

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah istilah yang terdiri dari tiga kata, yang dapat dijelaskan berdasarkan asal katanya. 'Desain' berasal dari bahasa Italia '*designo*,' yang berarti gambar. 'Komunikasi' memiliki akar kata dari bahasa Inggris '*communication*' dan bahasa Latin '*communio*,' yang berarti kebersamaan. Sedangkan 'visual' berasal dari bahasa Latin '*videre*,' yang berarti melihat. Oleh karena itu, menurut penelitian Anggraini dan Nathalia (2014), desain komunikasi visual merupakan proses penyampaian pesan melalui gambar atau media dalam bentuk desain.

Setiap desain memiliki tujuan khusus, seperti: memberikan informasi, melakukan persuasi, atau memberikan edukasi sesuai dengan audiensnya. Desain komunikasi visual juga memiliki beberapa peran fundamental, yaitu sebagai alat identifikasi, sumber informasi, pendorong motivasi, sarana untuk mengekspresikan emosi, dan alat promosi.

##### 2.1.1 Unsur Desain Komunikasi Visual

Menurut Anggraini dan Nathalia (2014, hlm. 32), penting bagi seorang desainer untuk memiliki pemahaman tentang unsur dasar yang ada dalam pembuatan desain sebelum memulai mencipta karya. Unsur-unsur ini biasanya dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari dan selalu menjadi bagian integral dari setiap karya desain. Di bawah ini terdapat beberapa unsur desain yang dimaksud.

##### 2.1.1.1 Garis

Garis dalam desain adalah elemen yang menghubungkan satu titik dengan titik lainnya, menciptakan bentuk. Jenis garis dapat beragam, mulai dari garis lurus, garis lengkung, garis berkelok, garis putus-putus, garis *zigzag*, hingga garis yang tidak beraturan. Desainer

memiliki fleksibilitas untuk mengkreasikan garis sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Contoh, garis lurus horizontal menciptakan kesan formal, ketenangan, dan profesionalitas, sementara garis vertikal memberikan kesan elegan, stabilitas, dan keseimbangan. Dalam beberapa situasi, garis dapat berperan sebagai penanda interaksi, batas margin, dan mempermudah pemahaman pembaca.



Gambar 2.1 Contoh Penerapan Elemen Garis  
Sumber: dribbble.com

### 2.1.1.2 Bentuk

Bentuk merujuk pada semua elemen desain yang melibatkan dimensi tinggi, lebar, dan diameter. Beberapa contoh dasar dari bentuk-bentuk tersebut seperti: kotak, lingkaran, segitiga, lingkaran, dan sejenisnya.



Gambar 2.2 Contoh Penerapan Elemen Bentuk  
Sumber: dribbble.com

Dalam konteks desain komunikasi visual, bentuk dapat dibagi menjadi tiga kategori berikut:

1) Bentuk Natural

Jenis bentuk yang dapat berganti-ganti ukuran karena mereka selalu mengalami pertumbuhan. Contohnya seperti bunga dan pepohonan.

2) Bentuk Geometris

Bentuk geometris adalah berbagai jenis bentuk variasi yang dapat diukur. Contohnya seperti balok kayu.

3) Bentuk abstrak

Bentuk abstrak adalah jenis bentuk yang tidak jelas untuk didefinisikan dan seringkali bersifat ambigu. Dalam konteks seni, bentuk ini dapat mengalami transformasi menjadi bentuk yang berbeda dari bentuk asalnya.

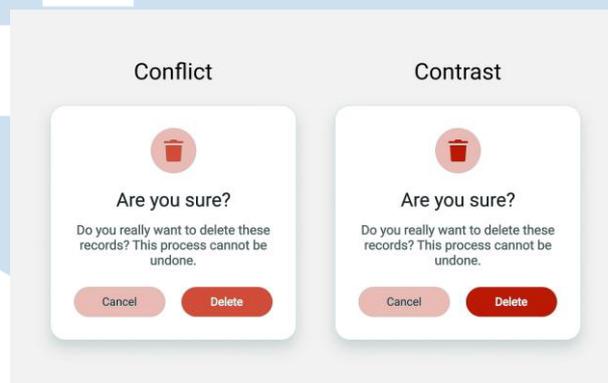
### 2.1.1.3 Tesktur

Tekstur merupakan pola yang terlihat dan bisa dirasakan pada suatu permukaan, baik melalui pandangan mata maupun sentuhan. Biasanya, tekstur diklasifikasikan sebagai karakteristik yang ada pada permukaan berbagai objek seperti kain, kayu, besi, dan lainnya. Penerapan tekstur dalam desain fokus pada pengalaman yang disajikan, bukan hanya aspek estetika, terkadang tekstur ini bersifat nyata. Desain yang menambahkan tekstur memberikan pengalaman yang berbeda saat menyentuhnya.

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

#### 2.1.1.4 Kontras

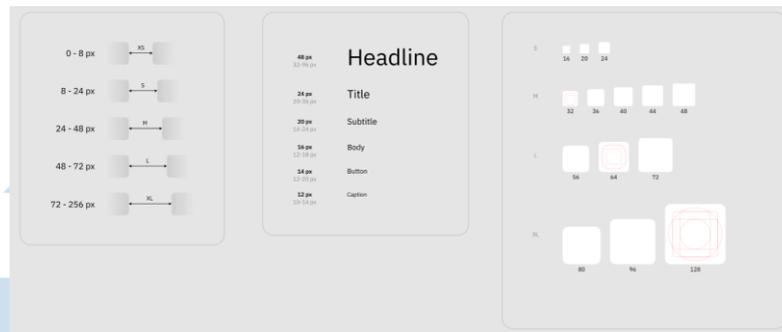
Kontras adalah teknik dalam penggunaan warna yang melibatkan unsur-unsur yang berlawanan. Ketika warna tidak tersedia, kontras juga bisa diperoleh melalui perbedaan antara gelap dan terang. Pada umumnya, penggunaan kontras dalam desain bertujuan untuk menyoroti informasi dengan lebih jelas atau menciptakan kesan dramatis, serta untuk meningkatkan kemampuan baca, fokus, dan titik berat dalam desain. Meskipun mungkin menggabungkan keduanya, keterbacaan dan ketajaman kontras dalam warna hitam-putih lebih efektif daripada kontras yang melibatkan warna-warna berlawanan.



Gambar 2.3 Contoh Penerapan Kontras  
Sumber: uxplanet.org

#### 2.1.1.5 Ukuran

Ukuran adalah perbedaan dalam dimensi objek visual, yang memiliki potensi untuk menciptakan kontras serta penekanan pada elemen-elemen dalam desain. Dalam proses penentuan ukuran, perlu adanya pertimbangan dari seorang desainer terkait objek yang akan menjadi pusat perhatian utama ketika dilihat. Tujuannya adalah untuk menciptakan hierarki visual yang efisien agar pesan dalam desain dapat disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami.



Gambar 2.4 Contoh Penerapan Ukuran  
Sumber: figma community

### 2.1.1.6 Warna

Warna memegang peranan penting dalam mengidentifikasi karakteristik sebuah karya desain karena mampu mempengaruhi suasana hati, menarik perhatian, mencerminkan citra atau sifat tertentu, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, penggunaan kombinasi warna harus selaras dengan pesan yang hendak disampaikan. Berikut merupakan arti warna lingkup universal menurut Anggraini dan Nathalia (2014, hlm. 39):

#### 1) Merah

Digambarkan sebagai warna paling emosional dan ekstrem. Memiliki filosofi berani, dan percaya diri.

#### 2) Pink

Warna yang paling dominan dengan wanita dan memberi pesan tersirat akan sesuatu yang menyenangkan, kasih sayang, lembut, dan feminin.

#### 3) Biru

Warna yang sangat berasosiasi dengan alam, seperti: langit, air, dan udara. Warna biru juga melambangkan keharmonisan, lapang dada, setia, dan kepercayaan.

4) Kuning

Warna kuning meningkatkan fokus dan konsentrasi juga menyimbolkan optimisme, santai, riang gembira, toleran, dan harapan.

5) Hijau

Warna hijau melambangkan alam, kehidupan serta simbol sehat dan fertilitas.

6) *Orange*

Warna yang melambangkan energi, semangat, sosialisasi, dan kehangatan.

7) Ungu

Warna yang memiliki banyak dimensi emosional, dari aspek spiritual hingga kekayaan, yang dapat menghasilkan efek visual yang kuat dan berkesan.

8) Coklat

Warna netral yang memiliki sentuhan hangat, memberikan nuansa yang terkait dengan alam dan kesan yang kokoh. Selain itu, warna-warna ini juga menciptakan kesan keanggunan dan kemewahan.

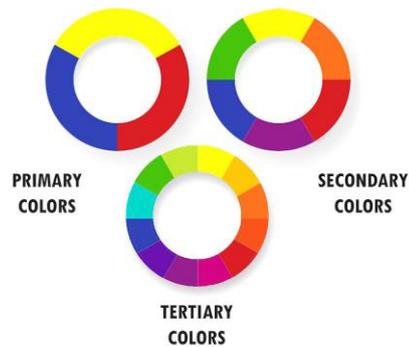
9) Abu-abu

Warna abu-abu sering diartikan sebagai simbol kesederhanaan. Selain itu, warna abu juga sering dikaitkan dengan konsep intelek dan futuristik, menciptakan perasaan modernitas dan keterkiniannya yang menggambarkan era milenium yang sedang berlangsung.

10) Hitam

Warna yang memiliki karakteristik yang sangat kuat dan penuh percaya diri. Selain itu, warna ini juga sering

dianggap sebagai simbol perlindungan yang memberikan kesan maskulin, elegan, dan dramatis pada berbagai konteks desain atau mode.



Gambar 2.5 Contoh Sepktrum Warna  
Sumber: designiscope.com

Dalam teori Brewster (dalam Anggraini dan Nathalia (2014, hlm. 39) menyederhanakan warna menjadi 4 kelompok yaitu warna: primer, sekunder, tersier dan netral dengan penjelasan berikut:

a) Warna primer

Warna primer adalah warna-warna dasar yang tidak dihasilkan melalui campuran warna lainnya. Ada tiga warna primer yang umumnya diakui, yaitu merah, biru, dan kuning. Warna-warna ini merupakan dasar dalam teori warna dan menjadi komponen dasar dalam menciptakan berbagai warna lain.

b) Warna sekunder

Warna sekunder adalah warna-warna yang dihasilkan dari campuran dua warna primer dalam proporsi yang sama. Ada tiga warna sekunder yang umumnya dikenal, yaitu jingga (merah + kuning), ungu (merah + biru), dan hijau (biru + kuning). Warna sekunder ini muncul ketika dua warna primer digabungkan dengan proporsi yang sama atau setara.

c) Warna tersier

Warna tersier adalah warna-warna yang dihasilkan dari campuran warna sekunder dan warna primer atau campuran dua warna sekunder. Contohnya, cokelat kuning tercipta dari campuran warna jingga (merah + kuning) dengan hijau (biru + kuning). Warna tersier menciptakan beragam nuansa yang lebih kompleks dan mendalam dalam palet warna.

d) Warna netral

Warna netral adalah warna-warna yang dihasilkan dari 3 warna campuran dengan perbandingan 1:1:1. Warna campuran yang tepat akan menuju hitam.

## 2.1.2 Prinsip Desain Komunikasi Visual

Dalam proses perancangan, elemen-elemen visual harus memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan inovasi, komunikasi yang efektif, efisiensi, dan juga mengandung unsur-unsur estetika yang berkualitas. Oleh karena itu, perlu memperhatikan beberapa prinsip yang harus diadopsi dalam karya desain. Anggraini dan Nathalia (2014) mengidentifikasi prinsip-prinsip tersebut sebagai berikut.

### 2.1.2.1 Keseimbangan

Keseimbangan adalah distribusi yang merata dari bobot atau berat dalam objek desain, baik secara visual maupun fisik. Suatu desain dapat dikatakan seimbang ketika memiliki distribusi berat yang seragam di seluruh bagian atas, bawah, kiri, dan kanannya. Ketidakseimbangan dalam desain dapat mengganggu kenyamanan visual dan menciptakan ketidaknyamanan. Keseimbangan bukanlah suatu konsep yang eksak dan dapat diukur, tetapi lebih merupakan

pengalaman visual yang dapat dirasakan. Oleh karena itu, terdapat 2 pendekatan yang digunakan untuk menciptakan keseimbangan:

1) Keseimbangan Simetris

Keseimbangan simetris dicapai dengan mendistribusikan berat secara merata dari semua arah, termasuk vertikal dan horizontal, serta dari sisi kanan dan kiri, atas dan bawah.

2) Keseimbangan Asimetris

Meskipun berat di elemen desain tidak merata antara kiri dan kanan atau atas dan bawah, desain masih terasa seimbang. Pendekatan ini sering melibatkan penggunaan warna atau bentuk-bentuk yang berbeda untuk menciptakan tampilan yang dinamis dan bermacam-macam.

### 2.1.2.2 Ritme

Irama atau Ritme adalah proses bentuk objek secara berulang, yang dapat menghasilkan variasi atau pengulangan. Dalam ritme yang bervariasi, terdapat variasi dalam bentuk, posisi, dan ukuran objek visual. Di sisi lain, ritme repetitif biasanya bersifat konsisten dan terus-menerus diulang.



