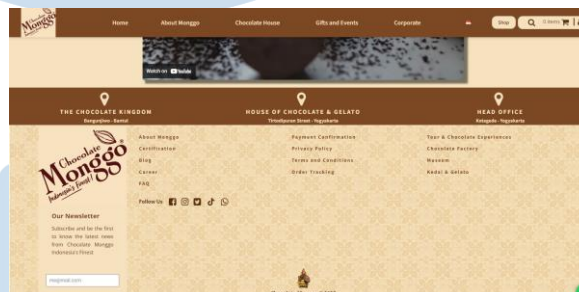
Berbeda dengan warna merah yang kuat, warna merah muda atau pink memiliki sifat ramah, tenang, feminim, romantis, dan kasih sayang. Secara umum, warna ini juga memberikan rasa ketenangan dan *trendy*.



Gambar 2. 12 Warna Merah Muda
Sumber: <https://www.theworldofbarbie.com/>

8) Coklat

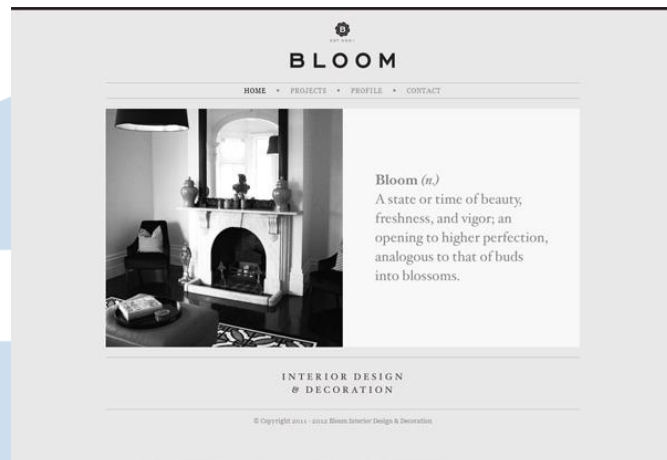
Warna coklat memiliki makna sederhana, nyaman, tulus, dan kerja keras. Warna ini juga diasosiasikan sebagai warna bumi yang netral.



Gambar 2. 13 Warna Coklat
Sumber: <https://chocolatemonggo.com/>

9) Abu-abu

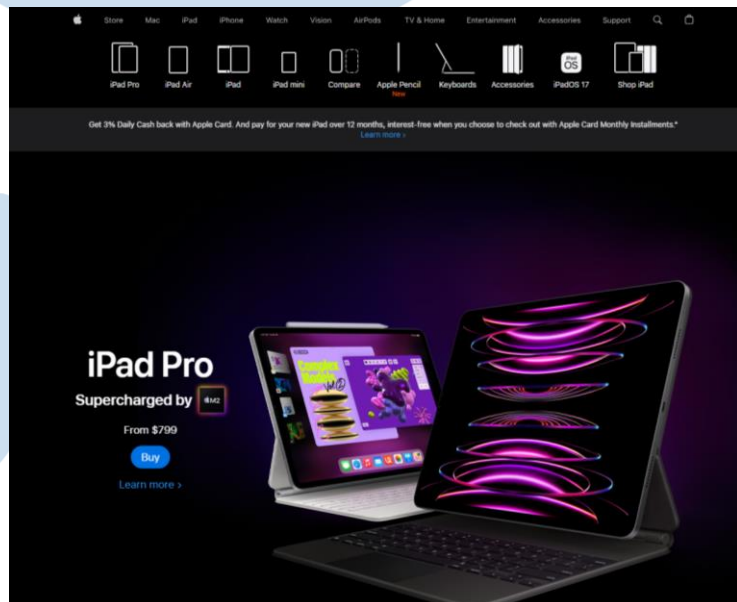
Abu-abu merupakan warna yang formal dan konservatif. Karena bukan warna yang *warm*, warna terlihat gelap dan kaku. Warna ini memberikan kesan scientific, teknologi, dan kompeten. Selain itu, warna ini memberikan kesan mewah pada interior rumah.



