

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 *Website*

Menurut Campbell (2018) *World Wide Web (Web)* merupakan bagian dari internet yang terdiri dari komputer yang saling berhubungan dan disebut sebagai *server web* didalamnya berisi dokumen elektronik dikenal dengan halaman *website*. Halaman dalam *website* biasanya berisi dokumen berformat khusus seperti gambar, teks, elemen interaktif, dan *hyperlink*. *Website* sendiri merupakan kumpulan dari halaman web yang saling berkaitan biasanya berisi informasi terkait tujuan dan konten situs *website* dalam halaman utama web.

##### 2.1.1 Prinsip Desain *Website*

Sebuah halaman *website* harus menarik secara visual dengan penyampaian pesan yang kuat sehingga meninggalkan kesan yang berbeda pada *website* yang lain. *Website* dapat dikatakan berjalan dengan baik jika menggabungkan kreativitas dan prinsip desain keseimbangan dan kedekatan, kontras dan fokus, serta kesatuan dan identitas visual yang dijelaskan sebagai berikut (Campbell, 2018):

1. Keseimbangan dan Kedekatan

Keseimbangan merupakan sebuah susunan elemen untuk menciptakan keharmonisan. Ada atau tidak adanya keseimbangan dapat berdampak signifikan terhadap efektivitas halaman web dalam mengekspresikan pesannya. Kedekatan berarti menempatkan elemen yang terkait pada posisi yang berdekatan satu sama lain.

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 2.1 Contoh *website* dengan prinsip keseimbangan dan kedekatan  
 Sumber: Campbell (2018)

Keseimbangan memiliki dua jenis simetris dan asimetris. Susunan simetris dalam *website* akan berpusat atau rata, hal ini *menunjukkan* suasana konservatif, aman, dan damai. Desain asimetris atau tidak seimbang menciptakan suasana yang energik pada *website*.

2. Kontras dan Fokus

Kontras merupakan sebuah elemen untuk menstimulasi *user* dan memberikan fokus perhatian dalam sebuah konten *website*. *Focal point* berfungsi untuk membantu *user* dalam memberikan fokus pada ketertarikan atau sebuah aktivitas.



Gambar 2.2 Contoh *website* dengan prinsip keseimbangan dan kedekatan  
 Sumber: Campbell (2018)

Saat merancang sebuah *website*, tentukan elemen-elemen yang menjadi bagian terpenting dan gunakan kontras untuk membangun dominasi secara visual. Kontras dapat diciptakan dengan menggunakan elemen seperti gaya dalam sebuah tipografi, pilihan warna, ukuran elemen, dan seterusnya.

### 3. Kesatuan dan Identitas visual

Sebuah halaman *website* harus memiliki kesatuan, atau rasa kesatuan untuk menciptakan identitas visual. Menciptakan identitas visual yang konsisten sangat penting dalam menjalani bisnis atau suatu organisasi.



Gambar 2.3 Contoh *website* dengan prinsip keseimbangan dan kedekatan  
Sumber: Campbell (2018)

Memperkuat dan mempromosikan suatu merek dapat dilakukan dengan menerapkan spesifikasi merek secara konsisten baik warna, gambar, dan juga teks sehingga mudah diingat dan dikenal.

U M W N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 2.1.2 Jenis Website

Sebuah *website* memiliki beragam jenis sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya. Tujuan tersebut dapat berupa untuk menjual jasa atau produk, memberikan berbagai informasi, mengumpulkan umpan balik, dan sebagainya tergantung dari jenis *website* yang dibuat. Berikut ini adalah jenis *website* menurut Campbell (2018):

1. *Personal Website*

*Website* pribadi biasanya ditujukan untuk mempromosikan diri dalam pekerjaan atau berbagi berita, foto, hobi dan minat yang sama dengan suatu komunitas. Tujuan dari *website* ini biasanya untuk mengkomunikasikan diri dan berbagi informasi tentang diri sendiri.

2. *Organisasi dan Topik Website*

*Website* yang dimiliki oleh suatu perkumpulan atau organisasi, baik kelompok profesional ataupun amatir merupakan situs web organisasi. Sedangkan situs *website* topik merupakan situs yang berfokus pada subjek tertentu. Tujuan dari kedua *website* ini adalah untuk menyediakan sumber daya atau informasi mengenai suatu subjek.

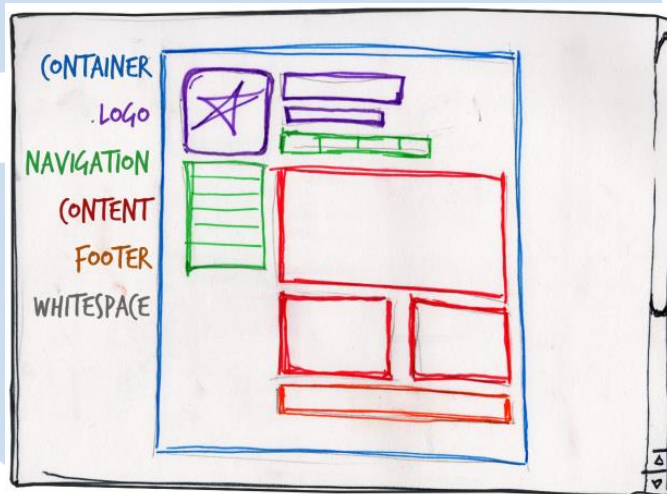
3. *Komersial Website*

*Website* komersial bertujuan untuk mempromosikan dan menjual produk atau layanan bisnis, dari bisnis kecil hingga perusahaan internasional besar.



### 2.1.3 Anatomi Website

Dalam mendesain sebuah *website*, komponen atau anatomi menjadi hal yang penting untuk membantu *user* memahami konten dan navigasi yang ada dalam *website* tersebut. Anatomi dalam *website* ini akan selalu mengikuti ukuran dan subjek pada situs tersebut. Berikut adalah komponen dalam *website* menurut Beard, George, dan Walker (2020):



Gambar 2.4 Anatomi *website*  
Sumber: Beard, George, dan Walker (2020)

#### 1. Blok penampung

Merupakan sebuah wadah dalam *website* untuk meletakkan segala elemen dalam *website*. Tanpa adanya wadah tersebut, sebuah *website* tidak memiliki tempat untuk meletakkan konten dalam halaman *website* sehingga elemen tidak tertata. Lebar dalam wadah tersebut dapat berubah-ubah sesuai dengan kebutuhannya.

#### 2. Logo

Logo biasanya dimunculkan pada bagian atas halaman situs web.

Logo ini berfungsi untuk memberikan identitas dan meningkatkan pengenalan merek terhadap suatu perusahaan atau jasa.

#### 3. Navigasi

*Menu* navigasi harus terletak pada sisi atas baik vertikal sisi halaman atau horizontal diseluruh halaman. *Menu* ini harus mudah ditemukan

dan digunakan untuk mempermudah *user* dalam mencari informasi atau konten dalam *website*.

#### 4. Konten

Konten merupakan bagian terpenting dalam sebuah *website*. *User* dapat masuk dan keluar pada sebuah web ketika tidak menemukan informasi yang mereka cari dan berpindah pada situs web lainnya. Konten dalam *website* dapat berupa teks, gambar, ataupun video yang dapat ditemukan dalam situs web.

#### 5. Footer

*Footer* terletak pada bagian bawah halaman *website*, berisi sebuah informasi mengenai hak cipta, kontak, dan hukum, serta *link* pada bagian utama situs. *Footer* bertujuan untuk memberitahu *user* bahwa mereka berada dalam halaman akhir *website*.

#### 6. Whitespace

Ruang kosong dalam *website* mengacu pada area dalam *website* yang tidak memiliki tipe atau ilustrasi. Ruang kosong ini berfungsi sebagai jarak dari suatu konten dengan konten lainnya sehingga menciptakan keseimbangan dan kesatuan.

### 2.1.4 Grid

*Grid* merupakan salah satu dari elemen *website* yang menentukan proporsi dan peletakan elemen-elemen *website* lainnya sehingga menciptakan kesatuan dan keharmonisan. Menurut Beard, George, dan Walker (2020) elemen *Grid* tidak hanya membuat halaman menjadi persegi dan berbaris, tetapi juga menentukan posisi yang tepat. *Grid* memiliki beragam jenis seperti *golden ratio*, *rule of thirds*, dan *CSS framework* yang dijelaskan menurut Beard, George, dan Walker (2020) sebagai berikut:



## 1. Golden Ratio



Gambar 2.5 Golden ratio dalam website  
Sumber: golden ration website - Bing images

Komposisi yang terbagi pada garis-garis yang proposional dengan *golden ratio* dianggap memiliki nilai estetika yang nyaman dipandang oleh mata. *Golden ratio* juga dapat digunakan untuk membagi kanvas atau wadah sehingga dapat memosisikan titik fokus pada objek yang dituju.

## 2. Rules of Thirds



Gambar 2.6 Rule of thirds dalam website  
Sumber: rule of thirds website - Bing images

Merupakan aturan dari *golden ratio* yang sudah disederhanakan, sehingga mempermudah desainer untuk membuat sistem *Grid* yang baik tanpa memerlukan hitungan. Aturan ini memperlihatkan dua garis dari *golden ratio* sehingga menjadi dua bagian, yang kira-kira dua kali ukuran yang lain.

### 3. CSS Frameworks



Gambar 2.7 CSS Frameworks dalam website  
Sumber: Beard, George, dan Walker (2020)

Merupakan kerangka yang membantu merancang struktur dari sebuah *website*. Umumnya *Grid* ini menggunakan 12 kolom, 18 kolom, atau 24 kolom. *Grid* ini mempermudah desainer dalam membuat sketsa hingga menjadi *prototype* sesungguhnya.

#### 2.1.5 Unity

Menurut Beard, George, dan Walker (2020) *unity* atau kesatuan merupakan bagaimana cara menyusun elemen dalam sebuah komposisi, sehingga dapat berinteraksi satu sama lain dan bekerja secara menyeluruh dan tidak diidentifikasi sebagai bagian yang terpisah. *Unity* memiliki beberapa pendekatan untuk mencapai kesatuan dalam tata letak menurut Beard, George, dan Walker (2020):

##### 1. Proximity

*Proximity* membuat seluruh komponen atau objek menjadi seperti satu kesatuan. *Proximity* menempatkan objek yang berdekatan dalam tata letak menciptakan titik fokus yang akan membuat mata tertarik.



## 2. *Repetition*

Kesatuan yang kohesif dapat diciptakan dari pengulangan warna, bentuk, tekstur, atau objek serupa untuk membantu menyatukan desain dalam halaman web.

### 2.1.6 *Emphasis*

Menurut Beard, George, dan Walker (2020) *Emphasis* berkaitan dengan konsep penekanan atau dominasi. Konsep ini berkaitan dengan penekanan pada salah satu fitur untuk menarik perhatian *user* dalam *website*. Penekanan dalam elemen atau fitur dalam *website* menjadikan elemen tersebut sebagai titik fokus. Titik fokus merupakan elemen apapun dalam halaman web yang menjadi daya tarik, bukan hanya sekedar menjadi halaman secara keseluruhan atau lingkungan disekitarnya. Menurut Beard George, dan Walker (2020) ada beberapa metode dalam mencapai titik fokus, yaitu:

#### 1. *Placement*

Titik dimana *user* melihat pertama kali dalam *website* merupakan sebuah lokasi terkuat untuk menghasilkan penekanan.

#### 2. *Continuance*

Merupakan salah satu metode yang paling umum dalam menyatukan tata letak pada *website*. Metode ini digunakan untuk memberikan keselarasan elemen dengan garis *Grid*, sehingga *user* mengikuti kelanjutan pada halaman web.

#### 3. *Isolation*

Sama halnya dengan kedekatan yang menciptakan sebuah kesatuan, isolasi juga mendorong penekanan. Penekanan ini terlihat dari adanya elemen yang lebih menonjol dibandingkan dengan elemen atau ruang disekitarnya.

#### 4. *Contrast*

Merupakan metode paling umum untuk menciptakan penekanan dalam tata letak. Biasanya kontras diciptakan dengan menggunakan perbedaan warna, ukuran, dan juga bentuk.

Semakin besar perbedaan elemen dengan ruang disekitarnya semakin menonjol juga elemen tersebut.

#### 5. *Proportion*

Proporsi merupakan elemen yang berkaitan dengan perbedaan ukuran skala suatu benda. Perbedaan proporsi pada objek dapat menarik perhatian *user* dikarenakan objek tersebut tidak berada dalam tempat atau konteksnya.

### 2.1.7 Warna

Menurut Beard, George, dan Walker (2020) pemilihan warna harus mempertimbangkan nilai estetika, identitas, dan juga kegunaan dalam *website* sehingga sesuai dengan keperluannya. Psikologi warna merupakan salah satu studi yang mengkhususkan untuk menganalisis efek emosional dan perilaku yang dihasilkan warna dan kombinasinya. Berikut adalah penjelasan dari warna dan persepsinya (Beard, George, dan Walker, 2020):

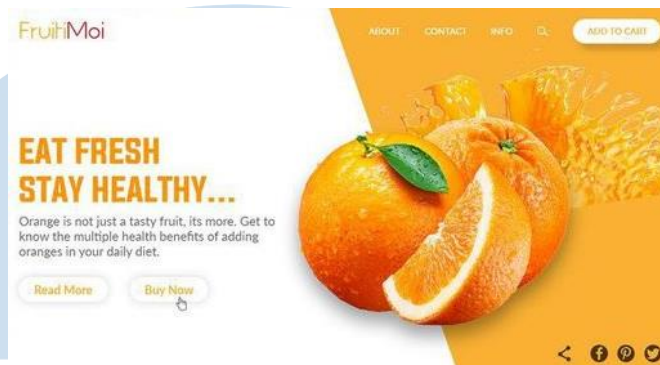
#### 1. Merah



Gambar 2.8 Penggunaan warna merah pada *website*  
Sumber: Tasty Ramen Web Header Concept by Qurban  
Graphic on Dribbble

Warna merah dikenal dengan warna yang memiliki adrenalin dan meningkatkan metabolisme manusia. Warna ini juga memiliki kesan menarik, dramatis, gairah dan kaya. Warna merah gelap memiliki kesan kaya dan kehidupan yang mewah.

## 2. Oranye



Gambar 2.9 Penggunaan warna oranye pada *website*

Sumber:

<https://i.pinimg.com/564x/a1/a1/66/a1a166a44985d2962623650f65356946.jpg>

Warna ini memiliki kesan aktif dan energik, meningkatkan kebahagiaan, mewakili warna pada sinar matahari, antusiasme, dan kreativitas.

## 3. Kuning



Gambar 2.10 Penggunaan warna kuning pada *website*

Sumber: Beard, George, dan Walker (2020)

Merupakan warna yang aktif, dan mudah terlihat, dapat digunakan pada taksi dan tanda peringatan. Warna kuning biasanya juga dikaitkan dengan kebahagiaan.

#### 4. Hijau



Gambar 2.11 Penggunaan warna hijau pada *website*  
Sumber: Bonsai - Plants Store *Homepage* by Usman A.  
on Dribbble

Warna ini memberikan kesan menenangkan yang melambangkan pertumbuhan, kesegaran, dan harapan. Warna hijau dalam *website* erat kaitannya dengan alam. Namun warna ini juga dapat memberikan kesan kekayaan, stabilitas, dan juga pendidikan.

#### 5. Biru



Gambar 2.12 Penggunaan warna biru pada *website*  
Sumber: BBC Earth - Blue Planet II by James Green on Dribbble

Warna biru melambangkan keterbukaan, kecerdasan, dan juga keyakinan. Warna biru juga memiliki efek untuk menenangkan biasanya dikaitkan dengan alam, air atau udara sehingga sering dipakai dalam situs web seperti penerbangan atau kolam berenang.

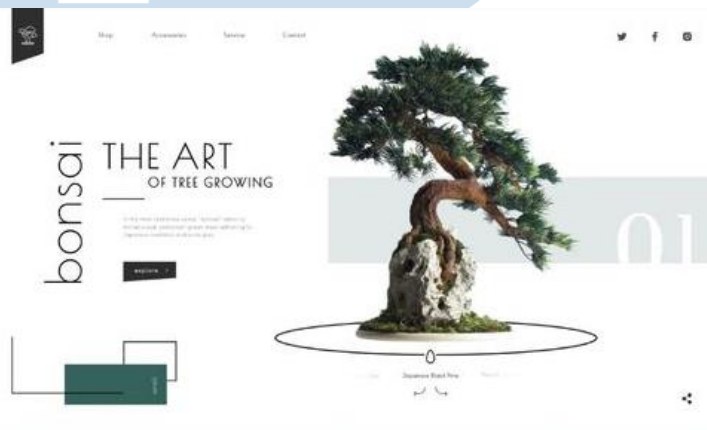
## 6. Ungu



Gambar 2.13 Penggunaan warna ungu pada *website*  
Sumber: Picto by Maxim Nilov on Dribbble

Warna ini biasanya dikaitkan dengan *royalty* dan kekuasaan. Warna ungu merupakan salah satu warna yang jarang digunakan dalam desain web.

## 7. Putih



Gambar 2.14 Penggunaan warna putih pada *website*  
Sumber:

<https://i.pinimg.com/564x/02/a0/94/02a094d796a2709653d3eafbb9a6365.jpg>

Warna putih melambangkan kesempurnaan, cahaya, dan kemurnian. Dalam mendesain web, warna putih sering kali menjadi warna pada latar belakang *website*.



## 8. Hitam



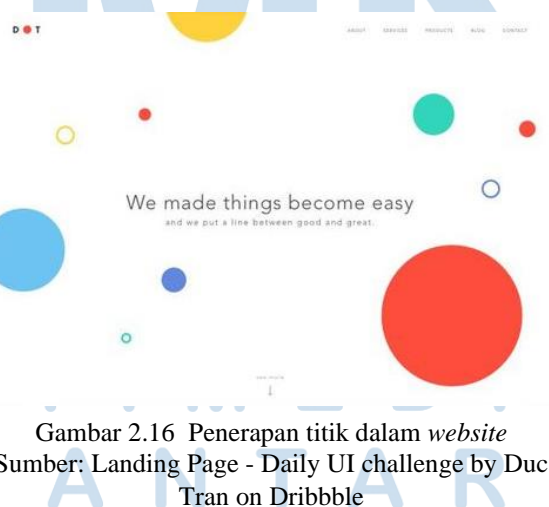
Gambar 2.15 Penggunaan warna hitam pada *website*  
Sumber: #Exploration - Zero page by M. Avan on Dribbble

Warna hitam sering kali dilambangkan sebagai konotasi negatif sebagai warna kematian dan kejahatan. Namun, warna ini juga memiliki makna kekuatan dan keanggunan tergantung dari cara penggunaannya.

### 2.1.8 Tekstur

Tekstur merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan tampilan dan perasaan yang khas pada suatu permukaan dalam desain atau objek. Elemen-elemen dalam desain grafis seperti titik, garis, bentuk, *volume* dan kedalaman, serta pola dapat menciptakan tekstur (Beaird, George, dan Walker, 2020).

#### 1. Titik



Gambar 2.16 Penerapan titik dalam *website*  
Sumber: Landing Page - Daily UI challenge by Duc Tran on Dribbble

Merupakan elemen yang paling mendasar dalam desain grafis. Titik tidak mempunyai skala atau dimensi kecuali titik tersebut mempunyai kerangka acuan.

## 2. Garis



Gambar 2.17 Penerapan garis dalam *website*  
Sumber: Classica Fashion - *Header Exploration* by Wahab™ on Dribbble

Garis tercipta dari gabungan dari elemen dua titik atau lebih. Elemen ini merupakan elemen yang paling umum dan paling ekspresif. Garis horizontal memberikan perasaan stabil, sedangkan garis diagonal membangkitkan perasaan bergerak dan gembira.

## 3. Bentuk



Gambar 2.18 Penerapan bentuk dalam *website*  
Sumber: people: mobile app onboarding by Vladimir Grucev for ooze UA on Dribbble

Bentuk tercipta dari dua ujung garis yang saling bertemu, sehingga menghasilkan bentuk geometris dan organik. Bentuk geometris lebih bersifat teknis dan mekanis, sedangkan bentuk organik lebih bersifat bebas dan memberikan kesan informalitas dan spontanitas.

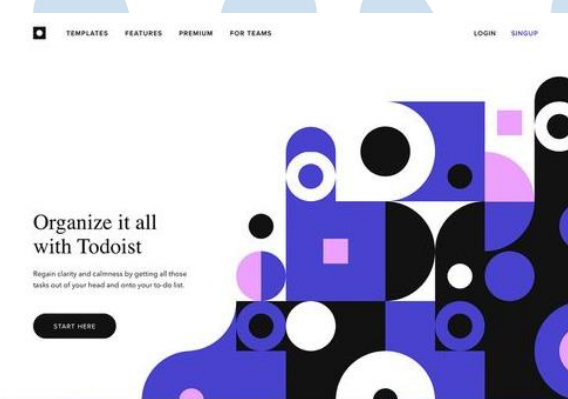
#### 4. *Volume*



Gambar 2.19 Penerapan *volume* dalam *website*  
Sumber: Premium PSD | World oceans day landing page template with sea animals 3d rendering (freepik.com)

*Volume* terbentuk dari gabungan titik, garis, dan bentuk sehingga menciptakan bentuk tiga dimensi. Bentuk ini memiliki panjang, lebar, dan tinggi.

#### 5. *Pola*



Gambar 2.20 Penerapan *pola* dalam *website*  
Sumber: 2021 design trends: Yay or Nay?. It's a new year, and as with the... | by Courage Egbude | Bootcamp (uxdesign.cc)

Merupakan elemen desain yang biasanya berada pada latar belakang dan memiliki pola yang berulang-ulang.

## 2.1.9 Tipografi

Menurut Beard, George, dan Walker (2020) tipografi biasanya berkaitan dengan kesan pada tulisan. Memahami anatomi dalam tipografi menjadi hal penting untuk membantu desainer dalam menentukan *font* yang sesuai. Berikut adalah anatomi dari tipografi yang dijelaskan oleh Beard, George, dan Walker (2020):



Gambar 2.21 Anatomi tipografi  
Sumber: Beard, George, dan Walker (2020)

1. *Baseline*  
Merupakan garis horizontal imajiner tempat sebagian besar karakter huruf menempati garis tersebut.
2. *Cap height*  
Merupakan garis imajiner lainnya yang menandakan tinggi semua huruf kapital dalam sebuah jenis huruf.
3. *Crossbar*  
Sebuah goresan yang menghubungkan dua garis dengan huruf kapital A dan H. Goresan horizontal yang tidak menghubungkan dua garis seperti pada huruf kecil f atau t disebut *cross stroke*.
4. *Serif*  
Guratan akhir pada bagian bawah dan atas pada jenis tipografi tertentu.
5. *Mean line*  
Merupakan garis horizontal imajiner yang menandai tepi atas huruf kecil.

6. *Bowl*  
Kurva membulat yang melingkupi ruang negatif dalam bentuk huruf. Contoh *bowl* dapat terlihat pada huruf D, o, dan g.
7. *Descender*  
Bagian bawah huruf kecil yang berada di bawah garis dasar. Huruf yang termasuk dari *descender* adalah g, j, p, q, dan y.
8. *Counter*  
Spasi negatif dalam sebuah huruf. Contoh huruf yang tertutup seperti A, o, P dan tidak tertutup seperti G, u, c
9. *Stem*  
Merupakan guratan vertikal atau diagonal utama dalam bentuk huruf. Seperti pada huruf I, H, dan W.
10. *Tittle*  
Merupakan nama yang diberikan pada titik diatas huruf kecil seperti pada huruf j dan i
11. *Terminal*  
Guratan atau ujung batang yang tidak memiliki *serif*.
12. *Ascender*  
Merupakan perpanjangan yang naik di atas garis rata-rata, seperti pada huruf b, d, f, h, k, I dan t.
13. *Leg*  
*Leg* atau biasanya disebut sebagai ekor, merupakan goresan bersudut bawah yang dapat terlihat pada huruf K, R Q.
14. *Ligature*  
Merupakan huruf yang digabungkan menjadi satu karakter. Penggabungan karakter ini dikenal sebagai pengikat.
15. *X-height*  
Ruang vertikal yang ditempati oleh huruf kecil pada x. Jarak antara garis dasar dan garis tengah yang akan menentukan isi bentuk huruf kecil, tidak termasuk pada *ascender* dan *descender*.



Menurut Beaird, George, dan Walker (2020) setiap *font* dalam tipografi memiliki karakteristik dan ciri khas yang berbeda sesuai dengan penggunaannya. *Serif* merupakan jenis huruf yang memiliki ciri terdapat ekor pada setiap ujung huruf. Sebaliknya, *font sans serif* tidak memiliki sirip atau ekor pada ujung hurufnya. *Handwritten* merupakan tipografi yang menyerupai penulisan tangan, biasanya dikenal dengan susunan huruf yang menyambung. *Fixed-width font* merupakan yang memiliki lebar yang tetap dan proposional pada jenis hurufnya. *Novelty font* merupakan *font* yang digunakan dalam tampilan, dekoratif, atau fantasi. Beberapa *font* dalam kategori ini merupakan hasil dari modifikasi *font serif* atau *sans-serif*. *Dingbats font* merupakan *font* yang berisi simbol atau ilustrasi (karakter hias) yang digunakan untuk memisahkan teks cetakan dan mengisi spasi.

#### 2.1.10 Imagery

Pemilihan elemen fotografi, ikon, dan ilustratif dalam situs web harus memiliki pemahaman dasar mengenai prinsip-prinsip desain. Dengan pemahaman tersebut desainer dapat dengan mudah untuk menyusun *layout* yang sesuai pada titik fokus yang dituju sehingga memudahkan *user* dalam mengakses halaman web.

Sebelum memilih gambar ataupun ilustrasi, Beaird, George, dan Walker (2020) menetapkan tiga hal penting:

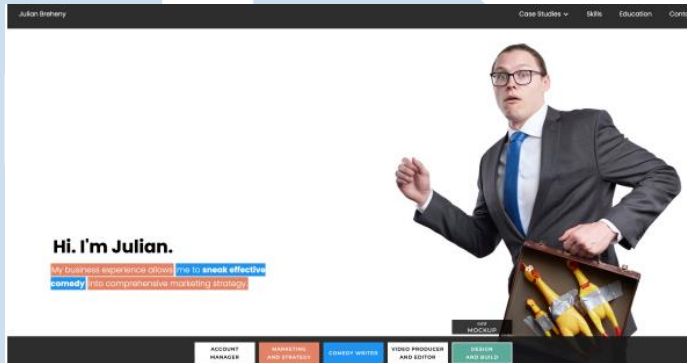
1. *Relevant*



Gambar 2.22 *Relevant*  
Sumber: Beaird, George, dan Walker (2020)

Penempatan gambar yang relevan, akan menambah daya tarik dan menyempurnakan konten pada halaman *website*.

## 2. *Interesting*



Gambar 2.23 *Interesting*  
Sumber: Beaird, George, dan Walker (2020)

Setiap gambar yang ditetapkan tidak perlu cantik agar efektif, gambar atau foto yang menarik juga dapat menjadi salah satu pilihan yang dapat digunakan desainer untuk menarik perhatian *user*.

## 3. *Appealing*



Gambar 2.24 *Appealing*  
Sumber: Beaird, George, dan Walker (2020)

Gambar yang menarik secara estetis atau emosional dapat menjadi daya tarik dan penekanan yang efisien, tergantung dari subjek dan target *audiens* dalam *website*.

## 2.2 *Interface*

Menurut Tidwell, Brewer, dan Valencia (2020) desain *Interface* yang baik tidak berawal dari gambar atau visual, namun dimulai dari pemahaman pengguna mengenai seperti apa pengguna tersebut, perangkat apa yang digunakan, dan bagaimana pengguna berinteraksi. Untuk merancang desain yang baik, desainer harus mempertimbangkan faktor seperti eskpektasi, reaksi naluri, preferensi, konteks sosial, keyakinan, dan nilai dari *user* sehingga dapat menemukan fitur penting atau desain yang membuat web atau aplikasi yang menarik.

### 2.2.1 *User Interface*

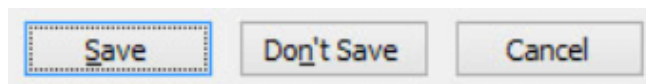
Menurut Deacon (2020) *user Interface* merupakan cara pengguna dalam melakukan interaksi dengan perangkat. Dalam mendesain UI terdapat empat elemen utama yaitu, kegunaan, visualisasi, fungsionalitas, dan aksesibilitas yang digunakan tergantung dan sesuai kebutuhan dari calon pengguna. Elemen-elemen tersebut dapat digunakan oleh desainer setelah menganalisis calon pengguna. *Interface* yang baik harus selalu mempertimbangkan kebutuhan dan memenuhi permintaan pengguna.

### 2.2.2 *Graphical User Interface*

*Graphical User Interface* atau GUI merupakan sebuah interaksi pengguna terhadap representasi visual pada panel kontrol digital (*Interaction Design Foundation*, 2016). GUI menampilkan objek berupa warna, ukuran, atau visibilitas untuk menyampaikan informasi terkait tindakan yang diambil oleh pengguna (Ranti, 2022).

Menurut Ranti (2022) GUI memiliki elemen yang dapat digunakan oleh pengguna dalam berinteraksi dengan *software* atau perangkat lunak.

#### 1. *Button*

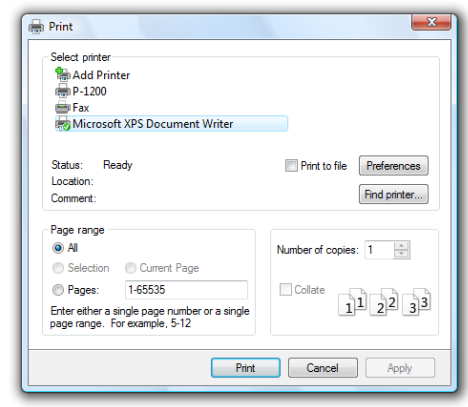


Gambar 2.25 *Button*

Sumber: What is a Push-Button? (computerhope.com)

Sebuah pintasan dalam *keyboard*. *Button* digunakan untuk berinteraksi dengan perangkat lunak baik secara mandiri maupun dengan kombinasi.

## 2. *Dialog Box*

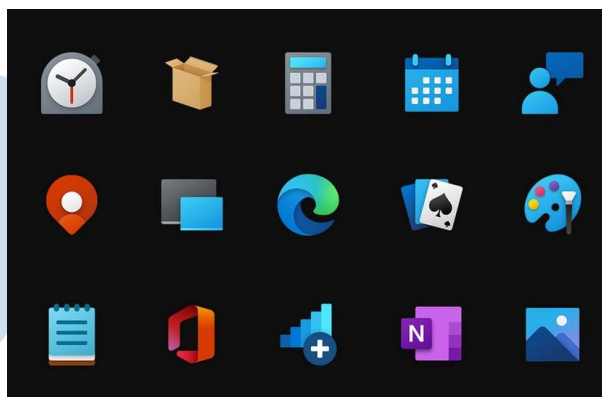


Gambar 2.26 *Dialog box*

Sumber: dialog box in *user Interface* - Bing images

Merupakan jenis *window* yang memberikan informasi tambahan serta meminta input dari pengguna. Seperti pada *cut*, *copy*, *open*, *view*, dan sebagainya.

## 3. *Icon*

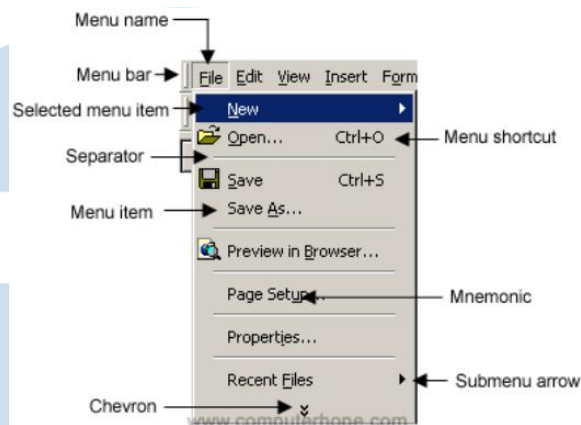


Gambar 2.27 *Icon*

Sumber: icon *windows* - Bing images

Merupakan gambaran atau elemen grafis kecil dari suatu program, fitur, atau *file*. *Icon* berfungsi untuk mengenali fitur dalam program tersebut.

#### 4. *Menu*

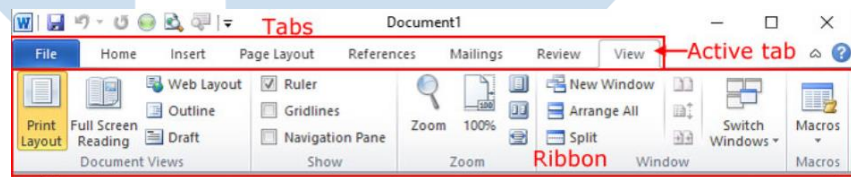


Gambar 2.28 *Menu*

Sumber: What is a *Menu*? (computerhope.com)

Daftar perintah atau pilihan yang ditampilkan untuk pengguna sehingga pengguna dapat menggunakan sesuai kebutuhan.

#### 5. *Ribbon*



Gambar 2.29 *Ribbon*

Sumber: What is a *Ribbon*? (computerhope.com)

Merupakan pengganti dari *menu file*, alat ini mengelompokkan aktivitas program bersama.

#### 6. *Tab*



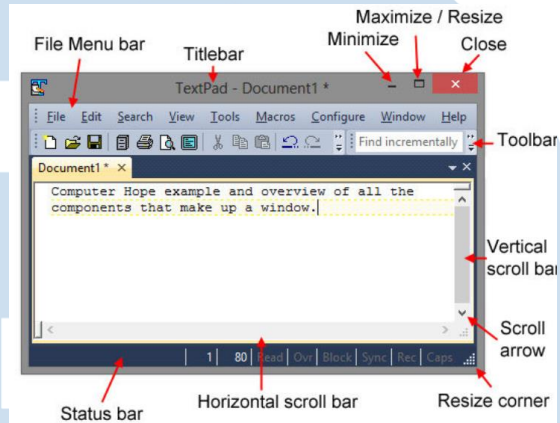
Gambar 2.30 *Tab*

Sumber: What is a *Software Tab*? (computerhope.com)



Area dibagian atas jendela yang dapat diklik dan menampilkan halaman atau area lain.

7. *Toolbar*

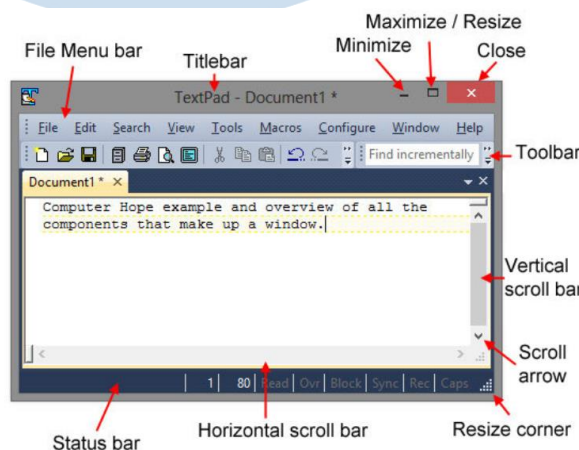


Gambar 2.31 *Toolbar*

Sumber: What is a Toolbar? (computerhope.com)

Deretan tombol pada bagian atas jendela, biasanya digunakan untuk mengontrol fungsi pada perangkat lain.

8. *Window*



Gambar 2.32 *Window*

Sumber: What is a Window? (computerhope.com)

Sistem operasi yang digunakan untuk menjalankan komputer.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 2.2.3 Unsur UI

Pengalaman pengguna sangat berpengaruh dalam mengakses *website* pertama kali, hal tersebut harus dipertimbangkan oleh desainer sebelum *menuju* pada proses pengembangan. Hal ini dijelaskan Deacon (2020) dalam unsur-unsur UI sebagai berikut:

1. *Consistency*

Halaman yang konsisten memberikan kesan kejelasan dan kesederhanaan bagi pengguna, sedangkan halaman yang inkonsisten membuat pengguna merasa menjadi rumit. Konsisten dalam UI dapat berupa warna, batas, ukuran *font*, gaya visual, gambar, serta efek latar belakang.

2. *Responsiveness*

Daya tanggap disini berupa pengalaman pengguna dalam mengakses situs tersebut apakah dia responsif atau tidak. Jika halaman situs terjadi masalah, desainer dapat membuat beberapa tampilan visual yang menginformasikan kondisi halaman tersebut sehingga pengguna masih mendapatkan pengalaman yang baik.

3. *Familiar words*

Penggunaan kata-kata atau istilah yang familiar membuat pengguna lebih mudah untuk mengenali situs web.

4. *Streaming*

Merupakan keseluruhan halaman yang berhubungan dengan kontak dari pengelola web.

### 2.2.4 Prinsip Desain UI

Sebelum merancang UI, seorang desainer harus memahami prinsip-prinsip yang berfungsi untuk membantu kinerja dalam *website*. Menurut *Interaction Design Foundation* (2016), desainer harus menyesuaikan kebutuhan dan kenyamanan pengguna sesuai dengan batas kapasitas mental *user*. Untuk merancang desain UI berikut adalah panduan prinsip desain UI menurut *Interaction Design Foundation* (2016):

1. Merancang tombol dan elemen umum lainnya untuk bekerja dan dapat diprediksi oleh *user*, sehingga *user* dapat secara tidak sadar menggunakannya disegala tempat.
2. Menjaga *Interface* agar tetap sederhana dan ciptakan nuansa “invisible”
3. Fokus pada hierarki dan keterbacaan. Menjaga fokus mata dan perhatian pengguna terkait tata letak.
4. Mengfokuskan pada satu fungsi utama per halaman.
5. Meletakkan kontrol berdekatan dengan objek yang ingin di kontrol
6. Gunakan sistem umpan balik untuk mengetahui respon atau tindakan pengguna
7. Gunakan pola desain yang sesuai untuk membantu pengguna
8. Menjaga konsisten pada elemen sehingga sesuai dengan citra merek.

### 2.3 *User experience*

Menurut Marsh (2016) *user experience* atau UX merupakan sebuah pengalaman pengguna dalam melakukan proses desain pengalaman pengguna. Pengalaman ini merupakan opini subjek dan sadar *user* terhadap suatu aplikasi atau situs. Dalam merancang desain UX, desainer melibatkan proses dengan meneliti dan memahami kebutuhan pengguna sehingga dapat mengembangkan ide yang sesuai dengan kebutuhan bisnis atau kebutuhan solusi yang diinginkan.

*User experience* merupakan sebuah proses, dalam proses mendesain tersebut Marsh (2016) memiliki lima bahan utama dalam merancang UX:

1. Psikologi

Mengacu pada pikiran dari *user* atau pengguna. Psikologi yang dimaksud adalah bagaimana *user* merasakan pengalaman dalam mengakses situs atau aplikasi sehingga membantu desainer dalam mengembangkan rancangannya.

## 2. Kegunaan

Dalam merancang web, desainer berharap pengguna secara sadar memahami dan mengakses rancangan dengan mudah sehingga sesuai dengan fungsinya.

## 3. Desain

Desain dalam UX berarti bagaimana cara kerja dari UX tersebut. Hal ini dapat dibuktikan dengan melakukan *user testing* sehingga hasil desain dapat dikembangkan menjadi lebih baik.

## 4. Copywriting

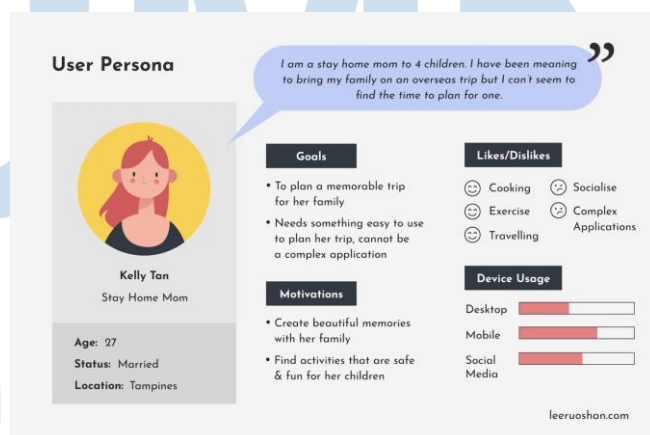
*Copywriting* pada UX memberikan dan menyelesaikan masalah secara langsung dengan sesederhana mungkin.

## 5. Analysis

Merupakan hal yang membedakan UX dari jenis desain lainnya sehingga membuat rancangan menjadi berharga

### 2.3.1 User persona

*User persona* merupakan sebuah profil atau *persona* yang menggambarkan tujuan, harapan, motivasi dan perilaku orang yang nyata (Marsh, 2016). Dalam merancang fitur pada sebuah web, desainer harus mengarahkan pengguna sehingga mendapatkan profil yang ideal bagi sebuah perancangan.



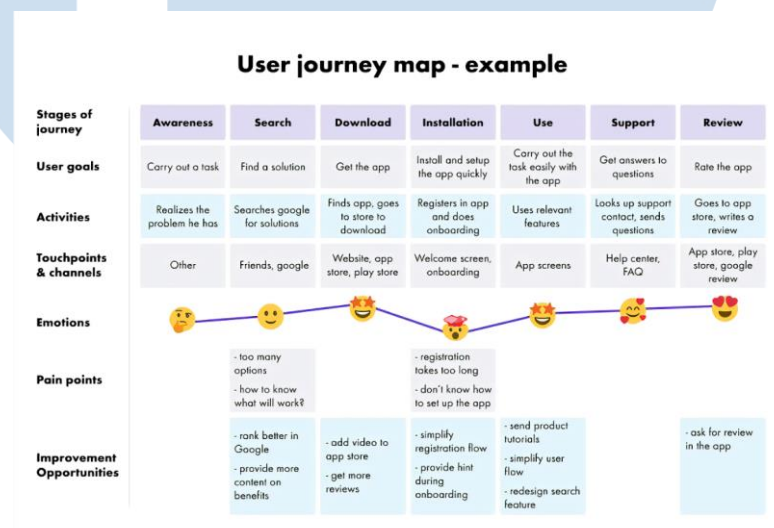
Gambar 2.33 User persona

Sumber: The-Fundamentals-of-User-Experience-UX-Design.-User-Persona.-Shan-1536x1020.png (1536×1020) (leeruoshan.com)

Menurut Tidwell, Brewer, dan Valencia (2020) pengguna memiliki bermacam-macam sasaran yang dituju seperti menemukan fakta atau objek, mempelajari sesuatu hal baru, melakukan transaksi, mengontrol atau memantau sesuatu, menciptakan sesuatu, berbicara dengan pengguna lain, dan terhibur sesuai dengan tujuan dari pengguna tersebut.

### 2.3.2 User journey

*User journey* merupakan salah satu bagian yang akan membantu pengguna dalam mengambil jalur atau arah yang akan dituju. Menurut Marsh (2020) *user journey* memiliki tujuan untuk menggambarkan kisah atau perjalanan dari pengguna. *User journey* yang baik harus memiliki alur yang sederhana dan juga efektif.



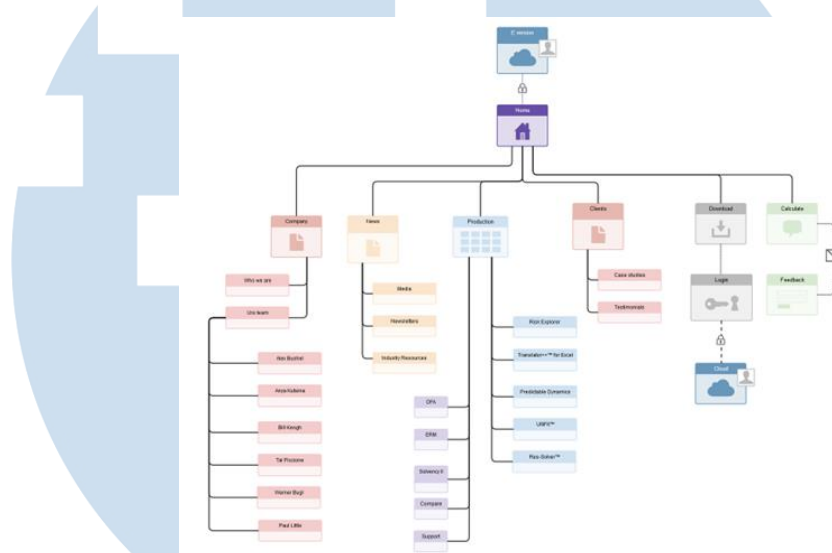
Gambar 2.34 *User journey*  
Sumber: *user journey* - Bing images

Menurut Kate Kaplan (2023) dalam *Website* Jakob Nielsen *user journey* merupakan urutan yang menggambarkan proses yang dilalui oleh pengguna untuk mencapai tujuannya. Tujuan tahapan ini adalah untuk memahami pengalaman pengguna dalam titik interaksi yang dilalui pengguna sehingga menggambarkan *pain point* atau rasa tidak menyenangkan selama mengakses sebuah *website* atau aplikasi lainnya.



### 2.3.3 Information architecture

IA atau *Information architecture* merupakan sebuah peta situs yang tak terlihat, peta ini berisikan gagasan untuk memberikan struktur pada sekumpulan informasi (Marsh, 2020).



Gambar 2.35 *Information architecture*  
Sumber: *Information architecture* - Bing images

IA terbagi kedalam dua yaitu “datar” dimana pengguna memiliki lebih banyak bagian dalam *menu* dan memerlukan sedikit klik untuk menggapai bagian bawah atau peta situs. Sedangkan “dalam” *menu* yang ditampilkan lebih sederhana namun memiliki banyak klik untuk mencapai tujuan. Dalam merancang IA, desainer harus memastikan bahwa pengguna memahami konteks *menu* yang mereka akses sehingga navigasi menjadi mudah dan jelas.

#### 2.3.3.1 Tipe *Information architecture*

Mengatur dan menyusun halaman informasi harus bergantung pada jenis konten yang disajikan sehingga menghasilkan struktur yang baik dan jelas. Struktur dari halaman akan menjadi penentu langkah-langkah pada perjalanan *user* untuk mencapai tujuannya. Menurut Marsh (2020) IA memiliki jenis yang dijelaskan sebagai:

1. *Categories*

Ini merupakan jenis IA yang paling umum. Biasanya kategori berisikan topik yang serupa, seperti dalam berbelanja pada toko baju maka kategori yang disediakan adalah pria, wanita, anak-anak dan lainnya. Dengan adanya *menu* kategori pengguna berharap akan mengakses konten yang sesuai dengan kategori yang dipilih.

2. *Tasks*

Merupakan jenis IA yang mengarahkan pengguna untuk mencapai tujuannya. Fitur ini biasanya digunakan pada aplikasi bank untuk menyimpan, meminjamkan atau investasi pada penggunaannya.

3. *Search*

IA jenis ini sangat baik digunakan ketika desainer memiliki situs yang sangat kompleks. Fitur ini biasanya digunakan pada aplikasi YouTube untuk membantu *user* dalam mencari konten yang dibutuhkan.

4. *Time*

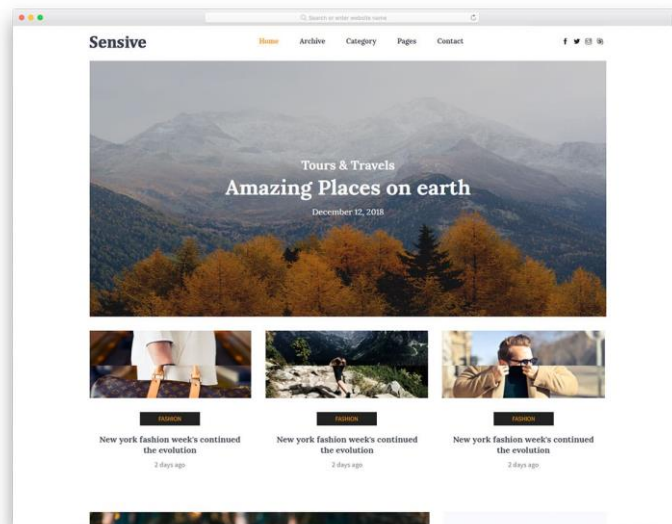
Merupakan jenis IA yang dapat berubah seiring berjalannya waktu. Salah satu contoh dari jenis IA ini adalah pesan masuk atau beranda pada pengguna.

5. *People*

Media sosial merupakan jenis IA yang berbasis manusia. Semua halaman akan dirancang berdasarkan informasi dan hubungan diantara pengguna.

### 2.3.4 Halaman

Beberapa halaman dalam *website* akan selalu sama, jika halaman tersebut memiliki dua jenis tata letak yang berbeda berarti halaman tersebut memiliki dua *design thinking* yang berbeda.



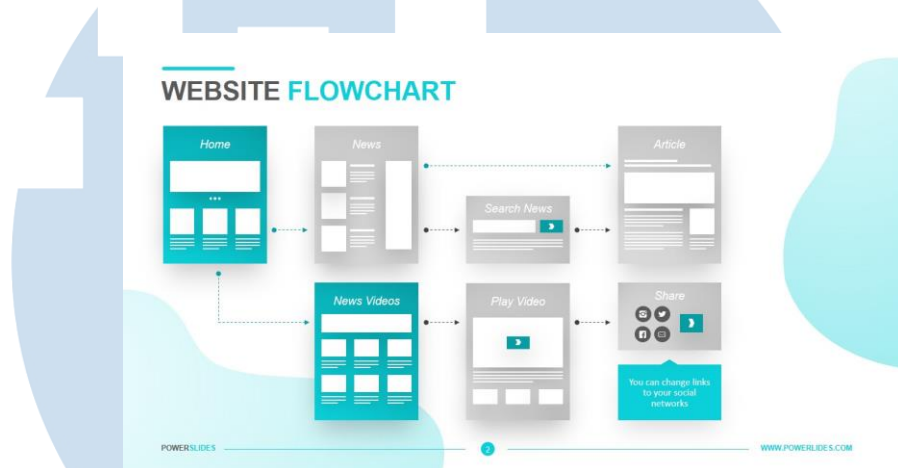
Gambar 2.36 Contoh halaman *website*  
Sumber: 30 Best Free HTML5 *Website* Templates 2023 - uiCookies

Halaman memiliki dua jenis, halaman statis dan dinamis. Halaman statis merupakan bentuk yang paling dasar dan sederhana. Halaman ini biasanya terdiri dari gambar dan teks. Sedangkan halaman dinamis memiliki *layout* yang berubah-ubah sesuai dengan pilihan *user*. Halaman ini memiliki fungsi sebagai *template* untuk beberapa konten (Marsh, 2020).

U M W N  
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

### 2.3.5 Flow

Menurut Marsh (2020) *flow* merupakan bagaimana desainer merancang perjalanan *user* untuk berpindah dari konten a ke konten b. Semakin mudah *flow* yang *user* jalani semakin baik juga kinerja desainnya.



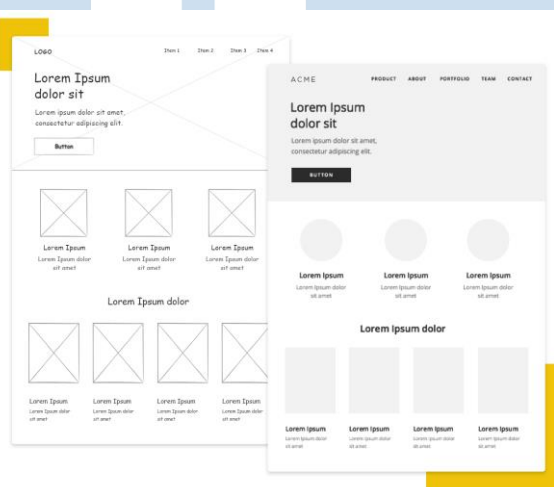
Gambar 2.37 Flow dalam website  
Sumber: *flow website* - Bing images

Dalam merancang *flow*, *point* penting yang harus disampaikan adalah memberikan informasi yang benar di waktu yang tepat sehingga *user* dapat berjalan sesuai dengan arah yang dituju. Selain itu, desainer juga harus memastikan bahwa pengguna harus memiliki dan mengetahui tempat yang akan dituju tanpa adanya hambatan sehingga menghasilkan *flow* yang baik.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 2.3.6 Wireframe

*Wireframe* merupakan dokumen teknis yang berisi garis, kotak, label dengan satu ataupun dua warna. Menurut Marsh (2020) *wireframe* berfungsi untuk menunjukkan cara kerja situs/aplikasi sehingga tidak mementingkan tampilannya. Dalam merancang *wireframe*, setiap bagian kecil akan direncanakan dan ditempatkan dengan penuh perencanaan sehingga bekerja dengan baik sesuai dengan kebutuhannya.



Gambar 2.38 Wireframe

Sumber: *wireframe website* - Bing images

Menurut Deacon (2020) *wireframe* merupakan panduan grafis yang mewakili desain UI tanpa adanya elemen desain atau elemen visual. *Wireframe* digunakan untuk mendefinisikan item pada layar sehingga dapat berkomunikasi dengan item lainnya berdasarkan kebutuhan dari pengguna. Menurut Deacon (2020) *wireframe* memiliki fungsi sebagai:

1. Membantu memberikan dasar bagi perancangan *Interface*.
2. Sebagai titik acuan dalam pengembangan desain.
3. Membantu mengkomunikasikan pengalaman dengan *user* tanpa adanya elemen grafis.
4. Membantu dalam mengeksplorasi ide dengan mudah.
5. Menyediakan sarana untuk membuat *prototype* dan menguji ide.

### 2.3.7 Usability

Dalam merancang web, *usability* melibatkan perancangan web dan halamannya sehingga *user* dapat dengan mudah dan cepat mencapai tujuan yang diinginkan Campbell (2020). *Usability* dapat diukur dari pendapat pengguna dan apa yang dilakukan oleh pengguna, seperti ketika pengguna membeli sesuatu dari sebuah *website* yang memiliki desain kurang baik maka barang tersebut akan lebih berguna dibandingkan dengan *website* (Marsh, 2020). Menurut *Interaction Design Foundation* (2016) *usability* digambarkan dengan sejauh mana suatu produk dapat digunakan oleh pengguna untuk mencapai tujuannya dengan efektivitas, efisiensi, dan kepuasan.

### 2.3.8 A/B testing

Menurut Jakob Nielsen (2005) *A/B testing* merupakan sebuah pengujian yang biasanya digunakan untuk proyek yang memiliki satu tujuan yang jelas dan sangat penting. Pengujian A/B ini menggunakan dua versi desain yang berbeda dan akan ditinjau untuk mencari tahu desain mana yang memiliki kinerja yang lebih baik.

Selain itu, menurut Jakob Nielsen (2005) pengujian A/B memiliki empat manfaat besar bagi seorang desainer, hal ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Sebagai analisis situs web, analisis ini ditunjukkan untuk mengukur perilaku sesungguhnya pelanggan dalam kondisi dunia nyata.
2. Mengukur perbedaan kinerja yang sangat kecil dengan signifikansi statistik yang tinggi.
3. Menyelesaikan *trade-off* antara arahan yang bertentangan untuk menentukan desain yang berbobot atau bermakna pada pengguna.
4. Pengujian ini murah dikarenakan desainer hanya meletakkan dua alternatif desain yang perlu diuji didalam *server*. Setelah target terkumpul desainer dapat memilih angka desain yang lebih unggul.



## 2.4 Media Informasi dan Interaktif

Menurut Yuniastuti (2021) media merupakan pihak yang bertanggungjawab dalam mengirim informasi oleh pemberi pesan kepada penerima. Kata “media” berasal dari bahasa Latin, yang memiliki arti “perantara” atau “pengantar”. Menurut Hanson (2018) media informasi merupakan wadah yang berfungsi sebagai komunikasi dalam menyampaikan pesan ataupun informasi. Saat ini, media informasi terus berkembang sehingga dapat disampaikan dengan mudah melalui media cetak, elektronik dan media interaktif.

Media interaktif merupakan sebuah media yang dapat digunakan untuk penyampaian informasi, pembelajaran, promosi, tutorial, dan juga hiburan yang bersifat interaktif. Media ini memungkinkan penggunaanya untuk ikut terlibat dan berinteraksi dengan medianya, sehingga mendapat umpan balik dan pengalaman yang berbeda. Menurut Gischa dan Dewi (2023) multimedia interaktif memiliki ciri-ciri sebagai:

- 1) Terdapat navigasi
- 2) Adanya *icon* ataupun *button*
- 3) Adanya *pop-up menu*
- 4) Adanya *scroll bar*
- 5) Dapat dioperasikan oleh *user*

## 2.5 *Aquascape*

*Aquascape* merupakan seni dekorasi didalam tank (*aquarium*) dengan menggunakan bahan natural seperti bebatuan, kayu, tanaman air, pasir, dan sebagainya (Aquair, n.d.). Seni ini dipopulerkan oleh Takshi Amano dari Jepang sekitar tahun 1994-1997 dengan menerbitkan buku mengenai dunia bawah air dalam *aquarium*. Di Indonesia sendiri, *aquascape* mulai berkembang pada tahun 1993 dipopulerkan oleh Benny yang merupakan pemilik akuarium terkemuka di Jakarta (Septiani, 2023).

Menurut *Aquascaping lover* (n.d.), *aquascape* memiliki prinsip dasar yang harus dipertimbangkan sebelum memulai desain. Berikut adalah prinsip dasar dari *aquascaping*:

- 1) Kesederhanaan  
Seni *aquascaping* lebih mengarah pada bagaimana kita menata dengan rasa dan elemen yang sederhana.
- 2) Ragam  
Walaupun menggunakan prinsip kesederhanaan, dalam *aquascaping* beragam tanaman sangat dibutuhkan untuk mempercantik tampilan sehingga tidak terlihat monoton.
- 3) Proporsi  
Mengatur ruangan dalam tangki dan menghindari penggunaan tanaman yang besar adalah kunci dalam keharmonisan dalam *aquascaping*.
- 4) Ketekunan  
Ketekunan yang dimaksud adalah, bagaimana *scaper* mendekonstruksi dan merekonstruksi desain dalam *aquascape*. Semakin banyak melakukan eksperimen, semakin banyak pula kepuasan yang didapatkan.

Dalam mendesain atau merancang, *aquascape* memiliki beberapa gaya desain utama yang masing-masing memiliki karakteristik khusus dan fitur unik. Berikut adalah empat jenis utama gaya dalam *aquascaping* menurut *Aquascaping Lover* (n.d.):

- 1) *The Dutch Aquarium*



Gambar 2.39 *The Dutch Aquarium*  
Sumber: *Aquascaping Styles: Nature Aquarium, Iwagumi, Dutch Aquarium - Aquascaping Love*

Gaya ini dipopulerkan pada tahun 1930-an di Nederlands, gaya ini mengfokuskan pada budaya dan pengaturan tanaman air. Teknik ini

menggunakan pendekatan terasering dengan fokus utama pada tinggi, warna, dan tekstur beragam luas tanaman air. Gaya ini tidak memperlihatkan penggunaan kayu apung ataupun *hardscape* (bebatuan).

2) *The Iwagumi – A Japanese Zen Style*



Gambar 2.40 *The Iwagumi*

Sumber: Aquascaping Styles: Nature Aquarium, Iwagumi, Dutch Aquarium - Aquascaping Love

Gaya ini terinspirasi dari gaya perkebunan di Jepang, yang memiliki ketenangan dan perasaan zen. Gaya ini didasarkan pada susunan batuan (*hardscape*) dan menggunakan satu atau dua tanaman air saja.

3) *The Nature Aquarium Style*



Gambar 2.41 *The Nature Aquarium Style*

Sumber: Aquascaping Styles: Nature Aquarium, Iwagumi, Dutch Aquarium - Aquascaping Love

Gaya ini dikenalkan oleh Takashi Amano Jepang di tahun 1990-an dengan tampilan dan nuansa yang sangat alami. Gaya ini memiliki ciri khas pada kontras visual, ketegangan, dan kompleksitas yang menarik.



#### 4) *Jungle Style*



Gambar 2.42 *Jungle Style*

Sumber: Getting Started with Aquascaping - Aquascaping Love

Gaya ini menampilkan vegetasi dan dekorasi rimbun serta lebat yang meniru hutan.

## 2.6 Aquair

Perkembangan *aquascape* di Indonesia menjadikan hobi tersebut terbuka untuk peluang bisnis dan profesi bagi sebagian orang. Salah satunya adalah Aquair yang memulai usahanya pada tahun 2015 dengan karyanya yang fenomenal yakni, *Monster Paludarium* sebesar 12 meter.



Gambar 2.43 Aquair

Sumber: Portfolio - Aquair Indonesia

Aquair sendiri merupakan sebuah perusahaan jasa *aquascape* di Indonesia yang menawarkan jasa pada pembuatan, perawatan, serta pengadaan perlengkapan *aquascape*. Saat ini, Aquair memperluas jasanya sehingga mencakup pada pembuatan *paludarium*, *terrarium*, taman, serta dekorasi lainnya yang berhubungan dengan alam. Aquair sendiri memiliki tujuan untuk memberikan kebahagiaan

melalui perasaan damai yang dialami melalui *aquascape*, dan juga meningkatkan kesadaran dan kepedulian akan alam.

Saat ini Aquair memiliki dua tim yang memiliki spesialis yang terbagi kedalam dua bagian, tim pertama yang terfokus pada *aquascape* dan tim kedua yang berfokus kepada *paludarium* dan *orchidarium* (variasi dari *aquascape*). Aquair sendiri memiliki keunggulan seperti pembuat *aquascape* yang berpengalaman dan memiliki prestasi nasional maupun internasional, *founder* dan *co-founder* dari Aquair diakui KKP (Kementrian Kelautan dan Perikanan) dan Dinas Perikanan untuk memberikan pelatihan pada *aquascape*, dan juga memiliki standar yang tinggi untuk kualitas seni dan edukatif.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA