

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Desain

Desain grafis atau desain komunikasi adalah sebuah bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens. Desain grafis memiliki berbagai tujuan dalam berbagai kebutuhan aspek seperti komersial, sosial, pendidikan, hiburan, budaya serta politik. (Landa, 2018).

2.2.1 Elemen Desain

Elemen desain dapat digunakan untuk membangun gambar, pola, bentuk huruf, diagram, animasi dan desain lainnya yang dapat mengkomunikasikan konsep desain secara visual. Elemen-elemen desain sebagai berikut (Landa, 2018):

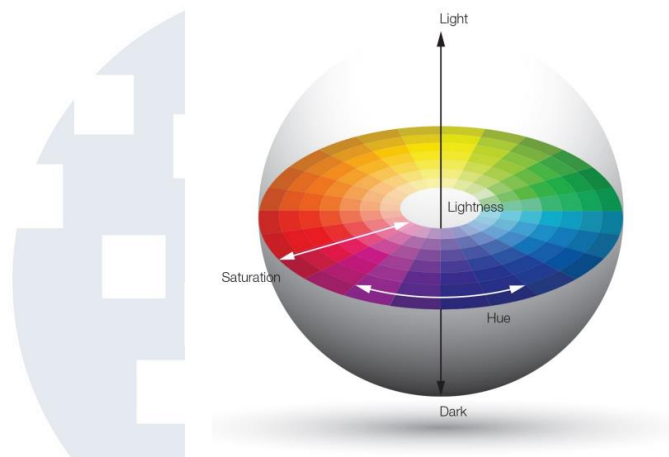
2.1.1.1 Warna (*Color*)

Warna harus selalu menyesuaikan budaya, simbolis, dan ekspresif untuk sebuah merek, individu, entitas serta untuk audiens. Warna dapat digunakan untuk menciptakan titik fokus dan penekanan. Penggunaan warna dapat memudahkan terjalannya korespondensi antar elemen grafis dalam satu komposisi serta menentukan bagian situs web atau publikasi (Landa, 2018).

Dalam mendefinisikan warna lebih jelas, Leatrice Eiseman mengungkapkan terminologi dasar dari warna yaitu: (Eiseman, 2017, hlm. 10-13).

1. *Hue* merupakan istilah lain dari warna yang membedakan satu dengan lainnya. Spektral *hue* dibedakan menjadi dua yaitu warna kromatik dan akromatik. Warna akromatik terdiri dari warna merah, orange, kuning, hijau, biru, dan ungu. Sedangkan warna kromatik terdiri dari hitam, putih, dan abu-abu atau warna netral lain yang sudah dipudarkan (hlm. 10).

2. *Value* adalah tingkat kecerahan dan kegelapan warna berdasarkan seberapa banyak cahaya yang dipantulkan dan diserap (hlm. 10).
3. *Saturation* adalah intensitas dan kekuatan suatu warna atau seberapa banyak dan sedikit abu-abu yang terkandung dalam warna itu (hlm. 11).



Gambar 2.1 Sistem terminologi warna
Sumber: Eiseman (2017)

4. *Tint* adalah warna yang telah diterangkan akibat adanya penambahan warna putih. Warna-warna pucat seperti pastel adalah *tint* (hlm. 12).
5. *Trace/tinge* adalah tingkat pewarnaan yang sedikit dan hampir tidak terlihat dari suatu *hue* (hlm. 12).
6. *Tone* sebuah warna yang telah dimodifikasi dengan penambahan warna netral seperti hitam, abu-abu, dan putih (hlm. 12).
7. *Tonality* adalah skema atau rentang *tone* warna (hlm.12).
8. *Undertone* menunjukkan warna dasar dalam setiap *hue* tertentu. Misalnya merah dengan warna ungu kemerahan, biru dengan warna biru keabu-abuan. Istilah lain untuk undertone adalah “*cast*”, seperti warna hitam dengan corak coklat dan kelabu tua dengan corak mawar (hlm. 12).
9. *Shade* adalah warna yang dimodifikasi dengan warna abu-abu dan hitam (hlm. 12).

10. *Shading* adalah cerminan efek bayangan pada permukaan datar ataupun bentuk tiga dimensi dengan gradasi abu-abu atau warna (hlm. 13).

11. *Pallete* adalah beberapa warna yang dikumpulkan untuk menggambarkan suasana atau tema visual (hlm. 13).

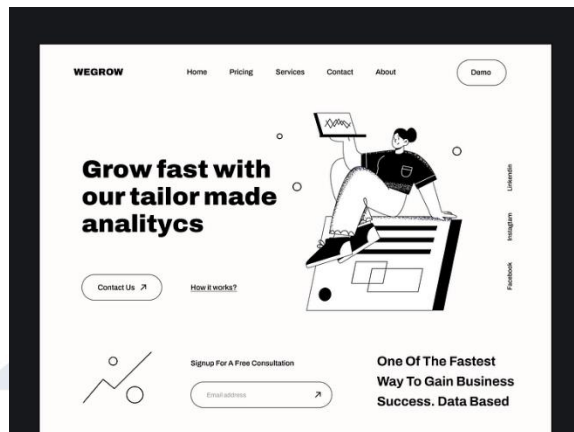
Dalam roda warna menunjukkan bahwa warna dipersepsikan memiliki suhu antara panas dan dingin. Suhu atau temperatur ini berperan penting dalam menyampaikan pesan tertentu. Warna-warna seperti merah, orange, dan kuning merupakan warna panas atau hangat karena sering dikaitkan dengan api dan matahari. Sedangkan warna biru, hijau, dan ungu terasa sejuk dan dingin karena dikaitkan dengan langit, laut, dan alam (hlm.14-15).



Gambar 2.2 Roda warna berdasarkan temperatur
Sumber: Eiseman (2017)

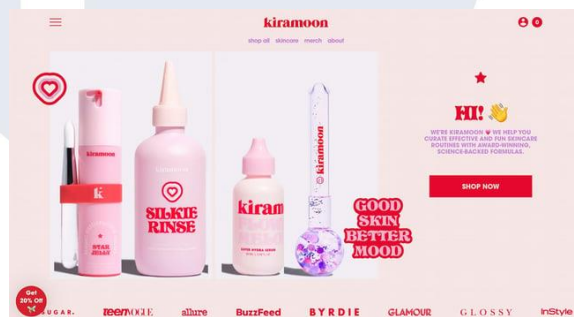
Harmoni warna diciptakan melalui kombinasi pilihan warna pada roda warna. Kombinasi ini tidak ditujukan sebagai aturan yang ketat melainkan sebagai saran dan inspirasi dalam mengeksplorasi dan menciptakan kombinasi warna yang harmonis. Berikut beberapa kombinasi warna harmonis (hlm.20-29).

1. *Monotone* adalah skema warna yang menggunakan satu warna netral dalam berbagai *shades* dan *tints* contohnya seperti warna putih-putih, *beige*, abu-abu, dan *taupe*.



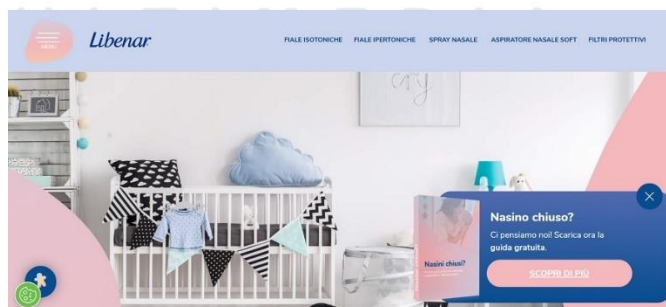
Gambar 2.3 Penggunaan warna monotone pada website
 Sumber: <https://dribbble.com/shots/20527762-Black-and-white-website>

2. *Monochromatic* adalah skema warna dengan satu keluarga warna dalam berbagai variasi *tints*, *tones*, dan *shades* contohnya seperti warna merah muda pucat hingga warna merah tua.



Gambar 2.4 Penggunaan warna monochromatic pada website
 Sumber: <https://blog.hubspot.com/website/monochromatic-websites>

3. *Analogous* adalah skema warna yang bersebelahan dalam roda warna contohnya seperti biru, biru kehijauan dan hijau. Warna-warna yang bersebelahan cenderung memiliki nuansa yang sama sehingga dapat menyenangkan mata dan harmoni warna.



Gambar 2.5 Penggunaan warna analogous pada website
 Sumber: <https://designerly.com/beautiful-analogous-color-schemes/>

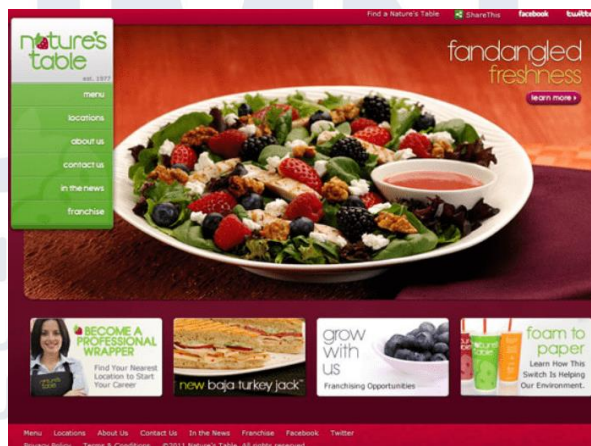
4. *Complementary* adalah skema warna yang terletak berlawanan atau bersebrangan langsung dalam roda warna contohnya seperti merah dan hijau. Penggunaan warna meningkatkan kualitas satu sama lain, dan saat ditempatkan bersebelahan, mereka terlihat lebih intens.



Gambar 2.6 Penggunaan warna complementary pada website

Sumber: <https://www.bluleadz.com/blog/complementary-colors-in-web-design>

5. *Split Complementary* adalah skema warna menggunakan satu warna dari satu sisi roda warna dengan dua warna yang terletak di kedua sisi dari warna komplementer yang berlawanan secara langsung. Contohnya seperti ungu yang digabung dengan kuning orange dan hijau kekuningan. Penggunaan skema warna ini menciptakan kombinasi visual yang menakjubkan, yang kompleks dan beragam.



Gambar 2.7 Penggunaan warna split complementary pada website

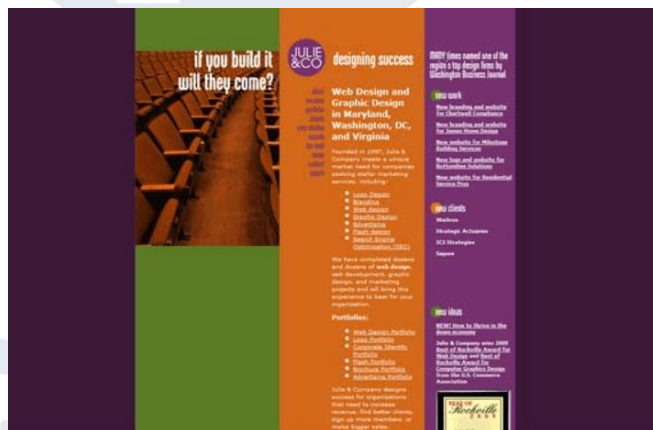
Sumber: <https://colibriwp.com/blog/website-color-schemes/>

6. *Triads* adalah skema warna dengan menggunakan tiga warna yang sejajar di roda warna, baik warna primer seperti merah, biru, dan kuning atau warna sekunder seperti oranye, hijau, dan ungu.



Gambar 2.8 Penggunaan warna triads pada website
Sumber: <https://colibriwp.com/blog/website-color-schemes/>

7. *Tetrads* adalah skema warna melibatkan penggunaan empat warna yang merupakan dua set warna komplementer. Skema warna ini dapat menjadi rumit namun dapat menghasilkan hasil yang baik.

