

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata "Desain" berarti suatu kerangka dalam bentuk sebuah rancangan. Sementara itu, kata "Grafis" berarti sesuatu yang bersifat statistik dalam wujud titik, garis, atau bidang yang secara visual dapat menjelaskan hubungan yang ingin disampaikan, baik dalam bentuk perhitungan maupun grafik. Dengan demikian, "Desain Grafis" dapat disimpulkan sebagai seni dan praktik menyampaikan informasi secara visual melalui gambar, teks, dan grafik.

Teori yang akan digunakan pada tugas akhir ini akan mengacu pada teori yang di utarakan oleh Kusnadi (2018) dalam buku yang berjudul Dasar Desain Grafis. Alasan penulis menggunakan buku tersebut sebagai acuan data untuk teori Desain Grafis adalah untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan baik dari segi teori-teori yang di utarakan. Seperti pada buku Kusnadi yang menjelaskan secara lengkap dan sederhana mengenai elemen-elemen desain, prinsip-prinsip desain, hingga dasar-dasar desain.

2.1.1 Elemen Desain Grafis

Menurut Kusnadi (2018) Elemen Desain Grafis dapat diartikan sebagai suatu konsep dasar desain yang berbentuk. Elemen Desain Grafis dibagi menjadi enam bagian, diantaranya adalah Titik, Garis, Tekstur, Bentuk (*Form*), Ruang (*Space*), dan Warna.

2.1.1.1 Titik

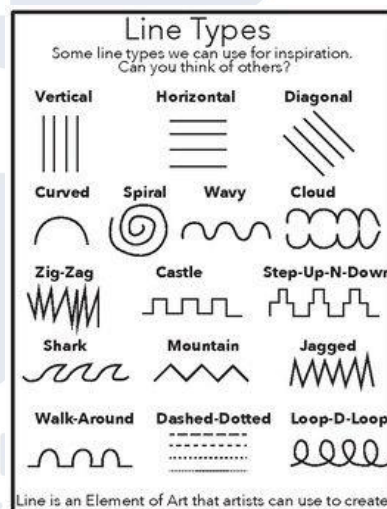
Titik adalah elemen visual yang tidak dapat dilihat secara nyata, seperti yang terjadi saat dua garis bertemu (ujung dan pangkal garis). Dalam konteks visual peran titik sangatlah penting, karena titik menjadi pusat perhatian yang dapat menarik perhatian pengamat

terhadap pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh perancang melalui karya visualnya.

2.1.1.2 Garis

Garis dapat dianggap sebagai suatu ekstensi dari konsep titik, yang mengindikasikan bahwa garis merupakan bagian jalur yang dibuat dari pergerakan titik yang direkam secara grafis. Dengan kata lain, garis adalah representasi grafis dari perjalanan titik dalam suatu ruang tertentu. Jenis garis juga dibedakan menjadi dua yaitu:

- a) Garis Kontur, garis yang menggambarkan bagian tepi suatu bentuk yang memisahkan setiap volume atau area yang berdekatan dengannya.
- b) Garis Kaligrafi, garis yang terjadi Ketika keindahan garis menjadi *focus* utama dalam menciptakan keindahan sebuah gambar.



Gambar 2.1 Varian Garis

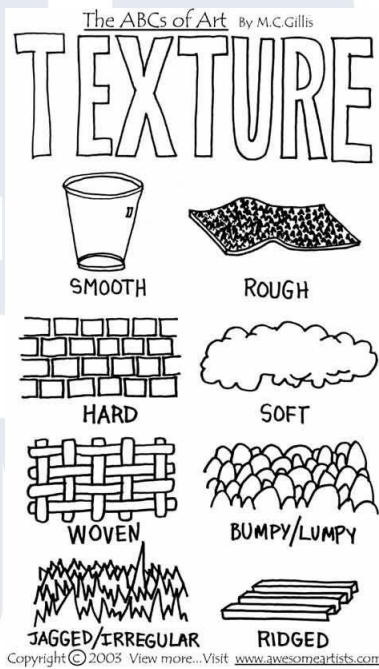
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/29695678785337862/>

Elemen desain grafis pada garis juga memiliki varian yang bermacam-macam dari bentuknya, seperti horizontal, vertical, diagonal, dan lain sebagainya. Varian-varian garis ini memungkinkan elemen desain untuk memiliki berbagai fungsi dan tujuan yang berbeda, seperti untuk mengarahkan perhatian audiens, membentuk

suatu objek dari bentuk tertentu, hingga menciptakan komposisi visual yang menarik.

2.1.1.3 Tekstur

Tekstur merupakan elemen visual yang menggambarkan karakteristik permukaan suatu bahan, baik itu dibuat secara sengaja ataupun terjadi secara alami, untuk mencapai bentuk visual, baik yang nyata maupun tiruan. Sebagai contoh tekstur kayu, bulu, atau kaca. Menurut Kusminati, tekstur adalah atribut fisik yang memperlihatkan sifat permukaan suatu bahan, seperti kasar, kilap, atau halus yang kemudian diterapkan pada proses desain.



Gambar 2.2 Varian Tekstur

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/985231158999463/>

Dalam penggunaannya, tekstur memiliki berbagai fungsi, yaitu sebagai berikut:

- a) Menciptakan atmosfer atau karakteristik dalam suatu karya/objek.
- b) Menghadirkan variasi visual yang dapat menarik perhatian dan menghibur pengamat.

- c) Memancing respon emosional dari pengamat dengan memanfaatkan sensasi taktikal visual.
- d) Memberikan kedalaman dan kesan kaya pada elemen desain.

2.1.1.4 Bentuk (*Form*)

Bentuk/*Form* adalah hasil dari pengaturan garis-garis yang tersusun dengan cara tertentu. Bentuk dapat dikategorikan menjadi dua dimensi (2D) dan tiga dimensi (3D), dan masing-masing jenis memiliki makna khusus yang dipengaruhi oleh budaya yang membentuknya.



Gambar 2.3 Dua Dimensi (2D)

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/795096509240165133/>

Secara umum, bentuk dua dimensi dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori utama:

- a) Bentuk Geometris, mencakup bentuk-bentuk yang berstruktur dan umum untuk di jumpai seperti persegi, segitiga, lingkaran, dan sebagainya.
- b) Bentuk Alami, merujuk pada bentuk-bentuk yang ditemukan dalam alam, seperti bentuk hewan,

tumbuhan, atau manusia, yang cenderung tidak teratur dan mudah untuk berubah.

- c) Bentuk Abstrak, merupakan penyederhanaan dari bentuk-bentuk alami yang menjadi representasi yang lebih sederhana, sebagai contoh simbol-simbol yang digunakan pada fasilitas umum untuk penyandang disabilitas dan sebagainya.



Gambar 2.4 Tiga Dimensi (3D)

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/959759370568654108/>

Sedangkan bentuk tiga dimensi terdiri atas bidang-bidang yang membentuk ruang tiga dimensi atau volumenya, diantaranya adalah:

- a) Kepadatan (*solid*), bentuk ini adalah bentuk yang tampak lengkap atau tertutup.
- b) Bentuk terbuka (*open form*).
- c) Pengenalan bentuk melalui penggunaan garis.
- d) Pengenalan huruf melalui tata letak pada bidang.
- e) Pengenalan bentuk berdasarkan prinsip-prinsip dari Gestalt.

2.1.1.5 Ruang (*Space*)

Ruang adalah jarak atau area yang mengelilingi atau terdapat di antara objek atau elemen. Memanipulasi ruang dapat juga menghasilkan efek yang beragam, seperti memisahkan atau menyatukan elemen, menyoroti, dan memberikan istirahat visual pada mata.



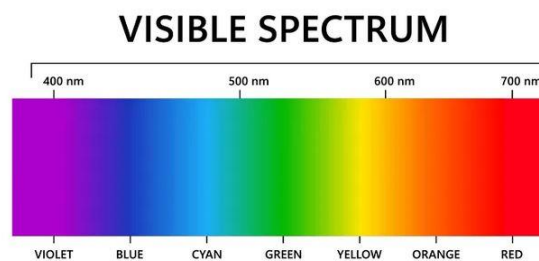
Gambar 2.5 Ruang Kosong pada Koran
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/8022105578441364/>

Berikut merupakan beberapa kegunaan dari ruang atau *space*, antara lain:

- a) Memberikan kesempatan bagi mata untuk beristirahat secara visual.
- b) Menciptakan hubungan antara unsur-unsur.
- c) Menyoroti elemen tertentu.
- d) Menyisihkan ruang yang cukup di sekitar elemen yang penting untuk menarik perhatian.
- e) Menciptakan tata letak yang dapat mudah di mengerti.
- f) Membuat jenis huruf yang mudah dipahami.

2.1.1.6 Warna

Warna memiliki kemampuan untuk menyampaikan emosi dalam suatu karya sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat lebih mudah untuk dipahami oleh audiens. Selain itu warna juga dapat digunakan untuk menyoroti elemen penting, seperti subjudul, memberikan petunjuk kepada pembaca tentang area yang perlu diperhatikan, dan merangsang respon emosional.



Gambar 2.6 Gelombang Panjang
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/947937421552720607/>

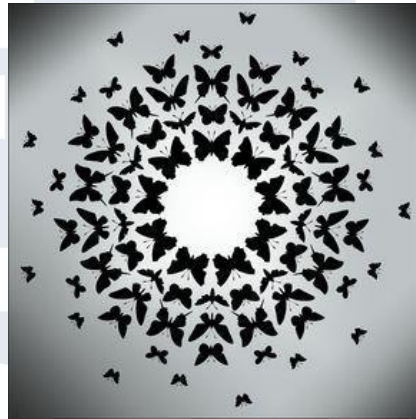
Warna yang terlihat oleh mata manusia timbul akibat variasi dalam sifat cahaya yang dipantulkan atau dipancarkan oleh suatu benda. Ketika kita memperhatikan warna, sebenarnya kita sedang mengamati variasi panjang gelombang cahaya yang dipantulkan atau dipancarkan oleh objek tersebut (Wartmann, 2004).

2.1.2 Prinsip Desain Grafis

Dalam Prinsip Desain Grafis yang diutarakan oleh Kusnadi (2018) terdapat beberapa hubungan yang kompleks antara berbagai unsur visual satu sama lain. Prinsip ini tidak hanya mencakup unsur-unsur yang saling terkait saja, tetapi juga merujuk terhadap penyusunan dari konsep dan ide yang akan dilakukan oleh desainer. Pada Prinsip Desain Grafis dibagi menjadi 5 bagian, diantaranya adalah Kesatuan (*Unity*), Keseimbangan (*Balance*), Proporsi, Irama, dan Dominasi.

2.1.2.1 Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan, atau *unity*, adalah prinsip dasar yang sangat krusial dalam desain grafis. Kesatuan menciptakan harmoni dalam sebuah karya, menyatukan elemen-elemen berbeda sehingga terlihat sebagai satu kesatuan yang utuh. Tanpa kesatuan, desain dapat terlihat tidak teratur atau berantakan, membuatnya sulit dipahami dan menyebabkan ketidaknyamanan bagi audiens. Kesatuan memastikan bahwa semua elemen dalam desain saling mendukung dan bekerja bersama untuk menyampaikan pesan yang jelas dan kohesif.



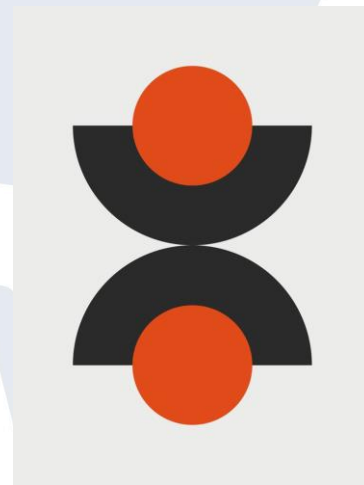
Gambar 2.7 Contoh *Unity*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/31314159902630252/>

Kehadiran kesatuan dalam sebuah karya desain tidak hanya membuatnya lebih estetik tetapi juga meningkatkan efektivitas komunikasi visual. Untuk mencapai kesatuan, desainer dapat menggunakan prinsip-prinsip seperti kesamaan, repetisi, kesinambungan, dan kedekatan. Kesamaan warna, bentuk, atau tekstur dapat menghubungkan elemen-elemen yang berbeda, sementara repetisi menciptakan pola yang konsisten. Kesinambungan membantu mata audiens mengikuti arah visual yang diinginkan, dan kedekatan mengelompokkan elemen-elemen yang berkaitan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, desainer dapat memastikan karya mereka tidak hanya terlihat menarik, tetapi juga berfungsi secara optimal dalam menyampaikan pesan.

2.1.2.2 Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan atau *balance* merupakan kunci untuk menciptakan karya yang nyaman dipandang dan tidak menimbulkan ketegangan maupun kegelisahan pada audiens. Dalam konteks desain, keseimbangan mengacu pada distribusi elemen-elemen visual secara merata sehingga menciptakan harmoni dan stabilitas visual yang diinginkan. Keseimbangan ini bisa dicapai melalui berbagai metode, seperti keseimbangan simetris, asimetris, atau radial, yang masing-masing memberikan efek visual yang berbeda namun tetap memastikan bahwa elemen-elemen dalam desain saling melengkapi dan tidak mendominasi satu sama lain secara berlebihan.



Gambar 2.8 Contoh *Balance*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/639229740874373003/>

Selain menciptakan kenyamanan visual, keseimbangan juga berperan penting dalam mengarahkan perhatian audiens ke fokus utama dalam desain. Dengan menerapkan keseimbangan yang tepat, desainer dapat mengelola aliran visual secara efektif, memastikan bahwa mata audiens bergerak dengan mudah dari satu elemen ke elemen lainnya tanpa gangguan. Keseimbangan yang baik membantu menciptakan tata letak yang terorganisir dan menarik, memungkinkan pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih jelas dan mudah

dipahami. Dalam praktiknya, desainer perlu mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran, warna, tekstur, dan ruang negatif untuk mencapai keseimbangan yang optimal, sehingga menghasilkan desain yang tidak hanya estetik tetapi juga fungsional.

2.1.2.3 Proporsi

Proporsi adalah salah satu prinsip dasar dalam desain yang penting untuk mencapai keselarasan yang diinginkan. Dalam desain, proporsi merujuk pada hubungan yang seimbang antara elemen-elemen yang berbeda dalam sebuah karya. Proporsi yang baik memastikan bahwa setiap elemen memiliki ukuran, bentuk, dan posisi yang sesuai satu sama lain, menciptakan tata letak yang harmonis dan teratur. Penggunaan proporsi yang tepat juga membantu dalam menciptakan ritme visual yang menyenangkan, di mana mata audiens dapat bergerak dengan nyaman dari satu elemen ke elemen lainnya tanpa merasa terganggu.



Gambar 2.9 Contoh Proporsi

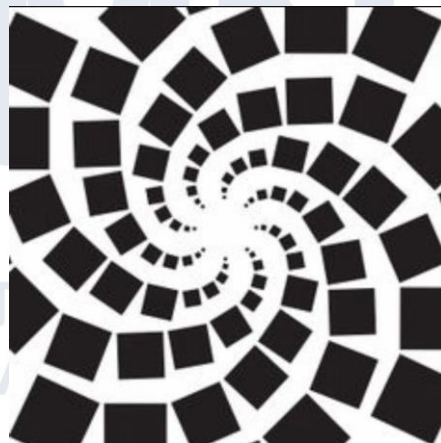
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/122512052355876786/>

Dengan memperhatikan proporsi secara cermat, sebuah karya dapat memberikan kesan estetik dan harmonis secara visual. Setiap elemen akan tampak seimbang dan sesuai dengan konteks

keseluruhan desain, sehingga tidak ada satu bagian pun yang terasa terlalu dominan atau sebaliknya, terlalu lemah. Proporsi yang seimbang juga membantu memperkuat pesan yang ingin disampaikan melalui desain, karena elemen-elemen yang ada dapat mendukung dan melengkapi satu sama lain dengan efektif. Dengan demikian, penerapan prinsip proporsi dalam desain tidak hanya meningkatkan nilai estetika, tetapi juga memastikan bahwa desain tersebut berfungsi dengan baik sebagai alat komunikasi visual.

2.1.2.4 Irama

Irama adalah pola gerakan yang diulang secara konsisten dan berkesinambungan. Ketika suatu pola gerakan atau motif dilakukan secara teratur, dapat menciptakan perasaan berkelanjutan dan keteraturan. Hal ini memberikan ritme dan dinamika pada pengalaman visual atau sensorik, sehingga karya seni atau desain terasa hidup dan menarik. Irama membantu menciptakan aliran yang lancar dalam suatu komposisi, memungkinkan mata audiens bergerak dengan mudah dari satu elemen ke elemen lain tanpa kehilangan arah atau fokus.



Gambar 2.10 Contoh Irama

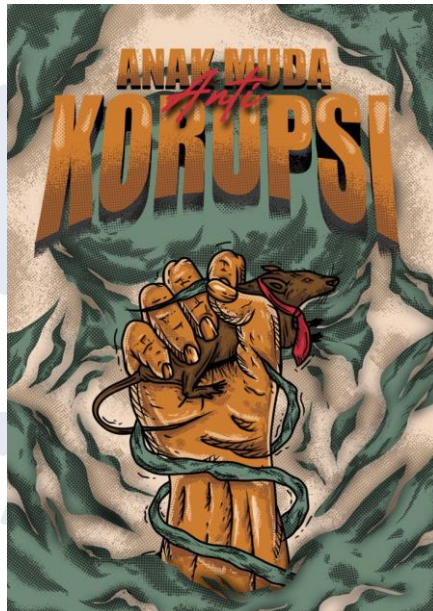
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/25895766592589938/>

Dengan demikian, irama adalah elemen penting dalam menciptakan kesan yang kohesif dan terstruktur dalam karya seni atau

desain. Irama tidak hanya menyatukan elemen-elemen yang berbeda menjadi satu kesatuan yang harmonis, tetapi juga memberikan struktur yang jelas dan teratur. Ini memungkinkan desainer atau seniman untuk mengarahkan perhatian audiens secara efektif, memperkuat pesan yang ingin disampaikan, dan meningkatkan keseluruhan estetika karya. Dalam desain grafis, arsitektur, musik, atau seni visual lainnya, penerapan irama yang tepat dapat menghasilkan karya yang lebih menarik, dinamis, dan mudah diingat.

2.1.2.5 Dominasi

Dominasi adalah prinsip fundamental dalam tata letak seni atau desain, yang mengacu pada elemen menonjol dalam komposisi visual. Elemen dominan menarik perhatian secara efektif dan menetapkan hierarki visual, mengarahkan pandangan audiens ke bagian penting dalam karya tersebut. Dominasi membantu menciptakan pusat perhatian, memastikan pesan utama disampaikan dengan jelas.



Gambar 2.11 Contoh Dominasi

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/210332245091103597/>

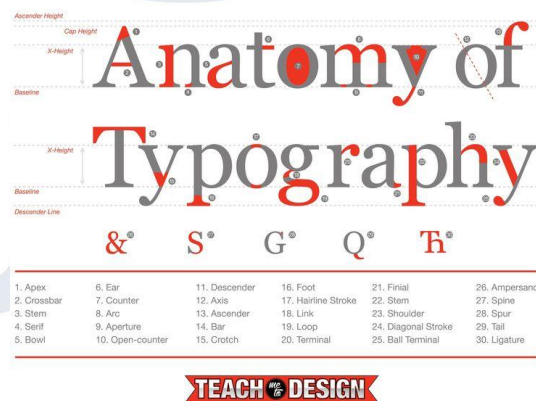
Selain itu, dominasi menciptakan keseimbangan dan dinamika dalam desain. Elemen dominan memberikan kontras yang

membuat desain lebih menarik dan menghindari kesan monoton. Pemilihan elemen dominan harus mempertimbangkan ukuran, warna, bentuk, dan penempatan untuk mencapai efek yang diinginkan.

Secara keseluruhan, dominasi adalah aspek penting untuk menciptakan desain yang efektif dan kuat. Penerapan prinsip ini memastikan karya tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga berfungsi sebagai media komunikasi yang efisien

2.1.3 Tipografi

Tipografi, yang juga dikenal sebagai *Typography*, memiliki akar etimologis dalam bahasa Yunani: "*Typos*" yang artinya bentuk, dan "*Graphein*" yang berarti menulis. Bidang ini merupakan disiplin yang mendalami seni dan desain huruf serta simbol dalam konteks komunikasi visual. Tipografi meliputi beragam teknik untuk mengatur tata letak, bentuk, ukuran, dan atribut lainnya agar pesan dapat disampaikan dengan akurat dan efektif.



Gambar 2.12 *Font Anatomy*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/9992430415477131/>

Fungsi utama tipografi adalah membuat teks berguna dan mudah digunakan. Ini melibatkan fokus pada keterbacaan teks, sehingga huruf dan kata mudah dibaca dan dikenali. Dengan demikian, tujuan utama tipografi adalah memastikan teks dapat terbaca dengan jelas dan dipahami dengan baik oleh pembaca.

Perkembangan tipografi pada saat ini telah bertransformasi dari proses pembuatan manual (*hand drawn*) menjadi proses yang terkomputerisasi yang dikenal dengan istilah *Typeface*. Berikut merupakan beberapa klasifikasi huruf yang dibuat oleh James Craig.

a) *Roman/Serif*

Huruf *Roman* atau *Serif* memiliki ciri khas berupa tambahan ujung yang lancip atau berbentuk sirip/kaki/*serif* pada hurufnya. Karakteristiknya mencakup perbedaan yang kontras antara ketebalan dan ketipisan garis huruf. Hal ini menciptakan kesan klasik, anggun, dan feminim.

b) *Sans Serif*

Sans Serif adalah jenis huruf yang terkenal karena tidak memiliki dekorasi tambahan seperti sirip atau *serif* di ujungnya. Selain itu, ciri khas utamanya adalah keseragaman tebal hurufnya yang menciptakan kesan *modern* dan kontemporer. Karakteristik ini menekankan kesederhanaan dalam desain dan memberikan tampilan yang lebih bersih serta jelas. Biasanya, jenis huruf ini dipilih untuk desain yang membutuhkan penekanan pada kejelasan dan ketajaman visual, karena sifatnya yang efisien dan minim dekorasi.

c) *Script*

Huruf *Script* adalah jenis huruf yang menampilkan ciri-ciri tulisan tangan yang dibuat dengan pena, kuas, atau pensil tajam, dengan kecenderungan sering condong ke arah kanan. Tampilan ini memberikan kesan personal dan dekat, seolah-olah pesan tersebut ditulis secara langsung oleh individu. Karakteristik ini memberikan sentuhan tambahan keakraban dan keintiman pada teks atau desain yang menggunakan jenis huruf ini.

d) *Monospace*

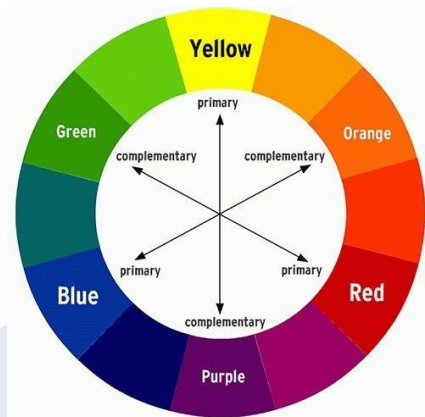
Monospace adalah jenis huruf di mana lebar setiap hurufnya sama, sehingga jarak antara huruf-huruf seperti W dan I akan seragam. Ciri ini menyoroti konsistensi dalam ukuran dan jarak antar huruf, yang menghasilkan tampilan yang teratur dan seragam. *Monospace* umumnya digunakan dalam pengaturan teks di mana keteraturan visual sangat penting, seperti dalam kode pemrograman atau dokumen yang memerlukan penataan yang teratur.

e) *Dekoratif/Miscellaneous*

Huruf Dekoratif atau *Miscellaneous* merupakan varian huruf yang dikembangkan dari bentuk-bentuk dasar yang telah ada, kemudian diberi hiasan, *ornament*, atau garis-garis dekoratif tambahan. Hal ini menambahkan unsur dekoratif dan *ornamental* pada huruf tersebut, menciptakan kesan yang kaya akan dekorasi dan detail. Karakteristiknya seringkali digunakan dalam konteks desain yang membutuhkan sentuhan artistik atau estetika yang lebih eksploratif dan dekoratif.

2.1.4 Warna/Color

Warna bisa dijelaskan secara objektif atau fisik sebagai karakteristik cahaya yang dipantulkan, namun juga dapat diinterpretasikan secara subjektif dan psikologis sebagai bagian dari pengalaman visual manusia. Secara objektif, warna adalah hasil dari panjang gelombang cahaya yang diterima oleh mata kita, yang kemudian diolah oleh otak untuk menghasilkan persepsi warna. Di sisi lain, secara subjektif, warna dapat mempengaruhi suasana hati, emosi, dan persepsi kita. Misalnya, warna biru sering dihubungkan dengan ketenangan dan profesionalisme, sementara warna merah dapat menimbulkan perasaan semangat atau urgensi. Kombinasi kedua pendekatan ini membuat warna menjadi elemen yang kompleks namun sangat penting dalam desain.



Gambar 2.13 *Color Wheel*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/985231162428503/>

Dalam desain, warna memiliki peran krusial karena dapat menambah dimensi atau nilai estetika pada sebuah karya. Penggunaan warna yang tepat dapat meningkatkan daya tarik visual suatu desain dan memberikan nilai tambah yang signifikan. Warna dapat digunakan untuk menciptakan kontras, mengarahkan perhatian, atau menyampaikan pesan tertentu. Oleh karena itu, pemilihan warna menjadi elemen yang sangat penting dalam proses desain. Seorang desainer harus memahami teori warna, asosiasi psikologis warna, dan cara warna bekerja dalam berbagai konteks untuk menciptakan karya yang efektif dan menarik. Dengan pemilihan dan penggunaan warna yang tepat, desain dapat mencapai tujuannya dengan lebih efisien dan memberikan dampak yang lebih kuat pada audiens.

2.1.4.1 Pembagian Warna

Warna dikelompokkan ke dalam empat kategori yang berbeda, yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan netral. Konsep kontras warna dapat diperinci menggunakan lingkaran warna Brewster.

a) Warna Primer

Warna primer merujuk pada warna-warna murni yang tidak dapat dihasilkan dari campuran warna lain. Misalnya, merah, kuning, dan biru adalah beberapa

contoh warna primer yang tidak dapat dipecah lagi menjadi warna lain melalui campuran.

b) Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan hasil dari perpaduan dua warna primer dengan perbandingan yang sama, yaitu 1:1. Sebagai contoh, warna jingga terbentuk dari percampuran merah dan kuning, hijau tercipta dari perpaduan biru dan kuning, sedangkan ungu dihasilkan dari pencampuran merah dan biru.

c) Warna Tersier

Warna tersier merupakan kombinasi dari satu warna primer dan satu warna sekunder, menghasilkan beragam variasi warna baru. Sebagai contoh, warna jingga kekuningan tercipta dari perpaduan warna kuning dan jingga, sementara hijau kekuningan terbentuk dari campuran warna kuning dan hijau.

d) Warna Netral

Warna netral adalah hasil dari mencampurkan ketiga warna dasar dalam proporsi yang sama, yaitu 1:1:1.

2.1.4.2 Dimensi Warna

Warna memiliki 3 dimensi, yang terdiri dari nuansa warna yang dihasilkan dari campuran hitam-putih sebagai sumbunya. Dimana dimensi warna menurut Munsell 3 dimensi warna adalah sebagai berikut:

a) Hue

Dimensi *Hue* atau Nama Warna adalah cara untuk mengidentifikasi dan menggambarkan warna berdasarkan nama alaminya. Seperti menggunakan nama “hijau alpokat” untuk menggambarkan warna hijau yang mirip dengan warna buah alpokat. Pengetahuan tentang

nama-nama warna ini memungkinkan kita untuk mengenali identitas warna dengan lebih mudah.

b) *Value*

Dimensi Nilai atau *Value* mengacu pada tingkat kecerahan suatu warna. Hal ini mencerminkan tingkat kecerahan atau kegelapan suatu warna. Sebagai contoh, warna putih memiliki nilai tertinggi karena kecerahannya, sedangkan warna hitam memiliki nilai terendah karena kegelapannya.

c) *Chroma*

Dimensi *Chroma* atau intensitas adalah ukuran kekuatan atau kelemahan warna, seberapa kuat atau lemahnya warna tersebut. Intensitas sendiri juga memiliki daya pancar warna dan kemurnian. Dalam konteks ini, intensitas merupakan sifat warna yang berkualitas yang dapat membuat warna itu berbicara, berteriak, maupun berbisik dengan nada yang lembut.

2.1.4.3 Kombinasi Warna

Ada dua metode yang dapat digunakan untuk mengatur kombinasi warna, yaitu metode analogus dan monokromatik.

a) Paduan Warna Secara Analogus

Penyusuaannya mengacu pada cara mengatur warna-warna yang berdekatan dengan roda warna primer. Dalam metode ini, warna-warna yang digunakan memiliki hubungan yang dekat satu sama dengan yang lainnya dalam spektrum warna, menciptakan paduan warna yang harmonis dan serasi. Sebagai contoh, perpaduan antara warna biru, ungu, dan merah ungu, perpaduan antara warna kuning, kuning jingga, dan jingga

b) Paduan Warna Secara Monokromatik

Penyusunannya melibatkan penggunaan variasi intensitas atau nilai yang berbeda dari satu warna dasar. Hal ini terjadi dengan melakukan penambahan atau mengurangi warna hitam atau putih, sehingga menciptakan perpaduan warna yang kohensif dan berpadu berdasarkan satu warna utama dengan variasi dalam tingkat kecerahan atau kegelapan. Sebagai contoh, perpaduan antara warna biru, biru muda, dan biru tua, perpaduan antara warna merah, merah muda, dan merah tua.

2.1.4.4 Psikolog Warna

Warna memiliki kemampuan dalam menyampaikan karakter dan emosi tertentu. Dalam desain, warna menjadi elemen yang sangat penting karena memiliki kemampuan untuk memengaruhi respon pengguna atau pembaca. Dalam konteks mendesain warna menjadi salah hal pertama yang harus diperhatikan oleh pengguna atau pembaca, terutama pada bagian latar belakangnya. Untuk mencapai desain warna yang efektif, langkah awalnya adalah memilih warna yang sesuai dengan tujuan dari suatu publikasi.

Berikut merupakan makna dan simbolis pada warna secara psikolog:

a) Merah

Warna merah memiliki dampak fisik dan sering dikaitkan dengan beberapa hal seperti kemarahan, keberanian, ketegasan, semangat, agresif, serta melambangkan bahaya.

b) Biru

Warna biru menciptakan kesan kepercayaan dan kejernihan pikiran. Selain itu, biru sering dikaitkan dengan kekuatan dan ketenangan, melambangkan keamanan, ketenangan, ketertiban, dan kedamaian.

Namun, warna biru juga bisa menimbulkan perasaan sedih dan kesepian.

c) Hijau

Warna hijau seringkali dikaitkan dengan alam dan cenderung disukai oleh individu yang memiliki kepribadian atau sifat yang tenang. Dalam konteks desain, warna hijau menggambarkan keharmonisan dan keseimbangan.

d) Kuning

Warna kuning seringkali digambarkan sebagai warna yang memiliki kesan hangat, cerah, energik, kebahagiaan, ingatan, kecerdasan, kekayaan, optimis, dan keagungan. Namun, warna kuning juga dapat memberikan perasaan pengecut dan kesakitan.

e) Ungu

Warna ungu sering kali dianggap sebagai simbol dari kreativitas, ketidakterdugaan, dan spiritualitas. Dikarenakan warna ungu jarang di temui di alam, warna ungu seringkali dikaitkan dengan kemewahan dan kebijaksanaan. Namun, warna ungu juga bisa memberikan kesan kurang pasti dan kesendirian.

f) Jingga

Warna jingga melambangkan semangat berpetualang, kreativitas, serta kemampuan dalam berinteraksi sosial. Warna ini juga biasanya dikaitkan dengan energi positif dan rasa percaya diri yang menghangatkan dan menguatkan.

g) Coklat

Warna coklat adalah warna alami yang menggambarkan kekuatan hidup dan pondasi kehidupan. Warna ini seringkali dikaitkan dengan konsep keamanan,

ketergantungan, keselamatan, dan ketahanan. Namun, warna coklat juga memberikan kesan dominan yang kaku, tanpa emosi, sedih, sepi, dan sikap yang pesimis.

h) Abu-abu

Warna abu-abu seringkali dikaitkan sebagai keseriusan, tanggung jawab, dan independensi. Namun, kebanyakan dari warna abu-abu cenderung membosankan dan kurang mengkomunikasikan pesan.

i) Magenta

Warna magenta mencerminkan karakter feminisme, dengan kesan yang lembut, romantis, dan penuh perhatian. Makna dari warna magenta sendiri seringkali dikaitkan dengan konsep cinta.

j) Putih

Warna putih melambangkan kesucian, kepolosan, dan kecerahan, serta menciptakan kesan luas, kosong, bebas, dan terbuka. Warna ini juga dapat diinterpretasikan sebagai simbol kebersihan, kesederhanaan, dan permulaan yang baru. Namun, disisi lain warna putih dapat memberikan kesan dingin, terisolasi, dan mencolok.

k) Hitam

Warna hitam seringkali dikaitkan dengan suasana gelap, suram, dan menakutkan, serta menyimbolkan kecanggihan dan kesan formal. Dalam psikologi warna, setiap warna memiliki karakteristik dan asosiasi yang berbeda, seperti halnya warna hitam seringkali diasosiasikan dengan konsep kematian.

2.1.4.5 Sistem Warna

Sistem Warna atau *Color System* merupakan sistem warna digital yang diterapkan untuk mencetak *output* dari perangkat digital. Dalam *system* ini, terdapat lebih dari 15 juta warna yang tersedia,

sebuah jumlah yang luar biasa besar. Hal ini di mungkinkan terjadinya karena adanya sumber cahaya dalam suatu perangkat digital yang tidak ada di dunia nyata, yang menghasilkan beragam karakteristik dan variasi warna yang berbeda-beda. Untuk saat ini, terdapat dua sistem warna yang sering digunakan.

a) RGB

Warna *RGB* merupakan sistem warna *additive* yang digunakan untuk menampilkan dan memproduksi gambar pada perangkat elektronik layaknya komputer, televisi, dan kamera digital. Sistem ini sangat penting untuk tampilan di layer komputer, karena warna latar belakangnya adalah hitam. *RGB* sendiri mewakili tiga warna dasar yaitu Merah (*Red*), Hijau (*Green*), dan Biru (*Blue*).

b) CMYK

Warna *CMYK* adalah sistem warna yang secara umum digunakan dalam proses cetak dan percetakan. Singkatan *CMYK* merujuk pada empat warna dasar yang digunakan dalam proses cetak, yaitu *Cyan* (Biru Hijau), *Magenta* (Ungu Merah), *Yellow* (Kuning), dan *Black* (Hitam). Kombinasi dari ke-4 warna ini memungkinkan untuk terciptanya berbagai warna yang diperlukan dalam proses cetak.