Gambar 2.6 Contoh Penerapan Elemen Irama

### 2.1.2.3 *Emphasis*

*Emphasis* adalah prinsip yang berkaitan dengan menekankan titik fokus dalam suatu objek visual sehingga objek tersebut mendapat perhatian yang lebih. Biasanya, dominasi digunakan untuk mengkomunikasikan informasi yang penting melalui elemen visual yang menonjol. Seringkali, dominasi memanfaatkan penggunaan ruang kosong untuk menciptakan kesan yang tidak berlebihan atau membosankan. Berikut adalah beberapa cara yang digunakan dalam penerapan dominasi dalam desain:

#### 1) Kontras

Dominasi diterapkan dengan menciptakan perbedaan yang signifikan antara objek tertentu dengan objek lainnya, sehingga objek tersebut terlihat lebih menonjol.

#### 2) Isolasi Objek

Cara lain untuk menekankan objek adalah dengan memberikannya ruang khusus yang memisahkannya dari objek lain. Biasanya, ini sering digunakan dalam desain produk komersial.

#### 3) Tata Letak Objek

Dalam menyampaikan pesan melalui desain, jika suatu objek ditempatkan di titik tengah, elemen ini memerlukan kekuatan untuk menarik perhatian. Tujuannya adalah agar desain mampu menarik perhatian pembaca dan pesan yang ingin disampaikan tidak terlupakan dengan mudah.

#### 2.1.2.4 Kesatuan

Kesatuan dalam suatu karya desain yang tidak terjalin dengan baik dapat menghasilkan kesan visual yang tidak nyaman dan berantakan. Oleh karena itu, diperlukan keterkaitan yang serasi antara elemen-elemen desain agar tercipta keselarasan dan harmoni yang memadukan seluruh komponen dengan baik (Anggraini dan Nathalia 2014, hlm. 45). Dalam mencapai hal ini, desainer harus mempertimbangkan cara elemen-elemen tersebut berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain agar hasil akhir menciptakan kesan yang sesuai dengan tujuan desain yang diinginkan. Dalam buku ‘Desain Komunikasi Visual; Panduan untuk Pemula’ dikatakan terdapat beberapa cara untuk mencapai kesatuan dalam desain yaitu:

- 1) Menggunakan warna, garis, bentuk, dan grid yang sama secara berulang.
- 2) Menggunakan jenis ukuran yang sama pada *headline*, *sub headline*, dan *body copy* agar konsisten.
- 3) Menggunakan unsur visual yang sama dari segi bentuk dan warna.
- 4) Menggunakan jenis huruf yang sama, diperbolehkan jika menggunakan *family font*.

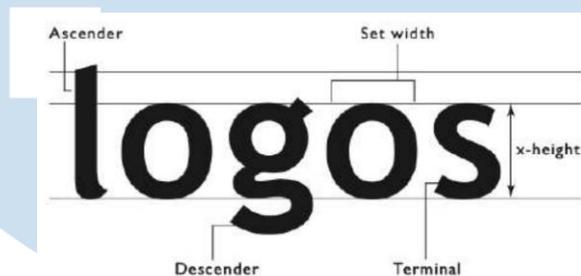
#### 2.1.3 Tipografi

Menurut Dabner et al. (2014, hlm. 62), tipografi merupakan salah satu alat yang paling krusial dalam mencapai komunikasi visual yang efisien dan merupakan manifestasi visual dari bahasa. Tipografi melibatkan pengaturan huruf, kata, dan teks untuk berbagai konteks yang berbeda. Seperti yang diungkapkan dalam buku Poulin (2011, hlm. 248), tipografi memainkan peran unik dalam desain, karena memiliki dua fungsi utama: fungsi verbal dan visual. Ketika tipografi berhasil mengintegrasikan makna verbal dan visual secara seimbang, dampak komunikatif tipografi menjadi lebih kuat. Dengan

demikian, tipografi mampu menghasilkan pengalaman yang melibatkan pemahaman intelektual dan tanggapan emosional yang lebih mendalam.

### 2.1.3.1 Anatomi Huruf

Menurut buku Dabner et al. (2014, hlm. 64), terdapat 25 istilah yang menjelaskan anatomi bentuk huruf. Namun, dalam konteks teknis, seorang desainer hanya perlu memahami beberapa istilah kunci untuk dapat membuat penilaian visual yang membantu dalam pemilihan *typeface* atau *font* yang sesuai untuk situasi tertentu (hlm. 64). Diantara istilah-istilah dasar anatomi huruf tersebut (seperti yang diuraikan oleh Landa, 2014, hlm. 46) adalah:



Gambar 2.7 Anatomi Dasar Tipografi  
Sumber: Landa (2014)

#### 1) *Baseline*

*Baseline* adalah garis yang menjadi landasan atau bagian bawah dari huruf-huruf dalam jenis huruf, baik itu huruf kapital maupun huruf kecil. Namun, pada bagian *descenders*, seperti ekor huruf 'g' atau 'y,' tidak termasuk dalam garis baseline ini.

#### 2) *Ascender*

*Ascender* merujuk pada bagian-bagian dari huruf kecil tertentu, seperti 'b,' 'd,' 'f,' 'h,' 'k,' 'l,' dan 't,' yang naik di atas tinggi x (*x-height*). Hal ini menciptakan variasi dalam ketinggian huruf yang menambah karakter visual ke dalam jenis huruf.

### 3) *Descender*

*Descender* adalah bagian dari huruf kecil, contohnya seperti 'g,' 'j,' 'p,' 'q,' dan 'y,' yang melewati batas *baseline* dan menurun ke bawahnya. Bagian ini sering memberikan nuansa unik dalam jenis huruf dan perlu diperhitungkan dalam desain.

### 4) *Terminal*

*Terminal* mengacu pada ujung *stroke* atau garis yang membentuk sebuah huruf, dan tidak memiliki *serif*. Dalam beberapa jenis huruf, terminal ini dapat menjadi elemen penting dalam memberikan identitas visual yang unik.

### 5) *X-height*

*X-height* adalah tinggi huruf kecil yang tidak termasuk dalam kategori ascender dan descender. Tinggi x ini memengaruhi tampilan keseluruhan jenis huruf dan menjadi faktor penentu dalam memilih jenis huruf yang sesuai untuk suatu proyek desain. Semakin tinggi tinggi x, semakin besar ukuran visual dari jenis huruf tersebut.

#### 2.1.3.2 **Klasifikasi *Typeface***

Dalam penelitian yang dikemukakan Poulin (2011, hlm. 252), klasifikasi *typeface* melibatkan sejarah serta potensi cara penerapannya untuk menghasilkan sistem klasifikasi *typeface* yang lebih terperinci dan akurat. Poulin (2011, hlm. 252—253) mengategorikan *typeface* menjadi 6 kategori utama: *old style*, *transitional*, *modern*, *sans serif*, *slab serif*, dan *graphic*.

#### 1) *Old Style*

*Typeface* yang tergolong dalam kategori *old style*, seperti Garamond, Jenson, dan Bembo, ditandai dengan

kurangnya kontras tajam dalam ketebalan garis dan memiliki kecenderungan miring pada garis lengkung.

2) *Transitional*

*Typeface* transitional memiliki serifikasi yang lebih tajam dan tinggi x (*x-height*) yang lebih besar untuk mendefinisikan huruf kecilnya. Secara umum, *typeface* ini memiliki garis yang lebih tebal daripada *typeface old style*. Baskerville, Bell, dan Perpetua adalah beberapa contoh *typeface* transitional.

3) *Modern*

*Typeface* modern memiliki ciri khas pada tebal garis yang sangat mencolok karena memiliki *serif* yang tipis dan datar jika dibandingkan dengan jenis *typeface* lainnya. Contoh *typeface* modern meliputi Bodoni, Didot, dan Walbaum.

4) *Sans Serif*

*Typeface sans serif* ditandai oleh ketiadaan *serif* dan ketebalan garis yang seragam dan rata. Beberapa contoh *typeface sans serif* termasuk Franklin Gothic dan Futura.

5) *Slab Serif*

*Typeface slab serif* adalah jenis *typeface* dengan ketebalan garis yang sama maupun seragam, tekanan vertikal, dan *serif* yang memiliki ketebalan serupa dengan garis utama hurufnya. *Memphis*, *Rockwell*, dan *Serif* merupakan contoh *typeface slab serif*.

6) *Graphic*

*Typeface graphic* termasuk dalam kategori yang memiliki karakteristik tipografi yang unik dan ilustratif, seperti *blackletter*, kaligrafi, atau tulisan tangan.

#### 2.1.4 *Grid*

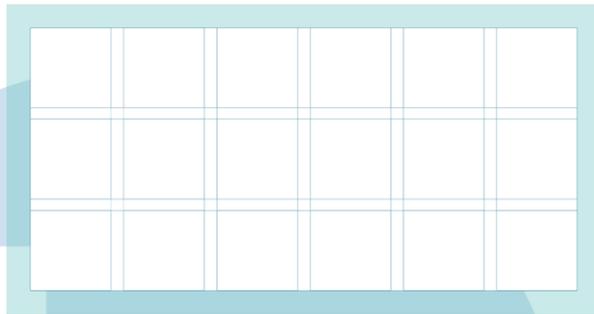
Poulin (2018, hlm. 7) menegaskan bahwa *grid* dan *layout* memegang peranan yang sangat penting dalam perancangan desain. *Layout* adalah istilah yang merujuk pada pengaturan tata letak elemen visual agar membentuk komposisi yang terpadu, bertujuan untuk mengkomunikasikan pesan dan konsep desain. Sama halnya, *grid* digunakan sebagai alat dasar dalam penyusunan tata letak guna menjaga keteraturan dan struktur desain. Baik elemen visual maupun pengaturan *grid* dan tata letak berperan sebagai sarana komunikasi dan ekspresi dalam desain.

##### 2.1.4.1 *Anatomi Grid*

Dalam merancang elemen visual dan pengaturan tata letak, penting untuk menjalankannya dengan struktur dan organisasi yang baik melalui sistem anatomi *grid*. Anatomi *grid* merupakan hasil dari kombinasi beberapa elemen yang memiliki peran masing-masingnya. Pemilihan dan penerapan elemen-elemen anatomi *grid* dapat disesuaikan dengan kebutuhan dalam desain visual yang sedang dikerjakan (hlm. 70). Seorang desainer harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang sistem anatomi *grid*. Ketika diterapkan dengan baik, anatomi *grid* memiliki potensi untuk menciptakan berbagai alternatif komposisi yang beragam. Poulin (2018) menjelaskan elemen-elemen anatomi dalam *grid* sebagai berikut.

##### 1) *Margin*

*Margin* adalah ruang kosong yang terletak di antara tepi konten dan batas tepi halaman (hlm. 72). Penggunaan *margin*, antara lainnya, bertujuan untuk memastikan bahwa isi konten, baik yang bersifat visual maupun naratif, dapat terlihat dengan jelas dan diterima dengan baik, sehingga memungkinkan fokus dan perhatian yang lebih baik.

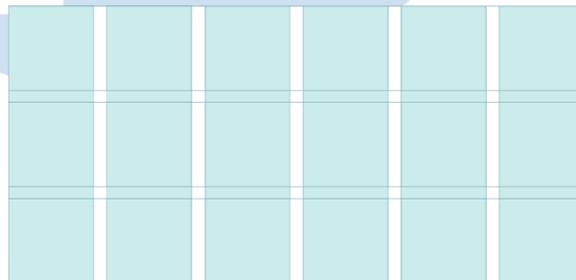


Gambar 2.8 *Margins*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

## 2) *Columns*

*Columns* atau kolom merujuk kepada sebagian area yang dibatasi oleh garis vertikal yang digunakan untuk membagi area konten. Proporsi ukuran kolom dapat berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan dari desain kontennya (hlm. 75).

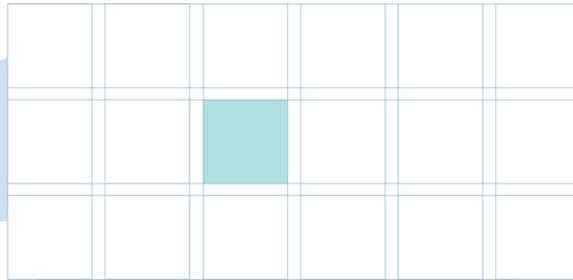


Gambar 2.9 *Columns*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

## 3) *Modules*

Modul merujuk pada sebagian atau bagian dari kolom yang dibentuk. Penting untuk mempertimbangkan jumlah modul dalam susunan tata letak dengan cermat. Penggunaan modul yang berlebihan dapat mengakibatkan kebingungan bagi audiens yang melihat desain tersebut (hlm. 77).

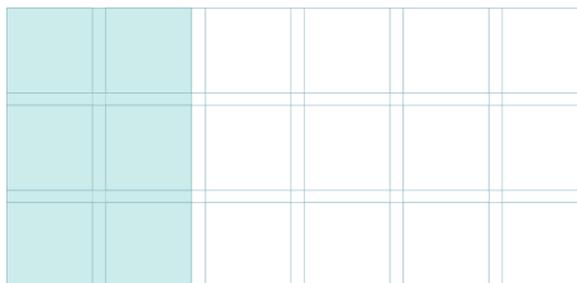


Gambar 2.10 *Modules*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

#### 4) *Spatial Zones*

Zona spasial adalah wilayah atau entitas yang terbentuk melalui penggabungan berbagai modul yang dapat berupa kumpulan gambar atau teks (hlm. 77). Dalam konteks ini, zona spasial merujuk pada area yang menggabungkan beberapa elemen desain, yang bisa berupa gabungan gambar atau teks, untuk menciptakan kesan visual yang harmonis dan berfungsi.



