

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Smaldino, Lowther, dan Russel (seperti dikutip dalam Apriliani, dkk., 2019) mengungkapkan jika media sebagai arti lain dari *medium* yang didefinisikan sebagai perantara atau sarana komunikasi. Sedangkan, kutipan Olson (1972) oleh Apriliani, dkk. (2019) menjelaskan jika media adalah teknologi yang mendokumentasikan dan mempresentasikan informasi struktural melalui rangsangan indra.

Selanjutnya, Sallaby (2020) mendefinisikan informasi sebagai data yang telah melalui proses pengelolaan agar dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan kedepannya. Sedangkan, Apriliani, dkk. (2019) mengutip Davis mengungkapkan jika informasi adalah data yang dapat memberikan nilai nyata dan arti kepada penerimanya karena telah diolah agar dapat menjadi pertimbangan keputusan.

Dapat disimpulkan jika arti dari media informasi merupakan jembatan atau *medium* yang menghubungkan komunikasi diantara sumber dan penerimanya sebagai data memiliki arti dan nilai untuk suatu pengambilan keputusan. Jika dikaitkan dengan suatu permasalahan, media informasi dapat berfungsi sebagai sumber utama yang spesifik tentang masalah tersebut. Berdasarkan informasi yang diterima, pengambilan keputusan dapat ditentukan dengan lebih cepat (Sallaby, 2020).

2.1.1 Jenis Media Informasi

Terdapat beberapa jenis media informasi yang umum digunakan. Susanti dan Zulfiana (2018) menyimpulkan terdapat tiga media belajar yaitu media visual, media audio, dan media audio visual.

1) Media Visual

Media visual merupakan sumber informasi mengandung pesan yang disampaikan dengan mengandalkan indera penglihatan.

Oleh karena itu, media tersebut tidak efektif jika digunakan kepada penyandang tunanetra karena mereka hanya mengandalkan penglihatan (Susanti dan Zulfiana, 2018).

2) Media Audio

Media Audio adalah media yang mengandalkan indera pendengaran untuk menerima informasi atau pesan yang ingin disampaikan. Singkatnya, media ini hanya mengandalkan suara sebagai media informasi penyampaian pesannya (Susanti dan Zulfana, 2018). Sebagai tambahan, Harefa dan Hayati (2021) mengungkapkan jika media audio dapat menggunakan lambang auditif sebagai penyampaian pesan baik itu verbal dan juga non-verbal.

3) Media Audio Visual

Menurut Harefa dan Hayati (2021) mendefinisikan media audio visual sebagai proses penyampaian informasi melalui penyerapan sarana atau prasarana dalam bentuk pandangan dan juga pendengaran. Tentu, pesan melalui audio visual juga dapat disampaikan secara lisan dan tulisan.

2.1.2 Fungsi Media Informasi

Menurut Levie dan Lentz (seperti yang dikutip dalam Wulandari, 2023) mengungkapkan jika terdapat empat fungsi utama dari media informasi yaitu fungsi atensi, afektif, kognitif, dan juga kompensatoris.

1) Fungsi Atensi

Fungsi atensi diperlukan untuk menarik perhatian dan mengarahkan penerima informasi agar tidak mendapat distraksi saat sedang menerima informasi. Sebagai contoh, media visual dapat digunakan sebagai daya tarik utama kepada penerima informasi agar dapat lebih mudah berkonsentrasi terutama untuk menerima informasi yang disampaikan.

2) Fungsi Afektif

Fungsi afektif adalah media informasi yang memberikan kenyamanan kepada penerima informasi untuk mempermudah komunikasi melalui media tersebut. Sebagai contoh, sebuah media informasi yang memiliki gambaran terhadap informasi yang disampaikan akan memberikan emosi tersendiri tergantung dari sudut pandang penerima informasi.

3) Fungsi Kognitif

Pencapaian dalam fungsi kognitif adalah daya tangkap penerima informasi setelah menerima informasi yang diberikan. Media informasi yang mendukung fungsi kognitif dapat memberikan daya tangkap dan kesan yang baik bagi penerima informasi sehingga informasi yang disampaikan dapat diingat dengan baik.

4) Fungsi Pembelajaran

Pertimbangan dalam fungsi pembelajaran adalah tantangan untuk media informasi dalam membantu menyampaikan pesan kepada penerima informasi yang mungkin memiliki kesulitan dalam menerima informasi. Sebagai contoh, penerima informasi yang memiliki kesulitan dalam membaca dapat merangkum informasi yang diterima sehingga dapat mengingat kembali informasi tersebut.

2.2 Website

Elgamar (2020) mendefinisikan *website* sebagai media yang mengandung banyak halaman tetapi saling terikat antara satu dan lainnya (*hyperlink*). Selanjutnya, Anamisa (seperti yang dikutip oleh Kurniawan, dkk. 2023) mengungkapkan jika *website* adalah halaman web yang mengandung beragam konten seperti teks, gambar, video, dan lainnya melalui akses internet. Wahyuningtyas dan Chusnah (2021) mengungkapkan jika *website* adalah halaman-halaman yang saling berhubungan pada domain melalui internet dan diakses melalui URL *website* dalam sebuah *browser*.

Dapat disimpulkan jika *website* merupakan beragam halaman berisi konten atau informasi yang tersebar luas dalam domain dan membutuhkan internet, URL, dan juga browser sebagai bahan untuk mengaksesnya. Karena *website* beredar sangat luas, maka tentu manfaatnya juga sepadan. Dwiifanka, Habibi, dan Rahman (2020) mengungkapkan jika manfaat *website* itu jika dijabarkan secara singkat antara lain media komunikasi, sarana informasi, sarana hiburan, dan juga media bertransaksi.

2.2.1 Jenis Website

Anamisa, dkk (seperti yang dikutip oleh Kurniawan, dkk. 2023) menjelaskan jika jenis *website* dibagi menjadi tiga yaitu *website statis*, *website dinamis*, dan *website interaktif*.

2.2.1.1 Website Statis

Sesuai namanya, *website* statis tidak memiliki perubahan dalam konten *websitenya*. Dengan kata lain, perubahan dalam *website* ini membutuhkan kerja sama dari *programmer*. Hal itu dikarenakan interaktivitasnya tidak terlalu membutuhkan banyak *input* dan biasanya digunakan sebagai *website portfolio* dan *landing page*.

2.2.1.2 Website Dinamis

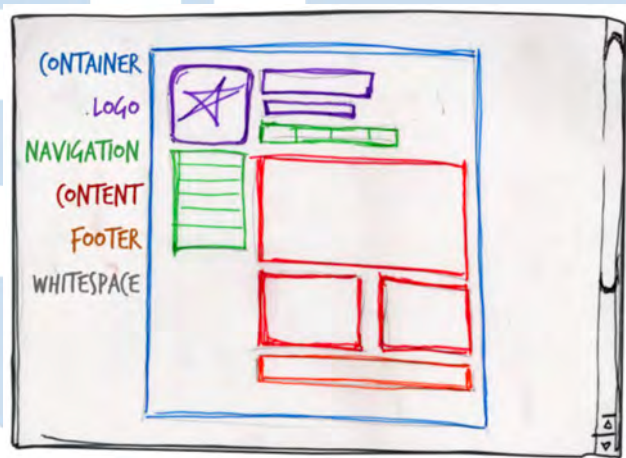
Website dinamis memiliki interaktivitas sederhana di mana pengguna berkesempatan mendapat timbal balik dengan *website* tersebut. Contoh *website* yang tergolong *website dinamis* adalah situs berita dan *e-commerce*.

2.2.1.3 Website Interaktif

Website interaktif memungkinkan pengguna untuk memiliki timbal balik langsung antara informasi dari *website* dan juga penggunaanya. Contoh dari *website* interaktif adalah jaringan media sosial dan juga gim *online*.

2.2.2 Anatomi Desain Website

Beaird, Walker, dan George (2020) mengungkapkan jika tujuan dari anatomi sebuah website dapat dianalogikan sebagai kalimat. Terdapat sangat banyak potensi dalam merangkai kata-kata, tetapi untuk merangkai kalimat yang baik dan indah membutuhkan pola. Hal yang sama berlaku dalam merancang desain *website*, di mana anatomi memiliki pola yang seharusnya diperhatikan oleh desainer website.



Gambar 2.1 Anatomi Desain Website
Sumber: Beaird, Walker, dan George (2020)

Terlepas dari banyaknya desain *website* yang dapat diakses saat ini, pada akhirnya kebanyakan *website* tersebut memiliki pola yang serupa. Pola tersebut terdiri dari *container*, *logo*, *navigation*, *content*, *footer*, dan juga *whitespace*. Sebenarnya masih terdapat susunan lain untuk menyusun desain *website*, tetapi komponennya seringkali serupa dengan apa yang dicantumkan di atas.

2.2.2.1 Containing Block

Containing block dapat diartikan sebagai bidang atau dasar desain dari sebuah *website* yang akan dipenuhi oleh elemen-elemen desain *website*. *Container* juga bersifat fleksibel dan dapat menyesuaikan ukuran layar maupun bersifat tetap. Dengan demikian, *container* akan menjadi batasan dari konten *website* yang

membuat konten didalamnya dapat tetap konsisten dimanapun *website* diakses.

2.2.2.2 Logo

Logo dalam desain grafis dapat diartikan sebagai identitas dalam perusahaan dengan wujud media apapun sesuai kebutuhannya. Hal yang serupa berlaku di dalam *website*, di mana logo menjadi identitas sebuah perusahaan atau *brand* yang menaungi *website* tersebut. Dengan demikian, logo juga dapat meningkatkan kesadaran pengguna *website* terhadap identitas *brand* jika mereka sedang berada di salah satu bagian *website* besar yang mengikat *brand* tersebut.

2.2.2.3 Navigation

Navigasi merupakan bagian penting yang membantu pengguna *website* dalam memilih kebutuhan mereka dalam *website* tersebut. Oleh karena itu, navigasi pada *website* mudah untuk ditemukan dan dioperasikan oleh pengguna *website*. Tata letak navigasi selalu terdapat di bagian atas halaman sebisa mungkin agar mudah ditemukan pengguna *website*.

2.2.2.4 Content

Konten merupakan bagian utama paling penting dalam sebuah *website* karena memuat pesan utama yang dicari oleh pengguna *website*. Konten sendiri terdiri dari tulisan, gambar, dan video yang dapat ditemukan dalam *website*. Konten atau topik utama yang disampaikan melalui *website* harus disampaikan dengan jelas dan tepat, mengingat pengguna *website* akan mencari informasi yang mereka butuhkan dengan cepat. Jika tidak disampaikan dengan baik, pengguna *website* berpotensi untuk meninggalkan *website* dengan cepat dan beralih ke *website* lain.

2.2.2.5 Footer

Footer terletak di bagian paling bawah dari halaman *website* sebagai penyedia berbagai informasi. *Footer* biasanya mengandung informasi tentang hak cipta, kontak, informasi dan halaman terkait lainnya. Selain itu, fungsi lain dari *footer* adalah indikasi jika pengguna *website* telah mencapai dasar atau bagian paling bawah dari sebuah *website* yang mereka akses.

2.2.2.6 Whitespace

Seperti pada desain grafis, *whitespace* atau *negative space* merujuk kepada bagian kosong yang tidak diisi dengan tulisan dan ilustrasi. *Whitespace* merupakan hal yang penting yang harus dipertimbangkan oleh desainer karena dapat memberikan ruang dalam desain yang menuntun mata pengguna *website* dalam menelusuri halaman tersebut. Selain itu, *whitespace* juga dapat menciptakan keseimbangan dan kesatuan pada desain halaman *website*.

2.2.3 User Interface

Filipuk (2021) menjelaskan jika *User Interface design* (UI) merujuk kepada elemen visual yang terdapat di dalam produk digital. Lalu, *UI design* juga diartikan sebagai sistem yang mengkomunikasikan pengguna dan juga program seperti aplikasi dan *website* yang disesuaikan dengan kebutuhan penggunaanya (Mulyana, dkk.; 2019). Prabowo, dkk. (2023) mengutip Malewicz menerangkan jika UI merupakan representasi visual yang diterapkan dalam produk digital.

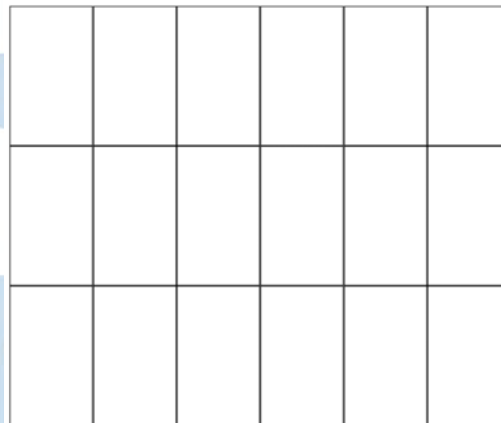
Dengan demikian, dapat disimpulkan jika definisi dari *UI design* merujuk kepada tampilan antarmuka yang berinteraksi secara langsung dengan kebutuhan dan kenyamanan penggunaanya. Oleh karena itu, terdapat beberapa aspek yang harus dipertimbangkan dalam merancang *User Interface* khususnya untuk membuat desain *website* (Beaird, Walker, & George 2020).

2.2.3.1 Komposisi

Secara umum, komposisi merupakan pembagian atau perpotongan garis yang proporsional dan sesuai dengan *golden ratio* sebagai bagian dari estetika. Rasio tersebut telah digunakan sejak lama sebagai tolak ukur proporsional, di mana bentuk tolak ukurnya adalah 1,61. Berikut merupakan gambaran komposisi yang terdiri dari *rule of third* dan juga simetris serta asimetris.

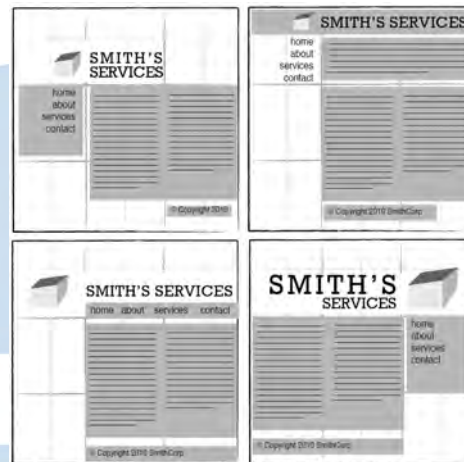
1) *Rule of Third*

Jika komposisi merupakan penggambaran dari *golden ratio*, maka *rule of third* merupakan bentuk sederhana dari *golden ratio*. Komposisi *rule of third* versi Beaird, dkk. berbeda jika karena bentuknya adalah gabungan dari enam kolom sederhana.



Gambar 2.2 *Rule of Third*
Sumber: Beaird, Walker, dan George (2020)

Implementasi bentuk tersebut dalam situs *website* akan sangat fleksibel karena terdapat sangat banyak pendekatan yang dapat dilakukan. Dengan demikian, terdapat banyak ruang untuk konten *website* yang beragam. Selain itu, bentuk sederhana dari komposisi tersebut mudah untuk digunakan karena dapat mengikuti garis dan juga titiknyanya.



Gambar 2.3 Penggunaan *Grid*
 Sumber: Beard, Walker, dan George (2020)

Berikut merupakan gambaran komposisi yang telah memiliki konten dengan berbagai alternatif komposisi *rule of third* sebagai dasarnya. Tidak terdapat batasan penggunaan konten visual selama mengikuti ketentuan komposisinya. Dengan demikian, komposisi tersebut dapat digunakan terhadap banyak implementasi desain antarmuka *website*.

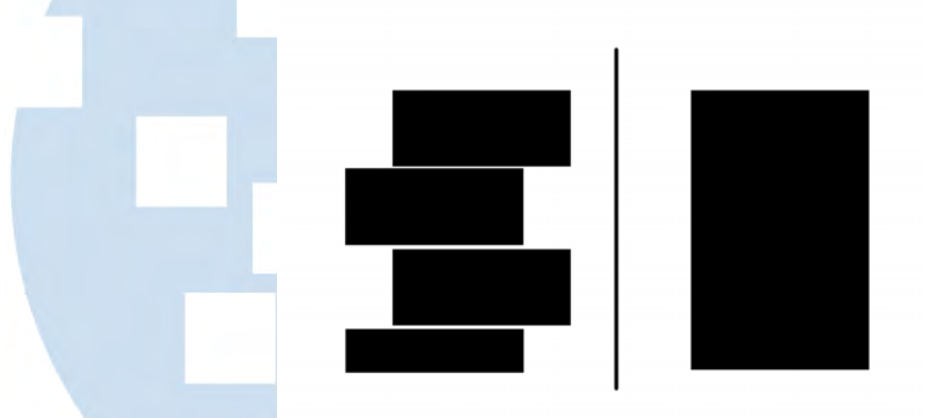
2) Simetris dan Asimetris

keseimbangan simetris merupakan elemen komposisi yang seimbang antara setiap sisinya dengan porsi atau kolom yang setara.



Gambar 2.4 Contoh Simetris
 Sumber: Beard, Walker, dan George (2020)

Sebaliknya, komposisi asimetris merupakan bentuk yang lebih abstrak dari simetris. Alasannya dikarenakan terdapat ketidakseimbangan antara satu objek dan lainnya. Dengan demikian, sebuah kontras dapat diciptakan berdasarkan perbedaan bobot tersebut.

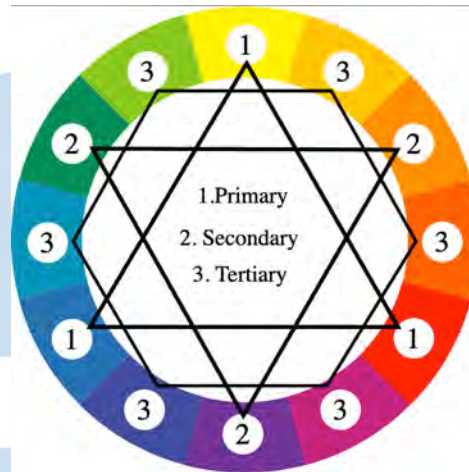


Gambar 2.5 Contoh Asimetris
Sumber: Beard, Walker, dan George (2020)

Pada gambar tersebut, komposisi yang asimetris tampil dengan perbedaan bobot dan tampilan. Asimetris menghubungkan antara bentuk yang berbeda antara satu dan lainnya pada satu bidang. Hal itu membuat sesuatu yang baru berdasarkan ketidakseimbangan yang terbentuk.