2.2 Media Informasi

Joseph Turow (2014) menyatakan bahwa media adalah alat untuk menyampaikan pesan, yang memfasilitasi proses penciptaan dan penyebaran informasi dari pengirim kepada penerimanya melalui alur komunikasi. Dari hal tersebut informasi sendiri berasal dari fakta yang tersusun atas data-data faktual yang telah dikumpulkan dan di analisa untuk menghasilkan kesimpulan tentang suatu individu, objek, tempat, atau peristiwa tertentu.

Melalui pemahaman tentang peran media dan juga informasi, dapat disimpulkan bahwa media informasi adalah sebuah wadah atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang didasarkan pada data faktual kepada target audiens atau penerima informasi.

2.2.1 Tujuan Media Informasi

Menurut Joseph Turow (2014) menyatakan bahwa tujuan media informasi dibagi menjadi 5 bagian, diantaranya yaitu:

a) Media sebagai hiburan

Media hiburan memiliki sebuah tujuan utama yaitu untuk memuaskan kebutuhan pengguna dengan konten yang menghibur. Hal ini sangat penting dikarenakan manusia adalah makhluk yang sering mencari hiburan dalam kehidupan sehari-hari. Contoh media hiburan meliputi komedi, berita menarik, sinetron, dan berbagai bentuk hiburan lainnya. Melalui media ini, pengguna dapat melarikan diri sejenak dari rutinitas melelahkan dan menikmati waktu luang dengan konten yang menyenangkan, dikarenakan media ini memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan akan kesenangan.

b) Media sebagai sahabat

Media sebagai sahabat memiliki tujuan yaitu untuk menemani dan memberikan kenyamanan serta ketenangan kepada audiensnya, mengurangi rasa stress, kesepian, serta meningkatkan mood audiens. Media ini berperan penting sebagai wadah untuk para individu yang merada kesepian yang dapat diandalkan untuk menyediakan kehangatan persahabatan dalam situasi isolasi atau kurangnya interaksi sosial fisik. Contoh media sahabat seperti film, musik, buku, dan *platform* sosial, dimana hal ini memungkinkan individu dapat terhubung dengan dunia luar, menemukan cerita, pengalaman, dan dukungan emosional.

c) Media sebagai penafsiran

Media sebagai penafsiran memiliki tujuan utama yaitu untuk membantu audiens dalam merespon fenomena dengan menyajikana data yang sudah di analisis. Sebagai *platform* pembelajaran dan analisis, media memberikan konteks pada informasi yang beredar, memungkinkan individu mencari alasan, dan mengambil Tindakan. Dengan laporan, analisis, dan pendapat, media dapat membantu memberikan pemahaman makna informasi serta memberi ruang diskusi isu-isu kompleks. Dengan begitu, setiap individu dapat memperoleh pemahaman yang mendalam, mengumpulkan informasi, menganalisis, dan mengambil keputusan bijak. Media ini juga mengkristisi dan mengevaluasi informasi, membantu mengungkap kebenaran, dan memungkinkan individu untuk membuat keputusan yang lebih cerdas dan bertanggung jawab.

d) Media sebagai pengawasan

Media sebagai pengawasan memiliki peran yang penting dalam memberikan informasi tentang berbagai peristiwa yang sedang terjadi di masyarakat atau lingkungan sekitarnya. Media ini bertindak sebagai pengawas dengan menyediakan laporan-laporan yang mencakup beragam aspek kehidupan, seperti laporan keuangan atau laporan cuaca. Sebagai contoh, laporan saham memberikan informasi tentang perkembangan pasar keuangan dan investasi, sementara laporan cuaca membantu masyarakat dalam merencanakan aktivitasnya berdasarkan perkiraan cuaca. Dengan penggunaan media ini, masyarakat dapat tetap terinformasi dan memahami kondisi di sekitar mereka.

e) Media sebagai banyak kegunaan

Media ini merupakan media yang bervariasi dapat dianggap sebagai gabungan berbagai tujuan yang dapat dicapai dengan

menggunakan berbagai jenis media. Penggunaan media ini tidak terbatas pada satu jenis media saja, melainkan melibatkan beragam media untuk mencapai tujuan yang berbeda. Dengan pemanfaatan media-media tersebut, individu atau organisasi dapat menggabungkan kekuatan unik dari setiap media untuk mencapai tujuan yang diinginkan. sebagai contoh, media sosial dapat digunakan bersamaan dengan media cetak dan elektronik untuk pemasaran yang lebih efektif, atau gabungan media audio dan visual yang dapat digunakan dalam kampanye promosi dengan tujuan ingin menyampaikan pesan yang kuat kepada audiensnya. Melalui pendekatan ini memungkinkan eksploitasi kelebihan masing-masing media dan mencapai audiens yang lebih luas, memenuhi kebutuhan komunikasi, serta meningkatkan efektivitas pesan yang ingin disampaikan.

2.2.2 Jenis-Jenis Media Informasi

Media Informasi menurut Baer (2021) melalui bukunya yang berjudul *Information Design Workbook*, mengkategorikan media informasi menjadi tiga jenis yang berbeda, yaitu:

a) *Printed Matter*

Printed Matter adalah media informasi manual yang digunakan untuk menarik perhatian peminat pembaca dan menyampaikan pesan secara efektif melalui komunikasi cetak yang jelas. Media ini biasa digunakan untuk menyajikan teks, gambar, dan ilustrasi dengan tujuan memberikan informasi, hiburan, atau Pendidikan kepada pembaca. Sebagai contoh ilustrasi pada *Printed Matter* termasuk poster, *flyer*, karya sastra, dan materi promosi lainnya, yang berfungsi untuk memperkaya konten dengan elemen visual yang menarik dan membantu memperjelas yang ingin disampaikan. Dengan adanya ilustrasi,

Printed Matter menjadi lebih menarik dan memberikan pengalaman visual yang kaya kepada pembaca.

b) *Screen Based*

Media informasi berbasis layar atau *Screen Based* adalah bentuk media digital yang terdapat dalam struktur layer tertentu. Media ini memberikan aksesibilitas yang lebih mudah untuk digunakan bagi audiens dibandingkan dengan media cetak. Contoh media berbasis layar mencakup *e-book*, situs *web*, *e-flyer*, *e-poster*, dan *mobile application*. Keunggulan dari media ini adalah kemampuannya dalam memberikan interaksi yang lebih dinamis dan konten yang mudah untuk diperbarui. Dengan demikian, media berbasis layar ini menjadi pilihan yang terbaik dalam penyediaan informasi serta hiburan bagi masyarakat *modern*.

c) *Environmental*

Media informasi lingkungan atau *environmental* digunakan sebagai panduan bagi audiens untuk menentukan lokasi tertentu dan memiliki dampak yang signifikan pada pemahaman audiens terhadap suatu hal. Salah satu bentuk dari media informasi lingkungan adalah tanda-tanda penunjuk arah (*signage*). Tanda-tanda ini tidak hanya membantu audiens dalam menavigasi lokasi, namun juga dapat menyampaikan informasi penting tentang tempat tersebut, seperti aturan, fasilitas, atau informasi lainnya yang relevan, dengan begitu, *signage* menjadi salah satu aspek penting dalam memfasilitasi interaksi dan pengalaman pengguna di lingkungan tertentu.

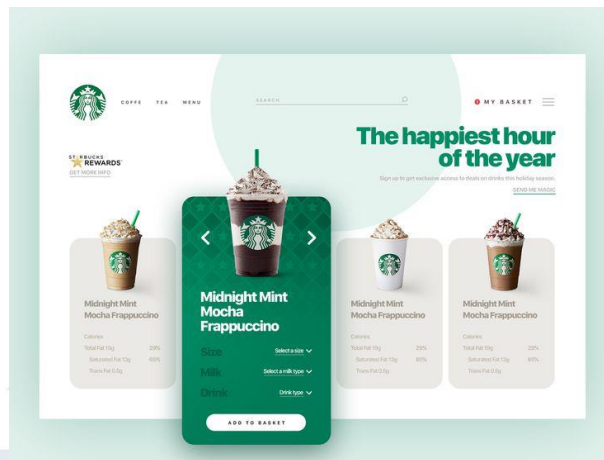
2.3 Media Interaktif

Media interaktif adalah sebuah *platform* atau alat komunikasi yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses pertukaran informasi. Dalam literatur, media interaktif sering dijelaskan sebagai kombinasi antara media tradisional dan teknologi interaktif yang memungkinkan pengguna

untuk berinteraksi langsung dengan konten yang disajikan. Menurut Kaswar, et al., (2023), media interaktif memiliki tiga karakteristik utama: responsif, partisipatif, dan adaptif. Karakteristik responsif mengacu pada kemampuan media untuk merespons aksi pengguna dengan cepat dan sesuai. Sementara itu, karakteristik partisipatif menekankan pentingnya keterlibatan pengguna dalam proses interaksi, baik melalui pemilihan, manipulasi, atau penyuntingan konten. Terakhir, karakteristik adaptif menyoroti kemampuan media untuk menyesuaikan konten atau pengalaman berdasarkan preferensi atau perilaku pengguna.

2.3.1. Website

Website adalah sistem informasi interaktif yang memungkinkan adanya interaksi dua arah antara pengguna dan konten yang disajikan (Jafnihirda, et al., 2023). Konsep ini menekankan pentingnya interaksi pengguna dengan *website* sebagai proses dinamis yang memungkinkan penyampaian informasi lebih efektif dan pengalaman pengguna yang lebih memuaskan. Dalam literatur, *website* sering dianggap sebagai saluran komunikasi yang memungkinkan organisasi atau individu untuk menyampaikan informasi, mempromosikan produk atau layanan, serta berinteraksi dengan pengguna atau audiens mereka. Dalam pengembangan *website*, ada berbagai prinsip dan konsep yang perlu diperhatikan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Salah satu prinsip utama dalam desain *website* adalah keterbacaan dan kejelasan informasi. Pengguna cenderung meninggalkan *website* jika mereka tidak dapat menemukan informasi yang mereka cari dengan cepat dan mudah (Edityastono, et al., 2023). Oleh karena itu, desain *website* harus memperhatikan tata letak yang jelas, navigasi yang intuitif, dan penggunaan teks yang mudah dipahami untuk memastikan keterbacaan informasi yang optimal.



Gambar 2.14 Starbucks Website
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/366339750951090323/>

Selain keterbacaan, prinsip aksesibilitas juga sangat penting dalam desain *website*. Aksesibilitas mengacu pada kemampuan *website* untuk diakses dan digunakan oleh semua orang, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan fisik atau sensorik. Menurut *World Wide Web Consortium (W3C)*, sebuah *website* yang baik harus dirancang sesuai dengan panduan aksesibilitas seperti *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)* agar konten *website* dapat diakses dengan mudah oleh semua pengguna, termasuk mereka yang menggunakan teknologi bantu.

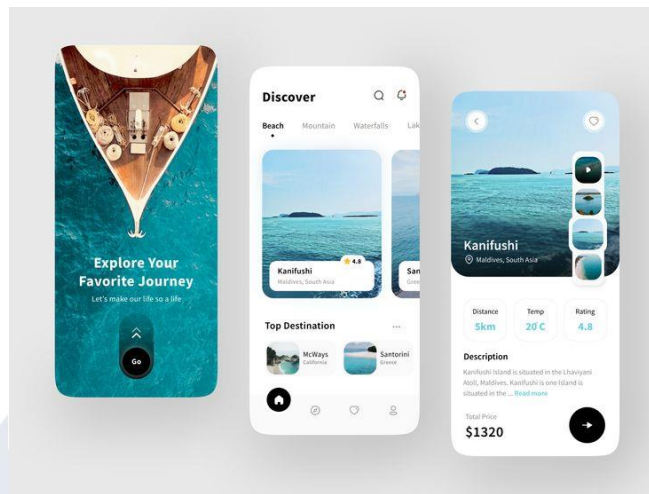
Selanjutnya, penggunaan teknologi dan fitur interaktif juga berperan penting dalam pengembangan *website*. *Website modern* sering memanfaatkan teknologi seperti *HTML5*, *CSS3*, dan *JavaScript* untuk menciptakan pengalaman pengguna yang interaktif dan menarik (Mahendra, 2023). Fitur-fitur seperti animasi, efek transisi halaman, dan formulir interaktif dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan memperkuat pesan yang disampaikan melalui *website*. Dalam konteks pengembangan *website* untuk meningkatkan produktivitas dewasa muda, pemahaman tentang prinsip-prinsip desain dan pengembangan *website* sangat penting. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, pengembang dapat merancang *website* yang tidak hanya informatif dan mudah digunakan, tetapi juga interaktif dan menarik bagi pengguna. Melalui penggunaan teknologi dan fitur interaktif

yang tepat, *website* dapat menjadi alat efektif untuk membantu dewasa muda dalam mencari informasi, membangun jejaring, dan meningkatkan produktivitas mereka di tempat kerja

2.3.2. Aplikasi

Aplikasi merupakan perangkat lunak yang dirancang untuk menjalankan fungsi tertentu pada perangkat elektronik seperti *smartphone*, *tablet*, atau komputer (Alifah, et al., 2023). Melalui pengembangan aplikasi, pemahaman konsep, dan prinsip-prinsip dasar aplikasi, seperti *User Experience (UX)* dan *User Interface (UI)* menjadi hal yang penting untuk diperhatikan untuk memberikan pengalaman yang terbaik kepada pengguna aplikasi tersebut. Berdasarkan pengalaman pengguna yang baik terbagi menjadi 4 bagian utama, yaitu kegunaan, kepuasan, aksesibilitas, dan kegembiraan. Untuk antarmuka pengguna yang efektif diperlukan intuitif, efisien, dan menarik bagi penggunanya, Kivijarvi, Parnanen, (2023).

Di era digital saat ini, pengguna sering menggunakan berbagai perangkat dan *platform* berbeda, seperti *IOS*, *Android*, dan *web*. Oleh karena itu, pengembangan aplikasi yang dapat diakses di berbagai *platform* menjadi penting untuk memastikan jangkauan penggunaan yang luas. Salah satu pendekatan yang bisa digunakan adalah pengembangan lintas *platform*, seperti *React Native* atau *Flutter*. Selain itu, keamanan menjadi faktor penting yang harus diperhatikan, karena aplikasi sering mengakses dan menyimpan data sensitif pengguna, seperti informasi pribadi dan finansial. Oleh karena itu, perancang harus memastikan bahwa aplikasinya memenuhi standar keamanan yang tinggi untuk mengatasi potensi kerentanan keamanan. Terutama dalam bentuk aplikasi *mobile*.



Gambar 2.15 *Travel Mobile App*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/1407443625334877/>

Aplikasi *mobile*, yang merupakan hasil dari pengembangan aplikasi untuk perangkat seperti *handphone* atau *smartphone* dan sering kali sudah ada sejak proses manufaktur sebagai aplikasi bawaan, telah menjadi salah satu bentuk media interaktif paling populer dan melekat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat *modern*. Seiring dengan kemajuan teknologi *smartphone* dan *tablet*, aplikasi *mobile* telah mengubah cara kita berinteraksi dengan informasi, hiburan, dan layanan, menawarkan kemudahan akses, portabilitas, dan fungsionalitas yang lebih tinggi dibandingkan media tradisional (Nugroho, 2020). Dalam konteks perancangan untuk persiapan berkemah, aplikasi *mobile* dapat memainkan peran penting dengan menyediakan peta interaktif, informasi cuaca, daftar peralatan, panduan aktivitas, *tips* keselamatan, resep masakan *outdoor*, serta fitur komunikasi dengan kelompok atau tim pendukung, sehingga memudahkan perencanaan dan memastikan pengalaman berkemah yang lebih aman dan menyenangkan.

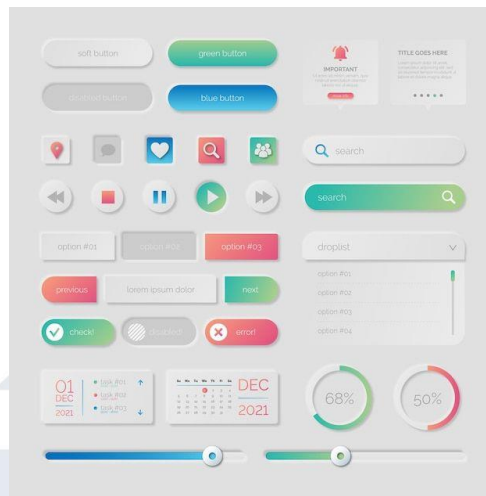
Namun, pembuatan aplikasi memerlukan pertimbangan matang terkait desain, pengembangan, dan distribusi. Desain antarmuka pengguna yang intuitif dan responsif sangat penting untuk memastikan pengalaman yang memuaskan dan efisien (Hajizah, 2024). Pengembangan aplikasi *mobile* membutuhkan pengetahuan teknis dan keterampilan pemrograman khusus, serta perhatian terhadap keamanan dan privasi data pengguna. Distribusi

aplikasi melalui platform seperti Google Play Store atau Apple App Store memerlukan proses verifikasi dan persetujuan yang ketat, serta strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau target audiens. Meskipun aplikasi *mobile* memiliki kelebihan seperti hanya memerlukan satu *domain*, tampilan visual yang menarik, kualitas dan keamanan yang terjamin, kemampuan berfungsi meskipun *offline*, serta performa yang cepat dan baik, ada juga kekurangan seperti biaya pengembangan dan pemeliharaan yang mahal, siklus pengembangan yang lambat, dan keterbatasan pada perangkat atau sistem operasi yang ditargetkan.

2.4 User Interface (UI)

User Interface (UI) merupakan segala hal yang memfasilitasi interaksi antara pengguna dengan sistem atau perangkat, seperti layar, tombol, ikon, dan elemen-elemen grafis dan interaktif lainnya (Huda, 2023). Desain *UI* memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang intuitif, efisien, dan memuaskan. Salah satu aspek kunci dari *UI* adalah kegunaan, yang mengacu pada kemudahan penggunaan dan pemahaman antarmuka oleh pengguna. Desain *UI* yang efektif harus mempertimbangkan semua aspek ini untuk menciptakan pengalaman pengguna yang optimal. Prinsip tata letak dan desain visual juga sangat penting dalam desain *UI*, membantu pengguna untuk menavigasi antarmuka dengan mudah dan meningkatkan daya tarik visual aplikasi atau situs *web*. Prinsip-prinsip desain seperti keseimbangan, ritme, kontras, dan hierarki visual digunakan untuk menciptakan tata letak dan desain yang efektif.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.16 *User Interface (UI)*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/648588783865440917/>

Selain itu, interaktivitas juga merupakan aspek penting dari desain *UI*, yang mengacu pada kemampuan pengguna untuk berinteraksi dengan elemen antarmuka pengguna seperti tombol, formulir, atau animasi. Menurut Rachman et al (2023), penggunaan interaktivitas yang tepat dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan menciptakan pengalaman yang lebih dinamis dan menyenangkan. Perkembangan teknologi seperti layar sentuh, sensor gerak, dan pengenalan suara membuka peluang baru dalam desain *UI* yang lebih interaktif dan responsif. Selain itu, *platform* seperti perangkat *mobile* dan *Internet of Things (IoT)* juga memerlukan pendekatan desain yang berbeda untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna.

Dalam konteks pengembangan aplikasi dan situs *web*, pemahaman yang mendalam tentang desain *UI* menjadi sangat penting. Dengan menerapkan prinsip-prinsip dan teknik desain *UI* yang tepat, pengembang dapat menciptakan antarmuka pengguna yang menarik, mudah digunakan, dan efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Desain *UI* yang baik juga dapat meningkatkan kepuasan pengguna, memperpanjang waktu penggunaan, dan meningkatkan retensi pengguna.

2.4.1. *Usability*

Menurut Maulina (2023), *usability* adalah ukuran seberapa mudah dan efisien pengguna dapat menggunakan suatu produk untuk mencapai tujuan mereka dengan sukses. Konsep ini menjadi bagian yang tak terpisahkan dari desain antarmuka pengguna (*UI*) dan pengembangan produk, berdampak pada keseluruhan pengalaman pengguna dari awal interaksi hingga penyelesaian.

2.4.2. *Learnability*

Menurut Huda (2023), antarmuka pengguna (*UI*) merupakan segala hal yang memfasilitasi interaksi antara pengguna dengan sistem atau perangkat, seperti layar, tombol, ikon, dan elemen-elemen grafis dan interaktif lainnya. Desain *UI* memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang intuitif, efisien, dan memuaskan. Salah satu aspek kunci dari *UI* adalah kegunaan, yang mengacu pada kemudahan penggunaan dan pemahaman antarmuka oleh pengguna. Desain *UI* yang efektif harus mempertimbangkan semua aspek ini untuk menciptakan pengalaman pengguna yang optimal. Prinsip tata letak dan desain visual juga sangat penting dalam desain *UI*, membantu pengguna untuk menavigasi antarmuka dengan mudah dan meningkatkan daya tarik visual aplikasi atau situs *web*. Prinsip-prinsip desain seperti keseimbangan, ritme, kontras, dan hierarki visual digunakan untuk menciptakan tata letak dan desain yang efektif.

Selain itu, interaktivitas juga merupakan aspek penting dari desain *UI*, yang mengacu pada kemampuan pengguna untuk berinteraksi dengan elemen antarmuka pengguna seperti tombol, formulir, atau animasi. Menurut Rachman et al (2023), penggunaan interaktivitas yang tepat dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan menciptakan pengalaman yang lebih dinamis dan menyenangkan. Perkembangan teknologi seperti layar sentuh, sensor gerak, dan pengenalan suara membuka peluang baru dalam desain *UI* yang lebih interaktif dan responsif. Selain itu, *platform* seperti

perangkat *mobile* dan *Internet of Things* (IoT) juga memerlukan pendekatan desain yang berbeda untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna.

Dalam konteks pengembangan aplikasi dan situs *web*, pemahaman yang mendalam tentang desain *UI* menjadi sangat penting. Dengan menerapkan prinsip-prinsip dan teknik desain *UI* yang tepat, pengembang dapat menciptakan antarmuka pengguna yang menarik, mudah digunakan, dan efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Desain *UI* yang baik juga dapat meningkatkan kepuasan pengguna, memperpanjang waktu penggunaan, dan meningkatkan retensi pengguna.

2.4.3. Efficiency

Menurut Komariah dan Lutfiyana (2023), *efficiency* merupakan faktor yang mengevaluasi seberapa cepat dan mudahnya pengguna dapat menyelesaikan tugas-tugas mereka menggunakan suatu produk atau sistem. Konsep ini meliputi kemampuan pengguna untuk mengoperasikan antarmuka dengan cepat, menjalankan tindakan-tindakan yang dibutuhkan tanpa hambatan berarti, dan mencapai tujuan mereka secara efisien. Efisiensi memiliki peran yang krusial dalam pengalaman pengguna karena dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi tingkat frustrasi saat menggunakan produk.

Desain yang memprioritaskan efisiensi sering melibatkan pengurangan jumlah langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas, penyederhanaan tata letak antarmuka, serta pemanfaatan fitur-fitur seperti pintasan keyboard dan perintah berbasis teks. Selain itu, responsivitas dan interaktivitas desain juga dapat meningkatkan efisiensi dengan memfasilitasi pengguna agar dapat bergerak dengan lancar dan cepat di dalam antarmuka. Evaluasi dan perbaikan terus-menerus atas kinerja produk juga merupakan langkah kunci dalam meningkatkan efisiensi, karena memungkinkan pengembang untuk mengidentifikasi dan mengatasi kendala-kendala yang dapat menghambat pengguna dalam menyelesaikan tugas mereka secara cepat dan efisien. Dengan meningkatkan efisiensi, pengembang dapat

menciptakan produk yang tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga membantu pengguna dalam bekerja lebih cepat dan lebih efektif.

2.4.4. Memorability

Menurut Nursifa (2023), *memorability*, yang merujuk pada kemampuan untuk diingat, adalah aspek yang mengevaluasi seberapa mudah pengguna dapat mengingat cara menggunakan suatu produk atau sistem setelah beberapa waktu tidak menggunakannya. Konsep ini mencakup kemampuan pengguna untuk mengingat lokasi tombol, fungsi-fungsi kunci, dan alur kerja umum dari suatu aplikasi atau situs *web*. Memiliki *memorability* yang baik menjadi penting karena sering kali pengguna tidak menggunakan suatu produk secara teratur, dan kemampuan mereka untuk mengingat kembali cara menggunakan produk tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dan keseluruhan pengalaman pengguna. Desain yang mudah diingat sering kali melibatkan penggunaan tata letak yang konsisten, simbol-simbol yang jelas dan intuitif, serta alur kerja yang terorganisir dengan baik.

Fitur-fitur seperti *bookmarking*, riwayat aktivitas, dan preferensi pengguna yang disimpan secara otomatis juga dapat membantu meningkatkan *memorability* dengan memungkinkan pengguna untuk dengan cepat mengakses informasi yang diperlukan atau mengulangi tugas yang sering dilakukan tanpa harus mengandalkan pada ingatan mereka sendiri. Evaluasi terus-menerus terhadap pengalaman pengguna juga merupakan langkah penting dalam meningkatkan *memorability*, karena memungkinkan pengembang untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah-masalah yang mungkin membuat pengguna kesulitan dalam mengingat cara menggunakan produk. Dengan meningkatkan *memorability*, pengembang dapat menciptakan produk yang lebih mudah digunakan dan membantu pengguna untuk tetap produktif dan efisien meskipun mereka tidak menggunakan produk secara teratur.

2.4.5. Errors

Menurut Larasati (2020), *errors* atau kesalahan, adalah aspek yang menilai seberapa sering dan seberapa parah kesalahan yang dilakukan oleh pengguna saat menggunakan suatu produk atau sistem. Kesalahan ini bisa disebabkan oleh *input data* yang salah, tindakan yang tidak diinginkan, atau kesulitan dalam berinteraksi dengan antarmuka pengguna. Konsep ini juga mencakup kemampuan sistem untuk mendeteksi dan memperbaiki kesalahan yang terjadi selama penggunaan. Meskipun kesalahan adalah hal yang umum dalam penggunaan produk atau sistem, jumlah dan tingkat kesalahan yang tinggi dapat mengurangi kegunaan dan meningkatkan frustrasi pengguna. Desain yang meminimalkan kesalahan biasanya melibatkan penyediaan umpan balik yang jelas dan tepat waktu kepada pengguna, peringatan sebelum melakukan tindakan yang tidak dapat dibatalkan, serta penggunaan kontrol dan validasi yang kuat untuk menghindari kesalahan *input data*.

Selain itu, fitur-fitur seperti pemulihan dari kesalahan, pembatalan tindakan, dan bantuan yang mudah diakses juga dapat membantu mengurangi dampak kesalahan dan meningkatkan kepuasan pengguna. Evaluasi dan perbaikan kontinu terhadap sistem juga merupakan langkah penting dalam mengurangi kesalahan, karena memungkinkan pengembang untuk mengidentifikasi dan memperbaiki masalah yang mungkin menjadi penyebab kesalahan. Dengan mengurangi kesalahan, pengembang dapat menciptakan produk yang lebih dapat diandalkan dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih lancar dan tanpa hambatan, meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna secara keseluruhan.

2.4.6. Satisfaction

Menurut Huda (2023), *satisfaction*, atau kepuasan pengguna, adalah faktor yang mengevaluasi seberapa puas pengguna merasa terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan suatu produk atau sistem. Konsep ini mencakup berbagai faktor, termasuk tingkat kepercayaan, kebebasan dari kekecewaan, dan sejauh mana produk tersebut memenuhi harapan pengguna.

Kepuasan pengguna menjadi sangat penting karena dapat memengaruhi pandangan pengguna terhadap produk atau sistem, tingkat retensi pengguna, dan rekomendasi kepada orang lain. Desain yang mengutamakan kepuasan pengguna sering kali melibatkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan, keinginan, dan preferensi pengguna, serta usaha untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka. Fitur-fitur seperti kemampuan kustomisasi, umpan balik yang positif, dan penghargaan pengguna juga dapat berperan dalam meningkatkan kepuasan pengguna dengan memberikan pengalaman yang lebih personal dan memuaskan.

Evaluasi yang berkelanjutan terhadap pengalaman pengguna juga merupakan langkah penting dalam meningkatkan kepuasan, karena memungkinkan pengembang untuk mengidentifikasi dan memperbaiki masalah yang mungkin mengurangi tingkat kepuasan pengguna. Dengan meningkatkan kepuasan pengguna, pengembang dapat menciptakan produk atau sistem yang tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan bagi pengguna, sehingga meningkatkan tingkat retensi dan loyalitas pengguna secara keseluruhan.

2.4.7. *Application/Website Navigation*

Menurut Almayda (2022), *navigation*, atau navigasi dalam konteks aplikasi atau situs *web*, merujuk pada seberapa lancar pengguna dapat mengarahkan diri mereka sendiri melalui antarmuka pengguna untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan. Konsep ini mencakup kemudahan dalam menemukan informasi, berpindah antara halaman atau layar, dan menyelesaikan tugas-tugas yang diinginkan oleh pengguna. Navigasi yang efisien adalah hal yang krusial karena dapat memengaruhi produktivitas, efisiensi, dan kepuasan pengguna secara keseluruhan. Desain yang memberikan prioritas pada navigasi sering kali melibatkan penggunaan struktur yang terorganisir dengan baik, *menu* yang jelas dan mudah dimengerti, serta tautan yang mudah diidentifikasi. Fitur-fitur seperti pencarian yang kuat, navigasi kontekstual, dan navigasi berlapis juga dapat

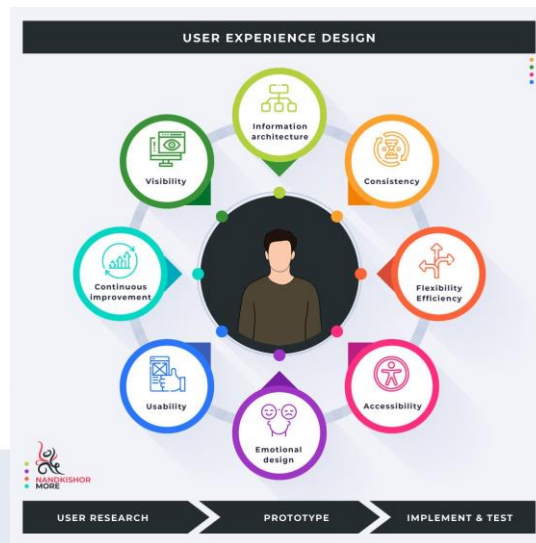
membantu meningkatkan pengalaman navigasi dengan memberikan pengguna cara yang intuitif untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan. Evaluasi yang berkelanjutan terhadap navigasi juga merupakan langkah penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna, karena hal ini memungkinkan pengembang untuk mengidentifikasi dan memperbaiki masalah-masalah yang mungkin menghambat navigasi yang lancar.

Dengan meningkatkan navigasi, pengembang dapat menciptakan aplikasi atau situs *web* yang lebih mudah digunakan, membantu pengguna untuk menemukan informasi dengan cepat dan tanpa hambatan, sehingga meningkatkan efisiensi dan produktivitas pengguna secara keseluruhan.

2.5 *User Experience (UX)*

Menurut Ardodi dan Pasaribu (2024), *User Experience (UX)* adalah pendekatan menyeluruh yang membutuhkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan, keinginan, dan preferensi pengguna. Tujuannya adalah menciptakan pengalaman yang memuaskan, efektif, dan bermakna bagi pengguna, yang sangat mempengaruhi keberhasilan produk atau sistem dalam dunia desain. Konsep *UX* mencakup berbagai aspek seperti desain antarmuka pengguna (*UI*), kegunaan (*usability*), tata letak (*layout*), interaktivitas, dan emosi pengguna, yang semuanya saling berhubungan dan saling mempengaruhi.

Salah satu aspek krusial dari *UX* adalah penerapan metode penelitian dan pengujian yang komprehensif untuk memahami kebutuhan dan perilaku pengguna, seperti wawancara, pengamatan lapangan, survei, dan uji coba pengguna. Dengan demikian, desainer dapat memperoleh wawasan yang mendalam tentang preferensi, kesulitan, dan harapan pengguna terhadap produk atau sistem tertentu. Proses iteratif juga menjadi bagian integral dari *UX*, yang melibatkan pengujian prototipe, penerimaan umpan balik dari pengguna, serta perbaikan dan peningkatan desain berkelanjutan. Pendekatan ini memastikan bahwa produk akhir tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna, tetapi juga memberikan pengalaman yang optimal.



Gambar 2.17 *User Experience (UX)*
 Sumber: Nandkishor More (2023)

Aspek lain dari *UX* adalah fokus pada empati terhadap pengguna, yang memungkinkan desainer untuk memahami dan merasakan pengalaman pengguna dari perspektif mereka. Hal ini memungkinkan pembuatan desain yang memperhatikan kebutuhan dan perasaan pengguna, sehingga pengalaman pengguna menjadi lebih bermakna dan memuaskan.

User Experience bukanlah tanggung jawab tunggal dari desainer *UI*, melainkan merupakan usaha kolaboratif yang melibatkan berbagai disiplin ilmu seperti desain grafis, pengembangan perangkat lunak, dan manajemen produk. Komunikasi yang efektif dan kolaborasi tim yang baik sangat diperlukan untuk mencapai tujuan *UX* yang diinginkan. Dengan memperhatikan konsep dan praktik terkait dengan *UX*, desainer dapat menciptakan produk atau sistem yang tidak hanya fungsional dan efisien, tetapi juga secara optimal memenuhi kebutuhan, keinginan, dan preferensi pengguna. Hal ini menjadi kunci untuk memastikan bahwa produk akhir tidak hanya berhasil secara teknis, tetapi juga memberikan pengalaman yang memuaskan dan bermakna bagi pengguna.

2.5.1. Prinsip *User Experience (UX) Design*

Prinsip-prinsip Desain Pengalaman Pengguna (*UX*) berfungsi sebagai panduan bagi desainer dalam merancang produk atau sistem dengan fokus pada menciptakan pengalaman pengguna yang optimal. Prinsip-prinsip ini

membantu desainer untuk memahami secara mendalam kebutuhan, keinginan, dan preferensi pengguna serta untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan dan bermakna bagi mereka. Beberapa prinsip *UX* yang umumnya diterapkan meliputi:

a) Orientasi pada Pengguna (*User-Centricity*)

Prinsip ini menyoroti urgensi memahami pengguna secara personal dan mengadaptasi desain produk atau sistem sesuai dengan kebutuhan mereka. Sesuai dengan penelitian Yusa et al (2023), desainer diharapkan untuk memperhitungkan karakteristik demografis, preferensi, dan tujuan pengguna dalam seluruh proses desain.

b) Kesederhanaan dan Kecerdasan (*Simplicity and Intuitiveness*)

Desain perlu simpel dan dapat dipahami tanpa memerlukan penjelasan yang rumit. Antarmuka haruslah intuitif sehingga pengguna bisa dengan lancar menavigasinya tanpa mengalami kebingungan atau kehilangan arah.

c) Konsistensi (*Consistency*)

Konsistensi dalam desain antarmuka pengguna membantu memastikan bahwa pengguna merasakan kelancaran dalam pengalaman mereka. Hal ini melibatkan keseragaman dalam aspek visual, fungsional, dan konseptual di seluruh produk atau sistem.

2.5.2. Mengembangkan Desain *User Experience (UX)*

Proses pengembangan Desain Pengalaman Pengguna (*UX*) melibatkan serangkaian tindakan dan metodologi yang digunakan untuk merancang dan menerapkan pengalaman pengguna yang optimal dalam suatu produk atau sistem. Langkah-langkah ini memerlukan pemahaman yang komprehensif terhadap kebutuhan dan preferensi pengguna, serta kemampuan untuk mengubah informasi tersebut menjadi desain yang efisien. Beberapa tahapan dalam pengembangan desain *UX* meliputi:

a) Penelitian Pengguna (*User Research*)

Tahap awal dalam pengembangan desain *UX* adalah melakukan penelitian yang komprehensif terhadap pengguna. Ini mencakup wawancara, observasi, dan analisis data untuk memahami kebutuhan, perilaku, dan preferensi pengguna.

b) Pemodelan Pengguna (*User Modeling*)

Setelah memperoleh pemahaman tentang pengguna, langkah berikutnya adalah memodelkan profil pengguna yang mewakili mereka secara representatif. Ini membantu desainer untuk mengidentifikasi siapa target pengguna, apa yang mereka butuhkan, dan bagaimana mereka berinteraksi dengan produk atau sistem.

c) *Prototyping* dan Pengujian

Prototyping merupakan langkah kunci dalam pengembangan desain *UX*, di mana desainer menciptakan model awal dari produk atau sistem untuk menguji konsep dan ide. Menurut Putri et al (2023), prototipe dapat berupa *wireframe*, *mockup*, atau *prototype* interaktif yang memungkinkan pengujian oleh pengguna.

2.5.3. Proses Desain *User Experience (UX)*

Menurut Hajizah (2024), Proses Desain *User Experience (UX)* merupakan rangkaian langkah dan fase yang digunakan untuk merencanakan, mengembangkan, dan memperbaiki pengalaman pengguna dalam suatu produk atau sistem. Meskipun terdapat berbagai pendekatan dan metodologi dalam proses desain *UX*, beberapa tahapan umum yang sering diterapkan mencakup:

a) Penetapan Tujuan (*Goal Setting*)

Tahap awal dalam proses desain *UX* adalah menetapkan tujuan yang jelas untuk pengalaman pengguna yang ingin dicapai. Hal

ini melibatkan pemahaman tentang kebutuhan bisnis, tujuan produk, dan kebutuhan pengguna.

b) Penelitian dan Analisis (*Research and Analysis*)

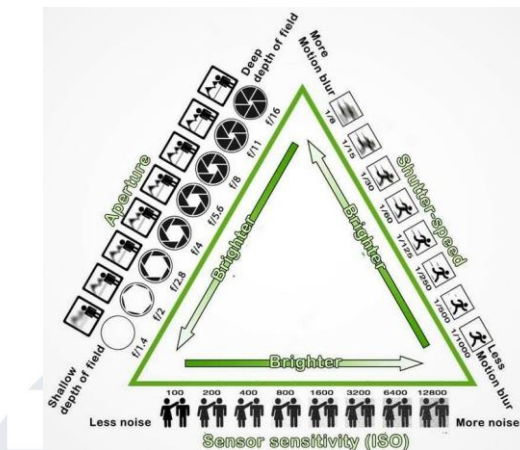
Proses ini melibatkan studi pengguna, analisis pesaing, dan evaluasi konteks penggunaan. Tujuannya adalah untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan masalah pengguna serta mendapatkan wawasan tentang tren dan praktik terbaik dalam industri.

c) Perancangan Konsep (*Concept Design*)

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, desainer mengembangkan konsep awal desain yang mencakup tata letak, navigasi, dan fungsi inti. Hal ini sering kali dilakukan pada tahap sketsa, *wireframe*, atau *mockup*.

2.6 Fotografi

Menurut Susanto (2017), fotografi melibatkan proses seni dan teknik dalam menciptakan gambar dengan memanfaatkan cahaya. Dalam desain media interaktif, gambar memiliki peran yang sangat signifikan dalam menarik perhatian pengguna, memberikan konteks visual, dan mengklarifikasi informasi yang disampaikan. Komposisi visual adalah aspek penting dalam fotografi, mengacu pada cara elemen-elemen visual ditempatkan dalam *frame* gambar untuk menciptakan efek visual yang menarik dan efektif. Dalam perancangan media interaktif, penggunaan komposisi visual yang tepat dapat membantu menciptakan gambar yang menarik dan mudah dimengerti oleh pengguna. Misalnya, penggunaan konsep *The Exposure triangle* dan aturan ketiga atau *leading lines* dapat membantu mengarahkan mata pengguna secara alami dan menarik melalui gambar.



Gambar 2.18 *Exposure Triangle*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/1688918603618419/>

Selain itu, pencahayaan merupakan salah satu elemen kunci dalam fotografi. Pencahayaan yang optimal akan membantu menciptakan gambar yang jelas, detail, dan menarik (Kurniawan, 2022). Dalam konteks desain media interaktif, pencahayaan yang tepat akan menghidupkan gambar reptil dan menarik perhatian pengguna. Penggunaan pencahayaan alami atau dari studio dapat memberikan hasil yang bervariasi tergantung pada efek visual yang diinginkan. Terlebih lagi, kualitas gambar juga menjadi fokus penting dalam fotografi. Gambar-gambar yang berkualitas tinggi akan memberikan kesan profesional dan dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap konten yang disampaikan.

2.6.1 Prinsip Fotografi

Menurut Mamis et al. (2023), prinsip-prinsip fotografi membentuk fondasi utama dalam pembuatan gambar yang menarik dan memiliki makna. Memahami prinsip-prinsip tersebut menjadi krusial dalam perancangan media informasi yang akan dibuat dikarenakan gambar memiliki peran yang sangat signifikan dalam menarik perhatian pengguna dan mengkomunikasikan informasi lebih efektif.

1. Salah satu aspek fundamental dalam fotografi adalah komposisi visual. Komposisi yang efektif membantu menciptakan gambar yang seimbang, menarik, dan mudah dimengerti oleh pengguna.

Beberapa teknik komposisi yang sering dipergunakan meliputi *rule of thirds*, *leading lines*, dan *framing*.

2. Seleksi subjek yang sesuai memiliki kepentingan besar dalam fotografi. Subjek yang menarik akan berkontribusi dalam pembuatan gambar yang menarik dan dapat menarik minat pengguna.
3. Pencahayaan menjadi elemen kunci dalam fotografi. Pencahayaan yang optimal akan menghasilkan detail yang jelas, warna yang akurat, serta kontras yang baik dalam gambar. Pilihan antara pencahayaan alami atau buatan akan menghasilkan dampak yang beragam tergantung pada efek visual yang diinginkan.
4. Kualitas gambar memiliki peranan yang penting dalam fotografi. Gambar yang memiliki kualitas tinggi akan menciptakan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan kepada pengguna terhadap informasi yang disampaikan. Penggunaan kamera dengan resolusi tinggi dan teknik penyuntingan yang akurat akan berkontribusi dalam pembuatan gambar yang jelas dan tajam.

2.6.2 Aperture

Menurut Raharjo (2019) *aperture* adalah pembukaan di dalam lensa kamera yang mengontrol jumlah cahaya yang masuk ke dalam sensor kamera. Ukuran *aperture* diukur dengan *f-stop*, di mana nilai *f-stop* yang lebih kecil (misalnya $f/2.8$) menunjukkan *aperture* yang lebih besar dan sebaliknya. *Aperture* memengaruhi kedalaman lapangan dalam gambar, di mana *aperture* yang lebih besar (nilai *f-stop* lebih rendah) menghasilkan kedalaman lapangan yang lebih sempit, dan sebaliknya. Penggunaan *aperture* dapat dimanfaatkan secara kreatif untuk menghasilkan efek visual menarik, seperti menggunakan *aperture* besar (nilai *f-stop* kecil) untuk menyoroti subjek utama dan mengaburkan latar belakang, menciptakan efek bokeh yang estetik. Sebaliknya, *aperture* kecil (nilai *f-stop* besar) dapat digunakan untuk

menghasilkan kedalaman lapangan yang lebih luas, cocok untuk foto lanskap atau situasi di mana semua elemen dalam gambar ingin ditekankan.

Selain penggunaan kreatif, *aperture* juga memerlukan pertimbangan teknis. Misalnya, dalam kondisi pencahayaan rendah, menggunakan *aperture* yang lebih besar (*f-stop* yang lebih kecil) dapat meningkatkan kuantitas cahaya yang masuk ke sensor kamera, menghasilkan gambar yang lebih terang dan jelas (Setiadi, 2017). Akan tetapi, penggunaan *aperture* terlalu besar juga bisa mengurangi kedalaman lapangan dan membuat sebagian subjek menjadi tidak fokus.

2.6.3 Shutter Speed

Shutter Speed adalah periode waktu di mana *shutter* kamera terbuka dan sensor kamera menangkap cahaya. Menurut Syahputra et al (2023), *shutter speed* diukur dalam satuan waktu seperti detik atau fraksi detik, seperti 1/500 detik, 1/100 detik, atau 1 detik. *Shutter speed* yang lebih cepat, misalnya 1/1000 detik, menghasilkan gambar yang lebih tajam dan bebas dari gerakan, sementara *shutter speed* yang lebih lambat, misalnya 1/30 detik, bisa menciptakan efek gerakan menarik seperti *motion blur*. *Shutter speed* dapat dimanfaatkan secara kreatif untuk menciptakan efek visual menarik, seperti menggunakan *shutter speed* sangat cepat untuk membekukan gerakan dalam gambar, sehingga subjek terlihat jelas dan tajam. Di sisi lain, menggunakan *shutter speed* lebih lambat bisa menciptakan efek gerakan menarik, seperti pergerakan yang rumit dan sulit untuk ditangkap dengan mata.

Selain aspek kreatifnya, *shutter speed* juga melibatkan pertimbangan teknis. Misalnya, dalam kondisi pencahayaan rendah, menggunakan *shutter speed* yang lebih lambat dapat meningkatkan jumlah cahaya yang masuk ke sensor kamera, sehingga menghasilkan gambar yang lebih terang dan jelas. Namun, menggunakan *shutter speed* terlalu lambat bisa membuat gambar menjadi buram karena gerakan kamera atau subjek. *Shutter speed* juga berkaitan erat dengan *aperture* dan *ISO*, dua elemen lain dalam fotografi (Dharsito, 2015). Ketiganya saling terkait dan saling memengaruhi untuk

mencapai eksposur yang tepat dalam gambar. Misalnya, jika menggunakan *aperture* besar (*f-stop* kecil) untuk meningkatkan jumlah cahaya yang masuk ke sensor kamera, mungkin perlu menggunakan *shutter speed* yang lebih cepat untuk menghindari gambar yang *overexposed*. Begitu juga dengan *ISO*, penyesuaian *shutter speed* dapat mempengaruhi kebutuhan penyesuaian *ISO* untuk mencapai eksposur yang sesuai.

2.6.4 ISO

International Organisation for Standardisation (ISO), Menurut Ngarti (2021) *ISO* merupakan tingkat kepekaan sensor kamera terhadap cahaya. Semakin tinggi nilai *ISO*, semakin sensitif sensor kamera terhadap cahaya, sehingga memungkinkan pengambilan gambar dalam kondisi pencahayaan yang rendah tanpa mengorbankan kecepatan *shutter speed* atau kualitas gambar. Namun, peningkatan *ISO* juga dapat menyebabkan peningkatan noise atau kornet dalam gambar. *ISO* dapat disesuaikan secara kreatif untuk mencapai efek visual yang diinginkan dalam gambar. *ISO* dapat disesuaikan secara kreatif untuk mencapai efek visual yang diinginkan, seperti meningkatkan *ISO* dalam kondisi pencahayaan rendah untuk memperjelas gambar dan mengurangi risiko *blur* akibat gerakan kamera atau subjek. Meskipun demikian, peningkatan *ISO* juga dapat meningkatkan *noise* dalam gambar, sehingga perlu ada keseimbangan antara kecerahan dan kualitas gambar secara keseluruhan.

Pengaturan *ISO* juga melibatkan pertimbangan teknis. Misalnya, meningkatkan *ISO* terlalu tinggi dapat menyebabkan gambar menjadi *overexposed* atau terlalu terang, terutama dalam kondisi pencahayaan yang cukup (Dharsito, 2016). Oleh karena itu, penting untuk mengatur *ISO* dengan hati-hati sesuai dengan kondisi pencahayaan yang ada dan memperhitungkan efek yang diinginkan dalam gambar. *ISO* memiliki keterkaitan yang erat dengan *shutter speed* dan *aperture*, dua elemen lain dalam fotografi. Ketiganya saling berkaitan dan saling mempengaruhi untuk mencapai eksposur yang tepat dalam gambar. Misalnya, jika menggunakan *shutter*

speed cepat dan *aperture* kecil untuk memperluas kedalaman bidang, mungkin perlu meningkatkan *ISO* untuk menjaga kecerahan gambar dalam kondisi pencahayaan yang rendah.

2.7 Berkemah

Berdasarkan KBBI, berkemah diambil dari kata “kemah” itu sendiri, yang berarti tempat darurat untuk tinggal, yang pada umumnya berupa tenda yang hampir menyentuh tanah dan terbuat dari bahan seperti kain terpal dan sebagainya. Jadi dapat disimpulkan bahwa berkemah adalah kegiatan mendirikan kemah untuk bermalam atau tinggal sementara. Berdasarkan Ensiklopedia Dunia, berkemah adalah kegiatan rekreasi yang dilakukan di ruangan terbuka atau luar ruangan.



Gambar 2.19 Berkemah

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/905434700065057765/>

Kegiatan berkemah biasanya dilakukan untuk menghindari keramaian dari perkotaan, untuk menikmati keindahan alam dan beristirahat dari keresahan yang terjadi di perkotaan. Kegiatan berkemah mulai populer pada awal abad ke-20. Selain itu, berbagai kegiatan dan pendekatan untuk mengakomodasi kegiatan di luar ruangan dapat dilakukan dalam aktivitas berkemah. Orang-orang survivalis dan penggemar berkemah alam mungkin akan memilih berkemah dengan peralatan yang minimalis untuk bertahan hidup. Sementara itu, penggemar berkemah lainnya berkemungkinan akan memilih menggunakan peralatan khusus yang sudah dirancang untuk memberikan kenyamanan, termasuk sumber daya, dan pemanas diri, serta perlengkapan berkemah lainnya.

2.7.1 Tujuan Berkemah

Selain itu, dalam melakukan kegiatan berkemah. Terdapat juga tujuan dari kegiatan berkemah ini, diantaranya sebagai berikut:

a) Memberikan pengalaman baru

Menyajikan pengalaman baru mengenai interaksi dengan alam dan pentingnya menjaganya. Merawat lingkungan dan aktif berpartisipasi dalam menjaga masa depan untuk mempertahankan keseimbangan ekosistem.

b) Mengembangkan *skill*

Selama melakukan kegiatan berkemah, setiap individu berkesempatan untuk mengembangkan keterampilannya baik itu secara individu maupun berkelompok dalam menghadapi berbagai rintangan, terutama dialam terbuka. hal ini membantu setiap individu untuk mendapatkan pemahaman sekaligus pengalaman baru tentang kehidupan yang memuaskan dalam kesederhanaan.

c) Menjalin relasi persaudaraan

Membangun kerja sama yang *solid* antara sesama individu untuk meningkatkan rasa persatuan dan solidaritas satu sama lain. Dengan demikian, konflik dan kesalahpahaman dapat diminimalisir.

2.7.2 Durasi Berkemah

Berdasarkan jangka waktunya, dalam berkemah dibagi menjadi beberapa jenis, diantaranya:

1. Berkemah yang dilakukan dalam satu hari (dilakukan sampai siang hari saja).
2. Berkemah yang dilakukan dalam dua hari (biasanya dilakukan pada *weekends*).
3. Berkemah yang dilakukan dalam tiga hari.
4. Berkemah yang dilakukan dengan durasi lebih dari tiga hari.

2.7.3 Peralatan Berkemah

Peralatan berkemah adalah segala kebutuhan dan peralatan yang dibutuhkan oleh seorang pekemah sebelum melakukan kegiatan berkemah. Jenis dan jumlah perlengkapan yang dibutuhkan tergantung pada berbagai faktor seperti durasi, lokasi, dan tujuan dari perkemahan tersebut.

Perlengkapan berkemah adanya dua jenis: perlengkapan kelompok dan perlengkapan pribadi. Kelompok perlengkapan mencakup barang-barang yang disiapkan dan digunakan oleh seluruh anggota kelompok secara bersama-sama, tetapi perlengkapan pribadi adalah barang-barang dimiliki dan digunakan oleh setelah anggota kelompok secara individu

Contoh perlengkapan perkemahan yang harus dipersiapkan secara kolektif (dalam kelompok) mencakup:

1. Tenda pramuka beserta aksesorisnya seperti tiang, tali, pasak, dan palu.
2. Peralatan memasak, seperti kompor, panci, wajan, dan lainnya.
3. Persediaan makanan, seperti beras, mi instan, dan lainnya.
4. Tikar untuk alas tidur.
5. Sekop kecil untuk membantu dalam kebutuhan seperti membuat parit air di sekitar tenda.
6. Kompas
7. Sumber pencahayaan, seperti lampu, lentera, dan lainnya.

Perlengkapan yang dibawa haruslah sesuai dengan kebutuhan yang sebenarnya agar tidak memberatkan saat dibawa. Berbagai perlengkapan yang harus disiapkan meliputi:

1. Ransel yang kokoh, ringan, dan tahan air.
2. Tas kecil untuk menyimpan peralatan penting seperti korek api, peluit, obat-obatan, dan lainnya.
3. Pakaian seperti pakaian tidur, olahraga, dan lainnya.
4. Pakaian shalat untuk yang beragama islam.

5. Sepatu yang nyaman.
6. Kaos kaki.
7. Sarung tangan.
8. *Sleeping bag* jika memiliki.
9. Selimut jika tidak memiliki *sleeping bag*.
10. Jaket tebal.
11. Senter kecil.
12. Korek api.
13. Peluit.
14. Jam tangan.
15. Jas hujan.
16. Matras atau alas tidur pribadi.
17. Perlengkapan mandi seperti sabun, sikat gigi, handuk, dan lainnya.
18. Peralatan masak pribadi bila diperlukan.
19. Alat tulis.
20. Tempat air minum.
21. Obat-obatan pribadi.
22. Kantong plastic untuk pakaian bersih dan kotor.

2.7.4 Macam Jenis Berkemah

Berkemah, atau *camping*, adalah aktivitas menginap di alam terbuka yang menyenangkan, menawarkan penyegaran bagi tubuh dan pikiran dari rutinitas sehari-hari. Selain itu, berkemah memiliki banyak manfaat untuk kesehatan dan perkembangan karakter individu. Berdasarkan peserta dan jenis kegiatannya, berkemah terbagi menjadi lima jenis, yaitu:

1. *Camping* Pramuka

Jenis-jenis perkemahan pramuka yang bervariasi berdasarkan program kegiatan yang diadakan. Dalam perkemahan ini, berbagai aktivitas kepramukaan dilakukan baik secara individu maupun berkelompok. Perkemahan pramuka, dikenalkan juga

sebagai *camping* pramuka, merupakan aktivitas yang diperkenalkan kepada anak-anak sejak usia sekolah dasar dan terbuka bagi peserta hingga bisaat penengah atas.

2. *Camping Siswa (LDKS)*

Peserta dalam acara *camping* ini meliputi individu dari berbagai kelompok usia, mulai dari sekolah menengah sampai dengan mahasiswa. Disekolah menengah, acara ini biasanya dikelola oleh Lembaga Dakwah Kampus (LDKS) yang dipimpin oleh Badan Eksekutif Siswa (BEM) atau organisasi OSIS di sekolah masing-masing, sedangkan di perguruan tinggi oleh senat mahasiswa atau Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM). Tujuannya adalah memperkenalkan, meningkatkan pemahaman, dan memperkuat semangat keorganisasian serta membentuk karakter yang positif. Selama *camping*, mereka terlibat dalam berbagai kegiatan untuk meningkatkan kepemimpinan, Kerjasama tim, dan keterlibatan dalam organisasi siswa.

3. *Camping Outbound*

Pada *camping outbound* mencakup berbagai permainan di luar ruangan seperti *flying fox*, arung jeram, tantangan ketinggian, dan berbagai permainan kerja sama tim lainnya. *Camping* jenis ini terbuka untuk berbagai kelompok, termasuk sekolah, perusahaan, komunitas, dan masyarakat umum. *Outbound camping* menggabungkan aspek fisik, mental, emosional, dan logis, sambil berinteraksi dengan alam dan lingkungan sekitar. Partisipasi dalam kegiatan ini diharapkan dapat membantu peserta mengembangkan sikap mandiri dan memperkuat karakter positif.

4. *Camping Gathering*

Dalam kegiatan *camping ini*, kolaborasi dan persatuan menjadi tujuan utama. Ketika peserta berkumpul dalam *camping*

gathering, mereka memiliki kesempatan untuk mempererat hubungan, baik itu di antara rekan kerja dengan berbagai tingkat jabatan dalam perusahaan maupun di antara anggota keluarga dari berbagai usia. Misalnya, dalam *camping gathering* perusahaan, karyawan dari berbagai tingkatan jabatan dapat berinteraksi, bahkan dengan manajer atau anggota dewan direksi. Sama halnya, dalam *camping gathering* keluarga, peserta dapat menikmati momen bersama dengan kerabat mereka. Melalui berbagai aktivitas, seperti permainan dan kegiatan kelompok, tujuan utamanya adalah memperkuat hubungan antar peserta dan membangun semangat persatuan..

5. **Camping Umum**

Dalam kegiatan *camping* ini memiliki maksud untuk mendekatkan diri dengan alam, kegiatan *camping* ini sering kali dilakukan oleh penggemar alam, keluarga, atau kelompok tertentu yang memiliki minat yang sama. Mayoritas dari mereka memiliki pengalaman atau kebiasaan rutin dalam melakukan *camping* di berbagai lokasi, seperti gunung, hutan, atau pantai alami. selama *camping*, kegiatan utamanya adalah menjelajahi alam sekitar, memasak menggunakan kayu bakar atau bebatuan, membuat api unggun, menikmati hiburan seperti menyanyi sambil bermain gitar, serta berbagai aktivitas sederhana lainnya yang memberikan kesenangan. Durasi *camping* juga bisa lebih dari satu malam, bahkan bisa mencapai dua atau tiga malam.