Gambar 2. 14 Warna Abu-Abu
 Sumber: <https://www.webfx.com/blog/web-design/30-beautiful-gray-web-designs-for-inspiration/>

10) Hitam

Hitam adalah warna yang berwibawa, kegelapan, kematian, misterius, dan sangat mengintimidasi. Warna ini memberikan kesan kedalaman dan berat, bahkan juga sebagai tanda hormat.



Gambar 2. 15 Warna Hitam
 Sumber: <https://www.apple.com/ipad/>

11) Putih

Putih adalah warna netral yang merepresentasikan kesucian, kebaikan, dan kepercayaan. Selain itu, putih juga memberikan kesan *simplicity*, *safety*, dan *sterility*.

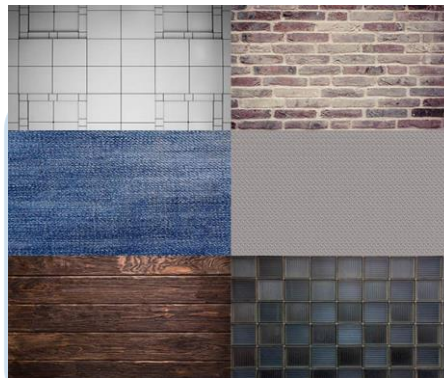


Gambar 2. 16 Warna Putih

<https://graphicmama.com/blog/minimalist-website-designs/>

2.1.1.5 Tekstur

Adalah representatif dari kualitas permukaan objek yang bisa dirasa atau diraba melalui sentuhan. Tekstur dikategorikan menjadi dua yaitu, taktil dan visual. Taktil adalah tekstur nyata yang dapat dirasakan sedangkan visual merupakan tekstur rekayasa yang difoto, digambar, atau dilukis.



Gambar 2. 17 Tekstur

Sumber: <https://interhaptics.medium.com/how-to-create-digital-haptic-texture-17f0be5e7bed>

2.1.2 Prinsip Desain

Dalam merancang desain, terdapat prinsip-prinsip yang dibutuhkan. Prinsip tersebut memiliki sifat saling bergantung dan melengkapi satu sama. Di bawah ini adalah prinsip desain berdasarkan Landa (2014):



Gambar 2. 18 Prinsip Desain

Sumber: <https://uxhints.com/visual-ui-design/design-principles-in-ui/>

2.1.2.1 Format

Format merupakan batasan dari bidang desain. Dalam sebuah media terdapat standar dan ukuran yang berbeda-beda

2.1.2.2 Keseimbangan

Keseimbangan adalah ketika elemen visual merata dalam sebuah komposisi. Sehingga terlihat keharmonisannya. Prinsip ini dapat berupa simetris, asimetris, sederajat, dan radial.

2.1.2.3 Hirarki Visual

Hirarki visual adalah panduan visual yang disusun berdasarkan kepentingan. Sehingga ada elemen yang ditekankan atau lebih dominant dibandingkan unsur lain. Pada dasarnya, hirarki menentukan elemen mana yang ingin pertama kali dilihat oleh audiens, keduanya, ketiganya, dan seterusnya

2.1.2.4 Ritme

Ritme merupakan pengulangan elemen yang kuat dan konsisten. Elemen ini membentuk pola pada interval. Variasi dan repetisi merupakan kunci dalam membuat sebuah ritme

2.1.2.5 Kesatuan

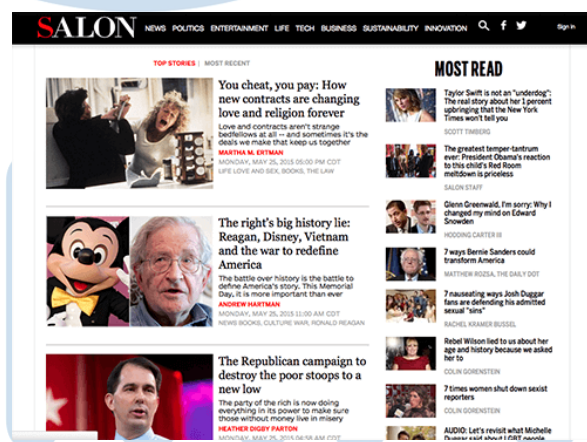
Kesatuan atau konsistensi merujuk pada elemen grafis yang memiliki keutuhan dan keselarasan. Ketika disatukan, terlihat adanya keterikatan elemen grafis dengan satu sama lain