2.2.3.2 Warna

Warna memiliki risiko dan tanggung jawab besar dikarenakan warna dapat menentukan identitas, kegunaan, dan komposisi warna yang terlalu banyak memiliki risiko tinggi. Oleh karena itu, terdapat sesuatu yang disebut dengan psikologi warna, yaitu bidang yang mempelajari efek kelakuan dan emosional yang dihasilkan dari warna dan kombinasinya. Umumnya terdapat tiga jenis warna yaitu warna primer, sekunder, dan tersier.



Gambar 2.6 Lingkaran Warna
Sumber: Beaird, Walker, dan George (2020)

Melalui lingkaran warna tersebut, terdapat beberapa jenis warna yang dapat diidentifikasi. Beberapa warna tersebut terdiri dari warna utama yaitu warna primer. Selanjutnya, kombinasi dari setiap warna primer akan menjadi warna sekunder dan menjadi warna tersier jika dilanjutkan. Berikut adalah penjelasan dari setiap jenis warna tersebut.

1) Warna Primer

Warna primer merupakan warna dasar yang terdiri dari segi tiga warna yaitu merah, kuning, dan biru. Menurut Beaird, Walker, dan George, tiga warna ini seringkali menjadi tidak dianggap warna dasar atau primer terhadap persepsinya dengan cahaya. Padahal, warna-warna tersebut merupakan warna dasar dalam teori warna dan memiliki estetika yang baik.

2) Warna Sekunder

Dengan mencampurkan warna primer, warna sekunder akan diciptakan. Warna tersebut dapat diperjelas melalui segi tiga warna kebalikan dari warna primer. Warna tersebut merupakan jingga, hijau, dan ungu.

3) Warna Tersier

Warna tersebut merupakan penggabungan lebih lanjut dari warna primer dan sekunder. Dengan demikian, terdapat enam warna yang mewakili warna tersier berdasarkan campuran tersebut. Warna tersebut adalah *vermilion*, *marigold*, *chartreuse*, *aquamarine*, *violet*, dan *magenta*. Melalui gambar di atas, pola warna tersier terdapat di antara warna primer dan sekunder.

2.2.3.3 Tipografi

Jika mengingat inti dari desain *website* adalah penyampaian pesan, maka tipografi merupakan salah satu aspek terpenting dalam penyampaian pesan. Tipografi dapat diartikan sebagai susunan kata, kalimat, dan paragraf yang umum digunakan.

Dalam tipografi, terdapat beberapa jenis klasifikasi *font* yang umum dikenali dan memiliki ciri khasnya masing-masing. Diantara klasifikasi tersebut terdapat *serif*, *sans-serif*, *handwritten*, *monospace*, *novelty*, dan *dingbats*.

1) *Serif*

Serif merupakan jenis *font* yang memiliki garis horizontal sebagai identitasnya. Tidak hanya itu, *Serif* juga memiliki beragam variasi yang berbeda berdasarkan bentuk garisnya. Jenis-jenis tersebut antara lain adalah *old style*, *traditional*, *modern*, dan *slab*.

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 Jenis *Font Serif*
Sumber: Beard, Walker, dan George (2020)

Beberapa contoh jenis *font serif* adalah Palatino, Baskerville, Bodoni, dan juga Roboto Slab. Setiap *font serif* memiliki garis pada setiap ujung *serif* yang berbeda. Perbedaan tersebut terdiri dari jenis dari masing-masing *font serif* yaitu *old-style serif*, *transitional serif*, *modern serif*, dan juga *slab serif*.

2) *Sans-serif*

Sans-serif merupakan jenis *fonts* yang tidak memiliki *serifs* sama sekali. Berarti, tidak ada garis yang mendasari hurufnya. Namun, *sans-serif* memiliki keunggulan dalam keterbacaan dan praktis dalam penggunaannya hampir di setiap aspek.

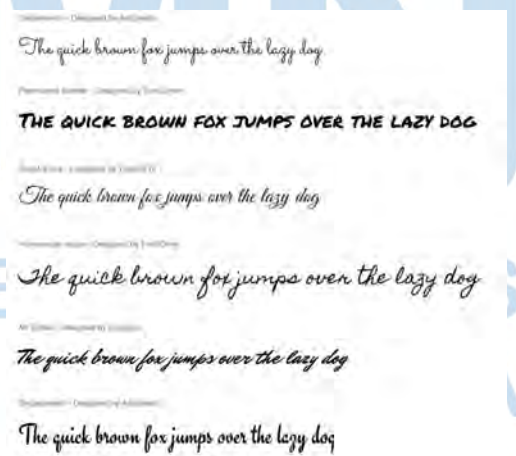


Gambar 2.8 Jenis *Font Sans-serif*
Sumber: Beaird, Walker, dan George (2020)

Salah satu contoh jenis *font sans-serif* adalah Kubrick yang tidak memiliki garis atau *serif* di ujung setiap hurufnya. Dengan demikian, *font serif* tampil lebih sederhana jika dibandingkan dengan *font serif*. Kesederhanaan *font* tersebut membuatnya lebih mudah dibaca ketika tidak berbentung sebagai paragraf.

3) *Handwritten*

Sesuai namanya, *font* ini mengambil referensi pada tulisan tangan. Dengan demikian, terdapat tantangan tersendiri untuk menggunakan *font* ini karena sulitnya keterbacaan, penggunaan, dan peletakkannya. Tetapi, estetika yang dimiliki oleh tulisan tangan menjadi karakter kuat yang dimiliki oleh *font handwritten*.

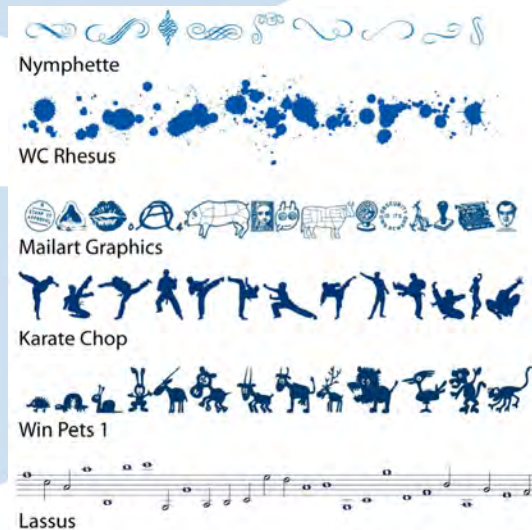


Gambar 2.9 Jenis *Handwritten Font*
Sumber: Beaird, Walker, dan George (2020)

Beberapa contoh *handwritten font* terdiri dari *Sacramento*, *Permanent Marker*, *Great Vibes*, *Homemade Apple*, *Mr Dafoe*, dan *Engagement*. Setiap contoh *font* tersebut tampil berbeda, tetapi tetap konsisten terlihat seperti ditulis dengan tangan. Dapat disimpulkan jika terdapat banyak jenis *handwritten font* tergantung dengan karakteristiknya masing-masing.

4) **Dingbat**

Tak seperti *font* lainnya, *dingbat* dikhususkan kepada ilustrasi dan karya seni sebagai bagian dari desain. Oleh karena itu, *dingbat font* dapat dikatakan sebagai *symbol fonts*. Sebagai *font* yang berbentuk ilustrasi, *dingbat* lebih sering digunakan untuk menutup bagian atau isi buku.



Gambar 2.10 Jenis *Font Dingbat*
Sumber: Beard, Walker, dan George (2020)

Berbagai contoh, *font dingbat* terdiri dari berbagai bentuk dan ilustrasi seperti *Nymphette*, *WC Rhesus*, *Mailart Graphics*, *Karate Chop*, *Win Pets 1*, dan *Lassus*.

Tampilan setiap *font* tersebut memiliki bentuk ornamen, gambar, ilustrasi, hingga not balok.

2.2.3.4 **Gambaran**

Gambar atau foto tentu menjadi aspek penting dalam penyampaian informasi melalui *website*. Namun, terdapat banyak pertimbangan dalam menggunakan gambar seperti tipe *file*, resolusi gambar, dan sumber foto itu sendiri. Foto atau gambar dapat menjadi daya tarik pengguna *website* tetapi jika penggunaannya salah, maka akan menjadi masalah pada *website* tersebut.

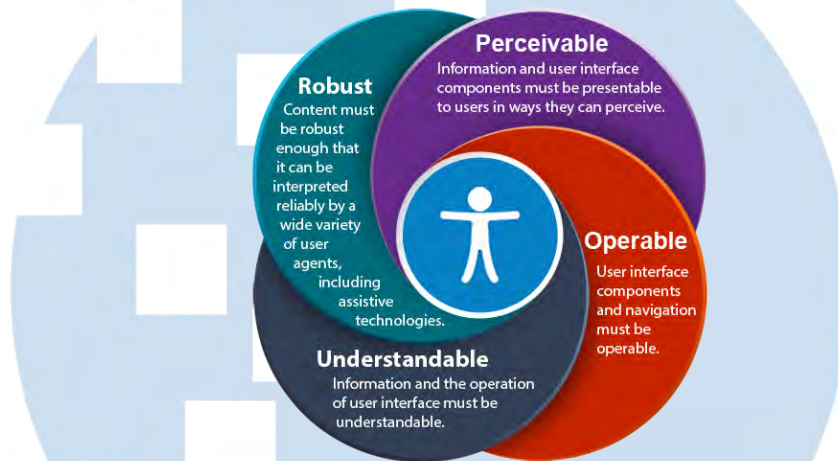
Untuk menggunakan foto atau gambar pada *website*, terdapat berbagai pertimbangan terhadap relevansinya. Beberapa diantara pertimbangan tersebut adalah daya tariknya, pendekatannya, kesan yang diberikan, dan juga sumber yang digunakan. Tidak lupa, komposisi dan tata letak juga menjadi pertimbangan dalam menggunakan gambar pada sebuah *website*.

2.2.4 **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)**

Antona dan Stephanidis (2016) mengungkapkan jika sebuah *website* membutuhkan standar dan arahan aksesibilitas agar dapat menjangkau lebih banyak pengguna yang bisa mendapatkan manfaat dari *website* tersebut. Mereka menambahkan jika terdapat salah satu standar aksesibilitas yaitu *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)* yang diunggah pada tahun 1999 dan mengalami perbaikan hingga diakui secara *de facto* sebagai standar dari aksesibilitas suatu *website* pada tahun 2008 serta diakui secara internasional pada tahun 2012.

Kirkpatrick, dkk. (2023) mengungkapkan jika WCAG merupakan gambaran besar acuan untuk perancangan *website* yang dapat diakses oleh banyak pengguna khususnya penyandang disabilitas. Perancangan *website* untuk penyandang disabilitas dapat disesuaikan dengan kekurangan mereka seperti penglihatan, pendengaran, pergerakan terbatas, fotosensitivitas,

maupun gabungan dari berbagai kekurangan tersebut. Pedoman perancangan *website* melalui WCAG dapat diimplementasikan melalui *website desktop*, *tablet*, dan *mobile* untuk mencangkau lebih banyak pengguna.



Gambar 2.11 Prinsip WCAG 2.0

Sumber: <https://itss.d.umn.edu/sites/itss.d.umn.edu/files/pour.png>

Terdapat banyak hal yang dapat dipertimbangkan dalam perancangan *website* melalui pedoman WCAG. Namun, prinsip utama yang menjadi pondasi sebuah *website* yang memiliki aksesibilitas mempertimbangkan *perceivable*, *operable*, *understandable*, dan juga *robust*. Oleh karena itu, berikut adalah beberapa ketentuan panduan WCAG dalam perancangan *website* menurut Kirkpatrick, dkk. (2023) untuk pembelajaran fotografi.

2.2.4.1 *Perceivable*

Sebuah konten atau isi dari *website* dapat memberikan informasi dan komponen antarmuka yang nyaman serta dimengerti oleh penggunanya. Oleh karena itu, terdapat beberapa aspek yang terkait dengan kemampuan pengguna dalam memahami *website* seperti *text alternatives*, *adaptable*, dan *distinguishable*. Selanjutnya, aspek-aspek tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

1. *Text Alternatives*

Sebuah *website* yang menyediakan alternatif tulisan dalam penyampaian pesan dapat disesuaikan agar membantu

pengguna dalam memahami isinya. Alternatif tersebut dapat hadir dalam bentuk simbol, tulisan brailye, ukuran, dan bahasa yang lebih sederhana. Selain itu, terdapat kriteria lainnya yang menentukan kesuksesan seperti kendali, *input*, uji coba, sensori, *CAPTCHA*, dekorasi, dan pemformatan.



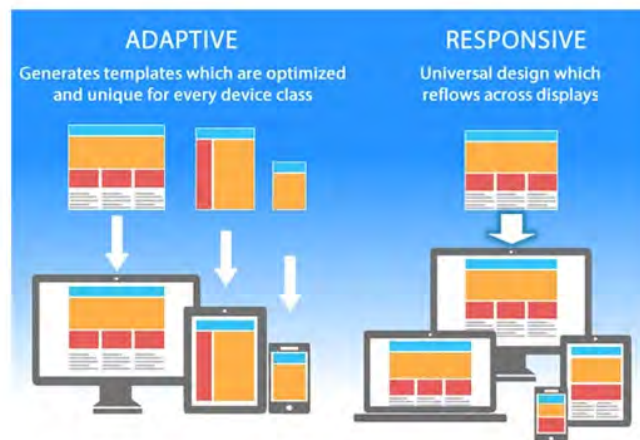
Gambar 2.12 *Text Alternatives*

Sumber: <https://www.elahub.net/sitetwo/wp-content/uploads/2019/03/CA-simple-alt-text.png>

Pada contoh gambar tersebut, terdapat deskripsi gambar yang didefinisikan dalam dua kalimat. Kedua kalimat tersebut berperan dengan saling melengkapi untuk menjelaskan pesan yang sama. Dengan demikian, sebuah penjelasan memiliki alternatif dalam penyampaian pesannya.

2. *Adaptable*

Sebuah konten yang dapat disajikan dengan cara yang berbeda seperti menggunakan penyederhanaan *layout* tanpa kehilangan informasi maupun strukturnya. Beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam kemampuan adaptasi *website* adalah informasi, alur, karakteristik sensori, orientasi, dan juga tujuannya.



Gambar 2.13 *Adaptable* dan *Responsive*

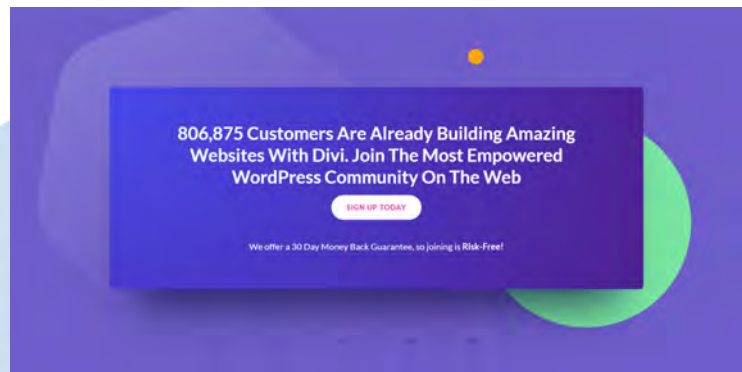
Sumber: <https://kinsta.com/wp-content/uploads/2020/08/responsive-adaptive-design.png>

Penyederhanaan *layout* dapat digunakan untuk *website* yang memiliki tampilan lebih dari satu media. Melalui pendekatan yang *adaptable*, maka konten disesuaikan dengan media lain yang digunakan dan memiliki keunikannya tersendiri. Sedangkan *responsive* berarti penyesuaian tampilan desain yang lebih *universal*.

3. *Distinguishable*

Mengacu kepada kemudahan pengguna dalam melihat dan membedakan konten seperti apa yang terdapat pada latar belakang dan latar depan desain *website*. Beberapa hal yang menjadi aspek pertimbangannya adalah penggunaan warna, kendali suara, kontras, ukuran tulisan, tulisan, dan hubungan tulisan dengan gambar.

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 2.14 *Distinguishable*

Sumber: <https://www.datocms-assets.com/48294/1634288579-1-modal-in-elegantthemes.png?auto=format&dpr=1&w=1200>

Salah satu hal yang umum digunakan pada *website* sebagai cara meningkatkan kontras adalah menggunakan *pop-up* atau *modal*. Melalui tampilan yang muncul, maka terdapat perbedaan spesifik bagian *background* dan juga *foreground* sebuah konten. Dengan demikian, pengguna dapat membedakan tampilan yang sedang aktif dan harus diperhatikan.

2.2.4.2 *Operable*

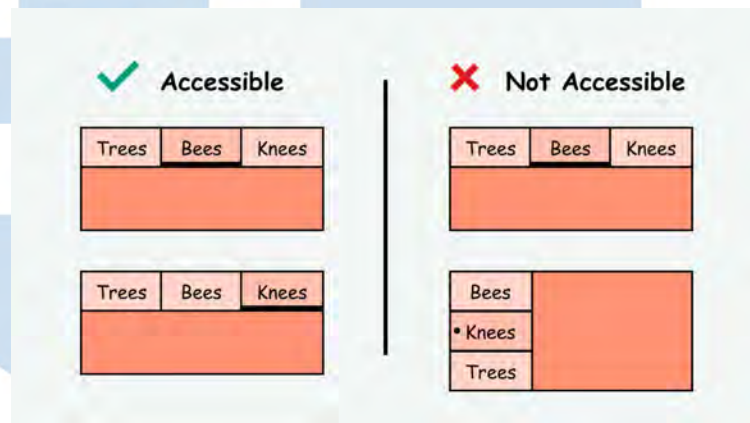
Merupakan sistem operasi dan navigasi yang dapat digunakan pengguna saat mengakses *website*. Dengan demikian, terdapat beberapa aspek yang mendukung *operable* pada *website* seperti *enough time* dan *navigable*. Selanjutnya, setiap aspek tersebut akan dijelaskan dan dijabarkan sebagai berikut.

1. *Enough Time*

Saat pengguna mengakses sebuah konten, terdapat pertimbangan pada waktu yang mereka perlukan untuk membaca dan menggunakan konten. Beberapa hal yang terkait dengan waktu adalah pengaturan waktu, *no timing*, interupsi, *re-authenticating*, dan *timeouts*. Beberapa perbedaan waktu tersebut disesuaikan dengan kebutuhan perancangan *website* berdasarkan kontennya.

2. Navigable

Website dapat memberikan navigasi atau arahan kepada penggunanya dalam mencari konten, mengetahui keberadaan mereka dalam *website*, dan berpindah halaman. Oleh karena itu, terdapat beberapa hal yang dapat membantu pengguna dalam menelusuri *website* yaitu *bypass blocks*, judul halaman, lokasi, *focus visible*, dan *multiple ways*.



Gambar 2.15 *Navigable*

Sumber: https://assets-global.website-files.com/6115e9a52c1947532801e49d/611963517e15e3ebb9081aa3_Use%20consistent%20navigation.jpg

Salah satu contoh sistem navigasi yang efektif untuk digunakan adalah navigasi yang konsisten. Melalui sistem navigasi yang konsisten, pengguna dapat mengenali dan mengakses tampilan sesuai dengan arahnya. Namun, jika navigasi dapat *website* tidak konsisten, maka pengguna akan tersesat maupun merasa kebingungan.

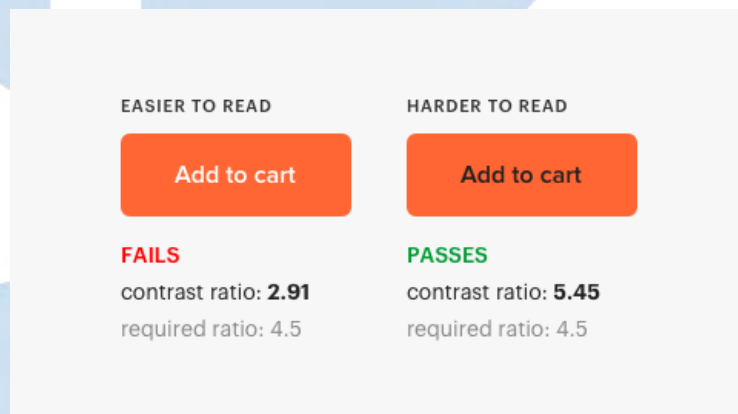
2.2.4.3 *Understandable*

Konten atau antarmuka pada *website* harus dapat dimengerti oleh penggunanya. Dalam hal ini, beberapa aspek seperti keterbacaan, prediksi, dan masukan harus bekerja sesuai dengan

ekspektasi pengguna. Dengan demikian, berikut adalah penjelasan dari beberapa komponen tersebut.

1. *Readable*

Perancangan *website* sebaiknya memiliki tulisan yang dapat dibaca dan dapat dimengerti oleh penggunanya. Pertimbangan tersebut juga memperhatikan pengalaman membaca penyandang disabilitas terdiri dari beberapa pendekatan seperti melalui visual, pendengaran, maupun gabungan dari keduanya. Selain itu, pemahaman setiap pengguna dalam keterbacaan juga berbeda tergantung dari pendekatannya. Beberapa aspek yang mempengaruhi adalah bahasa, kalimat asing, tingkatan membaca, warna, dan pengucapan yang disesuaikan penyandang disabilitas.



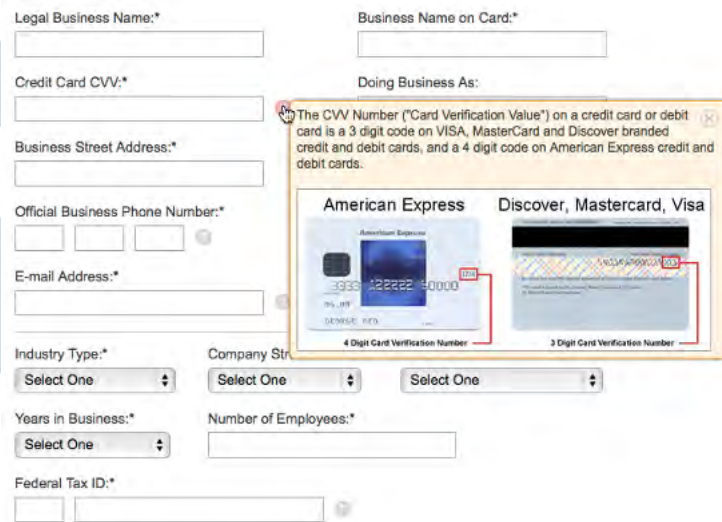
Gambar 2.16 *Readable Button*

Sumber: <https://uxmovement.com/wp-content/uploads/2019/10/cca-orangebuttons.png>

Salah satu yang mempengaruhi keterbacaan adalah penggunaan warna. Hal itu menjadi pertimbangan karena kurangnya kemampuan penyandang buta warna yang tidak dapat membedakan kontras berdampak kepada aksesibilitas. Dengan demikian, efektivitas perancangan tampilan warna juga dapat ditentukan oleh skor atau nilai yang mendasarinya.

2. *Predictable*

Pengguna akan mengoperasikan *website* saat menggunakannya. Oleh karena itu, mereka ditujukan agar dapat memprediksi apa yang ingin mereka akses. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan adalah fokus konten, masukan atau *input* pengguna, konsistensi sistem navigasi, konsistensi tampilan, dan perubahan dalam kendali pengguna.



The image shows a web form for business registration. The form includes fields for: Legal Business Name, Business Name on Card, Credit Card CVV, Doing Business As, Business Street Address, Official Business Phone Number, E-mail Address, Industry Type, Company Structure, Years in Business, Number of Employees, and Federal Tax ID. A tooltip is displayed over the CVV field, explaining that the CVV number is a 3-digit code for Visa, MasterCard, and Discover, and a 4-digit code for American Express. The tooltip includes images of an American Express card and a Discover/MasterCard/Visa card, with red boxes highlighting their respective CVV numbers.

Gambar 2.17 *Predictable*

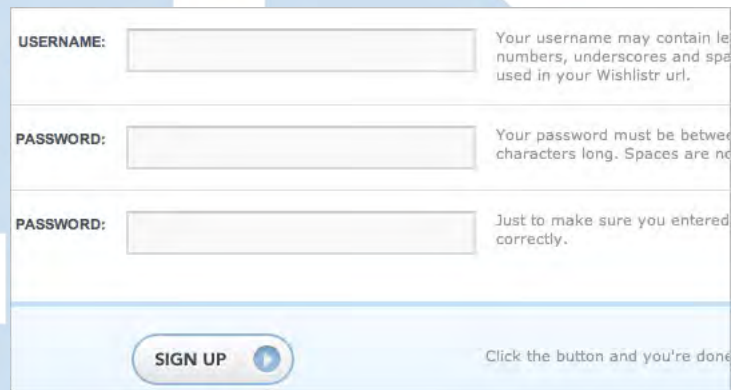
Sumber: <https://littleforest.co.uk/wp-content/uploads/2021/04/Example-of-a-tooltip-with-an-image-Source-ProProfs.png>

Pada gambar tersebut, terdapat instruksi yang dapat diinteraksikan oleh penggunanya. Saat digunakan, sebuah arahan akan muncul sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Dengan demikian, pengguna dapat memahami jika ikon tersebut berfungsi sebagai langkah petunjuk.

3. *Input Assistance*

Website yang digunakan pengguna membutuhkan arahan agar mereka menghindari dan tidak melakukan kesalahan

saat mengoperasikan *website*. Beberapa hal diantaranya yang menjadi aspek arahan tersebut yaitu identifikasi kesalahan, label atau instruksi, dan sugesti kesalahan.



The image shows a web form with three input fields. The first field is labeled 'USERNAME:' and has a hint: 'Your username may contain letters, numbers, underscores and spaces. Spaces are not used in your Wishlist url.' The second field is labeled 'PASSWORD:' and has a hint: 'Your password must be between 8 and 16 characters long. Spaces are not allowed.' The third field is also labeled 'PASSWORD:' and has a hint: 'Just to make sure you entered it correctly.' Below the fields is a 'SIGN UP' button with a right-pointing arrow. To the right of the button is a small text: 'Click the button and you're done'.

Gambar 2.18 *Input Assistance*

Sumber: <https://www.mactale.com/images/web-form/hints.jpg>

Salah satu contoh arahan bagi pengguna untuk memasukkan sesuatu adalah panduan saat akan mengisi sesuatu. Panduan tersebut tampil melalui penjelasan tentang apa yang harus dipersiapkan. Dengan demikian, pengguna mendapatkan gambaran tentang apa yang harus dimasukkan ke dalam kotak *input*.

2.2.4.4 *Robust*

Sebuah *website* dapat menampilkan konten yang dapat digunakan oleh banyak jenis pengguna termasuk dengan arahan teknologi. Untuk itu, menciptakan *website* yang kokoh digunakan oleh banyak kalangan memiliki ketentuan seperti penyediaan *website* yang kompatibel. Oleh karena itu, memaksimalkan kompatibilitas *website* dapat dilakukan dengan cara menyesuaikan *website* dengan penggunaannya melalui *parsing*, *name*, *role*, *value*, dan *status messages*.

2.2.5 *User Experience*

Filipuk (2021) menjelaskan *User Experience design* (UX) lebih mengarah kepada pengalaman timbal balik antara pengguna dengan desain

interaktif dalam bentuk emosi, kepuasan, dan kesulitannya. Mulyana, dkk. (2019) menjelaskan jika *UX design* tidak memiliki banyak perbedaan dengan UI dikarenakan fokus utama UX terletak kepada hubungan komunikasi yang dimiliki pengguna dengan UI-nya. Mereka juga mengutip Fürst, dkk. (2012) jika UX merupakan sebuah proses belajar dan mendeskripsikan pengalaman menggunakan antarmuka oleh penggunanya. Fürst, dkk. (Seperti yang dikutip dalam Prabowo, dkk., 2023) menerangkan jika UX merupakan sebuah proses belajar dan mendeskripsikan pengalaman menggunakan antarmuka oleh penggunanya.

Dapat disimpulkan jika *UX design* merupakan proses pembelajaran dan pengalaman pengguna dalam menginteraksikan sesuatu agar mendapatkan informasi yang berguna dalam meningkatkan efektivitas dan kenyamanan pengguna UX itu sendiri. Untuk itu, terdapat metode yang memperlajari pengguna melalui pengulangan dalam mempelajari UX untuk menemukan masalah dan solusi didalamnya. Metode tersebut disebut dengan *design thinking* yang terbagi menjadi lima tahapan yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Sari, dkk., 2023).

2.2.5.1 Empathize

Empathize merupakan tahapan pertama dalam *design thinking* yang juga digunakan untuk mengembangkan website. Sari, dkk. (2023) menjelaskan jika *Empathize* memiliki fokus utama pada memahami pengguna. Informasi diperoleh melalui wawancara dan observasi yang akan menghasilkan *Empathy map*. *Empathy map* berfungsi sebagai rangkuman dan pemetaan beragam informasi terkait dengan perilaku, pikiran, perasaan, dan perkataan pengguna.

2.2.5.2 Define

Define merupakan proses menentukan masalah calon pengguna *website* yang akan diselesaikan melalui sudut pandang pengguna berdasarkan informasi yang telah didapatkan sebelumnya (Sari, dkk., 2023). Mereka menambahkan jika tujuan dari bagian

define adalah memperjelas masalah yang akan diselesaikan nantinya dalam lingkup desain dalam bentuk *user persona*. *User Persona* sendiri merupakan cerminan dari perilaku, tujuan, dan juga sikap *user* melalui rangkuman informasi yang telah didapatkan.

2.2.5.3 Ideate

Untuk menghasilkan sebuah solusi desain, proses *ideate* diperlukan sebagai awal dari penyelesaian masalah desain *website*. Sari, dkk. (2023) menyebutkan jika *ideate* termasuk ke dalam proses desain untuk mencari dan mengembangkan ide. Hasil dari *ideate* adalah *information architecture*, *wireframe* dan juga *flowchart*. Dalam perancangan desain *website*, proses mendesain dimulai pada tahap ini yang disebut dengan *wireframe*.

2.2.5.4 Prototype

Sari, dkk. (2023) menerangkan jika *prototype* merupakan proses uji coba *wireframe* yang sudah dapat diinteraksikan melalui fitur-fitur sederhana yang sudah bisa digunakan. Mereka juga menambahkan jika *prototype* dibagi menjadi dua jenis yaitu *low-fidelity prototype* dan *hi-fidelity prototype*. Sebagai referensi tambahan, Coutts, dkk. (2019) mengungkapkan jika *prototype* merupakan model tampilan yang akan digunakan untuk analisis dan juga uji coba. mereka menambahkan, *prototype* dalam proses desain adalah perwujudan fisik atau digital yang mengandung elemen penting dalam sebuah desain dan berperan sebagai perangkat yang mempermudah komunikasi, pembelajaran, sekaligus penentu keputusan selama berjalannya proses desain.

Prototype dibagi menjadi dua yaitu *low fidelity prototype* dan *high fidelity prototype*. *Low fidelity prototype* memiliki karakter yang cepat dan mudah untuk dibuat. Sedangkan, *High Fidelity Prototype* merupakan *prototype* yang dirancang menyerupai produk akhir yang memiliki tampilan, fungsi, dan perangkat yang sama seperti produk

akhirnya dan membutuhkan biaya lebih dalam pembuatannya (Couts, dkk., 2019).

2.2.5.5 Test

Test merupakan bagian yang mengujicobakan *prototype* yang sebelumnya sudah dirancang (Sari, dkk., 2023). Oleh karena itu, terdapat pengumpulan data yang diperlukan sebagai masukan agar informasi yang diterima dapat menjadi umpan balik dalam evaluasi solusi desain yang sudah dirancang di *prototype*. Proses uji coba ini akan dilakukan berulang kali hingga menemukan solusi ideal untuk desain antarmuka sebuah *website*.

2.3 Interaktivitas

Reddi dan Mishra (seperti yang dikutip dalam Huda, 2019) mendefinisikan interaktivitas sebagai bentuk kerja sama antara elemen dari berbagai media yang menjadi satu dalam sebuah media. Hal itu membuat sebuah keunggulan bagi pengguna untuk menerima informasi dari media tersebut. Definisi lainnya tentang interaktivitas diungkapkan oleh Prastowo (2019) di mana interaktivitas merupakan bentuk penyampaian pesan yang bersifat aktif karena informasi yang disampaikan dapat memberikan aktivitas timbal balik kepada pengguna. Selain itu, Wardhani, dkk. (2022) mengungkapkan jika interaktivitas merupakan sebuah rancangan desain yang memberikan manfaat ketika digunakan oleh pengguna dalam lingkup tertentu secara aktif.

Melalui teori-teori tersebut, dapat disimpulkan jika interaktivitas merupakan bentuk penyampaian pesan yang mengharapkan interaksi timbal balik antara pengguna dan juga medianya. Tujuan dari interaktivitas tersebut tentu agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pengguna layaknya komunikasi dua arah.

2.3.1 Jenis Interaktivitas

McMillan (seperti yang dikutip oleh Putri, 2016) membagi interaktivitas menjadi tiga bentuk yang menjadi konsep dari interaktivitas.

1) **Interaktivitas *User to User***

Sesuai namanya, interaktivitas yang terjadi menyangkut komunikasi dua arah kepada penggunanya melalui pengelola media tersebut. Setiap pengguna dapat berhubungan satu sama lain melalui pesan yang menerapkan sistem unggah dan balas.

2) **Interaktivitas *User to System***

Interaktivitas yang memiliki bentuk komunikasi satu arah antara pengguna dan juga mediana. Contoh sederhana dari interaktivitas ini umumnya ditemukan pada fasilitas yang disediakan *website* seperti mengunduh dan fitur sederhana lainnya.

3) **Interaktivitas *User to Content***

Bentuk komunikasi melalui interaktivitas ini dapat diartikan sebagai bentuk komunikasi pengguna kepada sebuah media sebagai tanggapan. Tanggapan atau informasi yang diterima media akan berpengaruh untuk perubahan konten atau informasi media tersebut.

2.3.2 **Dimensi Interaktivitas**

McMillan dan Downes (seperti yang dikutip oleh Putri, 2016) mengungkapkan jika terdapat enam dimensi interaktivitas antara lain persuasi, kendali, aktivitas, satu atau dua arah, waktu, dan kesadaran akan tempat. Setiap dimensi tersebut memiliki fungsi tersendiri tergantung dari interaktivitas yang diciptakan. Dengan demikian, berikut adalah penjelasan singkat terhadap enam dimensi interaktivitas tersebut.

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

- 1) bagian persuasi yang ditujukan sebagai penyampaian pesan.
- 2) Tingkatan seberapa sering atau tidaknya kegiatan yang perlu dilakukan.
- 3) Perhatian tentang seberapa sadar untuk situasi lingkungannya.
- 4) Rentang waktu yang cenderung fleksibel maupun spesifik.
- 5) Komunikasi yang dilakukan secara dua arah maupun satu arah.
- 6) Tingkat kemampuan dalam memegang kendali baik secara pasif maupun dominan.

Berdasarkan dimensi-dimensi tersebut, maka dapat disimpulkan jika proses interaktivitas dilakukan dengan memberi informasi jika dibandingkan dengan persuasi, lalu terdapat aspek terhadap banyaknya kendali yang dimiliki oleh pengguna, waktu yang cenderung fleksibel, dan juga jenis komunikasi yang dilakukan secara dua arah. Sebagai tambahan, Ha dan James (seperti yang terdapat dalam kutipan Putri, 2016) mengungkapkan dimensi lainnya interaktivitas mengandung beberapa aspek lainnya.

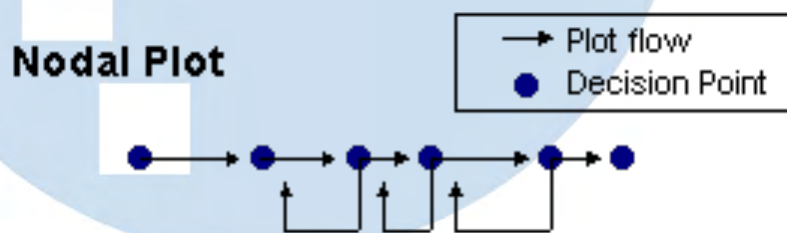
- 1) Memiliki media sebagai sarana yang melibatkan pengguna lainnya sehingga membuatnya memiliki sarana hiburan.
- 2) Memiliki kebebasan sebagai alternatif dalam memulai dan menutup komunikasi tergantung dari minat pengguna.
- 3) Memiliki siklus berkesinambungan dengan informasi yang relevan dengan pengguna yang membuatnya akan mengakses kembali.
- 4) Memiliki kebebasan sebagai alternatif dalam memulai dan menutup komunikasi tergantung dari minat pengguna.
- 5) Memiliki sarana yang memfasilitasi komunikasi dua arah atau komunikasi timbal balik.

2.3.3 Pola Interaktivitas

Tomaszewski (2005) menjelaskan jika pola interaktivitas merupakan bentuk arahan bagi pengguna dalam menggunakan sebuah media interaktif. Pola interaktivitas sendiri dibagi menjadi tiga berdasarkan alur interaktivitasnya yaitu *nodal plot*, *modulated plot*, dan *open plot*.

1) *Nodal Plot*

Nodal Plot merupakan struktur yang memiliki satu alur utama di dalamnya. Pada tahap ini, pengguna memiliki tujuan utama untuk menyelesaikan tugas yang mereka miliki agar dapat melanjutkan tahap berikutnya. Namun jika gagal akan kembali ke tahap sebelumnya.



Gambar 2.19 *Nodal plot*

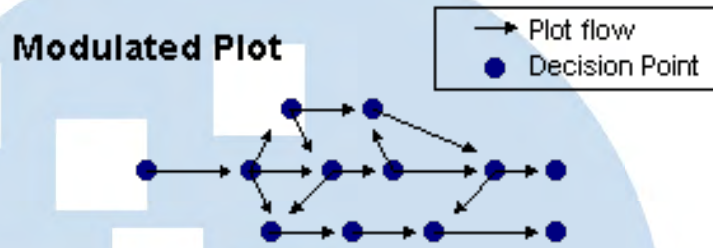
Sumber: <http://zach.tomaszewski.name/uh/ics699/nodal.gif>

Pada gambar tersebut, terdapat lingkaran biru yang menandakan titik keputusan dan juga garis dengan anak panah sebagai alur. Secara keseluruhan, alur pada *nodal plot* memberikan pilihan kepada penggunanya untuk melanjutkan atau kembali ke bagian sebelumnya. Alur sederhana tersebut kembali diulang hingga pengguna mencapai titik tertentu sebagai akhirnya.

2) *Modulated Plot*

Modulated plot memberikan beberapa pilihan kepada penggunanya untuk mencapai satu tujuan. Dengan demikian, terdapat banyak alternatif cara yang dapat digunakan oleh pengguna dalam menyelesaikan tugas yang sama. Melalui

pengulangan, pengguna dapat merasakan setiap alur potensial yang berbeda untuk menyelesaikan sebuah tugas.



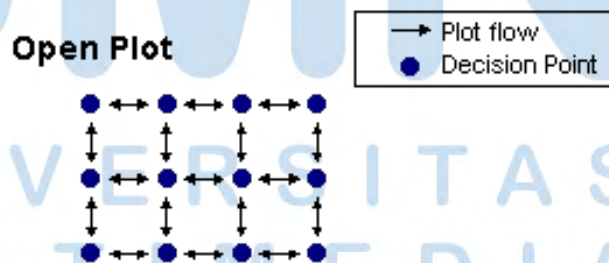
Gambar 2.20 *Modulated plot*

Sumber: <http://zach.tomaszewski.name/uh/ics699/modulated.gif>

Berdasarkan alur diatas, lingkaran biru merupakan titik pengambilan keputusan dan juga garis dengan anak panah sebagai alur jembatan setiap titik-titik yang lain. Pada *modulated plot*, terdapat lebih banyak *variabel* dari pengambilan keputusan pengguna. Selain itu, terdapat lebih dari satu titik akhir yang dapat dicapai oleh pengguna yang melalui alur *modulated plot*.

3) *Open Plot*

Open plot memiliki beragam pilihan kepada pengguna melalui fleksibilitas alur yang terdapat dalam interaktivitas. Oleh karena itu, tidak ada alur tetap dalam menyelesaikan sebuah tugas, tetapi jika dilakukan secara berulang kali, terdapat kemungkinan pengguna merasakan setiap alur yang diberikan. Hal itu memberikan ruang kebebasan bagi pengguna untuk berkreasi.



Gambar 2.21 *Open plot*

Sumber: <http://zach.tomaszewski.name/uh/ics699/open.gif>

Pada alur *open plot*, terdapat banyak lingkaran biru sebagai titik pengambilan keputusan pengguna. Selain itu, garis dengan tanda panah juga menandakan jika pengguna dapat kembali ke keputusan sebelumnya setelah melalui alur berikutnya. Dengan demikian, tidak ada akhir yang dapat dilalui oleh penggunanya karena setiap struktur alurnya saling terikat.

2.4 Fotografi

Fotografi memiliki banyak makna untuk mengungkapkan definisinya tergantung siapa yang menjawab. Misalnya, Nugroho (2020) mendefinisikan fotografi sebagai ungkapan kreativitas dan ide seorang fotografer dalam mengambil sebuah gambar. Lalu Tjin (2012) mendeskripsikan fotografi sebagai media penyampaian pesan yang dilakukan oleh fotografer kepada penikmat foto. Secara teknis, Aditya (dalam kutipan Arbi dan Dewi, 2017) menjelaskan jika fotografi dapat berperan sebagai hobi maupun profesi dengan cara menangkap cahaya ke dalam kamera.

Berdasarkan beragam definisi tersebut, kesimpulan yang dapat diambil seputar definisi dari fotografi itu sendiri adalah aktivitas yang dilakukan oleh fotografer untuk menyampaikan pesan kepada pengamat foto melalui gambar yang ditangkap oleh sensor kamera menggunakan cahaya. Fotografi dapat berperan sebagai ungkapan kreativitas yang disalurkan baik melalui hobi maupun pekerjaan yang nantinya akan dinikmati oleh pengamat foto tergantung kebutuhannya.

2.4.1 Manfaat Fotografi

Trestianto (2013) mengungkapkan jika fotografi telah menjadi bagian dari kehidupan banyak orang. Hal itu dikarenakan setiap hal dapat didokumentasikan baik melalui kamera maupun *smartphone*. Tentu terdapat alasan mengapa fotografi menjadi sangat populer jika mengingat manfaat, fleksibilitas, dan kemudahannya.

2.4.1.1 Mengenang Peristiwa

Fotografi memungkinkan sebuah peristiwa, aktivitas, dan kehidupan sehari-hari. Jika melihat kemudahan seseorang dalam mengambil sebuah foto, maka tentu peminatnya akan meningkat. Minat dalam fotografi itu diwujudkan melalui peristiwa yang selalu dikenang atau dapat ditunjukkan kembali di kemudian hari.

2.4.1.2 Mengekspresikan Diri

Fotografi dapat menjadi media untuk seseorang dalam mengekspresikan diri. *Output* dari berkarya itu sendiri dapat dikatakan melalui ide, cerita, pendirian, kejadian, perasaan, dan juga hobi. Tentu banyaknya pilihan itu akan bergantung kepada fotografer yang menjadikannya salah satu profesi dengan minat yang besar khususnya di perkotaan.

2.4.1.3 Bisnis

Fotografi dapat menjadi sarana pekerjaan yang berbanding lurus dengan hobi. Dengan demikian, salah satu kunci dalam sukses berbisnis dapat tercapai melalui pekerjaan yang selaras dengan perasaan senang. Pada tahap ini, terkadang pola pikir hobi di atas untung dan rugi menjadi pertimbangan orang menikmati hidup.

2.4.2 Jenis Fotografi

Karyadi (2017) menuturkan jika terdapat beragam jenis fotografi yang ditentukan berdasarkan teknik, objek, maupun kepentingannya. Tujuan dari adanya ragam jenis fotografi bertujuan untuk mempermudah pemahaman seseorang terhadap sebuah foto, sehingga tidak ada ketetapan khusus yang menentukan jenis foto secara mutlak. Beragam jenis foto yang diuraikan menurut Karyadi antara lain fotografi manusia, *nature*, arsitektur, *still life*, jurnalistik, *aerial*, bawah air, seni rupa, makro, dan juga mikro.

2.4.2.1 Foto Manusia

Sesuai namanya, manusia merupakan subjek atau objek pengambilan foto. Dengan demikian, manusia itu sendiri menjadi daya tarik dan memberikan keunikannya dalam bentuk karya fotografi. Dalam fotografi manusia sendiri, terdapat berbagai macam kategori khusus yang berhubungan dengan memotret manusia antara lain *portrait*, *human interest*, gaya hidup atau budaya *sport*, *glamour*, dan *wedding*.

2.4.2.2 Fotografi Nature

Fotografi *nature* sangat terikat dengan alam sebagai objek dari fotografinya. Objek fotografi tersebut dapat berupa benda alam seperti gunung, pemandangan alam dan juga makhluk hidup seperti flora serta fauna. Kategori spesifik untuk jenis foto ini adalah fotografi flora, fauna, dan *landscape*.

2.4.2.3 Fotografi Arsitektur

Fotografi arsitektur memberikan sudut pandang bangunan melalui karya fotografi. Nilai dari fotografi arsitektur dan objek bangunan yang difoto dapat berupa sejarah, desain, konstruksi, dan budayanya. Berdasarkan hal tersebut, arsitek memiliki bagian penting dalam jenis fotografi ini karena memberi tantangan sudut pandang baru kepada fotografer.

2.4.2.4 Fotografi Still Life

Fotografi *still life* memberikan pesan kepada pengamat foto tentang objek foto yang terlihat hidup. Seni dari fotografi *still life* merupakan cerita yang disampaikan melalui objek dengan sesuatu yang komunikatif dan cerita dibalikinya. Maksud dari hidupnya objek dalam *still life* adalah terdapat penyesuaian latar yang mendukung cerita tersebut.

2.4.2.5 Fotografi Jurnalistik

Fotografi jurnalistik menekankan penyampaian pesan yang berkepentingan untuk sarana komunikasi media informasi. Selain mengandung cerita, fotografi jurnalistik diwajibkan memiliki *caption* atau penjelasan sebagai publikasi dari foto ini. Fotografi jurnalistik sangat umum ditemui dalam berita dan media sosial karena sifatnya sebagai ilustrasi, bukti, maupun sarana pendukung penyampaian pesan kepada khalayak banyak.

2.4.2.6 Fotografi Aerial

Fotografi *Aerial* merupakan teknik fotografi yang memotret objeknya dari udara. Terdapat sejumlah manfaat dengan pengambilan foto di udara seperti untuk kepentingan survei, konstruksi, burung, cuaca, hingga kepentingan militer. Umumnya, fotografi *aerial* menggunakan *drone* atau gedung tinggi sebagai sarana bantuan untuk mendapatkan *angle* fotografi yang tinggi.

2.4.2.7 Fotografi bawah air

Fotografi di bawah air umumnya dilakukan oleh penyelam. Kamera yang digunakan untuk fotografi bawah air umumnya memiliki pelindung seperti *waterproof case* jika digunakan untuk kamera. Objek yang difoto juga bervariasi mulai dari ikan, terumbu karang, dan biota laut lainnya.

2.4.2.8 Fotografi Seni Rupa

Fotografi berikut dikenal sebagai seni dalam fotografi karena nilai yang terkandung dalam eksekusi objek fotonya. Dengan demikian, estetika merupakan nilai utama yang diperhatikan dalam foto ini, hal itu menjadikan foto ini seringkali di pajang saat pameran.

2.4.2.9 Fotografi Mikro

Fotografi mikro dikhususkan pada dekatnya pengambilan gambar dengan objek yang di foto. Objek yang di foto umumnya

adalah objek kecil mendetail seperti serangga, bunga, perhiasan, dan lainnya. Biasanya fotografi makro membutuhkan lensa fotografi khusus yang dapat menangkap detail kecil dengan jarak fokus yang sangat dekat.

2.4.2.10 Fotografi Makro

Fotografi makro merupakan fotografi mikro yang lebih mendetail lagi. Hal itu dikarenakan fotografi makro mengambil gambar objek yang sangat kecil atau jauh. Fungsi dari fotografi ini dapat digunakan pada bidang ilmiah seperti kedokteran, astronomi, dan biologi.

2.5 Disabilitas Tunarungu

Somad dan Hernawati (seperti yang dikutip dalam Wasliyah, 2019) menyebutkan jika tunarungu pada dasarnya merujuk kepada seseorang yang mengalami kesulitan untuk mendengarkan baik itu memang sulit untuk mendengarkan maupun tidak dapat mendengarkan sama sekali. Manueke, dkk. (2023) menambahkan jika penyandang tunarungu bisa jadi tidak dapat menerima suara sama sekali atau hanya dapat mendengarkan suara yang keras. Beliau menambahkan jika hilangnya kemampuan mendengarkan dapat terjadi diakibatkan oleh organ pendengaran yang mengalami malfungsi baik sebagian maupun secara keseluruhan dan dapat berdampak kepada kemampuan berbicara.

Berdasarkan definisi tersebut, tunarungu dapat disimpulkan sebagai gangguan pendengaran pada seseorang yang mengakibatkan orang tersebut sulit atau bahkan tidak dapat menerima informasi dalam bentuk suara. Untuk kasus tertentu, gangguan pendengaran berpotensi memberikan dampak kepada kemampuan seseorang untuk berbicara.

2.5.1 Penyebab Tunarungu

Purwowibowo, dkk. (2019) menjabarkan jika terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi penyebab seseorang mengalami tunarungu. Beberapa faktor tersebut sangat beragam mulai dari keturunan, penyakit, dan lainnya.

1) **Faktor Kesehatan**

Ketunarunguan yang diakibatkan oleh faktor Kesehatan dapat terjadi melalui banyak hal seperti tingkat kesehatan ibu saat sedang mengandung, faktor keturunan, dan lainnya. Mereka mengutip Koningsmark jika terdapat enam belas faktor tunarungu seperti berdasarkan tipe resesif, dominan, jenis kehilangan pendengaran berdasarkan frekuensi suara, kelainan bawaan lahir berdasarkan rentang usia, dan lainnya. Prematuritas atau lahir prematur juga merupakan salah satu penyebab tunarungu walaupun memiliki risiko yang cenderung rendah rendah.

2) **Infeksi Virus dan Bakteri**

Penyakit akibat infeksi virus sangat bermacam-macam. Salah satunya adalah infeksi virus yang mengakibatkan *rubella* atau *maternal rubella* yaitu penyakit yang menyerang perempuan, khususnya perempuan yang sedang mengandung. Virus ini menyerang jaringan organ tubuh janin termasuk organ pendengaran dan berpotensi menyebabkan kelumpuhan hingga kematian. Mereka mengutip Vernon dan Hick jika terdapat 16 virus lainnya sebagai penyebab hilangnya pendengaran termasuk Herpes Simpleks. Hal lain juga berlaku untuk meningitis atau radang selaput otak di mana bakteri tersebut akan menyerang melalui sistem sel-sel udara dalam telinga tengah.

2.5.2 **Klasifikasi dan Gejala**

Arimbi, dkk. (2022) menjabarkan tunarungu dibagi menjadi beberapa klasifikasi berdasarkan tingkat kemampuan pendengaran telinga dalam menangkap suara. Klasifikasi itu dibagi menjadi ketunarunguan ringan, sedang, berat, dan parah.

1) **Ketunarunguan Ringan**

Ketunarunguan ringan disebut dengan *mild hearing impairment* di mana mereka berkemampuan untuk mendengarkan suara dalam rentang 20-40 desibel. Dengan demikian, mereka seringkali memiliki kesulitan saat perbincangan dan tidak menyadari jika mereka sedang diajak berbicara.

2) **Ketunarunguan Sedang**

Ketunarunguan ringan dapat dikatakan sebagai *moderate hearing impairment*, yaitu kemampuan mereka untuk mendengarkan suara sebatas 40-65 desibel. Ketunarunguan ini masih dapat dibantu oleh alat bantu pendengaran. Tetapi, permasalahan yang dialami penyandang tunarungu ini akan mengalami kesulitan dalam berbicara, sulit mendengarkan jika suasana tidak kondusif atau berisik, dan mendengarkan dari kejauhan.

3) **Ketunarunguan Berat**

Ketunarunguan berat atau *severe hearing impairment* merupakan mereka yang hanya dapat mendengarkan suara sekitar 65-95 desibel. Mereka hanya dapat memahami percakapan jika mengeluarkan suara yang keras dan tidak dapat diajak berbicara secara normal. Namun, ketunarunguan ini masih dapat dibantu oleh alat bantu dengar.

4) **Ketunarunguan Parah**

Ketunarunguan berat parah atau *profound hearing impairment* merupakan ketidakmampuan seseorang untuk mendengarkan suara lebih kecil dari 95 desibel atau bahkan harus lebih keras. Penyandang tunarungu pada tahap ini sangat bergantung kepada komunikasi secara visual karena tidak dimungkinkan untuk melakukan percakapan secara normal. Pada kasus tertentu, alat

bantu pendengaran dapat membantu, tetapi komunikasi visual lebih efektif bagi penyandang tunarungu ini.

2.5.3 Komunikasi Orang Tuli

Mole, dkk. (2005) mengungkapkan jika penyandang tuli dapat menggunakan berbagai macam jenis komunikasi untuk menyampaikan pesan. Beragam cara tersebut akan disesuaikan dengan situasi saat berkomunikasi termasuk menggunakan beberapa cara sekaligus. Selain itu, cara berkomunikasi penyandang tunarungu juga disesuaikan dengan kapan mereka kehilangan pendengaran tersebut.

1) Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal kepada penyandang tunarungu dilakukan untuk menyampaikan kata-kata dengan cara membaca ucapan atau menggunakan media oral (Haliza, Kuntarto, & Kusmana, 2020). Media oral memanfaatkan pembicaraan, sisa pendengaran, membaca ucapan, maupun sentuhan yang memiliki keunggulan dalam fleksibilitas bahasa dan kecepatan berkomunikasi. Di sisi lain, Mole, dkk. (2005) mengungkapkan salah satu strategi komunikasi verbal kepada penyandang tunarungu dapat dilakukan melalui perantara peralatan elektronik sebagai media menyampaikan dan menerima pesan dalam bentuk kata-kata.

2) Komunikasi Nonverbal

Purwanto (2006) mendefinisikan komunikasi nonverbal merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan bahasa tubuh sebagai media berkomunikasi satu sama lain. tentu komunikasi nonverbal merupakan sarana yang sangat penting karena menyangkut perasaan seseorang dan memiliki keunggulan dalam bentuk penyampaian kredibilitas. Hal itu disebabkan oleh sifatnya yang spontan dan terkait langsung

dengan gestur tubuh serta ekspresi ketimbang kata-kata yang memiliki banyak celah dalam hal kredibilitas.

3) **Bahasa Isyarat**

Purwanto (2006) mengungkapkan jika bahasa isyarat adalah bahasa nonverbal yang mengandalkan gerakan tubuh dan ekspresi wajah sebagai sarana yang mempermudah komunikasi. Bagi penyandang tunarungu, bahasa isyarat menjadi salah satu kunci komunikasi yang paling penting dalam berinteraksi dengan orang lain. hal itu menyangkut ke dalam tujuannya yaitu berbagi informasi, mengungkapkan ekspresi, membawa alur perbincangan, memberikan umpan balik, dan lain sebagainya.

4) **Membaca bibir**

Mole, dkk. (2005) mengungkapkan jika komunikasi dilakukan dengan cara membaca pola bibir, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh untuk mengetahui pesan apa yang sedang disampaikan. Namun, terdapat banyak kekurangan dalam membaca bibir dikarenakan terdapat banyak kata-kata identik yang membuatnya kurang efektif untuk digunakan. Oleh karena itu, penggunaan ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan sisa pendengaran akan memperjelas pesan yang disampaikan.