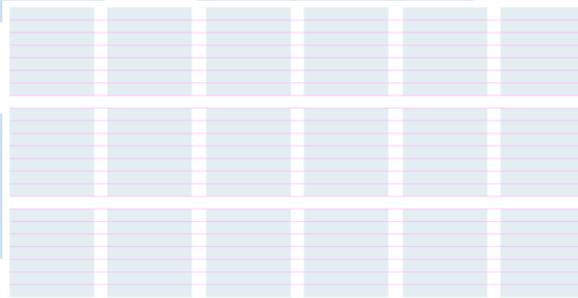
Gambar 2.11 *Spatial Zones*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

#### 5) *Flowlines*

Penempatan konten visual dan naratif ke dalam suatu ruang ditentukan oleh garis-garis horizontal dengan tujuan untuk mengalihkan fokus pandangan pembaca menuju inti dari konten yang disajikan (hlm. 78). Ini menunjukkan bahwa garis horizontal menjadi instrumen

penting dalam mengatur tampilan dan pengalaman visual pembaca, memastikan bahwa informasi yang ingin disampaikan dapat lebih efektif tersampaikan dengan mengarahkan mata pembaca ke arah yang diinginkan.

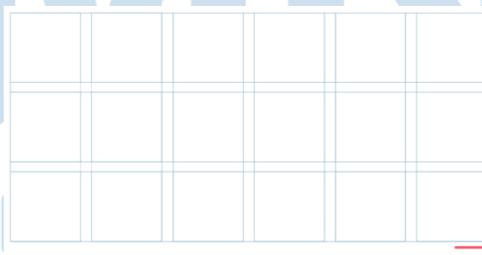


Gambar 2.12 *Flowlines*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

#### 6) *Markers*

Area navigasi informasi pada halaman harus tetap ada secara teratur dan konsisten, dan dapat muncul berulang. Sebagai ilustrasi, contoh dari area navigasi ini mencakup nomor halaman, *footer*, atau *header*, yang semuanya merupakan elemen-elemen penting dalam struktur halaman (hlm. 80). Keberadaan konsisten dari area navigasi seperti ini memfasilitasi pengguna dalam mengakses informasi dengan lebih mudah dan teratur saat menjelajahi halaman tersebut.

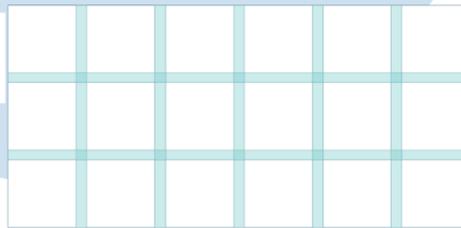


Gambar 2.13 *Markers*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

### 7) *Gutter dan Alleys*

*Gutters* adalah wilayah kosong yang berfungsi untuk memisahkan kolom-kolom. Baik ukuran maupun perbandingan dari *gutters* dapat memiliki dampak visual yang signifikan dan memengaruhi kemampuan pembacaan konten desain dengan cara yang dramatis (hlm. 80). Di sisi lain, *alleys* merujuk pada area tepi yang berfungsi sebagai pembatas antara dua halaman yang bertemu dalam sistem jilid (hlm. 80). Wilayah-wilayah ini memiliki peran penting dalam mencapai estetika dan fungsi yang diinginkan dalam perancangan visual.



Gambar 2.14 *Gutters*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

### 8) *Fields*

*Fields* adalah salah satu aspek dalam anatomi *grid* yang bertanggung jawab dalam mengatur kombinasi kolom untuk menciptakan keselarasan dan dinamika yang konsisten (hlm. 81). Elemen ini berperan penting dalam menjaga tampilan visual yang seimbang dan menarik bagi pemirsa, dengan memastikan bahwa kolom-kolom yang digunakan terorganisir secara efisien dalam desain.

### 2.1.4.2 Sistem Grid

Menurut Poulin (2018, hlm 114), sistem *grid* berperan sebagai alat untuk mengatur komposisi dalam penyusunan tata letak. Dengan menerapkan sistem *grid*, berbagai jenis komposisi visual dapat diciptakan. Sistem *grid* ini memungkinkan desainer untuk membuat tata letak yang statis, simetris, dan bahkan asimetris. Oleh karena itu, penting untuk melakukan pertimbangan dan analisis yang matang sebelum memilih struktur sistem *grid* yang akan digunakan. Hal ini menjadi krusial karena pemilihan sistem *grid* yang tepat dapat meningkatkan fleksibilitas dalam mengatur komposisi konten visual dan narasi. Sebuah sistem *grid* yang efektif dan terorganisir dengan baik akan membantu dalam menyajikan informasi visual yang kompleks sehingga mudah dipahami oleh pembaca (hlm 115). Terdapat beberapa jenis sistem *grid* yang akan dibahas:

#### 1) *Manuscript Grid*

*Manuscript grid* dikenal sebagai salah satu sistem *grid* yang paling sederhana dan telah ada sejak abad ke-14 dan ke-15. *manuscript grid* sering digunakan untuk menyusun teks panjang seperti dalam buku novel atau esai. Dalam *manuscript grid*, area utama berbentuk persegi panjang digunakan sebagai tempat untuk menempatkan konten teks, dan juga dapat dilengkapi dengan area untuk judul, header, footer, nomor halaman, dan elemen lainnya (hlm. 120).



Gambar 2.15 *Manuscript Grid*  
Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

## 2) *Symmetrical Grid*

Penggunaan sistem *grid* yang memiliki simetris antara halaman-halaman dalam satu spread. Penerapan sistem *grid* simetris ini memungkinkan kedua halaman untuk mencerminkan satu sama lain, menciptakan keselarasan visual. *Grid* simetris sendiri dapat dibagi menjadi beberapa jenis, seperti:

### a) *Single Column Grid*

Dengan memiliki margin yang seimbang di bagian dalam dan luar, umumnya digunakan untuk menyusun isi konten yang melibatkan teks atau narasi berkepanjangan seperti buku atau dokumen yang panjang (hlm. 127). Hal ini menunjukkan pengaturan margin yang seimbang adalah suatu prinsip penting dalam desain untuk menampung teks panjang dan memberikan keseimbangan visual yang baik antara teks dan area putih di sekitarnya.

### b) *Double-Column*

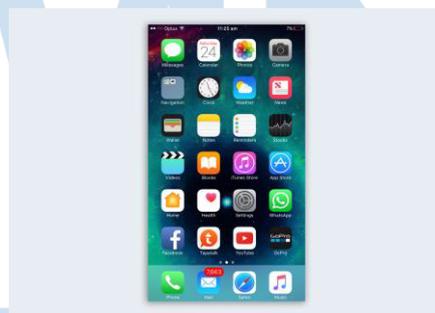
Sistem *grid* ini mempermudah penyusunan konten yang lebih lebar atau perlu dibagi menjadi dua kolom terpisah. Ukuran kolom dapat disesuaikan baik sama atau berbeda sesuai dengan tuntutan konten (hlm. 129). Dengan kata lain, *grid* 2 kolom memungkinkan penempatan konten yang lebih fleksibel dan variatif, baik dengan kolom yang sama lebar atau berbeda lebar, tergantung pada kebutuhan desain.

c) *Multiple-Column Grid*

Sistem *grid* ini menawarkan fleksibilitas yang tinggi dan cocok digunakan ketika diperlukan penempatan konten visual dan naratif yang sering berubah-ubah. Tetapi, penting untuk diketahui bahwa jumlah dan proporsi kolom memiliki dampak pada tingkat keterbacaan oleh pembaca (hlm. 129).

3) *Modular Grid*

Sistem *grid* modular memanfaatkan gabungan kolom vertikal dan kolom horizontal. *Grid* modular adalah pilihan yang sesuai ketika memiliki banyak elemen visual dan memerlukan tingkat fleksibilitas serta komposisi yang beragam (hlm. 132). Penggunaan *grid* modular juga bermanfaat untuk formulir, diagram, serta jadwal. *Grid* modular juga memiliki peran yang signifikan dalam tampilan beranda ponsel yang menampilkan berbagai aplikasi. Selain itu, Instagram juga memanfaatkan *grid* modular untuk menampilkan feed pengguna.



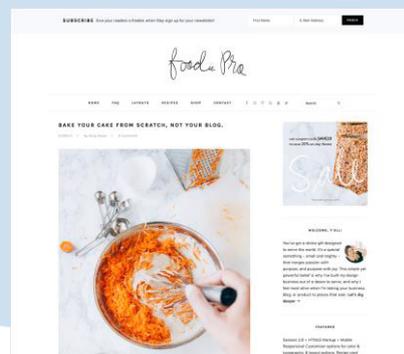
Gambar 2.16 *Modular Grid*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

4) *Asymmetrical Grid*

Sistem *grid* asimetris mengarah pada sebuah komposisi tata letak di mana keseimbangan visual antara kedua

halaman tidak dipertahankan, dan sering kali terasa lebih berat pada halaman kiri. Dalam penggunaan sistem *grid* asimetris, berbagai elemen seperti keterangan tambahan, footer, ilustrasi, dan lainnya dapat digunakan untuk mencapai efek ini (hlm. 140). Sistem *grid* asimetris memberikan kebebasan kreatif yang lebih besar dalam desain, memungkinkan desainer untuk mengeksplorasi pengaturan yang lebih eksperimental dan tidak terikat pada simetri yang ketat. Contoh yang sering dijumpai adalah postingan blog.



Gambar 2.17 Contoh *Asymmetrical Grid*  
Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

## 2.1.5 Ilustrasi

Wiley (2019, hlm. 1) menjelaskan bahwa ilustrasi merupakan cerita visual yang menghubungkan konteks suatu isu atau tujuan tanpa mengandalkan teks tulisan. Ilustrasi berfungsi sebagai bahasa yang menggambarkan topik atau masalah tertentu secara gamblang melalui representasi visual yang terorganisir. Menurut Male (2008, hlm. 50) terdapat beberapa macam gaya ilustrasi sebagai berikut:

### 2.1.5.1 Ilustrasi Realistik

Menggambarkan subjek dengan detail yang tinggi dan sangat mirip dengan aslinya. Ilustrasi realistik sering kali memerlukan keterampilan teknis yang tinggi, pengamatan yang cermat terhadap proporsi, pencahayaan, tekstur, dan detail lainnya.



Gambar 2.18 Contoh Ilustrasi Realistik  
Sumber: IDN Times

Gaya ini banyak digunakan dalam berbagai bidang seperti ilustrasi medis, ilustrasi arsitektur, ilustrasi mode, dan dalam berbagai proyek seni rupa yang membutuhkan representasi yang akurat.

#### 2.1.5.2 Ilustrasi Kartun/Animasi

Menampilkan karakter atau objek dengan ciri khas yang berlebihan, sering kali digunakan dalam komik, film animasi, atau gambar kartun.



Gambar 2.19 Contoh Ilustrasi Kartun/Animasi  
Sumber: rctiplus.com

Gaya ini memungkinkan penggunaan warna-warni, ekspresi wajah yang dramatis, bentuk-bentuk yang sederhana namun kuat dalam menyoroti karakter atau pesan yang ingin disampaikan. Ilustrasi kartun atau animasi juga sering memanfaatkan perubahan posisi atau ekspresi karakter untuk menyampaikan narasi atau pesan tertentu kepada penonton atau pembaca.

### 2.1.5.3 Ilustrasi Abstrak

Menggunakan bentuk-bentuk, warna, dan garis-garis untuk mengekspresikan ide atau konsep tanpa perlu representasi yang jelas dari objek nyata.



Gambar 2.20 Contoh Ilustrasi Abstrak  
Sumber: iStock

Ilustrasi abstrak dapat bervariasi dari komposisi geometris yang terstruktur hingga ekspresi bebas dan gestural yang mengandalkan gerakan dan ekspresi spontan. Penggunaan warna, tekstur, dan garis-garis dalam ilustrasi abstrak sering kali diprioritaskan untuk mengekspresikan ide atau pesan yang lebih luas daripada representasi objek konkret.

### 2.1.5.4 Ilustrasi Klasik

Ilustrasi klasik merujuk pada gaya ilustrasi yang terinspirasi oleh periode atau gaya tertentu dalam sejarah seni. Gaya ini sering kali mengacu pada gaya seni dari masa lalu yang memiliki ciri khas tertentu dan telah memengaruhi seni dan ilustrasi selanjutnya.

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 2.21 Contoh Ilustrasi Klasik  
Sumber: iStock

Sebagai contoh, ilustrasi klasik dapat mencakup penggunaan teknik seni rupa yang diilhami oleh periode *Renaissance* dengan fokus proporsi yang realistis, pencahayaan yang dramatis, dan penggambaran yang detail. Begitu juga dengan gaya lain seperti *Baroque*, *Rococo*, *Victorian*, atau *Edwardian*, masing-masing memiliki karakteristik sering kali tercermin dalam ilustrasi.

#### 2.1.5.5 Ilustrasi Digital

Ilustrasi digital adalah proses pembuatan ilustrasi menggunakan perangkat lunak dan alat digital. Dalam ilustrasi digital, seniman menggunakan perangkat lunak seperti Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, CorelDRAW, atau perangkat lunak lainnya untuk membuat gambar.



Gambar 2.22 Contoh Ilustrasi Digital  
Sumber: Pixabay

Teknik ini memungkinkan fleksibilitas yang besar dalam mengubah, mengatur, dan menyesuaikan karya seni dengan mudah tanpa kehilangan kualitas, serta memungkinkan penggunaan berbagai efek digital untuk menciptakan ilustrasi yang kompleks dan kreatif.

#### 2.1.5.6 Ilustrasi Vektor

Dibuat dengan menggunakan garis dan bentuk geometris, memungkinkan untuk diperbesar tanpa kehilangan kualitas gambar.



Gambar 2.23 Contoh Ilustrasi Vektor  
Sumber: Gamelab.id

Perbedaan utama ilustrasi vektor dengan gambar raster adalah bahwa ilustrasi vektor dapat diperbesar atau diperkecil tanpa kehilangan kualitas atau ketajaman gambar. Karena ilustrasi vektor menggunakan formula matematis untuk mendefinisikan setiap elemen grafisnya, hasilnya dapat diubah ukurannya sesuka hati tanpa menyebabkan distorsi atau kehilangan resolusi.

## 2.2 *User Interface*

Galitz (2007, hlm. 4) menjelaskan bahwa *User Interface* (UI) merupakan bagian dari interaksi antara manusia dan komputer yang berhubungan dengan indera pengelihatan, pendengaran, komunikasi, dan pemahaman. UI terdiri dari dua komponen utama, yaitu *input* dan *output*. *Input* mengacu pada cara individu berkomunikasi dengan mesin komputer, sedangkan *output* adalah cara mesin komputer mengkomunikasikan hasil kepada pengguna, terutama melalui indera pengelihatan dan pendengaran. Pentingnya UI yang efektif terletak pada kemampuannya untuk menggabungkan dengan baik mekanisme input dan output sehingga dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Oleh karena itu, UI yang berhasil

akan mengarahkan perhatian pengguna pada informasi yang disampaikan, bukan pada mekanisme teknis yang digunakan untuk menyampaikannya. Ini membuat UI yang baik seringkali tidak mencolok dan tidak terlalu disadari oleh pengguna.

### 2.2.1 Prinsip

Tampilan suatu sistem seharusnya mencerminkan kemampuannya dalam merespons kebutuhan pengguna. Tampilan yang ideal adalah yang fungsional, efisien, mudah dipelajari secara alami, nyaman digunakan tanpa menimbulkan frustrasi, dan memberikan penggunaan yang memuaskan setelah memakai (hlm. 44). Untuk menciptakan *User Interface* (UI) yang baik dan tepat, Galitz telah merangkum beberapa prinsip umum sebagai berikut:

1) *Accessibility*

Suatu sistem seharusnya mudah digunakan tanpa perlu modifikasi tambahan agar dapat diakses oleh berbagai pengguna.

2) *Aesthetically Pleasing*

Tampilan visual, baik dari segi grafis maupun informasi yang disajikan, harus memberikan kenyamanan visual dan sesuai dengan teori desain.

3) *Availability*

Semua aspek dalam sistem harus tersedia dalam berbagai mode tanpa memberikan batasan tertentu.

4) *Clarity*

Elemen visual, fungsi, metafora, dan informasi teks harus jelas sehingga mudah dimengerti dan tidak menimbulkan ambiguitas.

5) *Configurability*

Pengguna harus dapat mengkonfigurasi sistem sesuai dengan kebutuhan mereka dengan mudah dimengerti dan diakses.

6) *Consistency*

Desain harus konsisten dalam penampilan, penataan, dan cara berinteraksi dengan pengguna untuk menghindari pembelajaran ulang yang tidak efisien.

7) *Control*

Pengguna harus memiliki kebebasan dalam aktivitas mereka tanpa dibatasi oleh mekanisme sistem.

8) *Directness*

Cara untuk melakukan tindakan atau alternatif harus jelas dan terlihat sehingga mudah diakses oleh pengguna.

9) *Efficiency*

Pergerakan mata dan tangan harus diminimalisir dengan fokus pada kebutuhan pengguna mulai dari transisi, navigasi, hingga informasi.

10) *Familiarity*

Pengguna harus merasa familiar dengan konsep dan bahasa yang digunakan dalam desain, berdasarkan pengalaman nyata mereka.

11) *Forgiveness*

Sistem harus memberikan ruang untuk kesalahan dan memberikan arahan untuk membetulkannya tanpa hukuman.

12) *Immersion*

Desain harus menciptakan fokus yang intens sehingga pengguna merasa seperti masuk ke dalam sistem.

13) *Obviousness*

Setiap elemen dan objek yang ditampilkan harus terlihat jelas dan intuitif sehingga pengguna dapat mengidentifikasi bagian yang dapat diinteraksikan tanpa penjelasan tambahan.

14) *Operability*

Sistem harus dapat digunakan oleh berbagai pengguna tanpa dibatasi oleh kemampuan fisik atau teknologi.

15) *Predictability*

Sistem harus dapat diantisipasi berdasarkan ekspektasi untuk menghindari kesalahan yang dapat menghambat produktivitas.

16) *Recovery*

Sistem harus memungkinkan pengguna untuk membatalkan tindakan mereka dengan mudah.

17) *Responsiveness*

Sistem harus memberikan respons yang cepat terhadap input yang diberikan oleh pengguna.

18) *Safety*

Sistem harus membantu pengguna untuk menghindari kesalahan dan kebingungan karena keterbatasan daya ingat manusia.

19) *Simplicity*

Sistem harus sederhana dan mudah dimengerti tanpa kebingungan atau banjir informasi.

20) *Transparency*

Pengguna harus dapat fokus pada tindakan mereka tanpa terganggu oleh mekanisme tampilan.

21) *Visibility*

Status sistem dan penggunaan metode harus terlihat jelas dengan hierarki dan sensitivitas konteks yang sesuai. Prinsip ini didasarkan pada penonjolan elemen yang paling relevan. Tingkat visibilitas suatu informasi atau elemen harus sejalan dengan relevansinya.

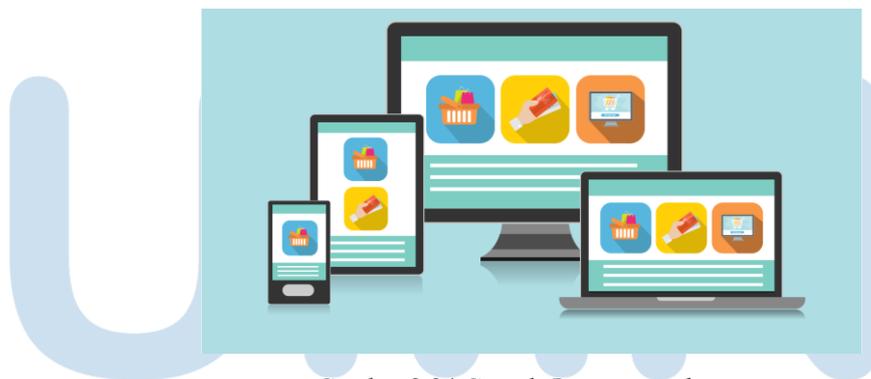
### 2.2.2 Elemen

Menurut Cooper, Reimann, Cronin, Noessel, Ciszmedi, Lemoine (2014) buku *About Face*, secara prinsip desain antarmuka visual berkaitan dengan cara elemen-elemen visual diatur dan dimanipulasi untuk mengkomunikasikan informasi dan perilaku. Setiap elemen dalam komposisi visual memiliki beragam properti seperti bentuk dan warna yang berkolaborasi untuk menghasilkan pesan. Bagaimana properti ini diterapkan pada setiap elemen, serta bagaimana properti tersebut berubah seiring waktu dan interaksi, berperan penting dalam membantu pengguna memahami konten dan antarmuka grafis.

Sebagai contoh, ketika dua objek antarmuka berbagi warna yang sama, pengguna cenderung menganggap bahwa keduanya memiliki keterkaitan atau kesamaan. Sebaliknya, ketika dua objek memiliki warna yang kontras, pengguna akan mengasumsikan bahwa objek tersebut terkait dengan kategori yang berbeda. Desain antarmuka visual memanfaatkan kemampuan manusia untuk membedakan objek berdasarkan penampilan visual yang berbeda, sehingga menciptakan makna yang lebih beragam daripada penggunaan kata-kata saja. Ketika merancang desain antarmuka, penting untuk mempertimbangkan hal-hal berikut.

#### 2.2.2.1 *Context*

Setiap pedoman desain visual harus disesuaikan dengan situasi penggunaannya. Contohnya seperti apakah pengguna sedang bekerja di layar komputer desktop yang besar sambil memiliki lampu langit-langit cerah atau sedang berada dalam ruangan gelap dan mencari detail biologis di layar. Maka dari itu penting untuk mempertimbangkan konteks penggunaan sebagai bagian dari panduan yang mempengaruhi desain visual (Cooper et al., hlm. 406).



Gambar 2.24 Contoh *Responsive design*  
Sumber: searchenginejournal.com

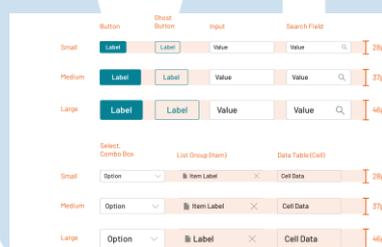
Menurut Tselentis dalam bukunya *The Graphic Designer's Electronic Media Manual* (2012, hlm. 106), desainer memiliki tantangan untuk menyesuaikan dari perangkat ke perangkat lain, yaitu dengan cara responsif. Contohnya pengguna bisa saja membuka sebuah situs web melalui *handphone* atau desktop.

### 2.2.2.2 Shape

Bentuk adalah aspek utama yang membantu pengguna mengidentifikasi suatu objek. Manusia mengenali objek melalui gambaran kasar bentuknya, tetapi, membedakan objek dengan bentuk yang berbeda memerlukan tingkat perhatian yang lebih tinggi daripada membedakan sifat-sifat lain seperti warna atau ukuran. Oleh karena itu, bentuk bukanlah properti terbaik untuk menarik perhatian pengguna (Cooper et al., hlm. 407).

### 2.2.2.3 Size

Elemen yang memiliki ukuran lebih besar cenderung menarik perhatian pengguna, terutama ketika ukurannya jauh lebih besar daripada elemen serupa yang ada di sekitarnya. Ukuran juga dapat diukur secara berurutan dan berdasarkan kuantitas, yang berarti orang cenderung mengurutkan objek berdasarkan ukurannya dan mengaitkan kuantitas relatif dengan perbedaan ukuran objek tersebut. Sebagai contoh, jika pengguna memiliki empat ukuran teks yang berbeda, pengguna akan mengasumsikan bahwa tingkat pentingnya meningkat seiring dengan pertumbuhan ukuran, dan konten yang dicetak tebal akan dianggap lebih penting daripada konten biasa.



Gambar 2.25 Contoh Penerapan Size

Sumber: <https://medium.com/eighthshapes-llc/size-in-design-systems-64f234acc519>

Oleh karena itu, ukuran menjadi properti yang berguna dalam mengkomunikasikan hierarki informasi (akan dibahas lebih lanjut dalam waktu sesaat). Perbedaan ukuran yang signifikan juga mampu menarik perhatian dengan cepat. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan ukuran ini juga perlu dipertimbangkan secara bijak,

karena, seperti yang dijelaskan dalam karya Jacques Bertin yang klasik, "*The Semiology of Graphics*" (University of Wisconsin Press, 1983), ukuran dapat mengaburkan variabel lain, seperti bentuk, ketika sesuatu memiliki ukuran yang sangat kecil atau sangat besar.

#### 2.2.2.4 *Color*

Walaupun banyak orang berbicara mengenai warna dengan santai, desainer harus memperlakukan pemilihan warna dalam antarmuka dengan cermat dan hati-hati. Setiap pilihan warna harus dipertimbangkan dengan memprioritaskan tujuan pengguna, konteks lingkungan, isi, dan identitas merek. Setelah itu, pendekatan yang paling penting adalah memikirkan warna dalam antarmuka dengan mempertimbangkan *value*, *hue*, dan *saturation* (hlm. 407-408).

##### 1) *Value*

Pada latar belakang yang gelap, perbedaan kegelapan tampaknya lebih samar, sedangkan pada latar belakang yang terang, perbedaan kegelapan menjadi lebih jelas. Seperti halnya ukuran, *value* juga dapat dianggap sebagai sifat yang berkaitan. Misalnya, jika sebuah gambar terlalu gelap atau terlalu terang, maka rincian lain dalam gambar tersebut mungkin sulit untuk dipahami. Manusia mampu dengan cepat dan mudah merasakan perbedaan dalam nilai, sehingga nilai dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menyorot elemen-elemen yang perlu ditekankan.

##### 2) *Hue*

Perbedaan warna yang signifikan dengan cepat menarik perhatian mata manusia, tetapi pengguna sering memiliki asosiasi yang kompleks dengan warna tersebut. Dalam beberapa bidang pekerjaan, warna memiliki makna khusus yang bisa dimanfaatkan.

Contohnya, seorang akuntan melihat warna merah sebagai indikasi negatif dan warna hitam sebagai indikasi positif, sementara seorang pedagang saham, setidaknya dalam sistem Barat yang umum, mengartikan warna biru sebagai "beli" dan warna merah sebagai "jual." Makna warna juga dipengaruhi oleh konteks sosial tempat manusia dibesarkan.

Berbeda dengan ukuran atau nilai, warna tidak memiliki urutan atau nilai yang inheren. Untuk menciptakan sistem visual efektif yang memungkinkan pengguna memahami makna tersirat, sebaiknya gunakan jumlah warna yang terbatas. Penggunaan palet warna terlalu banyak, yang sering disebut sebagai "*carnival effect*," dapat membuat pengguna merasa kewalahan dan membatasi kemampuan manusia untuk berkomunikasi secara efektif. Pemilihan warna juga dapat menjadi titik pertentangan ketika mempertimbangkan *branding* dan komunikasi antarmuka.

### 3) *Saturation*

Saturasi memiliki kemampuan untuk menarik perhatian, mirip dengan apa yang dilakukan oleh *hue* dan *value*. Saturasi adalah sifat yang dapat diukur, karena saturasi yang lebih tinggi seringkali berhubungan dengan kecerahan yang lebih besar. Meskipun warna yang jenuh bisa mencirikan kebahagiaan dan dinamisme, terkadang juga bisa terlihat berlebihan dan mencolok. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya sebagai "*carnival effect*," jika terlalu banyak saturasi digunakan dalam seluruh palet warna, hal ini dapat menjadi terlalu berlebihan dan bersaing dengan isi sebenarnya (hlm. 408).

#### 4) *HSV in Combination*

*Hue, saturation, dan value* merupakan tiga faktor yang bekerja bersama untuk menggambarkan karakteristik warna dalam sebuah antarmuka, dalam kerangka kerja yang disebut sebagai *HSV*. Sebaliknya, dalam sistem umum lainnya, *RGB*, desainer dapat menentukan nilai merah, hijau, dan biru untuk warna tertentu. Desainer harus berhati-hati dalam menentukan tingkat merah, hijau, dan biru untuk warna tertentu, serta bagaimana mereka memanfaatkan kontras dalam elemen-elemen ini dan bagaimana elemen-elemen ini berinteraksi dalam palet keseluruhan (hlm. 408).

##### **2.2.2.5 Orientation**

Orientasi berguna ketika memiliki informasi dengan arah tertentu yang perlu disampaikan, misalnya naik atau turun, maupun pergerakan mundur atau maju. Orientasi bisa sulit dikenali pada beberapa bentuk atau ukuran yang kecil, sehingga sebaiknya digunakan sebagai sarana komunikasi tambahan. Sebagai contoh, jika desainer ingin menunjukkan bahwa pasar saham mengalami penurunan dalam sebuah grafik, Anda mungkin akan memilih untuk menggunakan panah yang mengarah ke bawah, dan mungkin panah tersebut berwarna merah (Cooper et al., hlm. 409).

##### **2.2.2.6 Texture**

Tekstur memiliki bermacam-macam jenis seperti: halus, kasar, berantakan, dan rata. Meskipun elemen di layar sebenarnya tidak memiliki tekstur fisik yang nyata, tetapi dapat terlihat seolah-olah memiliki tekstur. Sebenarnya tekstur jarang digunakan untuk mengkomunikasikan perbedaan atau menarik perhatian, karena seringkali memerlukan tingkat perhatian yang tinggi untuk membedakannya. Meskipun demikian, tekstur dapat menjadi petunjuk

penting tentang keterjangkauan; ketika manusia melihat area dengan tekstur karet pada perangkat fisik, manusia pada umumnya mengasumsikan bahwa dapat memegangnya. Adanya tonjolan pada elemen antarmuka pengguna umumnya menandakan bahwa elemen tersebut dapat diseret, sedangkan bayangan miring atau jatuh pada tombol membuatnya tampak lebih interaktif dan dapat diklik (Cooper et al., hlm. 409).

#### **2.2.2.7 Position**

Sama seperti ukuran, posisi adalah variabel yang dapat diukur secara sistematis dan kuantitatif, yang berarti dapat digunakan untuk menyampaikan informasi tentang hierarki. Pengguna dapat memanfaatkan urutan baca layar untuk menemukan elemen-elemen dalam urutan tertentu. Bagi pengguna yang terbiasa dengan tata bahasa Barat, ini sering kali menempatkan elemen yang paling penting atau yang pertama kali digunakan di sudut kiri atas.

Posisi juga dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan spasial antara objek di layar dan objek di dunia fisik, seperti yang sering terjadi dalam antarmuka medis dan pengujian. Hubungan spasial ini pada gilirannya dapat digunakan untuk menyiratkan hubungan konseptual: item yang ditempatkan bersama-sama di layar dianggap memiliki kesamaan. Sebagai contoh, dalam aplikasi email di iOS, animasi horizontal yang mengubah antara kotak masuk dan email individual membantu memperkuat hierarki logis yang digunakan untuk mengatur aplikasi tersebut (hlm. 409).

#### **2.2.2.8 Text & Typography**

Teks merupakan komponen yang sangat penting hampir bagi semua antarmuka pengguna. Bahasa tertulis memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi yang padat dan memiliki banyak nuansa, tetapi pengguna harus sangat berhati-hati dalam penggunaannya karena bisa membingungkan dan membuat antarmuka

sulit dipahami. Meskipun tipografi yang baik dan efektif adalah bidang yang luas untuk dipelajari, berikut ini beberapa pedoman praktis yang berguna.

Manusia mengidentifikasi kata-kata terutama dari bentuknya. Kata-kata yang memiliki bentuk yang jelas akan lebih mudah dikenali. Inilah sebabnya mengapa kata-kata yang ditulis menggunakan semua huruf kapital lebih sulit dibaca dibandingkan dengan penggunaan kombinasi huruf besar dan kecil.

Selain itu, penggunaan semua huruf kapital juga dapat memberikan kesan seperti berteriak. Ketika pengguna mencari pola dalam bentuk kata, petunjuk pencocokan yang biasanya ada dalam kata-kata yang menggunakan huruf kapital menjadi hilang, sehingga kita harus lebih berusaha untuk memahami apa yang tertulis. Oleh karena itu, sebaiknya hindari penggunaan semua huruf kapital dalam desain antarmuka (Cooper et al., hlm. 410).

#### **2.2.2.9 Information Hierarchy**

Ketika pengguna berinteraksi dengan antarmuka visual, mereka secara tidak sadar melakukan proses evaluasi terhadap objek atau informasi yang paling penting dan juga memperhatikan bagaimana hubungannya dengan konten dan kontrol lain yang terlihat. Untuk memudahkan pengguna dalam melakukan proses ini dengan cepat dan tanpa kesulitan, desainer menciptakan hierarki informasi dengan menggunakan perbedaan dalam atribut visual seperti ukuran, kecerahan, posisi, dan sebagainya.

Hal ini membantu mengorganisir antarmuka menjadi berbagai lapisan informasi. Untuk aplikasi tertentu, hierarki informasi harus sangat jelas, dengan perbedaan yang kuat antara tingkat kepentingan dalam tata letak yang spesifik. Namun, dalam kasus aplikasi yang lebih kompleks, hierarki informasi dapat dibuat dengan lebih terstruktur (Cooper et al., hlm. 411).

#### 2.2.2.10 *Motion and Change Over Time*

Setiap elemen yang disebutkan dalam bagian ini dapat mengalami perubahan seiring berjalannya waktu untuk tujuan seperti menyampaikan informasi, menggambarkan hubungan antara elemen-elemen tersebut, menarik perhatian pengguna, memfasilitasi transisi antar mode, dan mengonfirmasi efek dari perintah yang diberikan. Sebagai contoh, dalam iOS untuk desktop, elemen-elemen tersebut tidak sering muncul dan menghilang secara tiba-tiba.

Setelah pengguna mengklik *icon* aplikasi di dok, aplikasi tersebut akan membuka dengan gerakan untuk mengonfirmasi bahwa perintah telah diterima dan aplikasi sedang dimuat. Animasi ini berfungsi untuk mengonfirmasi bahwa perintah untuk meminimalkan telah diterima dan memberi tahu pengguna di mana jendela tersebut sekarang berada dalam status minimalkan, sampai pengguna memanggilnya kembali.

Kemampuan untuk memahami bagaimana elemen ini berubah seiring berjalannya waktu, khususnya dalam konteks pergerakan, adalah keterampilan penting bagi desainer antarmuka.

### 2.3 *User Experience*

Garret (2011, hlm. 6) menguraikan *user experience* sebagai pengalaman yang muncul saat seseorang menggunakan produk dalam konteks kehidupan nyata. Walaupun saat pengembangan produk, perhatian utama sering kali terfokus pada fungsi produk, *user experience* bukan hanya terbatas pada mekanisme produk tersebut, melainkan juga melibatkan respons yang timbul setelah penggunaan, seperti pengalaman, tingkat kenyamanan, dan tingkat interaktivitas produk.

Sementara itu, ISO 9241-210 memberikan definisi *user experience* sebagai respons pengguna yang muncul berdasarkan penggunaan atau antisipasi terhadap suatu sistem, layanan, atau produk. Definisi ini mencakup berbagai aspek seperti perasaan, kepercayaan, preferensi, persepsi, respon fisik dan emosional, perilaku,

dan hasil penggunaan sebelum, selama, atau setelah penggunaan sistem, layanan, atau produk tersebut. Respons dan persepsi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk identitas, kinerja sistem, interaktivitas, perilaku, karakteristik, keunggulan, dan konteks penggunaan merek tertentu.

Dalam konteks ini, estetika dalam desain bertujuan untuk menciptakan bentuk yang menarik, sedangkan desain fungsional berupaya memenuhi kebutuhan yang spesifik dalam suatu sistem produk. User experience berusaha mencapai harmoni yang seimbang antara aspek estetika dan fungsional (hlm. 8).

### **2.3.1 Prinsip Usability**

Dalam buku *Don't Make Me Think*, Krug (2014) menekankan bahwa prinsip *usability* harus bisa digunakan tanpa membuat pengguna merasa frustrasi. Hal ini harus dipastikan desainer bahwa segala sesuatunya berfungsi dengan baik dan mudah digunakan. Ada beberapa prinsip *usability* menurut Krug (2014).

#### **2.3.1.1 Things Should be Self-Explanatory**

Semua aspek harus dijelaskan dengan sangat baik saat pengguna mengunjungi situs web, mengakses aplikasi seluler, atau berinteraksi dengan produk digital lainnya. Hal ini penting karena memahami cara kerja dan kontennya dengan cepat adalah kunci untuk membangun kepercayaan dalam situs web, aplikasi, dan perusahaan tersebut. Dengan cara ini, tingkat kegunaan dan pengalaman pengguna dapat dijamin tetap baik.

#### **2.3.1.2 Minimize Cognitive Load**

Secara umum, seseorang cenderung tidak menyukai situasi di mana mereka harus menebak atau merenung tentang cara menjalankan suatu proses atau aktivitas tertentu. Oleh karena itu, jika antarmuka yang disediakan membuat pengguna harus berpikir berlebihan, mereka akan merasa frustrasi. Pengguna tidak ingin menghadapi situs web atau aplikasi sebagai teka-teki yang rumit.

Pengguna menginginkan petunjuk yang jelas tentang langkah-langkah yang harus diambil, sehingga mereka dapat mengatasi tugas dengan efisien. Karena itu, semakin banyak usaha yang dibutuhkan oleh pengguna untuk memahami apa yang harus dilakukan, semakin besar kemungkinan bahwa mereka akan meninggalkan antarmuka dan mencari alternatif dari kompetitor produk.

#### **2.3.1.3 *Don't Waste Time***

Seseorang mengakses internet dengan tujuan untuk mengoptimalkan penggunaan waktu mereka. Jika desainer membuang-buang waktu pengguna, mereka akan meninggalkan situs tersebut. Kecepatan pemuatan sebuah situs web memiliki signifikansi penting dalam menentukan peringkatnya di hasil pencarian Google. Umumnya, manusia tidak menghargai pengalaman menunggu saat berinteraksi dengan halaman web atau aplikasi.

Hal ini berdampak negatif pada aspek kegunaan dan pengalaman pengguna (UX) secara menyeluruh. Pengguna memiliki kecenderungan untuk terus bergerak seperti hiu, jika tidak, mereka akan kehilangan minat.

#### **2.3.1.4 *Back Button***

Salah satu fitur yang sering digunakan di browser web saat ini adalah *back button*. Ini penting agar pengguna dapat dengan mudah kembali ke titik awal jika mereka tersesat atau melakukan kesalahan selama perjalanan mereka. Oleh karena itu, pastikan pengguna memiliki kemampuan untuk mengklik *back button* beberapa kali untuk melacak kembali langkah-langkah mereka dan mengoreksi kesalahan selama perjalanan tertentu.

#### **2.3.1.5 *Habits***

Ketika seseorang menemukan sesuatu yang berfungsi dan memenuhi kebutuhannya, seseorang cenderung tetap mengikuti cara

tersebut, bahkan jika tidak sepenuhnya efisien. Dalam situasi ini, apabila pengguna menemukan metode yang efektif untuk mengatasi masalah mereka, kemungkinan besar mereka tidak akan mencari alternatif yang lebih efisien, meskipun ada pilihan yang lebih baik.

Kebiasaan seseorang dapat membuat terpaku pada rutinitas tertentu. Dalam beberapa kasus, hal ini dapat memberikan manfaat tertentu bagi seorang desainer.

#### **2.3.1.6 *To the Point***

Sama seperti ketidaksetujuan seseorang terhadap pemborosan waktu dalam menunggu halaman dimuat, seseorang juga memiliki sedikit kesabaran terhadap proses atau langkah yang tidak diperlukan. Maka dari itu, hilangkan tindakan yang tidak perlu dalam percakapan sebelum memberikan pengguna dengan apa yang mereka butuhkan. Pada internet, tidak ada yang tertarik dengan trik-trik yang berlebihan, semua orang ingin langsung ke inti masalah.

#### **2.3.1.7 *Search Bar***

Individu semakin mengandalkan kemampuan pencarian di dalam situs web dan aplikasi. Oleh karena itu, memiliki fitur pencarian dalam antarmuka menjadi sangat penting. Banyak pengguna langsung mencari opsi pencarian setelah mereka memasuki halaman atau aplikasi. Jika mereka tidak dapat menemukan cara untuk mencari dan menemukan apa yang mereka butuhkan, kemungkinan besar mereka akan segera mencari situs web lain.

#### **2.3.1.8 *Site Map Should be Handled with Care***

Individu biasanya menyimpan pengalaman mereka dengan situs web dan aplikasi, membuat *mental maps*, dan mengingat urutan langkah-langkah yang diperlukan. Melalui pendekatan ini, mereka belajar di mana mencari informasi yang mereka butuhkan dan bagaimana menyelesaikan tugas yang harus dilakukan. Ketika

desainer melakukan perubahan besar dalam struktur situs, ini dapat mengganggu kemampuan orang untuk mengingat urutan langkah-langkahnya, yang mungkin membuat pengguna kesulitan kembali, dan pada akhirnya berdampak negatif pada pengalaman mereka.