2.1.2.6 Hukum Organisasi Perseptual

Landa (2014) membagikan hukum organisasi perseptual menjadi 6 hukum, adalah sebagai berikut:

1) *Similarity*

Elemen yang memiliki kemiripan dalam hal bentuk, warna, dan tekstur saling berkaitan

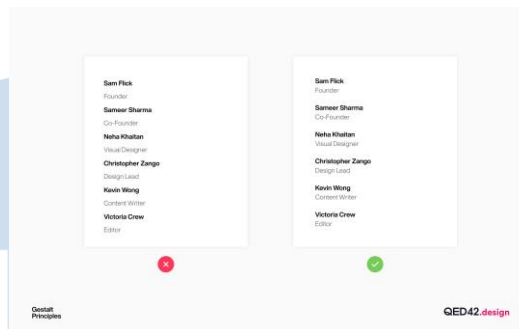


Gambar 2. 19 *Similarity*

<https://www.smashingmagazine.com/2016/05/improve-your-designs-with-principles-similarity-proximity-part-1/>

2) *Proximity*

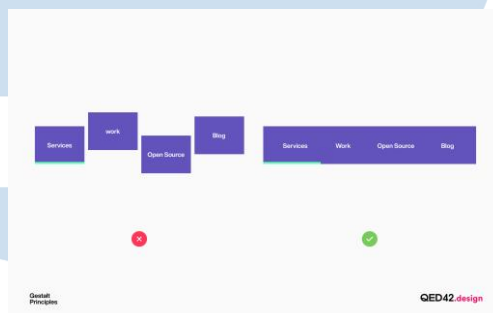
Elemen akan dianggap berkaitan apabila memiliki jarak yang dekat satu sama lain



Gambar 2. 20 Proximity
<https://www.qed42.com/insights/coe/design/ui-design-guided-gestalt-principles>

3) Continuity

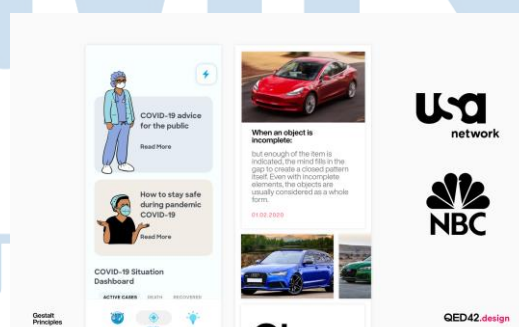
Elemen yang merupakan lanjutan dari bagian sebelumnya memberikan kesan bergerak dan dianggap berkaitan



Gambar 2. 21 Continuity
<https://www.qed42.com/insights/coe/design/ui-design-guided-gestalt-principles>

4) Closure

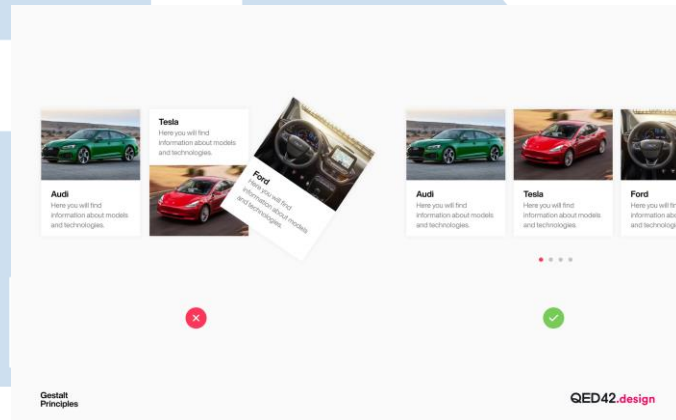
Pikiran manusia memiliki kecenderungan dalam menggabungkan suatu elemen menjadi sebuah bentuk, unit, atau pola yang lengkap