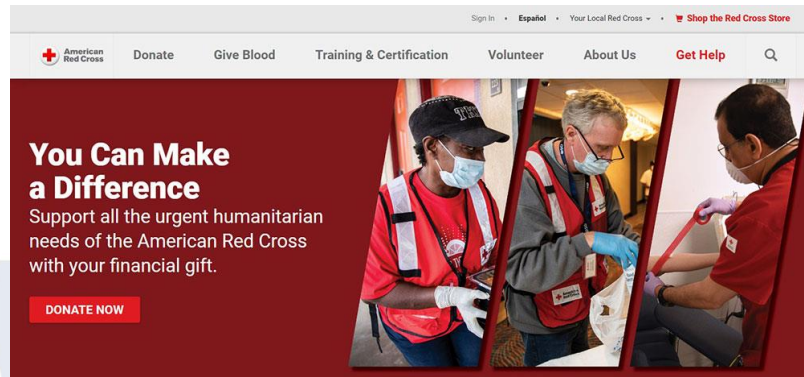


Gambar 2.9 Penggunaan warna tetrads pada website
Sumber: <https://colibriwp.com/blog/website-color-schemes/>

Warna dapat menyampaikan pesan tentang suasana hati, perasaan serta reaksi manusia. Dari psikis manusia, warna dikaitkan dengan emosi dan kecerdasan. Setiap warna memiliki makna yang dapat dirasakan dan dipelajari lewat asosiasi dan pengondisian yang memungkinkan kita mengenali pesan dan makna yang disampaikan. Sebagian besar asosiasi terhadap warna berhubungan dengan fenomena

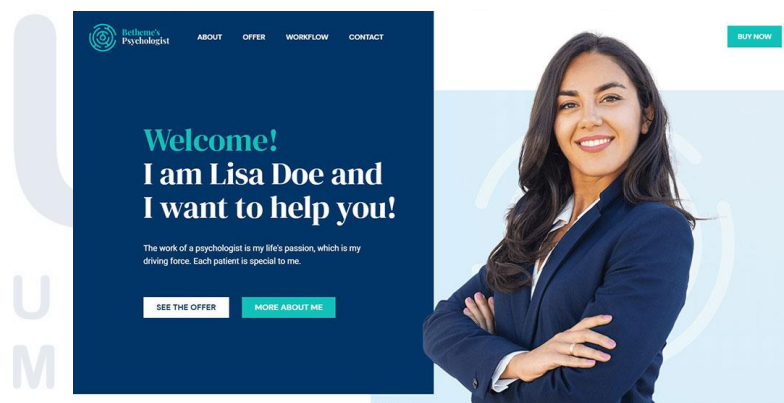
alam. Dari aspek kultural, sejarah dan tradisi juga membentuk persepsi warna yang diwariskan (Eiseman, 2017).

1. Merah melambangkan keberanian, gairah, dan sensualitas, memikat baik manusia maupun hewan. Bernuansa hangat dan memancarkan daya tarik dan ketegasan.



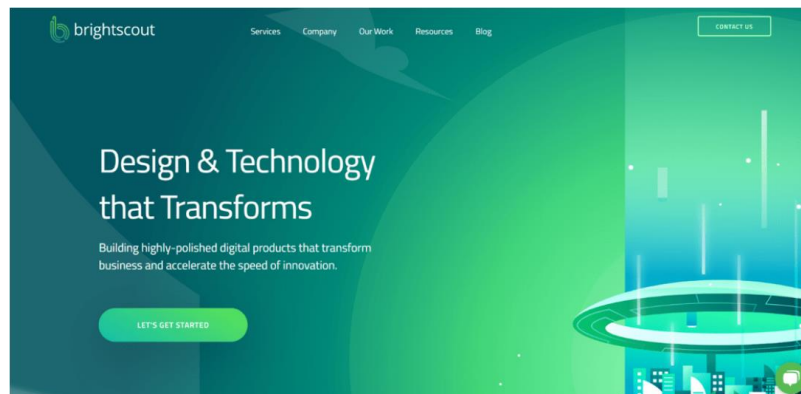
Gambar 2.10 Penggunaan warna merah pada website
Sumber: <https://muffingroup.com/blog/red-websites/>

2. Biru sering diasosiasikan dengan langit dan secara spiritual mewakili inspirasi, kejujuran, keimanan dan pengabdian. Biru dapat memberikan efek rasa tenang dan santai yang dapat menyeimbangkan kegelisahan, kebingungan dan kekacauan.



Gambar 2.11 Penggunaan warna biru pada website
Sumber: <https://muffingroup.com/blog/blue-websites/>

3. Biru kehijauan dipercaya memiliki makna kesetiaan, ketenangan, kebijaksanaan serta sifat menenangkan, penyembuhan, dan kasih sayang.



Gambar 2.12 Penggunaan warna biru kehijauan pada website
Sumber: <https://colibriwp.com/blog/website-blue-green-color-palette/>

4. Hijau memiliki asosiasi yang kuat dengan alam dan mewakili kesuburan, kelestarian, dan kehormatan. Hijau dapat memberikan efek terapeutik.



Gambar 2.13 Penggunaan warna hijau pada website
Sumber: <https://blog.hubspot.com/website/green-websites>

5. Hitam sering diasosiasikan dengan malam dan kegelapan, hitam mewakili kesederhanaan, disiplin diri, elegan, kecanggihan serta misteri. Penggunaan warna hitam dapat menampilkan otoritas, kekuatan, dan kepercayaan diri.



Gambar 2.14 Penggunaan warna hitam pada website
 Sumber: <https://dev.to/neshaz/how-and-when-to-create-a-website-with-a-black-background-design-2a3e>

6. Kuning sering diasosiasikan dengan matahari. Kuning memiliki makna sebagai harapan, kebahagiaan, dan keceriaan. Warna kuning memiliki kesan yang ramah, terbuka, dan menyemangatkan.



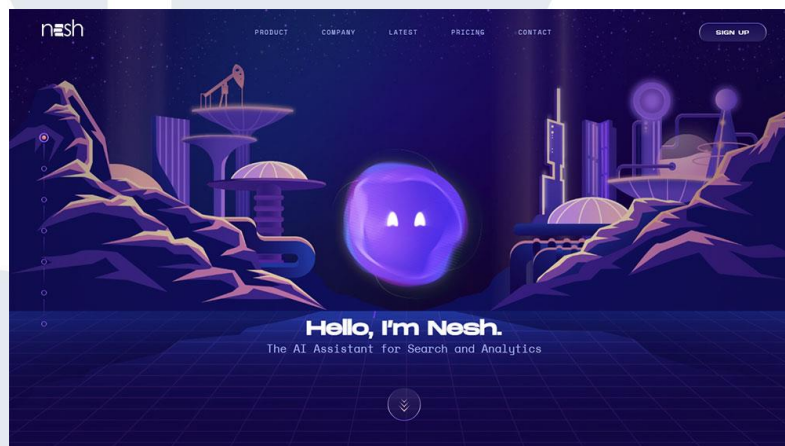
Gambar 2.15 Penggunaan warna kuning pada website
 Sumber: <https://muffingroup.com/blog/yellow-color-palette/>

7. Oranye diasosiasikan dengan matahari terbenam dan memiliki makna optimis, semangat, ceria, dan energik. Warna oranye memberikan efek yang dapat menghangatkan, meningkatkan gairah, menstimulasi percakapan serta nafsu makan.



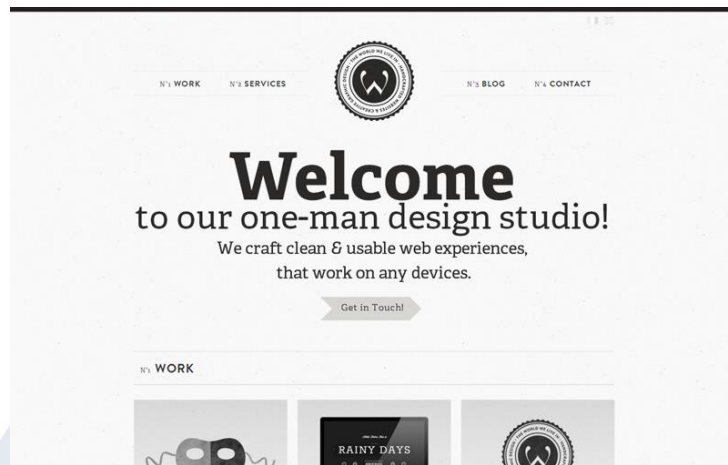
Gambar 2.16 Penggunaan warna oranye pada website
 Sumber: <https://blog.hubspot.com/website/orange-websites>

8. Ungu sering dianggap sebagai warna kebangsawanan dan aristokrasi. Ungu memiliki makna keagungan, kedaulatan, sensual, aktif, dinamis, menarik, teatrikal, dan magis.



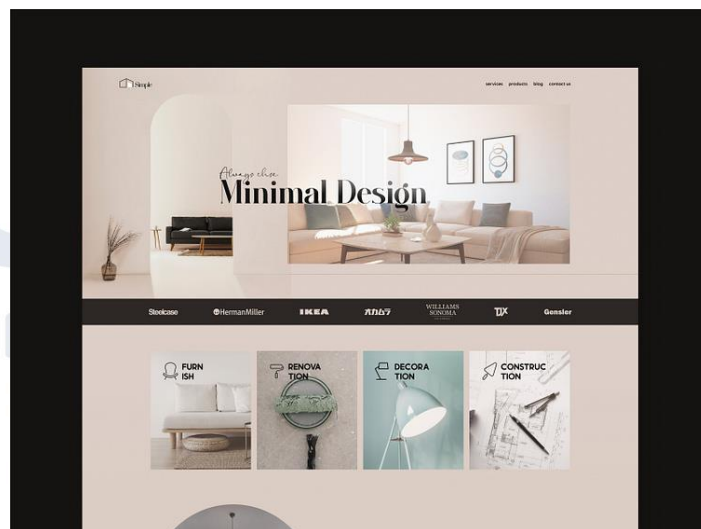
Gambar 2.17 Penggunaan warna ungu pada website
 Sumber: <https://muffingroup.com/blog/purple-color-palette/>

9. Putih sering diasosiasikan dengan salju dan awan. Putih melambangkan kebajikan, kepolosan, steril, dan higienis. Putih dapat memberikan efek kemurnian, kejelasan dan definisi yang jelas pada berbagai hal.



Gambar 2.18 Penggunaan warna putih pada website
 Sumber: <https://www.webdesigncurves.com/23-white-website-design-inspiration-for-web-designers/>

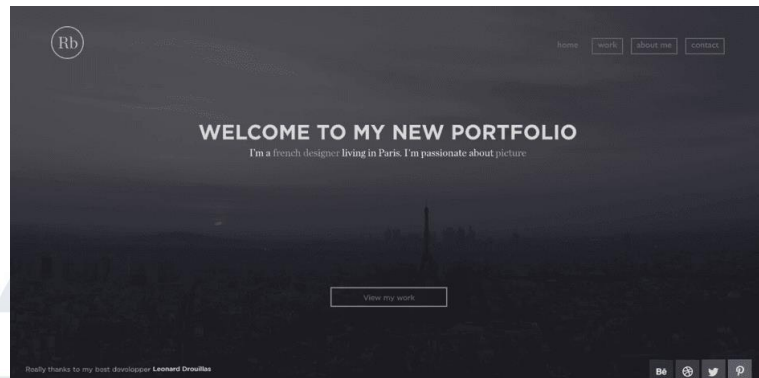
10. Netral/Natural merujuk pada warna dengan nada abu-abu, beige, dan taupe. Warna-warna seperti ini seringkali menandakan pasir hangat, pergam, gandum, kulit, kain linen, dan butiran. Warna ini dapat menghasilkan respon negatif seperti kusam dan hambar namun secara positif dapat berfungsi dengan sangat baik sebagai pembatas antara warna-warna yang mencolok.



Gambar 2.19 Penggunaan warna netral pada website
 Sumber: <https://dribbble.com/shots/20254313-Simple-Interior-Design-Landing-Page>

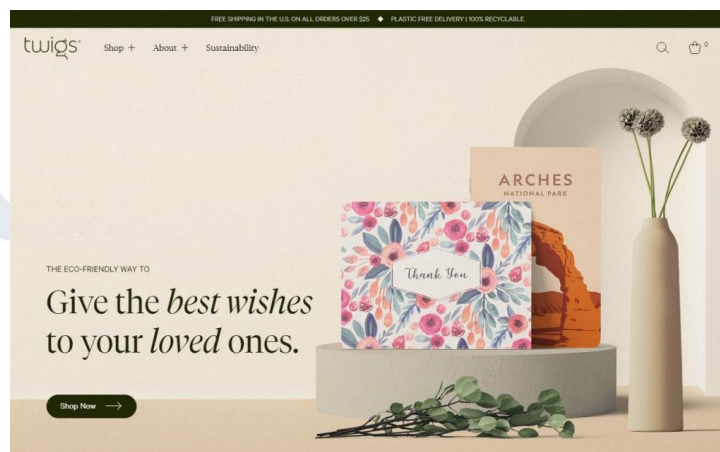
11. Abu-abu sering ditemukan di alam pada awan, bayangan, bebatuan, kerikil, dan granit. Abu-abu melambangkan keabadian,

kesolidan, keseriusan, dan kekokohan. Kehadiran abu-abu dapat memberikan solusi yang bijak, tidak konfrontatif dan menciptakan titik tengah.



Gambar 2.20 Penggunaan warna abu-abu pada website
Sumber: <https://colibriwp.com/blog/grey-color-palette/>

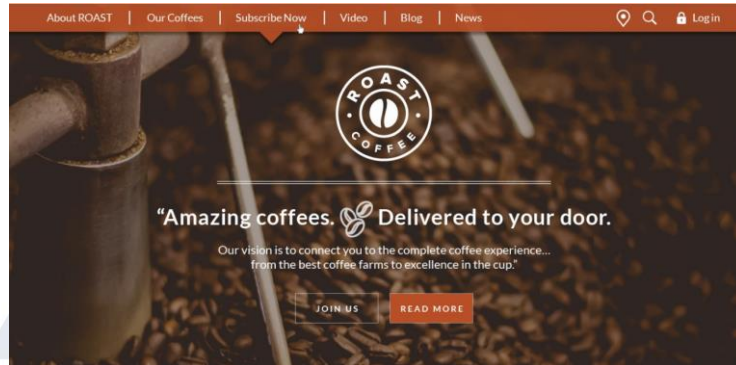
12. Taupe/Khaki melambangkan kesederhanaan dan keseimbangan serta memiliki karakteristik yang tenang dan seimbang dalam segi suhu dan nuansa. Penggunaan warna ini cukup fleksibel dan menunjukkan sifat praktis dan fungsionalitas mampu menyerap warna seperti merah muda, ungu, atau hijau kuning dengan mudah.



Gambar 2.21 Penggunaan warna taupe pada website
Sumber: <https://fireart.studio/blog/20-beautifully-designed-brown-websites/>

13. Coklat sering diasosiasikan dengan tanah, organik. Warna coklat memiliki makna stabil, jujur, membumi, dan berakar, masa lalu, kokoh, dan autentik. Penggunaan warna coklat memiliki banyak

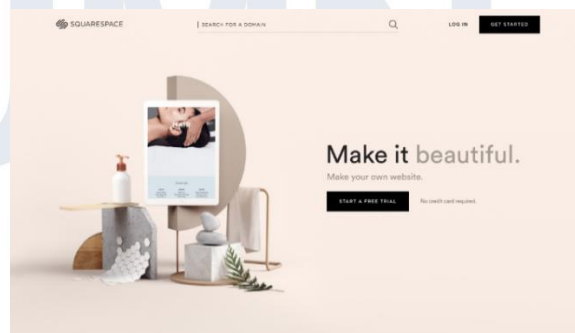
macam fungsi seperti memberi kemewahan dan kaya selain itu juga dapat memberikan kesan organik.



Gambar 2.22 Penggunaan warna coklat pada website
Sumber: <https://99designs.com/profiles/shilpa03/designs/261437>

2.1.1.2 Ruang (*Space*)

Dalam konteks desain grafis, ruang atau space adalah area kosong yang tercipta di antara elemen grafis. Ruang juga digunakan untuk merujuk pada ilusi kedalaman spasial dengan memanipulasi elemen grafis seperti jarak antara garis atau posisi relatif antara bentuk-bentuk. Penggunaan ruang yang baik dapat menciptakan ilusi kedalaman visual hingga arus pandang teratur dalam desain (Landa, 2018, hlm. 28).



Gambar 2.23 Penggunaan Negative Space pada website
Sumber: <https://passion.digital/blog/what-is-negative-space/>

2.2.2 Prinsip Desain

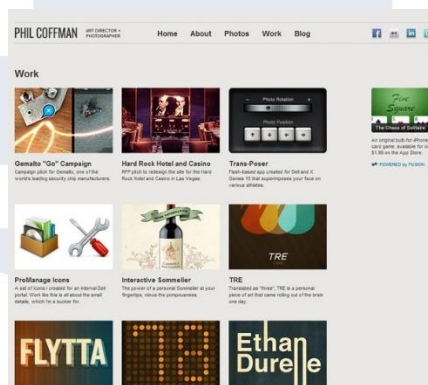
Berikut prinsip-prinsip desain menurut Stephen Pentak dan David A. Lauer (Pentak & Lauer, 2015):

2.1.2.1 *Unity*

Unity atau kesatuan adalah kesesuaian dan kesepakatan antara elemen-elemen desain sehingga terlihat sejalan dan adanya koneksi visual satu sama lain. Jika beberapa unsur tidak selaras, tampak terpisah dan tidak berhubungan, komposisi desain akan berantakan dan kurang kesatuan (hlm.28). Dalam mencapai *unity* atau kesatuan dalam sebuah komposisi desain terdapat beberapa cara:

1. *Proximity*

Salah satu cara termudah untuk mencapai kesatuan (*unity*) adalah dengan *proximity* yaitu meletakkan elemen-elemen secara berdekatan (hlm.34).



Gambar 2.24 *Proximity* dalam Website

Sumber: <https://www.webdesignerdepot.com/2010/01/the-principle-of-proximity-in-web-design/>

2. *Repetition*

Repetition atau pengulangan dilakukan dengan melakukan pengulangan pada elemen desain untuk menghubungkan satu sama lain hal ini meliputi hampir semua elemen seperti warna, bentuk, tekstur, arah, atau sudut (hlm.36).

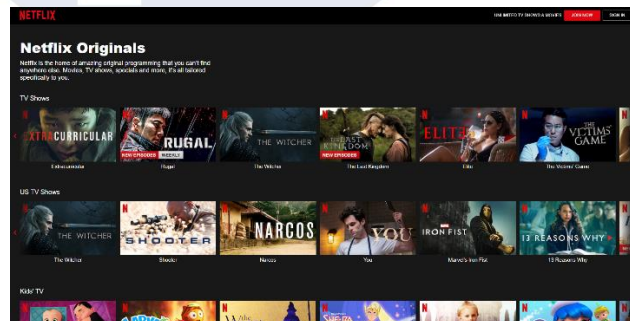


Gambar 2.25 Repetition dalam Website

Sumber: <https://www.glidedesign.com/blog/website-design-crap/>

3. Continuation

Continuation atau kelanjutan, berarti sesuatu yang berlanjut biasanya berupa garis, tepi, arah dari satu bentuk ke bentuk lain dan dapat membawa mata pemirsa dengan lancar dari satu elemen ke elemen berikutnya (hlm.38).



Gambar 2.26 Continuation dalam Website

Sumber: <https://www.netizenexperience.com/blog/gestalt-principles-design-improve-user-experience/>

4. Closure

Robin Landa menambahkan dari *laws of perceptual organization* atau hukum organisasi perseptual, *Closure* adalah Kecenderungan pikiran untuk menghubungkan unsur-unsur individu untuk menghasilkan bentuk, unit, atau pola (Landa, 2018, hlm. 29).

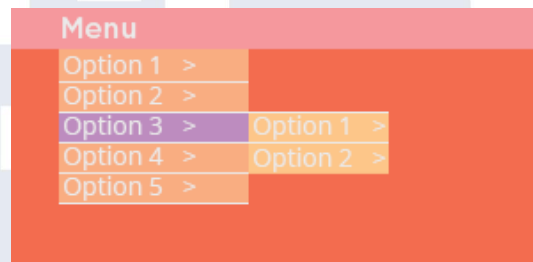


Gambar 2.27 *Closure* dalam Icon

Sumber: <https://uxplanet.org/how-to-improve-ux-using-gestalt-principles-ab74bdd6a375>

5. *Common Fate*

Elemen-elemen yang dianggap sebagai sebuah kesatuan ketika memiliki arah gerak yang sama (hlm. 29).



Gambar 2.28 *Common Fate* dalam *Drop Down Menu*

Sumber: <https://uxplanet.org/how-to-improve-ux-using-gestalt-principles-ab74bdd6a375>

6. *Continuing Line*

Garis selalu dipersepsikan sebagai mengikuti jalur terdapat sederhana. Ketika dua garis terputus, gerakan keseluruhan dapat terlihat daripada garis patahnya hal ini adalah garis terimplikasi (hlm. 29).

2.1.2.2 *Emphasis dan Focal Point*

Atensi audiens sangat penting, tanpa adanya atensi dari audiens, pesan dan nilai artistik akan hilang. Salah satu cara untuk menarik atensi audiens adalah dengan menggunakan *emphasis* (penekanan) atau *focal point* (titik fokus). Untuk mendapatkan *emphasis* dapat dilakukan berbagai cara seperti (Pentak & Lauer, 2015, hlm.56):

1. Contrast

Salah satu cara untuk mendapatkan *emphasis* atau penekanan adalah dengan menciptakan sebuah kontras dengan membuat satu elemen terlihat berbeda dengan elemen lainnya. Salah satu contoh penerapan kontras adalah dengan menggunakan elemen yang terang sebagai pusat perhatian diantara sebagian besar elemen yang gelap (hlm.58).



Gambar 2.29 *Common Fate* dalam *Drop Down Menu*
Sumber: <https://fontsinuse.com/uses/8070/contrast-web-website>

2. Isolation

Penekanan dengan isolasi adalah sebuah teknik desain di mana elemen-elemen penting dipisahkan atau diisolasi dari latar belakang atau elemen-elemen lainnya agar mendapatkan perhatian yang lebih besar.



Gambar 2.30 *Isolation* dalam *Website*
Sumber: <https://fontsinuse.com/uses/8070/contrast-web-website>

3. Placement

Placement atau penempatan adalah satu cara penekanan yang efektif dalam menarik perhatian audiens. Penempatan subjek paling umum

di tengah sudah menjadi hal biasa yang dilakukan untuk menciptakan penekanan.



Gambar 2.31 *Placement* dalam Website

Sumber: <https://tympanus.net/codrops/2011/10/08/25-examples-of-emphasis-applied-in-web-design/>

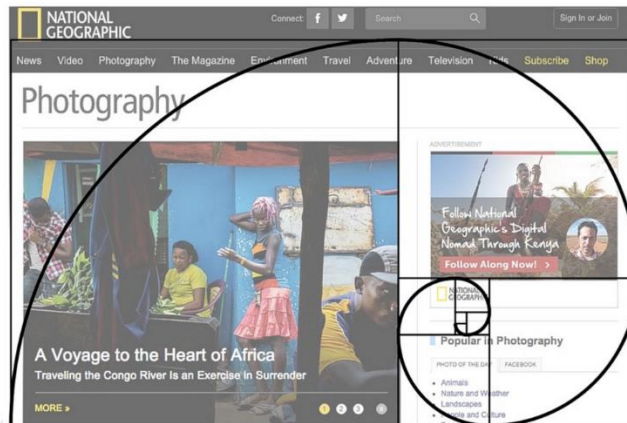
2.1.2.3 *Scale dan Proportion*

Skala dan proporsi pada dasarnya mengacu pada ukuran. Skala digunakan sebagai alat ukur sedangkan proporsi mengacu kepada ukuran relatif terhadap elemen lain atau standar lainnya (Pentak & Lauer, 2015, hlm. 74). Proporsi memiliki peran estetika untuk menciptakan hubungan yang selaras antara elemen-elemen dalam suatu komposisi secara keseluruhan (Landa, 2018, hlm. 159).

Untuk mendapatkan ukuran dan proporsi harmoni dapat dicapai dengan rasio matematika dan sistem proporsional. Beberapa teknik yang dapat digunakan antara lain (Landa, 2018, hlm. 160-162):

1. *Golden Ratio*

Golden ratio sering disimbolkan dengan huruf Yunani phi (ϕ), merujuk pada hubungan geometris di mana panjang yang lebih panjang, a , terhadap panjang yang lebih pendek, b , sama dengan jumlah panjang ($a + b$) terhadap a . Secara matematis, *golden ratio* diungkapkan sebagai $(a+b)/a = a/b = 1.618$. Bentuk dan komposisi yang didasari dengan rasio emas dianggap estetis menarik dalam seni, desain, dan arsitektur Barat.

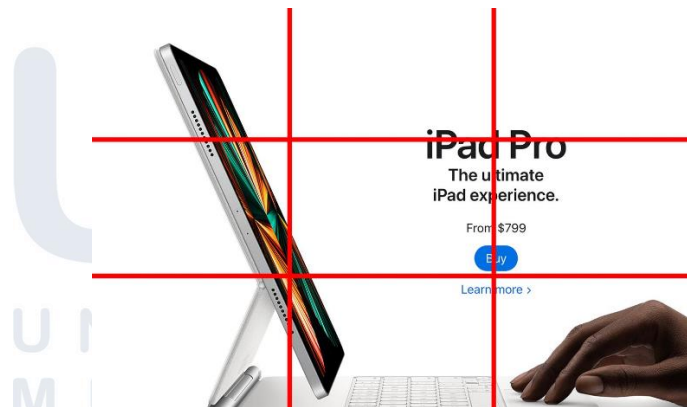


Gambar 2.32 Golden Ratio dalam Website

Sumber: <https://apiumhub.com/tech-blog-barcelona/golden-ratio-in-web-design/>

2. Rule of Thirds

Rule of thirds adalah teknik komposisi dengan menggunakan asimetri untuk menciptakan ketertarikan visual dan keseimbangan. *Rules of third* terdiri dari *grid* dengan sembilan modul membantu dalam menempatkan elemen utama pada persimpangan garis *grid*, sementara elemen penyeimbang ditempatkan di persimpangan yang berlawanan.



Gambar 2.33 Rules of third dalam Website

Sumber: <https://wpswings.com/blog/rule-of-thirds-in-web-design/>

3. Modularity

Dalam konteks desain grafis, *modularity* adalah prinsip struktural digunakan untuk membagi format menjadi bagian-bagian kecil yang dapat dikelola. *Modularity* dalam bentuk *grid* dapat membantuk pengelolaan konten terutama dalam *website*. Penggunaan *modularity*

memiliki keuntungan seperti menghasilkan struktur dengan kesatuan dan kontinuitas, memudahkan pengaturan, penggantian dan pertukaran konten dalam setiap modul serta dapat disusun ulang untuk menciptakan zona yang berbeda atau bentuk namun masih tetap bersatu.



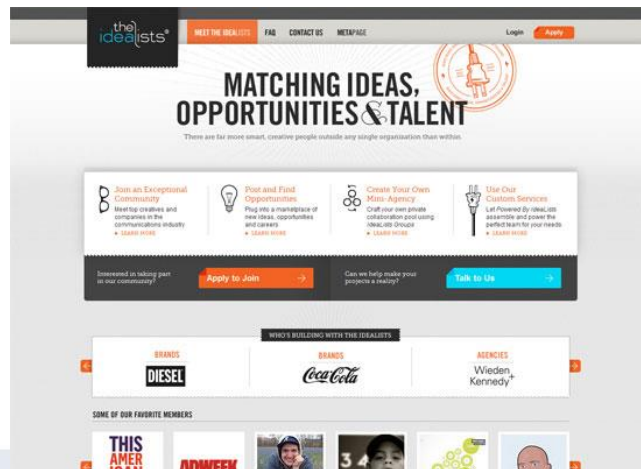
Gambar 2.34 *Modularity* dalam *Website*
Sumber: <https://www.elinext.com/blog/modular-web-design/>

2.1.2.4 *Balance*

Balance atau keseimbangan adalah suatu keadaan di mana terdapat distribusi berimbang dari berat visual atau elemen-elemen lainnya dalam sebuah komposisi artistik. Dalam konteks seni visual, balance merujuk pada distribusi yang seimbang dari elemen-elemen seperti bentuk, warna, garis, dan tekstur di dalam sebuah karya (Pentak & Lauer, 2015, hlm. 88-90).

1. *Symmetrical Balance*

Dalam desain, *symmetrical balance* atau dikenal dengan simetri bilateral adalah jenis keseimbangan paling sederhana. *Symmetrical balance* melibatkan pengulangan elemen visual dan posisi yang identic di kedua sisi sumbu vertikal. Pada dasarnya, satu sisi mencerminkan sisi lainnya. Jenis keseimbangan ini mudah dibuat dan dikenali karena memiliki tatanan dan harmoni yang inheren dan dapat berkontribusi pada keindahan dan daya tarik yang dirasakan dari desain-desain simetris (hlm. 92).



Gambar 2.35 *Symmetrical Balance Website*

Sumber: <https://www.webfx.com/blog/web-design/symmetry-design/>

2. *Asymmetrical Balance*

Dalam konteks desain, *Asymmetrical balance* adalah jenis keseimbangan yang menggunakan beberapa elemen untuk menciptakan keseimbangan dan harmoni visual walaupun memiliki perbedaan tampilan. Berbeda dengan keseimbangan simetris yang terbentuk dari elemen-elemen yang identik. Hal terpenting pada *asymmetrical balance* ada pada distribusi yang sama dari berat visual dan daya tarik daripada dalam replikasi yang persis dari bentuk. Dengan pengaturan secara strategis dapat menciptakan rasa keseimbangan dan harmoni (hlm. 96).



Gambar 2.36 *Asymmetrical Balance Website*

Sumber: <https://inkbotdesign.com/balance-in-web-design/>

3. *Radial Balance*

Radial Balance adalah keseimbangan dimana semua elemen memancar atau berputar keluar dari satu titik pusat yang umum. Keseimbangan radial tidak sepenuhnya berbeda dari keseimbangan simetris atau asimetris (hlm. 106).



Gambar 2.37 *Radial Balance Website*

Sumber: <https://colibriwp.com/blog/website-layout-design-ideas/>

Ini hanya penyempurnaan dari salah satu dari keduanya, tergantung pada apakah fokusnya terjadi di tengah atau di luar pusat (hlm. 106).

2.1.2.5 *Rhythm*

Rhythm atau Ritme sebagai prinsip desain didasarkan pada pengulangan. Pengulangan, sebagai elemen kesatuan visual, ditampilkan dalam beberapa cara oleh hampir setiap karya seni. Pola pengulangan yang jelas dari elemen-elemen visual yang menciptakan aliran atau gerakan yang teratur, mirip dengan ritme dalam musik atau gerakan dalam aktivitas fisik (hlm. 112-114).

2.2.3 *Tipografi*

Sebuah jenis huruf adalah desain dari serangkaian karakter yang memiliki kesatuan dari ciri visual yang konsisten. Dari ciri tersebut, karakteristik dasar jenis huruf terbentuk. Secara umum, jenis huruf mencakup huruf, angka, simbol, tanda, tanda baca, serta tanda aksen atau diakritik. Pada masa jenis huruf logam, sebuah *font* merujuk pada kumpulan lengkap karakter,

angka, simbol, dan tanda-tanda dari jenis huruf tertentu dalam satu ukuran, bobot, dan gaya. Namun saat ini, *font* merujuk pada file digital yang berisikan set karakter lengkap dari jenis huruf tertentu dengan berbagai ukuran (Landa, 2018, hlm. 35).

2.1.3.1 Format Font

Menurut Robin Landa, terdapat tiga format *font* sesuai dengan kompatibilitasnya yaitu (hlm.38):

4.1.4.1 Type 1

Type 1 adalah format standar dunia untuk setiap *platform* komputer, dapat tercetak pada hampir setiap *printer* baik melalui bahasa PostScript bawaan atau melalui utilitas tambahan.

4.1.4.2 TrueType

TrueType adalah format standar untuk *font* tipe digital yang terpasang di Windows dan Mac OS.

4.1.4.3 OpenType

OpenType adalah format dengan kompatibilitas antar *platform*, dapat mendukung lebih banyak rangkaian karakter, mengakses lebih banyak fitur, dukungan banyak bahasa dengan satu *font*.

2.1.3.2 Type Family

Type family mencakup banyak variasi gaya dari satu jenis huruf. Variasi tersebut mencakup variasi berat (ringan, sedang, tebal), lebar (kondensasi, beraturan, memanjang), dan sudut (romawi atau tegak dan miring), serta penjabaran bentuk dasar (garis besar, diarsir, dihias) (Landa, 2018, hlm. 40).



Gambar 2.38 *Type Family*

Sumber: <https://www.queeness.com/post/13092/understanding-type-familieseverything-you-need-to-know>

2.1.3.3 **Klasifikasi Tipografi**

Terdapat beberapa klasifikasi utama tipografi, berikut beberapa klasifikasinya (Landa, 2018, hlm. 38-39):

1. *Old Style*

Old style atau humanis adalah gaya tipografi dari abad ke-15 asal Romawi yang memiliki ciri bentuk huruf dibuat dengan pena berujung lebar dengan karakteristik serif bersudut dan tanda kurung dalam, serta tekanan yang lebih halus. Contoh dari gaya tipografi ini adalah Garamond, Times New Roman, Caslon, dan Hoefler Text (hlm. 38).

U N Garamond
M L Goudy Old Style
N U Perpetua
Minion Pro

Gambar 2.39 *Old Style Font*

Sumber: <https://www.sitepoint.com/the-old-style-typeface/>

2. *Transitional*

Transitional atau transisi adalah gaya tipografi serif dari abad ke-18 yang mewakili masa transisi dari masa lalu dan modern sehingga memiliki karakteristik desain keduanya. Contoh dari gaya tipografi ini adalah Baskerville, Century, dan ITC Zapf International (hlm. 38).



Gambar 2.40 Baskerville *Font*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/325174035569085908/>

3. *Modern*

Modern adalah gaya tipografi serif yang dikembangkan pada akhir abad ke-18 dan awal abad ke-19. Memiliki bentuk yang geometris dan ditandai dengan kontras guratan tebal-tipis terbesar dan tekanan vertikal. Contoh dari gaya tipografi ini adalah Didot, Bodoni, dan Walbaum (hlm. 39).



Gambar 2.41 Didot *Font*

Sumber: <https://www.slanted.de/nn-didot-modern/>

4. *Slab Serif*

Slab serif adalah gaya tipografi serif yang diperkenalkan pada awal abad ke-19 dengan sub ketegorinya adalah Egyptian dan Clarendon. Contohnya adalah American Typewriter, Memphis, ITC Lubalin Graph, Bookman, dan Clarendon (hlm. 39).



ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

Gambar 2.42 *Slab Serif Font*

Sumber: <https://creativebeacon.com/slab-serif-fonts-15-you-should-use/>

5. *Sans Serif*

Sans serif adalah gaya tipografi tanpa serif yang diperkenalkan pada awal abad ke-19. Sans serif memiliki subkategori Grotesque, Humanist, Geometric dan lainnya. Contoh gaya tipografi ini adalah Futura, Helvetica, dan Univers (hlm. 39).



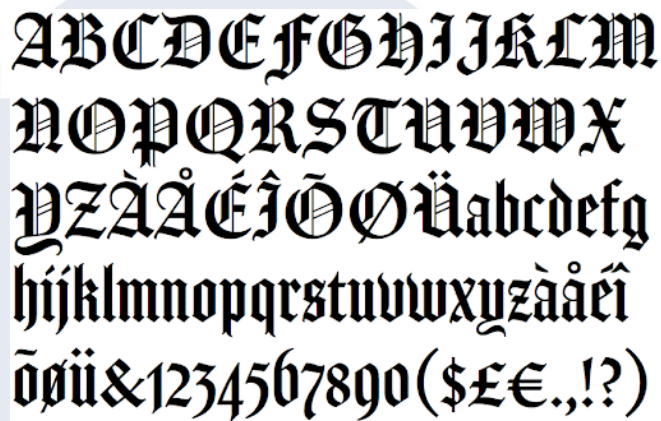
U
DENVER TOKYO
BROOKLYN MONOPOLY
UNIVERS
ANDES **FUTURA**
DAUGHTER CEREBRI
GREYCLIFF BURNE

Gambar 2.43 *Sans Serif Font*

Sumber: <https://www.theblogmarket.co/sans-serif-fonts-creative-market/>

6. *Black Letter*

Blackletter adalah gaya tipografi dari abad pertengahan sekitar abad ke-13 hingga 15 didasari pada bentuk huruf manuskrip. Gaya tipografi ini juga disebut Gothic dan memiliki karakteristik guratan yang berat dan huruf padat dengan sedikit lengkungan. Contohnya adalah Textura, Rotunda, Schwabacher, and Fraktur (hlm. 39).



Gambar 2.44 *Black Letter Font*
Sumber: <http://www.fontsape.com/explore?755>

7. *Script*

Script adalah jenis tipografi yang menyerupai tulisan tangan yang meniru bentuk pena bermata pahat, pena fleksibel, pena runcing, pensil, atau kuas. Biasanya memiliki huruf yang miring dan sering digabungkan. Contohnya adalah Brush Script, Shelley Allegro Script, and Snell Roundhand Script (hlm. 39).



Gambar 2.45 *Script Font*
Sumber: <https://befonts.com/hand-script-font.html>

8. *Display*

Display adalah jenis tipografi yang dirancang untuk headlines dan judul. Jenis tipografi ini seringkali memiliki bentuk rumit, dekoratif dan buatan tangan (hlm. 39).



Gambar 2.46 *Display Font*

Sumber: <https://thedesigonest.net/display-fonts/>

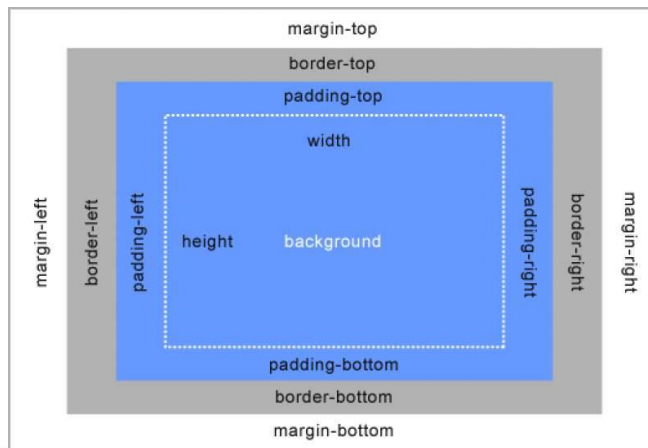
2.2.4 Grid

Grid adalah sebuah panduan sebuah struktur komposisi yang terdiri dari vertikal dan horizontal yang membagi format menjadi kolom dan margin. Grid memiliki fungsi untuk mengatur struktur desain dengan banyak halaman seperti buku, majalah, brosur, dan situs web. Penggunaan grid ini sangat penting untuk mengatur tulisan dan gambar serta dapat memberikan struktur kerangka yang menyediakan kontinuitas, keselarasan, kesatuan, dan aliran visual pada media cetak maupun digital (Landa, 2018, hlm. 163).

2.1.4.1 Anatomi *Grid*

Grid memiliki terdiri dari beberapa bagian antara lain *margin*, kolom, baris, *flowline*, *module*, dan *spatial zone* (Landa, 2018, hlm. 165-168).

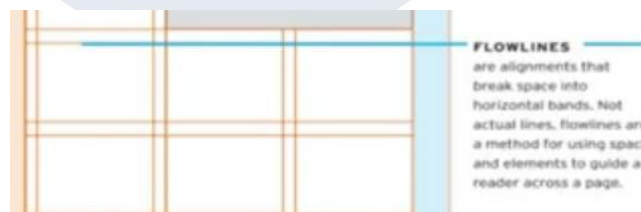
1. *Margin* adalah area kosong sekitar tepi halaman, pada kiri, kanan, atas dan bawah. *Margin* memiliki fungsi sebagai kerangka proporsional yang mengelilingi konten dan membantu dalam menentukan jarak gambar dan teks mendekati tepi format dalam cetak maupun layar (hlm. 165).



Gambar 2.47 Margin Website

Sumber: <https://tmnstudio.com/wiki/index.php/web-design/337-penggunaan-margin-pada-halaman-web.html>

2. *Flowlines* adalah garis-garis horizontal yang ditetapkan pada suatu *grid* bertujuan untuk mengatur aliran visual dalam desain. Ketika *flowlines* ditetapkan pada interval teratur, sebuah set reguler unit spasial yang disebut modul diciptakan. Garis aliran dapat digambar pada interval teratur atau tidak teratur (hlm. 168).



Gambar 2.48 Flowlines

Sumber: <https://medium.com/@astrimonica0510/cari-apa-kak-40f526c61b07>

3. *Module grid* adalah unit individual yang tercipta dari perpotongan antara kolom vertikal dan *flowlines* horizontal. Modul grid berfungsi sebagai tempat teks dan gambar ditempatkan (hlm. 168).



Gambar 2.49 Module Grid

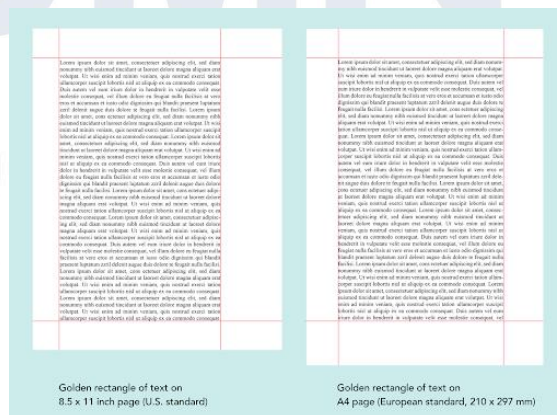
Sumber: <https://www.designer-daily.com/the-use-of-grids-in-website-design-6639>

4. *Spatial zones* adalah area berbeda yang terbentuk dengan mengelompokkan beberapa *module grid* bersama-sama untuk mengatur penempatan elemen grafis (hlm. 168).

2.1.4.2 Jenis-Jenis Grid

Berikut beberapa jenis grid (Landa, 2018, hlm. 165-169).

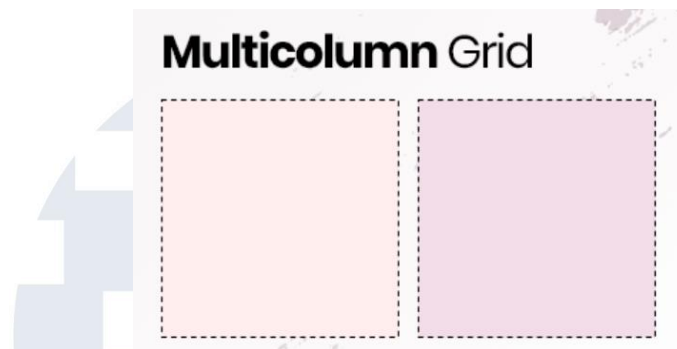
1. *Single Coloumn Grid* atau *kolom tunggal* adalah struktur dasar halaman terdiri dari satu kolom teks dengan *margin* di sekitarnya. Biasanya penggunaan *grid* ini ditemukan di novel kontemporer atau kitab Guttenberg (hlm. 165).



Gambar 2.50 Single coloumn Grid

Sumber: <https://arounda.agency/blog/grid-layout-design-what-is-it-and-how-does-it-work-a-guide-with-examples>

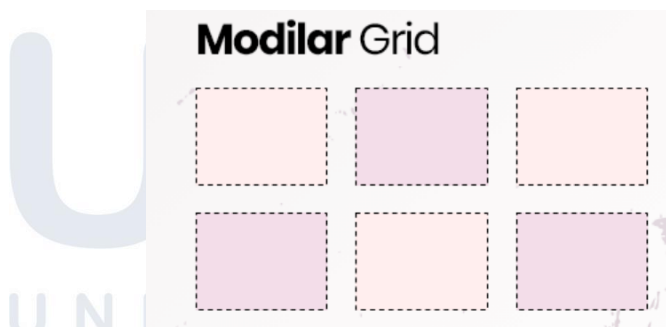
2. *Multi Coloumn Grids* atau kolom ganda adalah sebuah struktur tata letak yang mengatur konten *web* dalam beberapa kolom yang sejajar. Penggunaan kolom ganda membantu mendefinisikan batas-batas agar konten tetap teratur (hlm. 165).



Gambar 2.51 *Multicoloumn Grid*

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

3. *Modular grid* adalah *grid* yang terdiri dari unit-unit individu perpotongan kolom dan *flowline*. *Modular grid* memiliki keunggulan cara informasi dapat diatur ke dalam modul, atau diorganisir bersama dalam zona-zona spasial (hlm. 169).



Gambar 2.52 *Modular Grid*

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

2.2.5 Foto

Foto memiliki peran yang penting dalam desain terutama pada desain produk modern. Foto memiliki peran yang berfungsi sebagai estetika seperti latar belakang, foto profil, galeri foto, serta postingan sosial media. Foto yang bagus dapat membuat sebuah tampilan menjadi lebih hidup dan mengurangi kesan kosong pada tampilan antarmuka yang minimal.

2.1.5.1 Foto Latar Belakang (*Background*)

Salah satu penggunaan foto yang sering digunakan adalah penggunaan foto latar belakang. Penggunaan foto pada latar belakang memiliki tantangan dimana dapat membuat tulisan atau objek yang diletakkan diatas susah terbaca dan berantakan, selain itu pemilihan foto cenderung sering dipilih secara acak dan tidak sesuai dengan palet warna. Adapun beberapa cara untuk mengatasi masalah keterbacaan (Malewicz & Malewicz, 2021, hlm 312):

1. *Color Overlay*

Salah satu solusi yang biasa digunakan adalah dengan *color overlay*, yaitu penambahan hamparan warna pada atas foto untuk membuatnya lebih terang maupun gelap. Dalam kebanyakan kasus, warna hitam sering digunakan dengan transparansi 50-80% agar membuat teks mudah dibaca (hlm 314).



Gambar 2.53 *Color Overlay*

Sumber: <https://xaydungso.vn/bai-viet-khac/huong-dan-tao-background-color-overlay-css-hieu-ung-do-phu-da-dang-vi-cb.html>

2. *Gradient Overlay*

Metode lain yang dapat digunakan adalah dengan *gradient overlay*. Penggunaan *gradient overlay* cocok digunakan pada konten yang menempati sebagian dari latar belakang foto (atas, bawah, atau samping) (hlm 315).

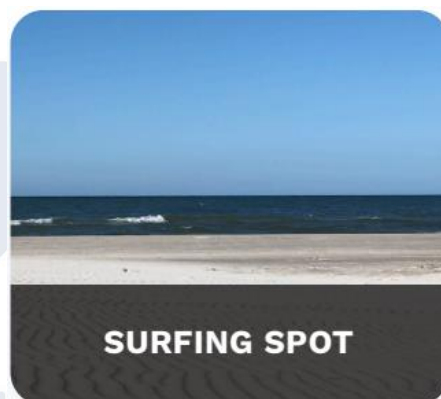


Gambar 2.54 *Gradient Overlay*

Sumber: <https://xaydungso.vn/bai-viet-khac/huong-dan-tao-background-color-overlay-css-hieu-ung-do-phu-da-dang-vi-cb.html>

3. *Hard Overlay*

Metode lainnya adalah dengan *hard overlay*, Penambahan *hard overlay* dilakukan dengan menambahkan kotak buram dibawah teks sehingga dapat terbaca. Penggunaan *hard overlay* dapat menjadi tantangan untuk terlihat bagus tapi cara ini merupakan cara yang terbaik untuk mencapai keterbacaan yang baik (hlm 316).



Gambar 2.55 *Hard Overlay*
Sumber: Malewicz (2021)

2.2.6 Ikon (*Icon*)

Ikon adalah piktogram kecil yang melambangkan fungsi dan status tertentu. Bentuk ikon biasanya seringkali berasal dari versi sederhana benda-benda bentuk sehari-hari. Semakin sederhana sebuah ikon maka semakin besar kemungkinan untuk memahami ikonnya, Namun, makna dalam sebuah ikon

tidak selalu universal dan dapat disalahartikan oleh pengguna dengan budaya yang berbeda. Oleh karena itu, ikon juga sering disertai dengan deskripsi teks.

2.1.6.1 Icon Styles

Beberapa gaya ikon yang cukup sering digunakan antara lain (Malewicz & Malewicz, 2021, p. 172):

1. *Level of Detail*

Ikon terbaik biasanya sederhana, namun dapat pula dibuat menjadi lebih realistis dan detail.



Gambar 2.56 *Icon Realistic*

Sumber: <https://www.vecteezy.com/vector-art/19594394-real-assets-icon-pack-for-your-website-design-logo-app-and-user-interface-real-assets-icon-outline-design-vector-graphics-illustration-and-editable-stroke>

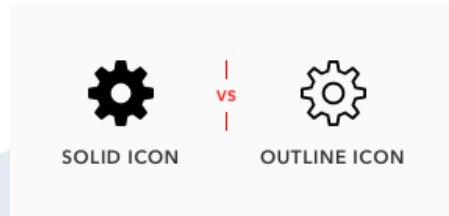


Gambar 2.57 *Simple Icon*

Sumber: https://fonts.google.com/knowledge/glossary/icon_symbol

2. *Fill dan Outline*

Ikon dapat berupa bentuk penuh yang diisi dengan warna, atau hanya berupa garis luar dengan bagian dalam kosong dan lebar garis tertentu.

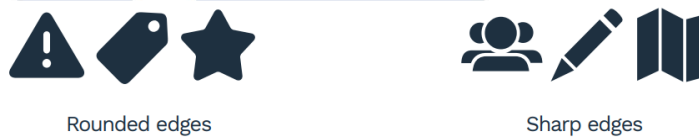


Gambar 2.58 *Solid dan Outline Icon*

Sumber: <https://uxmovement.com/mobile/solid-vs-outline-icons-which-are-faster-to-recognize/>

3. *Roundness*

Tepi dan sudut ikon bisa lurus dan tajam atau melengkung, yang dianggap lebih ramah pengguna. Sudut tajam cocok untuk produk yang sangat serius, sementara sudut melengkung sempurna untuk desain yang ramah dan berorientasi pada konsumen.



Gambar 2.59 *Rounded dan Sharp Edges Icon*

Sumber: Malewicz (2021)

2.2 **Media Interaktif**

Media digital interaktif dapat berupa sebuah situs web, sebuah aplikasi yang berjalan pada perangkat mobile, sebuah permainan video, atau sebuah pengalaman fisik yang dikendalikan oleh komputer/sensor. Media-media ini dikembangkan secara berbeda baik dari bahasa pemrograman, perangkat keras, dan tujuannya. Namun yang menjadi persamaan diantaranya adalah memungkinkan terjadinya percakapan dua arah antara pengguna dan sistem (Griffey, 2020).

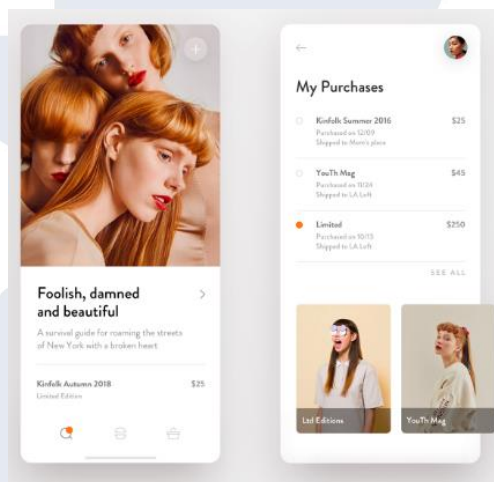
Perbedaan mendasar antara media digital interaktif dengan media lainnya adalah interaksi pengguna. Media digital interaktif dapat menawarkan pengalaman non-linear. Setiap pengguna akan mengalami pengalaman yang berbeda-beda dalam menggunakan media interaktif. Oleh karena itu dalam mendesain sebuah

media interaktif, perlu adanya proses pengembangan untuk memprediksi bagaimana pengguna menggunakannya (hlm 3-4).

2.2.1 UI (*User Interface*)

Desain antarmuka pengguna (UI) berperan penting dalam menciptakan pengalaman digital yang menarik dan mudah dimengerti. Menurut (Thang, 2023) dalam artikel berjudul “10 Principles in UI Design: Enhancing User Experience through Practical Examples” terdapat 10 prinsip yang dapat memandu dalam keputusan desain antarmuka:

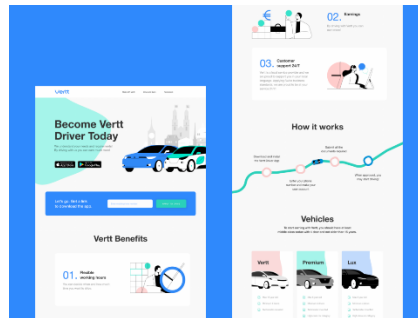
1. *Simplicity* atau kesederhanaan bertujuan untuk meminimalkan kompleksitas dengan menjaga tampilan antarmuka yang bersih, rapi agar dapat membantu pengguna memahami dan fokus pada tujuan mereka.



Gambar 2.60 *Website Simplicity*

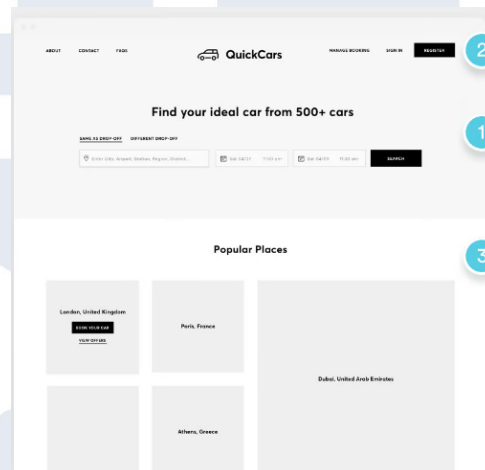
Sumber: <https://www.behance.net/gallery/71486237/15-Beautiful-and-Clean-UI-Design-Examples>

2. *Consistency* atau konsistensi bertujuan untuk memastikan elemen dan interaksi pada layar memiliki kesatuan dan dapat memberikan rasa familiar sehingga mudah dipahami dan dinavigasi.



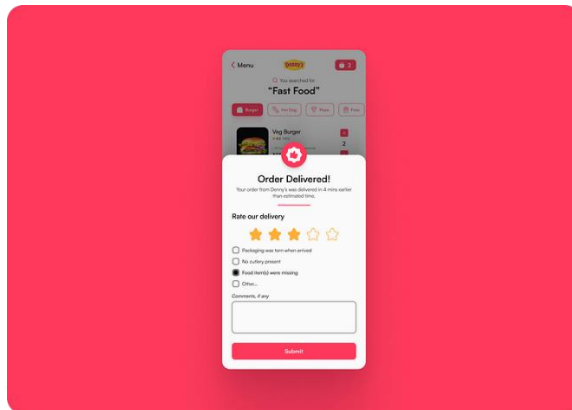
Gambar 2.61 *Consistency Website Design*
 Sumber: <https://blog.tubikstudio.com/design-consistency/>

3. *Visual Hierarchy* atau visual hirarki mengacu pada susunan elemen untuk memprioritaskan kepentingan dan perhatian pengguna. Hal ini dapat membantu pengguna untuk memahami struktur informasi.



Gambar 2.62 *Website Hierarchy*
 Sumber: <https://www.toptal.com/designers/ux/visual-hierarchy>

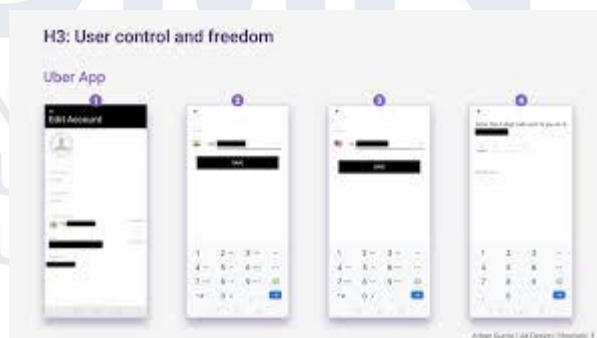
4. *Feedback* dan *Responsiveness* atau umpan balik dan responsif bertujuan untuk memberi tahu pengguna memahami hasil dari tindakan dan interaksi mereka lewat petunjuk visual.



Gambar 2.63 *Feedback UI*

Sumber: <https://dribbble.com/shots/22179545-Daily-UI-031>

5. *Accessibility* atau aksesibilitas diperlukan untuk memastikan produk digital dapat digunakan oleh pengguna dengan disabilitas. Hal ini dapat berkaitan dengan pertimbangan faktor seperti kontras warna, ukuran font, navigasi keyboard, dan kompatibilitas pembaca layar.
6. *Clarity* atau kejelasan berfokus pada penyajian informasi dan konten yang jelas dan mudah dipahami. Hal ini dapat berkaitan dengan penggunaan bahasa yang ringkas, pengaturan konten secara logis, dan tipografi dengan keterbacaan yang jelas.
7. *User Control* atau kontrol pengguna menekankan pada kemampuan pengguna untuk menavigasi, berinteraksi dan menyesuaikan antarmuka sesuai preferensi, hal ini dapat meningkatkan rasa keterlibatan mereka dengan produk digital.



Gambar 2.64 *User Control UI*

Sumber: <https://techskillbrew.medium.com/heuristic-evaluation-h3-user-control-and-freedom-7489e6756f1e>

8. *Error Prevention* dan *Recovery* atau pencegahan dan pemulihan kesalahan mengfokuskan pada perancangan antarmuka yang meminimalisir kesalahan serta memberikan panduan dan solusi ketika kesalahan terjadi. Hal ini berkaitan dengan penggunaan validasi, pesan kesalahan serta penanganan kesalahan yang intuitif.

Log in and start sharing

Don't have an account? [Sign Up](#)

Log in with:



OR

Email address or Username

loremipsum@gmail.com

Password

[Show](#)

Hope. Try again.

[Forgot?](#)

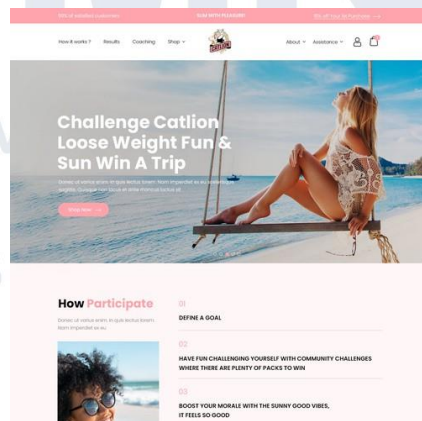
Log In

[Log in with SSO](#)

Gambar 2.65 *Error Prevention UI*

Sumber: <https://usabilitygeek.com/error-prevention-in-ux-design-how-facebook-and-gmail-get-it-right/>

9. *Aesthetic* dan *Visual Appeal* atau estetika dan daya tarik visual dapat memberikan pengalaman pengguna dengan tampilan antarmuka yang menarik secara visual yang berkaitan dengan pemilihan warna, tipografi, gambar, dan elemen visual untuk memberikan kesan positif.



Gambar 2.66 *Website Aesthetic*

Sumber: <https://99designs.com/inspiration/websites/aesthetic>

10. *Scalability* dan *Adaptability* atau skalabilitas dan adaptabilitas melibatkan rancangan antarmuka yang dapat menyesuaikan ukuran layar, resolusi, dan orientasi berbeda dengan lancar.



Gambar 2.67 *Website Scalability*

Sumber: <https://crecentech.com/the-importance-of-branding-and-consistency-in-website-design>

2.2.2 UX (*User Experience*)

User Experience atau UX adalah pengalaman pengguna yang menunjukkan bagaimana perasaan orang ketika menggunakan sebuah produk dan layanan. Secara umum, praktisi UX tertarik pada hubungan antara pengguna manusia dan komputer dan produknya seperti *website*, aplikasi dan sistem. (Interaction Design Foundation, 2018, hlm. 5)

User Experience sangat berpengaruh dalam kesuksesan dan kegagalan sebuah produk. terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi *user experience* menurut Peter Morville (Interaction Design Foundation, 2018, hlm. 21-25):

1. *Useful* atau kebergunaan diperlukan sebuah produk agar memiliki tujuan dan mampu bersaing di pasar. Kegunaan juga bergantung pada yang melihatnya, sesuatu juga dapat dikatakan berguna jika mampu memberikan manfaat non-praktis seperti kesenangan dan daya tarik estetika (hlm. 22).
2. *Usable* atau dapat digunakan berkaitan dengan pengguna untuk mencapai tujuan akhir mereka dalam menggunakan produk secara efisien dan efektif (hlm. 22).
3. *Findable* atau dapat ditemukan mengacu pada seberapa mudahnya produk ditemukan baik dalam bentuk digital serta informasi dan

konten produknya. Konten produk harus mudah ditemukan agar tidak ditinggalkan penggunaannya (hlm. 23).

4. *Credible* berhubungan dengan kepercayaan pengguna terhadap produk. Produk yang dipercayai penggunaannya menunjukkan bahwa produk tersebut berfungsi dan dapat bertahan dalam jangka waktu yang sesuai serta informasi yang diberikan akurat dan sesuai tujuan (hlm. 23).
5. *Desirable* atau keinginan disampaikan melalui *branding*, citra, identitas dan desain emosional. Semakin diinginkannya produk, besar kemungkinan pengguna tersebut menciptakan hasrat kepada pengguna lainnya (hlm. 24).
6. *Acessible* atau aksesibilitas adalah tentang memberikan pengalaman yang dapat diakses pengguna dalam berbagai kemampuan dan keterbatasan mereka. Dalam mendesain untuk aksesibilitas, tujuannya adalah untuk menciptakan produk yang lebih mudah digunakan oleh semua orang (hlm. 25).
7. *Valuable* atau berharga diperlukan oleh sebuah produk. Sebuah produk harus memberikan nilai kepada pengguna yang menggunakannya. Nilai memiliki pengaruh utama dalam keputusan pembelian pengguna (hlm. 25).

2.2.3 Website

Website adalah sekumpulan halaman yang memiliki macam-macam informasi, seperti tulisan, data, gambar, video atau suara maupun gabungan dari semuanya. Website memiliki sifat statis maupun dinamis, yang dimana membentuk satu rangkaian yang berkaitan dan berhubungan dengan jaringan halaman.

2.2.3.1 Anatomi Website

Dalam mendesain website, jumlah komponen yang dibutuhkan tergantung pada ukuran dan subjek situs tersebut, namun sebagian besar *website* memiliki komponen sebagai berikut (Beaird & George, 2020):

1. *Containing block* atau biasa disebut sebagai wadah untuk menampung semua elemen dalam *website*. Dengan adanya wadah, elemen-elemen akan tetap terjaga sehingga tidak melampaui batas-batas jendela *browser*.



Gambar 2.68 *Containing Block*

Sumber: https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/CSS/Containing_block

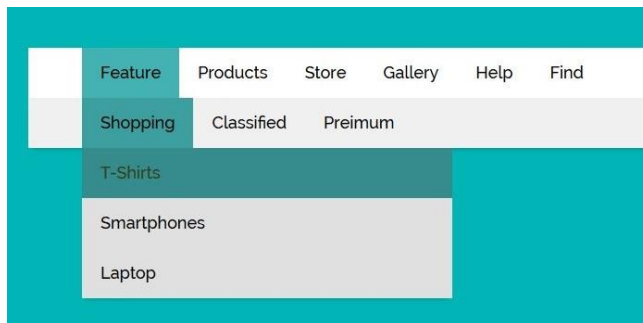
2. Logo diperlukan sebagai identitas perusahaan. Hal ini diperlukan agar pengguna mengenali sebuah merek dan menyadarkan mereka tentang *website* yang sedang mereka kunjungi.



Gambar 2.69 *Website Header* dengan logo

Sumber: https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/CSS/Containing_block

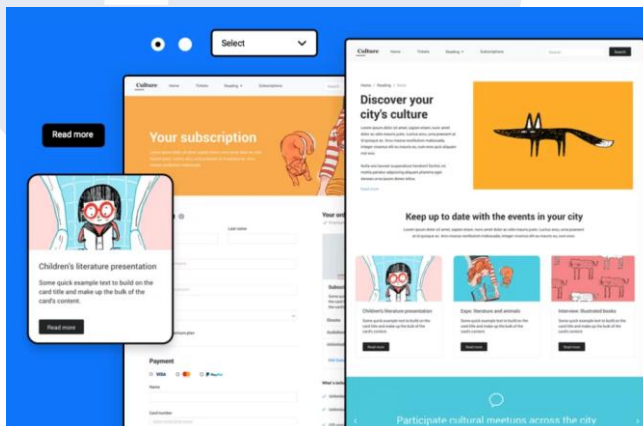
3. Navigasi yang mudah ditemukan dan digunakan sangat diperlukan dalam *website*. Biasanya banyak pengguna yang mengharapkan navigasi utama berada di atas halaman.



Gambar 2.70 *Navigation Website*

Sumber: <https://blog.magezon.com/create-website-navigation-bar-ecm/>

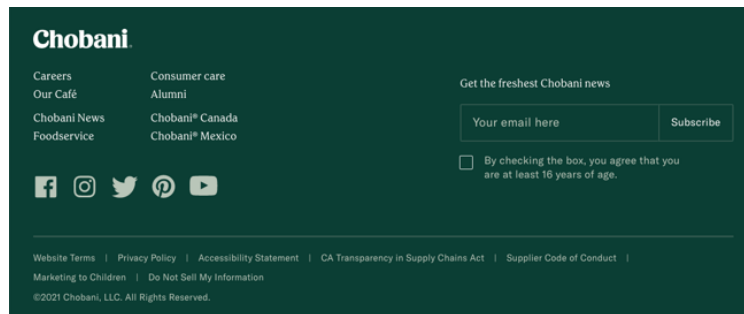
4. Konten adalah bagian terpenting dari *website*. Suatu konten dapat berupa tulisan, gambar, atau video. Konten utama penting untuk menjadi sebuah titik fokus desain sehingga pengunjung dapat memindai dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.



Gambar 2.71 *Website Content*

Sumber: <https://www.justinmind.com/ui-kits/design-a-bootstrap-website-with-the-justinmind-ui-kit>

5. *Footer* adalah bagian terakhir dalam halaman *website*. *Footer* biasanya berisikan hak cipta, kontak, informasi legal serta tautan ke bagian situs. *Footer* memerlukan indikasi kepada pengguna bahwa mereka berada pada bagian bawah akhir halaman.



Gambar 2.72 Website Footer

Sumber: https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/CSS/Containing_block

6. *White space* merujuk pada bagian kosong area halaman. Tanpa adanya *white space*, desain akan terasa tertutup dan sesak. Jadi, dengan adanya *white space* membantu memandu mata pengguna untuk beristirahat serta membantu menciptakan keseimbangan dan kesatuan.



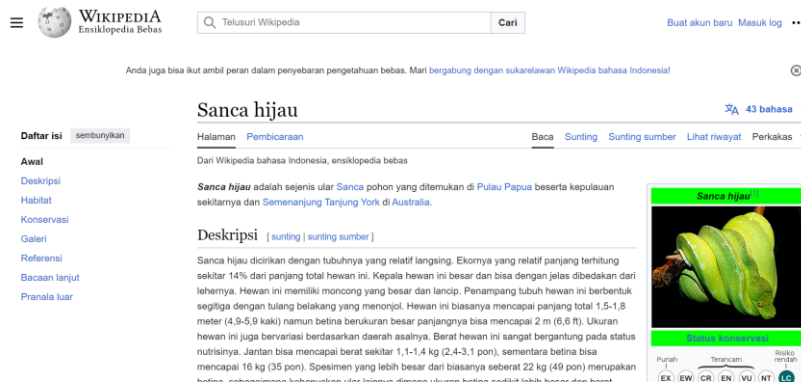
Gambar 2.73 Penggunaan *White Space* di Website

Sumber: <https://www.designrush.com/agency/website-design-development/trends/white-space-web-design>

2.2.3.2 *Layout Navigasi Website*

Tergantung dari tujuan *website*, *layout* ditentukan dengan menyesuaikan konfigurasi identitas, navigasi dan konten. Berikut beberapa layout yang umum digunakan (Beaird & George, 2020, hlm. 36-41):

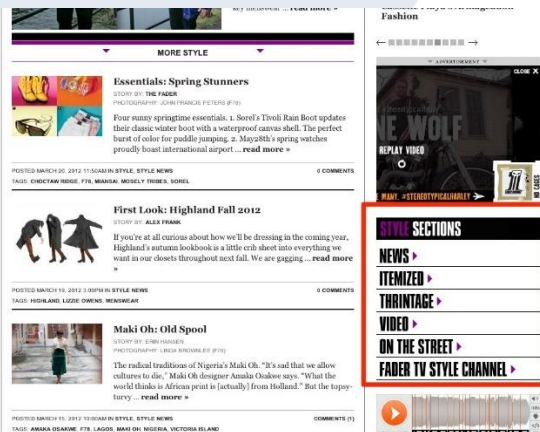
1. *Left-coloumn Navigation* menggunakan pola navigasi kolom kiri adalah desain *default* untuk 15 tahun pertama World Wide Web. *Format* ini terkesan cukup kuno dan statis. Beberapa *website* yang menggunakan *layout* ini adalah Wikipedia dan Craigslist (hlm. 37).



Gambar 2.74 Website Wikipedia

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Sanca_hijau

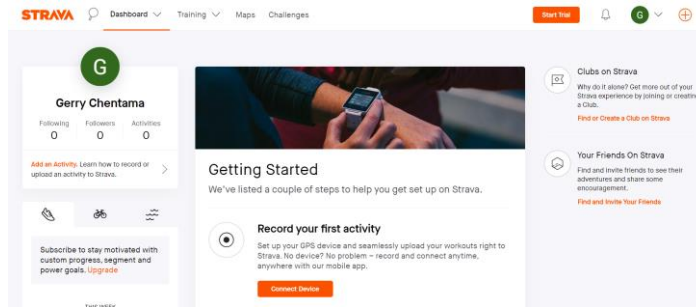
2. *Right-coloumn Navigation* menempatkan menu navigasi, iklan, dan konten tambahan pada sisi kanan halaman *web*, sementara konten utama berada pada sisi kiri. Hal ini ditujukan untuk menekankan prioritas konten utama dan memberikan navigasi dan konten tambahan lebih kecil dan tidak dominan secara visual. (hlm. 38).



Gambar 2.75 Right-coloumn Navigation Website

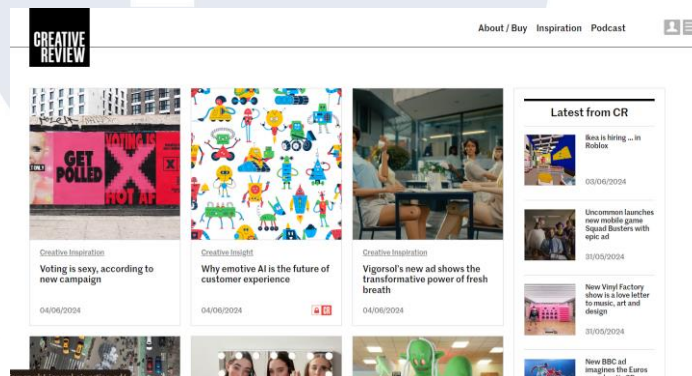
Sumber: <https://ux.stackexchange.com/questions/18997/is-it-ok-to-have-the-secondary-navigation-in-the-right-hand-column>

3. *Three-coloumn Navigation* menggunakan tata letak dengan tiga kolom yang dapat diubah ukurannya dengan ketinggian kolom yang sama. Banyak situs berita seperti CNN, The New York Times, dan BBC News yang menggunakan *layout* ini. Salah satu contoh penggunaan *three-coloumn navigation* yang menonjol adalah aplikasi latihan Strava (hlm. 39).



Gambar 2.76 Website Strava
Sumber: <https://www.strava.com/>

4. *Navigationless Magazine Style* memungkinkan pengunjung untuk mendapatkan informasi secara utuh tanpa beralih ke halaman lain. Pendekatan tersebut diterapkan pada *website* seperti Typographica, Brand New, dan Creative Review (hlm. 40).



Gambar 2.77 Website Creative Review
Sumber: <https://www.creativereview.co.uk/>

5. *Bare-bones Minimalism* memberikan informasi yang sangat terarah. Penerapannya biasanya membatasi diri pada pesan-pesan yang kencang dalam ukuran font besar dan warna yang sederhana. Contoh penerapan *layout website* ini ada pada Perusahaan pemasaran San Francisco, Matter Made (hlm. 41).

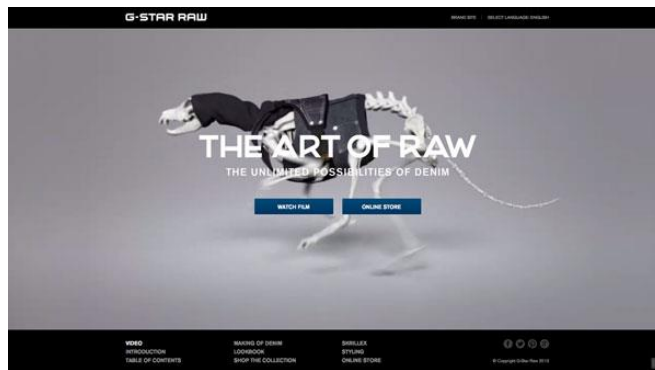


Gambar 2.78 Website Matter Made
Sumber: <https://www.mattermade.co/>

2.2.3.3 Trend Website

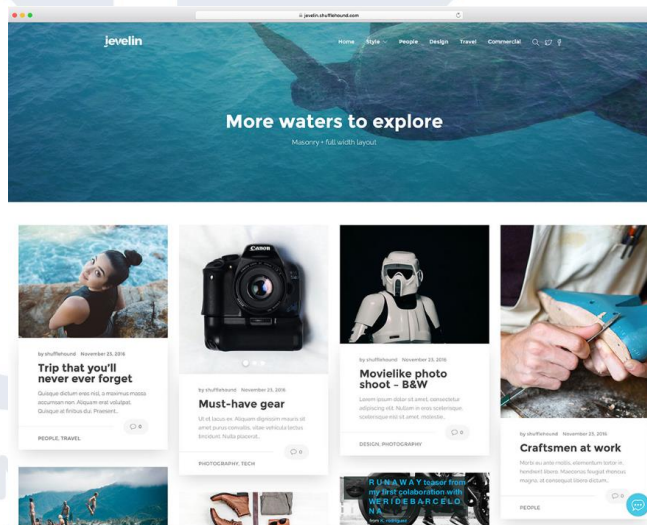
Setiap tahun beberapa teknik tren muncul. Beberapa teknik dapat distandarisasi dengan memanfaatkan kemampuan *browser* dan *scripting* baru. Beberapa teknik yang sering digunakan dalam *website* antara lain (Beaird & George, 2020, hlm. 43-46):

1. *Video Backgrounds* adalah salah satu elemen desain *web* yang memungkinkan halaman *web* untuk menampilkan dan menjalankan video secara otomatis. Penggunaan *Video Backgrounds* dapat membuat tampilan terlihat dinamis dan menarik perhatian. Namun penggunaan ini dapat berpengaruh pada masalah *bandwith* dan tidak semua *browser* mendukung format video yang ditampilkan (hlm. 44).



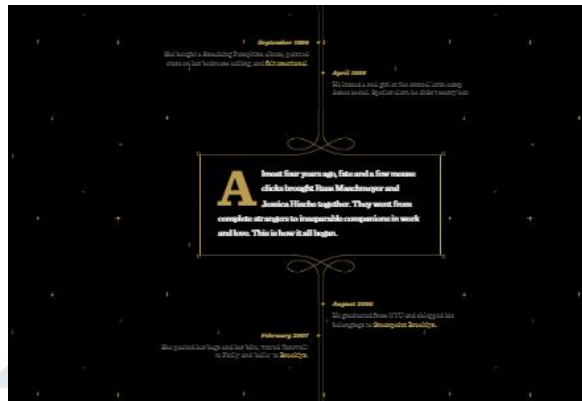
Gambar 2.79 Video Background pada Website
 Sumber: <https://designmodo.com/website-video-backgrounds/>

2. *Masonry Layouts* adalah pola tata letak UI dengan konten yang disusun ke dalam kolom dengan lebar yang sama tanpa memperhatikan baris. Tata letak ini cocok untuk mengatur koleksi gambar dengan ukuran bervariasi menjadi format yang rapi dan mudah dinavigasi. Contoh penggunaan Masonry yang baik adalah Pinterest (hlm. 46).



Gambar 2.80 Masonry Layout pada Website
 Sumber: <https://colorlib.com/wp/javelin-theme-review/>

3. *Parallax Scrolling* adalah teknik desain web yang mulai muncul di browser sekitar tahun 2011. *Parallax scrolling* menggunakan beberapa layer yang ditumpuk dan digerakkan dengan kecepatan yang relatif berbeda saat di-scroll, hal ini memberikan ilusi kedalaman pada tampilan halaman web (hlm. 46).



Gambar 2.81 *Parallax Scrolling* pada *Website Jess and Russ*
 Sumber: <http://jessandruss.us/>

2.3 Gereja

Menurut KBBI, Gereja adalah tempat berdoa dan melakukan upacara agama Kristen dan organisasi umat Kristen yang sama kepercayaan, ajaran, dan tata cara ibadahnya. Dalam artikel yang berjudul “Gereja Yang Berfokus Pada Gerakan Misioner” oleh Hery Susanto menekankan bahwa tantangan utama yang dihadapi gereja masa kini adalah bagaimana gereja dapat tetap relevan di tengah masyarakat post-modern melalui misi yang kontekstual. gereja tidak hanya fokus pada masalah internalnya saja, melainkan juga harus tetap aktif dalam melakukan misi ke seluruh dunia. Artikel tersebut juga menggarisbawahi pentingnya gereja untuk tetap relevan dan aktif dalam menyebarkan ajaran Kristus di tengah-tengah perubahan zaman dan masyarakat.

2.3.1 Paroki Maria Ratu Semesta Alam Sintang

Dalam media sosial Instagram Paroki Maria Ratu Semesta Alam Sintang menjelaskan bahwa Paroki Maria Ratu Semesta Alam adalah sebuah paroki dari gereja Katolik berlokasi di Kabupaten Sintang, Kelurahan Kapuas Kanan Hulu, Kalimantan Barat dan berpusat di daerah Sungai Durian.



Gambar 2.82 Gereja Maria Ratu Semesta Alam Sintang
Sumber: Instagram @parokisungaidurian

Paroki ini merupakan pemekaran dari Paroki Kristus Raja, Katedral Sintang pada 24 Agustus 1979 pada masa Uskup Isak Doera. Paroki ini awalnya terdiri dari 8 lingkungan dan telah berkembang hingga saat ini menjadi 20 lingkungan. Saat ini Paroki Maria Ratu Semesta Alam Sintang dipimpin oleh Pastor Kepala Paroki, RD. Agustinus Xaverius Bahang dan Vikaris RD. Patrisius Piki.

2.3.2 Pentingnya Website Gereja

Dalam artikel berjudul “Pembuatan Website Bagi Gereja Kristen XYZ” menjelaskan bahwa dalam era modern ini, website dianggap sebagai alat yang sangat penting dalam menyediakan informasi kepada jemaat secara cepat dan mudah, mengingat banyaknya orang yang mengandalkan internet sebagai sumber utama informasi.

Fitur-fitur yang disarankan untuk dimiliki oleh website gereja termasuk profil gereja, data perpustakaan, kalender jadwal, pokok doa, fasilitas pendaftaran acara, dan lainnya. Selain itu, perhatian khusus diberikan pada aspek tampilan website untuk memastikan website tersebut menarik, nyaman dikunjungi, dan mendukung perputaran informasi gereja (Santosa, 2013, hlm. 2-3).

Kesimpulan yang dapat diambil dari artikel ini adalah website Gereja Kristen "XYZ" memberikan kemudahan bagi jemaat untuk mengakses berbagai informasi penting seperti warta gereja, artikel menarik, gambar dan video kegiatan gereja, ketersediaan buku di perpustakaan, serta jadwal kegiatan gereja. Selain itu, jemaat juga dapat melakukan administrasi gereja secara online, termasuk mendaftar untuk berbagai acara gereja seperti katekisasi baptis, katekisasi nikah, dan acara lainnya. Oleh karena itu, website gereja dapat menjadi alat yang efektif dalam memfasilitasi komunikasi antara gereja dan jemaat serta dalam mengelola berbagai kegiatan gereja secara efisien.