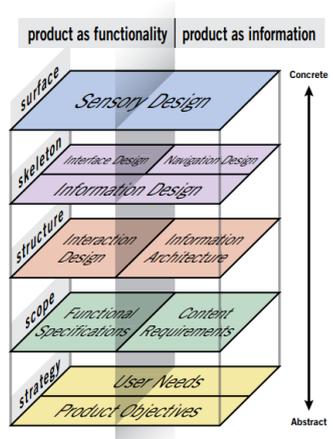
#### **2.3.1.9 Home Button**

*Home button* adalah solusi darurat yang bisa digunakan pengguna ketika mereka merasa bingung dalam antarmuka. Jika pengguna merasa sangat kebingungan dan *back button* tidak cukup untuk membantu mereka, dengan sekali klik pada *home button*, mereka akan kembali ke titik awal dan dapat memulai ulang. Oleh karena itu, penting untuk menampilkan tombol ini dengan jelas dan terlihat, karena memberikan bantuan yang berharga bagi pengguna dalam situasi-situasi seperti ini.

#### **2.3.2 Elemen**

Dalam proses desain pengalaman pengguna, fokus utamanya adalah mempertimbangkan semua kemungkinan aksi yang bisa saja dilakukan oleh pengguna dan memahami ekspektasi pengguna dalam setiap tahap yang akan mereka lalui. Oleh karena itu dengan menyusun komponen elemen pengalaman pengguna dapat memperoleh pengertian yang lebih mendalam tentang produk, layanan, atau sistem yang sedang dirancang. Elemen UX dapat dibagi menjadi 5 tahap dari yang paling abstrak (ide-ide dasar) hingga yang paling konkret (Garret hlm. 19-20).

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 2.26 Elemen UX  
Sumber: Garret (2011)

### 2.3.2.1 *Strategy Plane*

Bidang ini tidak hanya mencakup bagaimana sistem beroperasi dan pengalaman yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakan rancangan tersebut (hlm. 21). Tetapi pada tahap ini kebutuhan pengguna merupakan fokus utama, maka desainer perlu memahami apa yang diharapkan oleh pengguna dan bagaimana hal itu dapat disesuaikan dengan tujuan-tujuan lain yang mereka miliki. Selain itu aspek tujuan produk menjadi motivasi internal dan kebutuhan pengguna sebagai dorongan eksternal dalam perancangan produk.

Dalam mengembangkan tujuan produk, penting untuk memiliki kejelasan dalam tujuan bisnis, citra merek yang menciptakan kesan yang sesuai dengan produk atau layanan yang ditawarkan, serta indikator untuk mengukur kesuksesan produk atau layanan tersebut. Tujuan indikator ini adalah untuk menilai efektivitas produk atau layanan terhadap pengguna dalam jangka waktu dan volume tertentu. Sementara itu, kebutuhan pengguna memerlukan pemahaman yang mendalam melalui segmentasi supaya tepat memahami pengguna, seperti melalui riset lapangan dan *user persona* (hlm. 36-49).

### **2.3.2.2 Scope Plane**

Bagian ini menggambarkan struktur yang mencakup berbagai fitur dan kemampuan yang terdapat dalam suatu produk atau layanan. Pemetaan struktur fitur dan kemampuan bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang perancangan yang dilakukan pada setiap langkah dan mencegah kemungkinan penambahan fitur yang tidak diperlukan (hlm. 59-61).

### **2.3.2.3 Structure Plane**

Bagian ini menjelaskan cara pengguna mengarahkan tindakan mereka untuk mencapai titik-titik tertentu, mencari opsi navigasi alternatif, dan mengakhiri perjalanan eksplorasi mereka. Tahap ini merupakan saat dimana abstraksi berubah menjadi konsep yang lebih konkret yang berpengaruh pada pengalaman pengguna (UX). Dalam konteks pengembangan perangkat lunak, aspek yang terkait dengan pembentukan struktur pengalaman pengguna dikenal sebagai desain interaksi. Desain interaksi difokuskan pada potensi tindakan yang dapat dilakukan oleh pengguna dan menjelaskan cara sistem akan merespons tindakan-tindakan tersebut.

Pendekatan yang diterapkan dalam prinsip ini adalah pemahaman dan perancangan sistem yang berpusat pada interaksi manusia, bukan hanya pada komponen mesin. Sementara itu, dalam pengembangannya, pemetaan pengalaman pengguna (UX) merujuk pada *information architecture*, yang berkaitan dengan bagaimana individu akan memproses informasi karena berkaitan dengan logika dan penerimaan informasi tersebut (hlm. 80-89).

### **2.3.2.4 Skeleton Plane**

Bidang ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi antara berbagai elemen yang maksimal. Dalam bidang ini, terbagi menjadi beberapa komponen, seperti desain informasi, desain antarmuka, dan desain navigasi. Secara fungsional, desain antarmuka berkaitan

dengan bagian tampilan yang langsung berinteraksi dengan pengguna dengan fungsi yang telah dijelaskan secara struktural.

Kemudian, desain navigasi adalah sistem yang memudahkan pengguna dalam menjelajahi suatu sistem. Jika arsitektur informasi adalah bagian dari sistem yang sedang dikembangkan, maka desain navigasi adalah alat untuk pengguna agar bisa melihat struktur tersebut dan berinteraksi dengannya.

Sementara itu, desain informasi berkaitan dengan komunikasi dengan pengguna. Aspek ini bertindak sebagai penghubung antara fungsionalitas yang berorientasi pada tugas dengan informasi yang berorientasi pada sistem. Ini disebabkan karena desain antarmuka dan desain navigasi yang baik tidak akan berjalan dengan baik tanpa desain informasi yang kuat yang mendukung kedua elemen tersebut (hlm. 107-109).

#### **2.3.2.5 *Surface Plane***

Pada tahap ini, fokus utama adalah pada elemen-elemen desain visual, seperti pemilihan warna dan tipografi yang digunakan. Ini merupakan tahap di mana desain antarmuka pengguna (UI) mendapatkan perhatian utama dan menjadi pusat perhatian, walaupun aspek ini tidak terbatas hanya pada tampilan fisik, melainkan juga mencakup pengalaman pengguna secara keseluruhan. Penting untuk mempertimbangkan bagaimana produk akan memengaruhi pengguna dari sudut pandang visual dan estetika. (hlm.133 - 137).

Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan ketika menciptakan elemen visual, termasuk melalui penerapan: *eyetracking*, kontras, konsistensi, dan *style guide*. *Eyetracking* merupakan pengamatan terhadap pandangan mata pengguna dan bagaimana mereka memperhatikan elemen-elemen sesuai dengan gerakan bola mata mereka. Kontras adalah kunci untuk menarik perhatian pengguna

dan memahami hubungan antara elemen-elemen navigasi yang ada satu sama lain.

Konsistensi mencakup keseragaman elemen yang dapat digunakan dan diatur dengan baik untuk menarik perhatian pada berbagai informasi yang disampaikan. *Style guide* bertujuan untuk memandu sistem perancangan yang spesifik, dengan tujuan untuk memudahkan pengambilan keputusan dalam pengembangan tahap selanjutnya (hlm. 137-151).

### **2.3.3 Microcopy**

Menurut Yifrah (2017, hlm. 7) dalam buku 'Microcopy the Complete Guide' *Microcopy* adalah kata-kata atau kalimat dalam antarmuka pengguna yang berhubungan secara langsung dengan tindakan yang dilakukan pengguna seperti: motivasi pengguna sebelum melakukan sesuatu, instruksi yang diberikan bersamaan dengan tindakan, dan respon yang diberikan setelah mengambil tindakan.

Dalam antarmuka pengguna (UI), banyak yang menganggap bahwa *microcopy* yang baik yaitu yang *clean* dan minimalis. *Microcopy* yang panjang dapat membuat antarmuka terasa berat dan mengintimidasi pengguna (hlm. 8). Namun pada kenyataannya, komunikasi bergantung pada kata-kata, dan siapa pun yang mengabaikannya akan menghapus elemen penting dari interaksi manusia. Dengan kata lain, jika seseorang ingin menciptakan antarmuka yang manusiawi dan terkoneksi dengan pengguna, kata-kata tetaplah penting. Terdapat 3 bagian penting menurut Yifrah (2017, hlm. 10) yang penulis jabarkan sebagai berikut.

#### **2.3.3.1 The Voice and Tone**

Dikutip dari buku 'Microcopy the Complete Guide', profesor Nass melakukan penelitian tentang interaksi manusia dengan antarmuka yang memiliki kepribadian tidak konsisten, terutama ketika terdapat perbedaan antara elemen non-verbal (seperti intonasi suara)

dengan elemen verbal (seperti konten yang disampaikan). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ketika kepribadian yang disajikan oleh antarmuka tersebut tidak berhasil meyakinkan pengguna atau membangkitkan emosi, hal ini akan menimbulkan kebingungan dan kecurigaan pengguna.

Sebaliknya, ketika elemen verbal dan nonverbal saling mendukung dan konsisten, pengguna merasakan kepribadian tersebut menarik dan persuasif. Mereka juga lebih memahami pesan-pesan yang disampaikan, memiliki reaksi emosional yang lebih kuat terhadapnya, dan lebih mudah dipengaruhi. Semakin pengguna mempercayai bahwa kepribadian yang berkomunikasi adalah asli, semakin mereka yakin dan setuju untuk bertindak sesuai dengan pesan tersebut. Dalam *tone and voice* memiliki 2 bagian penting yang perlu di garis bawahi, yaitu merek dan target audiens (hlm. 23).

#### 1) *Brand*

Dalam mengidentifikasi visi dan misi sebuah *brand*/merek, desainer tidak secara eksplisit mengkomunikasikannya kepada pengguna, namun setiap teks yang *brand* hasilkan harus secara tidak langsung mencerminkan dan mendukungnya. Oleh karena itu, sangat penting agar visi dan misi ini menjadi jelas dan dikenal oleh semua desainer.

Ada beberapa contoh visi dan misi *brand* salah satunya IKEA, memiliki visi mewujudkan kehidupan sehari-hari yang lebih baik bagi masyarakat. Sedangkan misi yaitu IKEA akan menawarkan berbagai macam produk yang dirancang dengan fungsional, perabotan rumah tangga dengan harga yang murah sehingga disukai banyak orang yang mungkin akan mampu membelinya.

Menurut Yifrah (2017, hlm. 23) selain visi dan misi, sebuah *brand* juga harus memilih nilai untuk mengarahkan tindakan dan bahasa yang akan digunakan, karena setiap karakter dan nilai dapat dijelaskan menggunakan ungkapan dan bahasa yang membawa makna relevan. Setiap *brand* harus memiliki kepribadian (hlm. 28) karena hal itulah yang membuat sebuah *brand* ‘hidup’ dan lebih menyenangkan ketika melakukan pendekatan pada pengguna.

## 2) *Target Audiens*

Dalam membuat *tone and voice* yang baik untuk antarmuka pengguna, penulis desainer juga harus bisa menentukan karakteristik demografis target audiens dengan cara mengetahui siapa yang diajak bicara. Tentu pendekatan bahasa generasi *baby boomers* berbeda dengan generasi z.

Jadi perlu diketahui bahwa sangatlah penting untuk memahami siapa target audiensnya. Karakteristik utama yang perlu penulis desainer tentukan adalah usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi, tempat tinggal, tingkat pendidikan, status perkawinan, bidang minat lain, dan kecenderungan teknologi yang dipakai. Informasi yang penulis desainer kumpulkan tentang audiens target akan membantu dalam mendesain *tone and voice* (hlm. 31).

Jika sudah menentukan target audiens, selanjutnya penulis desainer perlu tahu kebutuhan dan permasalahan target audiens. Yifrah (2017, hlm. 32) mengatakan setiap produk atau layanan harus meningkatkan kehidupan pengguna, membuatnya lebih mudah, dan menjawab kebutuhan atau memecahkan masalah.

Semakin baik memahami masalahnya, semakin mudah untuk mengatasi motivasi mereka dengan lebih tepat. Penulis desainer juga harus bisa mewujudkan harapan pengguna (hlm. 36). Harapan-harapan tersebut adalah alasan mereka mengunjungi situs web suatu *brand*, dan mereka akan secara otomatis melakukan kontak, membeli barang, atau melakukan apa pun yang suatu *brand* ingin mereka lakukan.

### **2.3.3.2 *Experience and Engagement***

Dalam buku ‘Microcopy the Complete Guide’, bagian ini akan mengeksplorasi bagaimana menerapkan konsep *experience and engagement* pada situs web atau aplikasi. Terdapat 13 poin yang akan dibahas Yifrah (hlm. 63) sebagai berikut.

#### 1) *Sign up, Login and Password Recovery*

Menurut Yifrah (2017), audiens memiliki dua alasan kuat untuk tidak mendaftar. Pertama, pendaftaran seringkali melibatkan pengisian formulir atau menghubungkan akun media sosial. Pengguna sangat enggan mengisi formulir karena itu memakan waktu dan meminta informasi pribadi yang harus diingat atau dibuat kata sandi baru. Selain itu, mereka takut diharuskan membayar sesuatu yang tidak mereka inginkan.

Walaupun opsi untuk menghubungkan melalui media sosial lebih dapat diterima, beberapa pengguna tetap memilih untuk tidak mendaftar karena alasan privasi. Kedua, pengguna melihat pendaftaran sebagai komitmen, dan mereka tidak ingin jika tidak diperlukan. Kebencian pengguna terhadap pendaftaran sangat besar, bahkan sampai pada titik mereka akan meninggalkan keranjang belanja mereka dan mencari produk yang

sama di tempat lain jika diharuskan mendaftar sebelum melakukan *check-out* (hlm. 65).

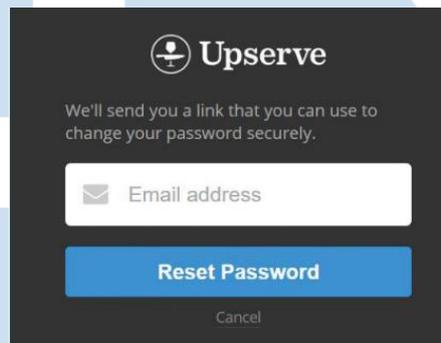
Sebagai desainer, kita memiliki kendali untuk mengatasi hambatan ini sehingga pengguna bersedia mendaftar. Mereka perlu memahami manfaatnya dan bagaimana ini akan menguntungkan mereka. Salah satu contohnya yaitu TED. Judul dan kalimat pertama bekerja sama dengan baik dan memberikan penggunanya merasa bahwa mereka sangat diterima. Disajikan dalam gaya yang sederhana dan jelas bagi pengguna yang mendaftar. Dengan akun Facebook mereka, ada kebijakan untuk tidak memposting apa pun tanpa izin mereka.

Gambar 2.27 Contoh Penerapan *Copy* pada *Sign up*  
Sumber: Yifrah (2017)

Ketika pengguna melakukan *log in*, sama seperti pelanggan di toko fisik disambut dengan hangat, begitu juga secara online. Kata sapaan yang hangat membuat kesan pengguna diterima pada suatu *brand* (hlm. 73).

Gambar 2.28 Contoh Penerapan *Copy* pada *Log in*  
Sumber: Yifrah (2017)

Pada saat pengguna lupa kata sandi, mereka tidak bisa tertarik pada hal lain kecuali mendapatkan kata sandi baru. Hal ini tidak perlu dijelaskan lebih lanjut. Tetap singkat, sederhana dan efektif (hlm. 79).



Gambar 2.29 Contoh Penerapan *Copy* pada *Reset Password Upserve*  
Sumber: Yifrah (2017)

## 2) *Sign up for Newsletter*

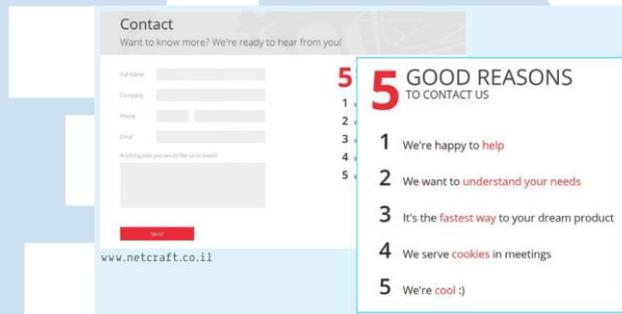
Sebelum menawarkan pengguna untuk berlangganan berita, sebaiknya penulis desainer harus memilih elemen-elemen yang paling menarik minat pengguna. Tujuan utama melakukan langganan berita adalah untuk mendemonstrasikan pemasaran *brand*. Maka menawarkan manfaat yang dapat langsung dipahami dan dikatakan pengguna adalah ide yang bijak.



Gambar 2.30 Contoh Penerapan *Copy* pada *Sign up for Newsletter*  
Sumber: Yifrah (2017)

## 3) *Contact Us*

Situs website atau aplikasi ada versi daring dari bisnis suatu *brand*. Maka dari itu halaman kontak atau layanan pelanggan penting untuk memberikan bantuan pada pengguna (hlm. 96-97).

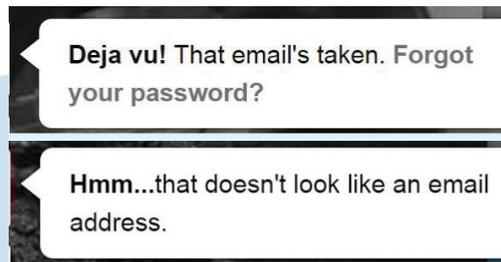


Gambar 2.31 Contoh *Contact Us*  
Sumber: Yifrah (2017)

Contohnya yaitu Agensi UX, Netcraft, memperlakukan halaman Kontak mereka dengan cara yang sama seperti halaman penjualan, dan mereka memberikan lima alasan penting kepada pengguna dan calon pelanggan untuk menghubungi mereka. Dua alasan pertama bertujuan untuk membangun kepercayaan, alasan ketiga menawarkan nilai, sedangkan dua alasan terakhir bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pengguna, yang merupakan elemen integral dalam merek mereka.

#### 4) *Error Messages*

*Error messages* adalah satu-satunya teks yang tidak penulis desainer harapkan terjadi pada pengguna. Tetapi kemungkinan besar pengguna akan melihat kesalahan pesan tersebut, maka dari itu desainer perlu menyampaikan dengan kata-kata yang membantu pengguna (hlm. 107).



Gambar 2.32 Contoh Penerapan *Error Messages*  
Sumber: Yifrah (2017)

Salah satu contohnya yaitu *error messages* Pinterest, menimbulkan senyuman, tetapi tidak membuat pengguna frustrasi. Mereka juga menyediakan link ke proses pemulihan kata sandi, hal inilah yang membuat *copy* efisien (hlm. 111).

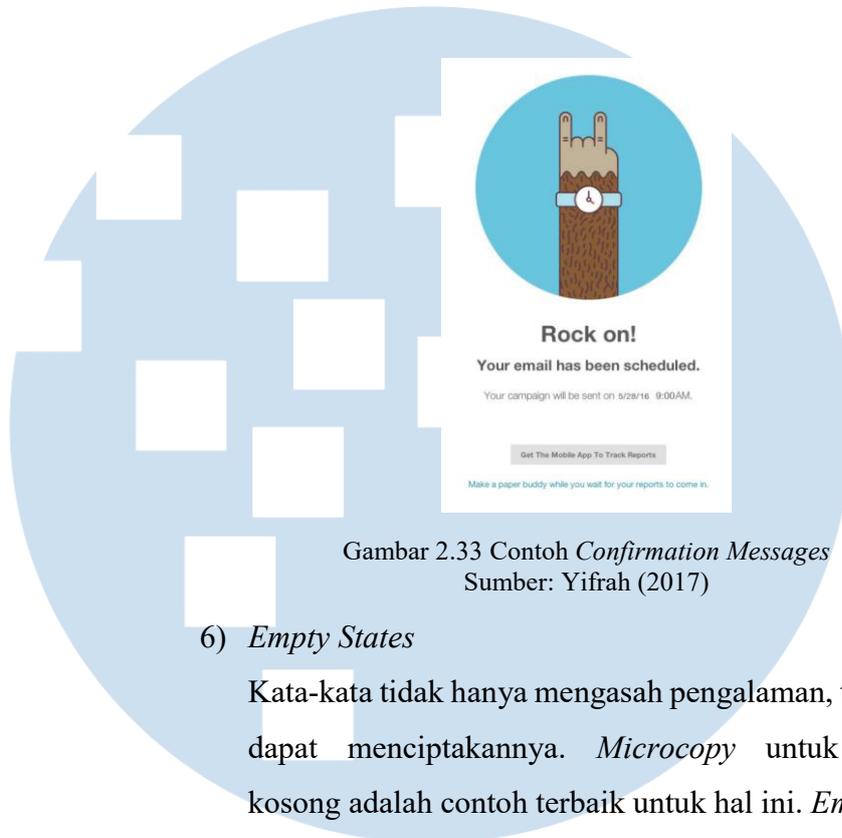
#### 5) *Confirmation Messages*

Dikutip dari buku 'Microcopy the Complete Guide', profesor Clifford Nass menemukan penelitian bahwa ketika manusia menggunakan desain antarmuka, mereka mengharapkan mendapat perlakuan sesuai dengan norma sosial, meskipun mereka memahami bahwa mereka sedang berhadapan dengan komputer. *Confirmation messages* yang dilihat pengguna setelah mereka melakukan suatu tindakan adalah salah satu tanggapan terpenting yang mereka harapkan untuk diterima.

Berikut adalah beberapa contoh yang perlu diakhiri dengan *confirmation messages*:

- Mendaftar atau bergabung ke acara atau layanan
- Pembelian suatu produk, jasa, atau langganan
- Bergabung dengan bulletin
- Mengunduh panduan gratis
- Mengirim formulir kontak
- Mengunggah data
- Impor dan ekspor data

- Validasi alamat email, dan sebagainya.



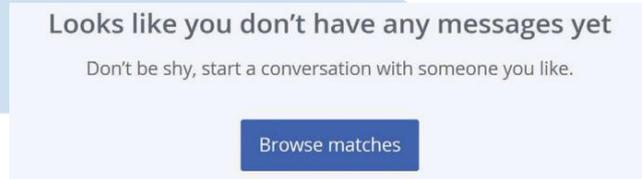
Gambar 2.33 Contoh *Confirmation Messages*  
Sumber: Yifrah (2017)

#### 6) *Empty States*

Kata-kata tidak hanya mengasah pengalaman, tetapi juga dapat menciptakannya. *Microcopy* untuk keadaan kosong adalah contoh terbaik untuk hal ini. *Empty states* adalah kondisi di mana tidak ada yang dapat ditampilkan kepada pengguna. Halaman tersebut dapat muncul ketika pengguna pertama kali mengakses sebuah situs web, aplikasi, atau fitur, dan juga dapat muncul sebagai hasil dari penggunaan, seperti saat melakukan pencarian yang tidak menghasilkan hasil apa pun.

Keranjang kosong adalah kesempatan untuk mendorong penjualan. Pencarian yang tidak menghasilkan hasil memberikan kesempatan untuk menunjukkan bahwa penulis desainer peduli, dengan menawarkan barang serupa dan mencegah pengguna pergi dengan tangan kosong. Hal ini bukan hanya kesempatan untuk memberikan pelayanan yang baik, tetapi untuk

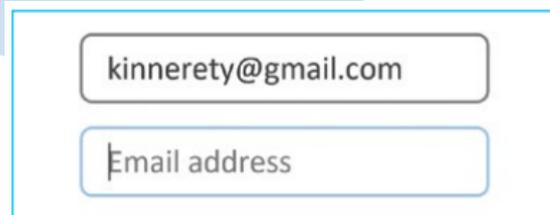
mengarahkan pengguna ke langkah berikutnya dan menempatkan pengguna ke dalam bisnis (hlm. 127).



Gambar 2.34 Contoh Penerapan *Empty States*  
Sumber: Yifrah (2017)

#### 7) *Placeholders*

Yifrah (2017) mengatakan *placeholder* adalah teks yang desainer masukkan di dalam form, biasanya dalam bewarna putih polos hingga pengguna mulai mengetik. *Placeholder* dapat digunakan ketika pengguna ingin mencari sesuatu pada *search box*, mencari kategori menggunakan form, atau menulis deskripsi singkat



Gambar 2.35 Contoh *Placeholder*  
Sumber: Yifrah (2017)

#### 8) *Buttons*

Kata-kata umum seperti *download*, *search*, *send*, atau *register* tidak membantu pengguna membuat sebuah keputusan. Saat pengguna mendapatkan salah satu tombol umum ini, mereka memerlukannya untuk menyeimbangkan pro dan kontra berdasarkan ingatan yang telah mereka lihat serta memahaminya sejauh ini, dan memutuskan sendiri apakah itu layak atau tidak untuk mengklik *button*.

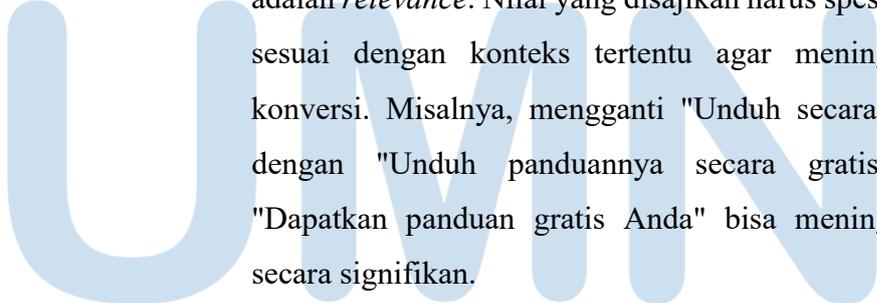
Masalah lain dengan kata-kata umum ini adalah kata-kata tersebut biasanya diberi tekanan apa yang harus dilakukan pengguna. Michael Aagaard (hlm. 157) menguji *button* selama 4 tahun dan menghasilkan rumus sebagai berikut:

$$\text{Value} + \text{Relevance} = \text{Conversions}$$

Gambar 2.36 Rumus *Michael Aagaard*  
Sumber: Yifrah (2017)

Aagaard menyoroti pentingnya menulis *value* yang diberikan kepada pengguna daripada hanya menulis tindakan yang diharapkan dari pengguna. Contohnya, mengganti tombol "Pesan informasi" menjadi "Dapatkan informasi" meningkatkan konversi sekitar 40%.

Selain itu, fokus pada tindakan daripada *nilai* dapat membuat pengguna mengambil kesimpulan sendiri dan tidak memberikan motivasi yang cukup untuk bertindak (hlm. 158). Variabel lain yang dijelaskan oleh Aagaard adalah *relevance*. Nilai yang disajikan harus spesifik dan sesuai dengan konteks tertentu agar meningkatkan konversi. Misalnya, mengganti "Unduh secara gratis" dengan "Unduh panduannya secara gratis" atau "Dapatkan panduan gratis Anda" bisa meningkatkan secara signifikan.