Gambar 2. 22 Closure
<https://www.qed42.com/insights/coe/design/ui-design-guided-gestalt-principles>

5) *Common Fate*

Elemen yang bergerak pada arah yang sama dianggap sebagai satu kesatuan



Gambar 2. 23 *Common Fate*

<https://www.qed42.com/insights/coe/design/ui-design-guided-gestalt-principles>

6) *Continuing line*

Garis merupakan jalur yang sederhana. Apabila terdapat dua garis putus, audiens akan tetap melihatnya sebagai keseluruhan.

2.1.3 Tipografi

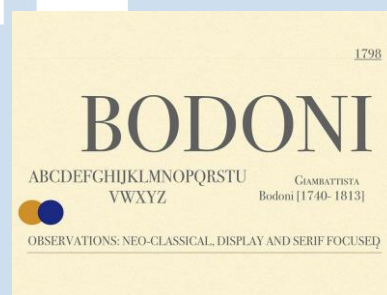
Tipografi adalah seni teknik dalam mengatur dan menggabungkan tulisan agar dapat menyampaikan makna dan tujuan visual tersampaikan dengan baik. Selain itu, tipografi juga menyampaikan informasi dan ide. Tipografi harus memiliki pengaturan yang baik agar pembaca bisa merasa nyaman membaca tulisan.

2.1.2.1 Klasifikasi Tipografi

Tipografi dapat dikelompokkan berdasarkan klasifikasi sesuai dengan gaya dan sejarah yang ada. Berikut adalah pembagian dari tipografi

1) *Modern*

Adalah jenis tipografi yang serif dan memiliki kait. Dikembangkan pada abad 18 hingga awal abad 19, huruf ini memiliki bentuk yang lebih geometris. Salah satu ciri khas dari font *modern* adalah memiliki *stroke* yang seimbang. Contoh font tipe ini adalah Bodoni dan Didot.



Gambar 2. 24 Font Modern
<https://medium.com/@desireehana.louis/bodoni-the-age-of-elegance-25029544a4c7>

2) *Sans serif*

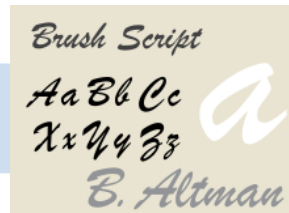
Adalah jenis tipografi yang tidak memiliki kait/ *serif*. Contoh font tipe ini adalah Helvetica dan Gotham



Gambar 2. 25 Font *Sans Serif*
<https://wilde-signs.com/blog/gotham/>

3) *Script*

Adalah jenis tipografi yang menyerupai tulisan oleh manusia. Huruf pada tipe *script* memiliki bentuk yang arahnya miring dan saling bersambungan. Contoh font dari tipe ini adalah Brush Script dan Palace Script.



Gambar 2. 26 Font Script
https://en.wikipedia.org/wiki/Brush_Script

2.1.2.2 Prinsip Tipografi

Ricardoe (2014) membagikan tipografi menjadi 4 kelompok berdasarkan prinsipnya. Prinsip tersebut dapat memengaruhi keberhasilan sebuah desain. Berikut adalah 4 prinsip tipografi.

1) *Legibility*

Kualitas dan keterbacaan huruf dalam suatu desain. Terkadang terdapat tulisan yang sulit dibaca yang dipengaruhi oleh cropping, overlapping, yang membuat legibilitas dalam huruf berkurang.

2) *Readability*

Hubungan huruf antar huruf memengaruhi satu sama lain. Pentingnya memperhatikan hubungan antar huruf dalam sebuah desain agar dapat terbaca dengan jelas. Sebagai contoh, spasi yang tepat adalah aspek yang memengaruhi readability.

3) *Visibility*

Kemampuan sebuah keterbacaan tulisan dalam jarak jauh. Sebagai contoh tulisan yang digunakan dalam billboard yang dilihat dari jarak jauh harus memiliki ukuran yang besar agar bisa terbaca dengan baik.

4) *Clarity*

Adalah kemampuan dalam menggunakan huruf. Huruf dalam sebuah desain dapat terbaca dan dimengerti oleh target pembaca dengan baik.

2.1.4 Grid

Landa (2014) mengemukakan bahwa grid merupakan panduan dalam struktur komposisi untuk mengatur elemen visual. Gabungan dari garis horizontal dan vertikal membentuk sebuah grid yang terdiri dari beberapa komponen seperti *margin*, *flowline*, *module*, *row*, dan *spatial zone*. Grid dibagi menjadi 3 jenis, adalah sebagai berikut:

1) *Single Column Grid*

Jenis ini merupakan grid yang hanya memiliki satu kolom namun dikelilingi dengan margin.

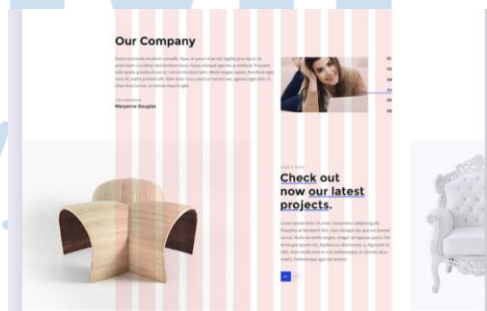


Gambar 2. 27 *Single Column Grid*

Sumber: <https://htmlburger.com/blog/grid-layout-website-examples/>

2) *Multicolumn Grid*

Jenis grid ini terbentuk ketika single column grid dibagi menjadi beberapa *column* lagi.



Gambar 2. 28 *Multicolumn Grid*

Sumber: <https://experiments.withgoogle.com/collection/arts-culture>

3) *Modular Grid*

Jenis grid ini didirikan oleh banyak modul, unit, dan individual dari garis dan titik potong kolom



Gambar 2. 29 Modular Grid

Sumber: <https://www.graphic-design-institute.com/types-grid-system-useful-layout-making/>

2.1.5 Ilustrasi

Ilustrasi menurut Male (2017) adalah penerapan citra visual yang dapat berkomunikasi dengan audiens. Ilustrasi dapat digunakan juga sebagai bahan pembelajaran, solusi dari permasalahan, dan komunikasi visual. Terdapat beberapa kegunaan dari ilustrasi yaitu untuk informasi, editorial, fiksi naratif, iklan, dan identitas.

2.1.6 Fotografi

Cox (2022) menyatakan bahwa fotografi merupakan sebuah seni dimana terdapat cahaya yang tertangkap dengan kamera melalui sensor yang menghasilkan sebuah gambar. Dalam fotografi, keberhasilan gambar dipengaruhi oleh intensitas cahaya yang dapat dicapai melalui pengaturan kamera seperti ISO, Aperture, dan Shutter Speed. Selain dari itu, terdapat juga prinsip dalam fotografi yang memberikan komposisi menarik seperti rules of thirds, symmetry, dan framing.

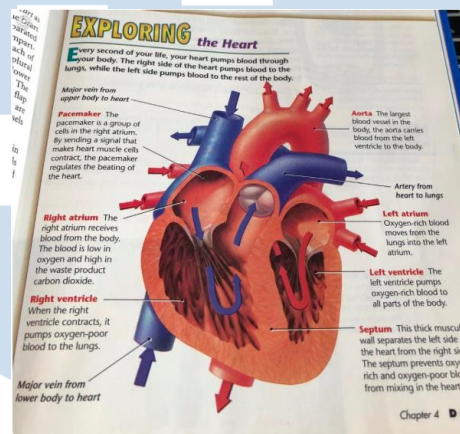
2.2 Media Desain Informasi

Media desain informasi didefinisikan sebagai media yang memberikan data, instruksi, atau fakta yang berbasis visual untuk membantu memahami informasi

yang kompleks (Coates & Ellison, 2014). Desain informasi dibagikan menjadi tiga kategori, adalah sebagai berikut:

2.2.1 Desain Informasi Cetak

Desain informasi berbasis cetak merupakan informasi yang disediakan melalui hasil cetakan seperti majalah dan koran. Visualisasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi berupa diagram, grafik, ilustrasi, dan fotografi. Tipe informasi ini statis dimana pembaca pasif, tidak perlu berinteraksi untuk mendapatkan informasi.



Gambar 2. 30 Desain Informasi Cetak

Sumber: <https://quizlet.com/311014225/the-heart-diagram/>

2.2.2 Desain Informasi Interaktif

Desain informasi interaktif merupakan tipe yang melibatkan pembaca/audiens dalam memperoleh informasi. Hal ini bertujuan agar audiens mendapatkan informasi yang jelas. Contohnya adalah majalah digital dalam tablet dan sistem GPS dalam mobil.



Gambar 2. 31 Desain Informasi Interaktif

Sumber: <https://www.makeuseof.com/tag/top-3-free-offline-gps-apps-android/>

2.2.3 Desain Informasi *Enviromental*

Kategori ketiga, desain information environmental merupakan desain yang dibutuhkan untuk menyesuaikan kebutuhan audiens pada lingkungan tersebut. Aspek utama yang harus dipertimbangkan adalah *visibility*. Contoh dari tipe ini adalah *signage*, *way finding*, dan *exhibition design*.



Gambar 2. 32 Desain Informasi Environmental
Sumber: Novahsigns.com

2.3 Website

Landa (2014) melalui buku “Graphic Design Solution”, mendefinisikan website sebagai kumpulan halaman yang saling terhubung melalui *World Wide Web*. Website dapat dibuat atau dimiliki oleh individu, pemerintah, organisasi, atau perusahaan. Dalam merancang desain website, diperlukan strategi, kreativitas, perencanaan, dan kolaborasi.

2.4 UI/UX

UI dan UX merupakan dua hal yang saling berkaitan. UX bertujuan agar produk yang dirancang mudah digunakan. UI bertujuan untuk memberikan tampilan desain pada produk. Berikut adalah penjelasan dari UI dan UX:



Gambar 2. 33 UX/UI

<https://graftersid.com/here-is-the-difference-between-ui-and-ux-design/>

2.4.1 UI (*User Interface*)

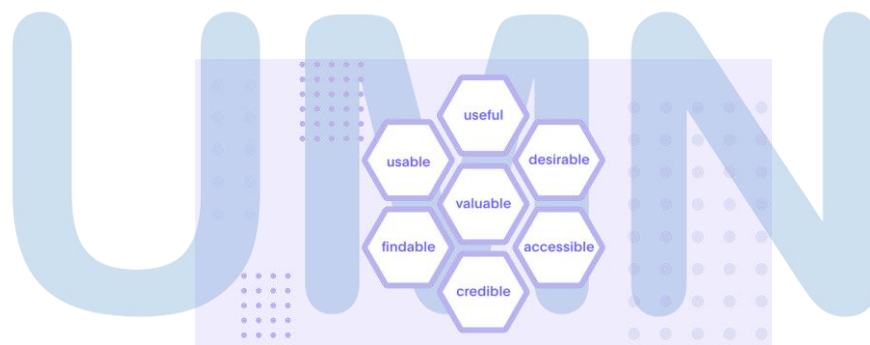
Malewicz (2020) melalui buku “Designing User Interface” menjelaskan bahwa *user interface* adalah representasi dari tampilan produk yang seperti aplikasi dan website. UI juga merupakan jembatan yang menghubungkan pengguna dalam merasakan interaksi yang ada dalam produk.

2.4.2 UX (*User Experience*)

Buku "The Basics of User Experience Design" menguraikan bahwa *User Experience* (UX) adalah sebuah cara untuk memberikan pengalaman nyaman kepada individu dalam menggunakan produk seperti situs website dan aplikasi. Selain dari itu, saat melakukan pengembangan UX, terdapat aspek yang harus diperhatikan seperti, mudah digunakan, mudah ditemukan, dapat dipercaya, dibutuhkan, mudah diakses, dan memiliki fungsi atau tujuan yang jelas.

2.4.3 Prinsip UX *Honeycomb*

Adobe XD (2020) menyatakan bahwa menggunakan prinsip-prinsip UX dapat membuat pengalaman user yang lebih baik. Salah satu prinsip tersebut adalah prinsip UX Honeycomb oleh Peter Morville. Berikut adalah penjelasannya:



Gambar 2. 34 UX Honeycomb

<https://xd.adobe.com/ideas/principles/web-design/what-makes-good-ux/>

1) ***Useful***

Kebergunaan produk dalam memecahkan masalah

2) ***Usable***

Kemudahan produk saat digunakan oleh *user*

3) ***Desirable***

Berkaitan dengan estetika yang menarik perhatian penggunaan

4) ***Findable***

Tombol dan navigasi harus mudah ditemukan

5) ***Accesible***

Produk mudah diakses oleh target pengguna, misal untuk lansia harus menggunakan ukuran font besar agar mudah diakses.

6) ***Credible***

Produk harus kredible dan membuat *user* percaya untuk menggunakan sebuah produk

7) ***Valuable***

Merupakan gabungan dari semua poin di atas, produk akan dinilai berharga jika memenuhi 6 prinsip.

2.5 Remaja

WHO mengkategorikan remaja dengan batasan usia 15-24 tahun. Melalui buku Psikologi Remaja, Sarwono (2016), menyatakan bahwa remaja mengalami perkembangan biologis, psikis, dan ekonomi. Kemudian terjadi juga perkembangan psikologi yang mempengaruhi pola pikir menjadi lebih dewasa.

Fitriana (2019) menambahkan bahwa remaja merupakan masa transisi individu dari anak-anak menjadi dewasa. Pada tahap ini juga para remaja berada dalam pencarian jati diri dan identitas. Salah satu pengaruh dalam pembentukan identitas remaja adalah melalui *role model* atau figur yang dikagumi. Figur tersebut bisa berupa penyanyi, tokoh idola di televisi maupun di sosial media.

2.6 Hubungan Parasosial

Parasocial Relationship (PSR) atau hubungan parasosial sebagai hubungan dimana seorang individu menghabiskan ketertarikan, waktu, dan energi untuk pihak lain akan tetapi, pihak lain tersebut tidak mengenal keberadaan individu. Relasi parasosial ini juga disebut sebagai hubungan satu sisi karena tidak ada timbul-balik dari pihak lain. Hubungan ini ditemukan pada selebriti, karakter fiksi, karakter

animasi, atau tokoh-tokoh lain yang dapat ditemukan dalam media (Syafarina et al., 2016).

2.6.1 Tipe Hubungan Parasosial

Berdasarkan WebMD, hubungan parasosial dapat dibagi menjadi 3 tipe yaitu:

1) *Entertainment-Social*

Penggemar yang merasa terhibur dan membicarakan/menggosip idola mereka dengan teman

2) *Intense-Personal*

Tipe ini juga dapat disebut sebagai *celebrity worship*. Penggemar merasa memiliki kedekatan emosional atau hubungan personal dengan selebriti dengan menganggap mereka sebagai soulmate, merasa tertarik untuk memahami lebih banyak tentang kehidupan dan kepribadian, contoh: meniru gaya pakaian, makanan, menghabiskan waktu berjam-jam untuk mencari informasi idola, menonton semua konten idola, mengikuti fanwar.

3) *Borderline-Pathological*

Penggemar yang ekstrim, memiliki fantasi dan kompulsi yang tidak dapat dikendalikan seperti mempunyai delusi idola favorit dapat tiba-tiba muncul di rumah penggemar. Terdapat kemungkinan untuk melakukan tindakan ilegal seperti *stalking* dan *doxing*. Pada level ini, biasanya mereka juga percaya bahwa jika saja mereka diberi kesempatan untuk bertemu langsung dengan selebriti favoritnya, perasaan mereka akan terbalas.

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