	Button on the home page leading to the sign up form for the free trial	Button at the end of the sign up form for the free trial
1	Sign up now	Create account
2	Sign up now 30-day free trial	Start free trial
3	Sign up now 30-day free trial no commitment	Send and start using the system

Gambar 2.37 Contoh Penerapan *Microcopy pada Button*

Sumber: Yifrah (2017)

9) *404 Errors: Page Not Found*

Menurut Yifrah (2017, hlm. 167) penting untuk dipahami bahwa desain halaman 404 itu penting, tapi itu saja tidak cukup. Gambar tanpa *microcopy* mungkin akan tidak begitu masalah, tapi tidak akan membantu pengguna mencapai tujuan yang mereka inginkan. Maka dari itu ada beberapa cara menulis *microcopy* untuk halaman 404:

- a) Menjelaskan kepada pengguna dengan kata-kata sederhana bahwa halaman tersebut tidak ada di sini, karena tidak semua pengguna paham mengenai 404.
- b) Menunjukkan empati, yaitu menambahkan kata atau kalimat yang memahami perasaan pengguna saat ini.
- c) Memberikan solusi. Sebaiknya pada halaman 404, tautkan ke situs kategori yang banyak pengguna cari.
- d) Hal ini opsional, tetapi cara lainnya adalah memberikan desain visual yang menarik, humoris agar menghibur audiens (tetapi jangan sampai menertawakan pengguna saat mereka bingung), dan sediakan cara untuk melapor tautan yang rusak.

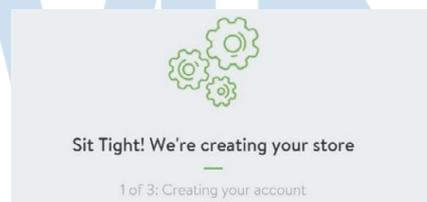




Gambar 2.38 Contoh Penerapan *Microcopy* pada *Error Page*  
Sumber: Yifrah (2017)

### 10) *Waiting Time*

Waktu tunggu adalah durasi yang diperlukan oleh sistem untuk melakukan tugas seperti memuat data, memproses informasi, mencari, dan mengunduh file. Menurut Yifrah (2017, hlm. 177) memanfaatkan momen *loading* untuk menyampaikan pesan yang bijaksana, menghangatkan hati, atau mempromosikan merek suatu *brand* adalah waktu yang tepat. Dengan usaha minimal, *brand* dapat memberikan pengguna perhatian kepada mereka dan pengguna akan merasa penting.

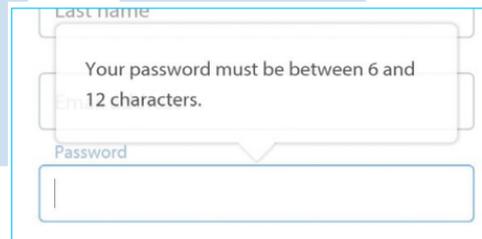


Gambar 2.39 Contoh Penerapan *Microcopy* pada *Waiting Time*  
Sumber: Yifrah (2017)

### 2.3.3.3 *Usability*

Menurut Yifrah (2017, hlm. 189), terdapat prinsip dasar penggunaan *microcopy*. Jika pada suatu website atau aplikasi membutuhkan banyak penjelasan, sebaiknya teks panjang tersebut tidak selalu muncul di tampilan utama, karena membuat kesan penuh

dan sesak pada pengguna pertama. Salah satu cara untuk menyembunyikan penjelasan panjang tersebut bisa menggunakan *tooltips*, yang muncul ketika kursor diarahkan.

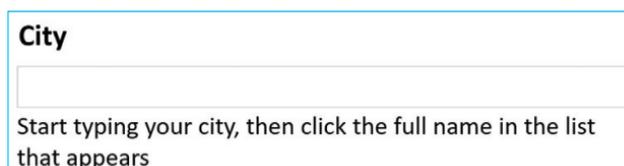


Gambar 2.40 Contoh Penerapan *Tooltips*  
Sumber: Yifrah (2017)

Ada beberapa cara untuk mengetahui waktu yang tepat untuk menggunakan *microcopy* (hlm. 189):

1) *Usability Test*

Desainer dapat mencatat hasil user test, kapan dan dimana pengguna mengalami kesulitan. Contohnya ketika pengguna merasa lebih praktis mengetik daripada menggunakan *dropdown*, ada baiknya menambahkan instruksi singkat di bawah kolom agar lebih jelas.



Gambar 2.41 Contoh Penerapan Instruksi Singkat  
Sumber: Yifrah (2017)

2) *Customer Support Reps*

Masalah pada pengalaman pengguna juga membutuhkan bantuan *microcopy*. Contohnya ketika pengguna takut dengan pembayaran *online* karena tidak cukup aman, di sinilah *microcopy* bekerja untuk meyakinkan dan menunjukkan jenis keamanan pembayaran serta seberapa bagus keamanan tersebut.

### 3) *Monitoring and Analysis Tools*

*Microcopy* dapat diaplikasikan ketika terjadi kesalahan. Contohnya ketika pengguna melewatkan untuk mengisi tanggal lahir atau terjadi error karena tidak mengisi, *microcopy* berperan penting di sini (hlm. 190).

## 2.4 Aplikasi

Cuello dan Vittone (2013), dalam buku mereka yang berjudul "Designing Mobile Apps," mengemukakan bahwa aplikasi merupakan perangkat lunak yang memerlukan proses pengunduhan dan pemasangan ke dalam perangkat sebelum pengguna dapat mengaksesnya.

Peneliti tersebut juga menambahkan bahwa keberadaan aplikasi ini dapat meningkatkan pengalaman pengguna dengan menyederhanakan interaksi serta mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk menavigasi konten. Oleh karena itu, aplikasi memiliki kemampuan untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, bahkan ketika tidak ada koneksi internet yang tersedia.

### 2.4.1 Jenis Aplikasi

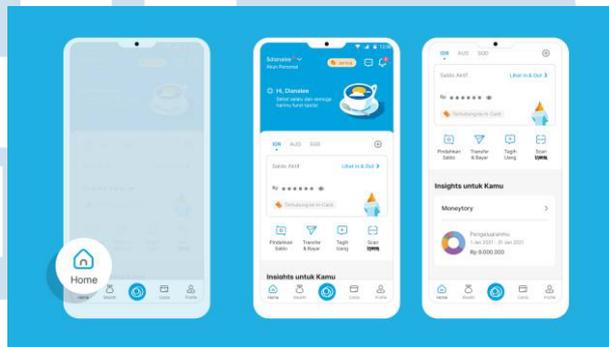
Aplikasi dapat dibagi menjadi beberapa jenis yang berbeda, masing-masing memiliki fungsinya sendiri. Aplikasi *mobile* merupakan salah satu jenis yang paling umum, dirancang khusus untuk perangkat seluler seperti *smartphone* dan tablet. Dalam buku *Designing Mobile Apps*, jenis aplikasi dibagi menjadi 3 jenis, yaitu sebagai berikut (Cuello dan Vittone, 2013).

#### 2.4.1.1 Aplikasi *Native*

Aplikasi *native* adalah jenis aplikasi yang telah disusun khusus untuk beroperasi pada platform sistem operasi tertentu, seperti Android, iOS, dan Windows. Pembangunan aplikasi *native* memanfaatkan Software Development Kit (SDK) dengan desain dan

pengkodean yang telah disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform.

Proses penggunaan aplikasi native melibatkan pengunduhan dari toko aplikasi, pemasangan, serta alokasi penyimpanan pada perangkat dengan ukuran berkas tertentu. Aplikasi *native* juga sering kali mengalami pembaruan yang mengharuskan pengguna mengunduh file tambahan untuk memperbarui versi sebelumnya.

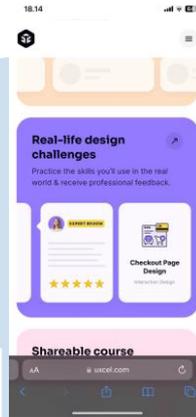


Gambar 2.42 Contoh Aplikasi *Native*  
Sumber: jenius.com

Secara signifikan, aplikasi *native* tidak memerlukan koneksi internet dalam penggunaannya, yang menghasilkan keuntungan bagi pengguna dengan akses cepat dan instan ke konten yang sesuai dengan kemampuan perangkat yang digunakan.

#### 2.4.1.2 Aplikasi *Web*

Aplikasi *web* adalah jenis aplikasi yang dibangun menggunakan teknologi pemrograman *web* dengan bantuan alat program yang berbasis pada bahasa HTML, JavaScript, dan CSS. Biasanya, pembuatan aplikasi web tidak memerlukan penggunaan Software Development Kit (SDK).

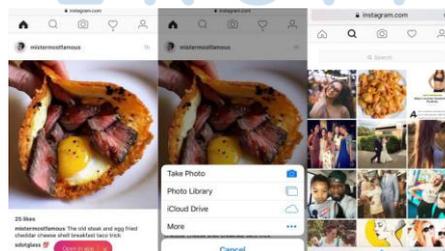


Gambar 2.43 Contoh Aplikasi Web Uxcel  
Sumber: uxcel.com

Pendekatan pemrograman ini memungkinkan aplikasi *web* untuk lebih mudah menyesuaikan diri dengan berbagai perangkat tanpa perlu mengembangkan kode khusus. Selain itu, aplikasi *web* biasanya tidak memerlukan proses pemasangan oleh pengguna, karena aksesnya terjadi melalui internet, sehingga pengguna dapat mengakses kontennya secara langsung tanpa perlu mengunduh atau memasang aplikasi.

### 2.4.1.3 Aplikasi *Hybrid*

Aplikasi *hybrid* adalah jenis aplikasi yang menggabungkan elemen-elemen dari aplikasi *web* dengan elemen-elemen dari aplikasi *native*. Dalam pengembangannya, aplikasi ini menggunakan bahasa pemrograman yang serupa dengan yang digunakan dalam pembuatan aplikasi *native*.



Gambar 2.44 Contoh Aplikasi *Hybrid* Instagram  
Sumber: <https://www.sumberin.com/cara-mengubah-tampilan-instagram-web-menjadi-mobile/>

Setelah fase awal pengembangan dalam bentuk web, aplikasi *hybrid* kemudian disesuaikan dengan berbagai kemampuan perangkat yang beragam. Aplikasi *hybrid* cenderung mengadopsi desain visual yang memiliki beragam tombol fungsi untuk setiap jenis perangkat yang berbeda. Variasi dalam desain visual tombol native ini diterapkan untuk memungkinkan navigasi aplikasi yang sesuai dengan pedoman dari setiap perangkat yang mendukungnya.

#### **2.4.2 Kategori Aplikasi**

Aplikasi dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori berdasarkan fungsinya dan penggunaannya. Cuello dan Vittone (2013) mengklasifikasikan aplikasi ke dalam lima kategori yaitu kategori hiburan, sosial, produktivitas, informasi, dan kreasi. Berikut merupakan penjelasan kategori aplikasi:

##### **2.4.2.1 Hiburan**

Aplikasi hiburan biasanya menampilkan desain yang ditujukan untuk tujuan hiburan, seperti yang terlihat pada aplikasi permainan (aplikasi permainan). Aplikasi ini cenderung memanfaatkan elemen-elemen visual yang menarik, animasi bergerak, dan efek suara untuk meningkatkan kegembiraan pengguna. Desain visual dalam aplikasi hiburan sering kali tidak terikat pada pedoman standar perangkat, yang berfokus pada penyediaan pengalaman yang serupa bagi pengguna, tanpa mempertimbangkan perbedaan sistem operasi.

##### **2.4.2.2 Sosial**

Aplikasi sosial adalah jenis aplikasi yang memiliki fokus pada aspek komunikasi yang menghubungkan berbagai jaringan guna memenuhi kebutuhan pengguna dalam berinteraksi. Aplikasi

sosial pada umumnya menyediakan interaksi antar pengguna dan tersedia secara gratis.

#### **2.4.2.3 Produktivitas**

Aplikasi untuk produktivitas umumnya dikembangkan sebagai alat untuk memberikan solusi kepada masalah yang khusus. Aplikasi ini bertujuan untuk memberikan bantuan kepada pengguna dalam pencarian informasi dan pelaksanaan tugas yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, yang menjadi prioritas dalam menyelesaikan berbagai tugas dan aktivitas keseharian pengguna.

#### **2.4.2.4 Informasi**

Aplikasi yang berorientasi pada pendidikan dan informasi diciptakan dengan tujuan mengalirkan informasi, termasuk berita dan pengetahuan, kepada pengguna. Aplikasi ini bertujuan menyediakan konten yang terfokus pada bagaimana kualitas penyajian informasi dapat diterima oleh pengguna sebagai sumber pengetahuan yang diperoleh oleh mereka.

#### **2.4.2.5 Kreasi**

Aplikasi kreasi berfokus pada mendorong kreativitas pengguna dalam menciptakan berbagai karya di dalam platform aplikasi tersebut. Aplikasi kreasi dapat beragam jenis, seperti aplikasi untuk pembuatan video, penyuntingan foto, pembuatan audio atau musik, maupun kegiatan menulis. Aplikasi kreasi dapat tersedia baik dalam versi berbayar maupun gratis. Dalam penggunaannya, aplikasi kreasi cenderung menyediakan berbagai fungsi untuk memfasilitasi kegiatan kreatif pengguna.

Aplikasi gratis seringkali menyediakan fitur-fitur terbatas, dengan opsi untuk membeli komponen tambahan atau fungsi yang dapat diakses oleh pengguna melalui pembelian dalam aplikasi. Sebaliknya, aplikasi kreasi berbayar biasanya sudah

menyertakan beragam alat yang lengkap untuk digunakan oleh pengguna secara langsung. Beberapa aplikasi gratis juga dapat menyediakan alat-alat yang lengkap mirip dengan aplikasi berbayar, sesuai dengan kebijakan pengembangnya.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA