

BAB II

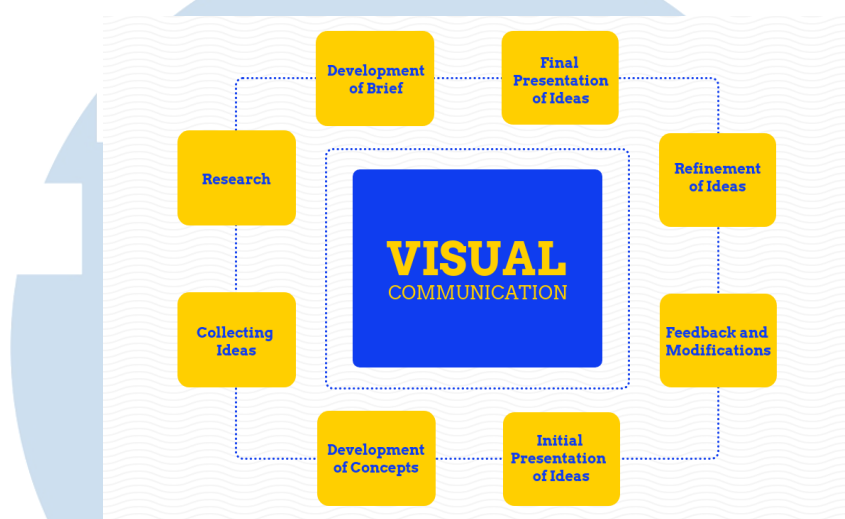
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual merupakan bidang yang melibatkan penggunaan elemen-elemen visual seperti gambar, warna, dan tipografi untuk menyampaikan pesan atau informasi dengan jelas dan efektif kepada audiens. Menurut Charles Kostelnick (2019) dalam bukunya yang berjudul “*Humanizing Visual Design*”, desain komunikasi visual bukanlah sekadar tentang estetika semata, tetapi tentang fungsi dan tujuan komunikasi. Proses riset dalam desain komunikasi visual merupakan fondasi utama bagi penciptaan karya yang tidak hanya estetis menarik, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens yang dituju. Seperti yang disebutkan oleh Kostelnick (2019), desainer perlu memiliki kemampuan untuk menggabungkan kreativitas dengan pemahaman strategis. Ini berarti bahwa proses riset tidak hanya tentang memahami tren desain terkini atau preferensi visual, tetapi juga tentang memahami konteks komunikasi, tujuan pesan, dan audiens yang akan menerimanya.

Menurut Kostelnick (2019), proses riset dalam desain komunikasi visual membutuhkan pemahaman mendalam tentang konteks proyek, termasuk tujuan komunikasi, pesan yang ingin disampaikan, dan aspek khusus dari bidang atau industri terkait. Tanpa pemahaman yang kuat tentang konteks ini, desainer tidak dapat menghasilkan desain yang relevan. Kostelnick berpendapat bahwa desainer dapat menciptakan pesan yang sesuai dan menarik dengan menggabungkan kreativitas dengan pemahaman tentang strategi komunikasi, serta dengan menemukan inspirasi dan konsep yang relevan, proses riset memastikan bahwa desain yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens yang dituju. Melalui pendekatan tersebut, desain komunikasi visual

menjadi alat yang kuat untuk mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku audiens, baik dalam konteks komersial maupun non-komersial.



Gambar 2.1 Visual Communication Design

Sumber: <https://blog.scoop.it/2021/04/27/6-ways-to-boost-your-visual-communication-design-in-2021/>, Mohan (2021)

Berdasarkan gambar diatas, langkah pertama yang krusial dalam meningkatkan desain komunikasi visual adalah melalui proses penulisan yang teliti. Dengan melakukan penulisan mendalam mengenai audiens yang dituju serta tren desain terbaru, perusahaan dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui elemen visual tetap relevan dan menarik bagi pelanggan. Selain itu, pengembangan brief yang terperinci juga menjadi langkah penting dalam proses ini. Brief yang kuat akan memberikan arahan yang jelas bagi tim desain, memungkinkan mereka untuk fokus pada aspek-aspek kunci yang perlu ditekankan dalam pekerjaan mereka. Selanjutnya, presentasi ide-ide awal memiliki peran vital dalam menciptakan desain komunikasi visual yang efektif. Melalui tahap tersebut, tim desain dapat bekerja sama untuk menghasilkan berbagai konsep yang sesuai dengan kebutuhan proyek.

Setelah pembentukan ide-ide awal, tahap yang perlu dilakukan ialah melakukan proses penyempurnaan dan penajaman ide. Masukan dari

berbagai pihak, termasuk tim internal dan klien juga diperlukan untuk memastikan bahwa desain yang dihasilkan memenuhi harapan dan dapat memperbaiki aspek-aspek yang perlu ditingkatkan. Melalui serangkaian langkah tersebut, implementasi yang efektif dari upaya meningkatkan desain komunikasi visual dapat menghasilkan hasil akhir yang kuat dan memuaskan. Keberhasilan sebuah desain komunikasi visual tidak hanya terletak pada estetika visualnya, tetapi juga pada kemampuannya untuk menyampaikan pesan secara efektif.

Maka dari itu, sebagai desainer visual, diperlukan pemahaman dalam memahami audiens target dan konteks pesan untuk menciptakan desain yang relevan dan dapat menghasilkan dampak yang diinginkan. Penggunaan elemen-elemen seperti warna, tipografi, dan komposisi juga harus dipertimbangkan dengan cermat agar pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens tanpa menyebabkan kebingungan.

2.1.1 Warna

Warna memiliki peran penting dalam desain komunikasi visual dan sering kali menjadi elemen utama dalam menciptakan suasana dan mempengaruhi mood audiens. Konsep dasar warna dalam desain sering dikaitkan dengan *Color Wheel* atau roda warna. Menurut Steele, T. (2023) dalam bukunya yang berjudul “*The Color Wheel*”, *color wheel* merupakan alat yang sangat penting dalam dunia seni dan desain. Steele menjelaskan bahwa roda warna memungkinkan kita untuk memahami hubungan antara berbagai warna dan bagaimana mereka saling berinteraksi. Penggunaan roda warna dapat membantu seniman dan desainer dapat menciptakan harmoni visual yang menarik, serta memahami kontras yang kuat untuk mencapai efek yang diinginkan dalam karyanya. Steele juga menyoroti pentingnya pemahaman tentang warna primer, sekunder, dan tersier dalam menciptakan palet warna yang kaya dan bervariasi.

Pemahaman tentang *Color Wheel* memungkinkan desainer untuk menciptakan kombinasi warna yang sesuai dengan tujuan komunikatifnya.

Misalnya, penggunaan kombinasi warna analog (warna yang bersebelahan di *Color Wheel*) dapat memberikan kesan harmonis dan lembut, sementara kombinasi warna komplementer (warna yang berlawanan di *Color Wheel*) cenderung menciptakan kontras yang kuat dan dramatis. Selain itu, desainer juga dapat memanfaatkan triadisasi warna (kombinasi tiga warna yang membentuk segitiga sama sisi di *Color Wheel*) atau pola warna lainnya untuk menciptakan efek visual yang menarik dan beragam.



Gambar 2.2 The Colour Wheel Explained

Sumber: <https://www.inspiredspaces.com.au/the-history-and-theory-of-colour/>, Robyn (2018)

Selain untuk menciptakan estetika yang menarik, pemilihan warna yang tepat juga mempertimbangkan faktor psikologis dan budaya. Berbagai warna memiliki asosiasi emosional dan makna yang berbeda-beda di berbagai budaya. Pada desain interaktif, warna memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang menarik dan efektif. Warna tidak hanya memengaruhi estetika suatu desain, tetapi juga dapat memengaruhi *mood*, persepsi, dan interaksi pengguna dengan *interface*. Hal tersebut memiliki keterkaitan dengan teori kombinasi warna (Othman et al., 2019).

Teori kombinasi warna merupakan konsep yang digunakan dalam seni dan desain untuk menciptakan harmoni visual dan efek yang diinginkan

(Li et al., 2019). Pemahaman mengenai teori kombinasi warna sangat penting dalam bidang desain grafis, seni lukis, fashion, dan dekorasi interior untuk menciptakan karya yang menarik dan estetis. Berikut beberapa konsep penting tentang teori kombinasi warna :

1) Psikologi Warna

Warna memiliki kekuatan psikologis yang dapat memengaruhi perasaan, emosi, dan perilaku pengguna. Misalnya, warna merah dapat menghasilkan perasaan gugup atau bersemangat, sementara warna biru sering dikaitkan dengan ketenangan dan kepercayaan.

4) Kontras

Kontras adalah perbedaan antara dua warna yang digunakan dalam desain. Kontras yang tepat dapat membantu meningkatkan daya tarik visual dan membantu pengguna membedakan elemen-elemen penting dalam antarmuka.

5) Aksesibilitas

Penting untuk mempertimbangkan aksesibilitas warna saat merancang antarmuka. Beberapa pengguna mungkin memiliki keterbatasan penglihatan yang mempengaruhi cara mereka melihat warna. Memilih kombinasi warna yang memungkinkan kontras yang jelas dan mudah dibaca oleh semua pengguna sangat penting untuk memastikan aksesibilitas yang baik.

6) Konsistensi

Konsistensi dalam penggunaan warna membantu menciptakan pengalaman yang bersatu dan mudah dipahami bagi pengguna. Penggunaan palet warna yang konsisten pada *interface*

memungkinkan pengguna untuk dengan cepat mengasosiasikan warna-warna tertentu dengan fungsi atau informasi tertentu.

7) Merek dan Identitas

Warna seringkali menjadi bagian penting dari identitas merek. Dalam desain interaktif, penting untuk mempertahankan konsistensi warna dengan merek untuk memperkuat pengenalan merek dan menciptakan pengalaman yang terkait erat dengan identitas merek.

8) Tingkat Prioritas

Menggunakan warna untuk menunjukkan tingkat prioritas atau pentingnya informasi dapat membantu pengguna menavigasi antarmuka dengan lebih efisien. Misalnya, penggunaan warna yang lebih terang atau kontras untuk elemen-elemen yang lebih penting atau interaktif dapat membantu mereka menemukan dan berinteraksi dengan elemen tersebut dengan lebih mudah.

Selain konsep warna, skema warna juga perlu diperhatikan. Karena memahami konsep-konsep dasar warna seperti hue, nilai, dan saturasi adalah kunci untuk menciptakan kombinasi warna yang efektif.



Gambar 2.3 Skema Warna

Sumber: <https://student-activity.binus.ac.id/himdi/2021/02/07/apa-itu-skema-warna/>, Binus (2021)

Penggunaan skema warna yang tepat mempertimbangkan hubungan antara warna, baik dalam hal kontras, harmoni, maupun perbedaan nilai dapat menghasilkan dampak visual yang kuat dan menciptakan atmosfer yang diinginkan dalam suatu karya desain diantaranya :

1) *Monochromatic*

Skema warna monokromatik menggunakan satu warna atau hue dan berbagai variasi intensitasnya, seperti *tints* (warna yang dicampur dengan putih), *shades* (warna yang dicampur dengan hitam), dan *tones* (warna yang dicampur dengan abu-abu). Contohnya, skema warna biru monokromatik dapat mencakup warna biru muda, biru tua, dan biru keabu-abuan.

2) *Analogous*

Skema warna *Analogous* terdiri dari tiga warna yang bersebelahan satu sama lain pada roda warna. Warna-warna ini memiliki hubungan dekat dan sering ditemukan bersama dalam alam. Contoh, skema warna merah-oranye, merah, dan merah-ungu.

3) *Complementary*

Skema warna *complementary* terdiri dari dua warna yang berada di sisi berlawanan dari roda warna. Warna-warna ini saling melengkapi satu sama lain dan menciptakan kontras yang kuat ketika digunakan bersama. Contoh, pasangan warna biru dan jingga.

4) *Split Complementary*

Skema warna *split complementary* mirip dengan *complementary*, namun menggunakan warna analogous dari salah satu warna yang berseberangan. Ini menciptakan kombinasi warna yang lebih lembut namun tetap mempertahankan kontras yang kuat. Misalnya, jika warna *complementary* adalah biru dan kuning, maka *split complementary* dapat menggunakan biru, hijau, dan ungu.

5) *Triadic*

Skema warna *triadic* terdiri dari tiga warna yang ditempatkan secara merata pada roda warna, membentuk segitiga sama sisi. Warna-warna ini memiliki kontras yang cukup kuat tetapi tidak sekuat *complementary*. Contoh, triadik skema warna merah, kuning, dan biru.

6) *Tetradic*

Skema warna *tetradic* terdiri dari empat warna yang terdiri dari dua pasangan skema warna *complementary*. Ini memberikan lebih banyak fleksibilitas dalam penggunaan warna, tetapi dapat menjadi sulit untuk seimbangkan. Contoh, kombinasi warna biru dan jingga dengan merah dan hijau.

Pentingnya skema warna dalam desain interaktif tidak bisa diabaikan karena warna memiliki dampak langsung pada pengalaman pengguna dan persepsi merek. Skema warna yang dipilih dengan cermat dapat mempengaruhi mood, emosi, dan tingkat keterbacaan suatu desain, sehingga memainkan peran kunci dalam menarik perhatian pengguna, mempertahankan minat mereka, dan memandu mereka melalui antarmuka dengan lancar.

Warna juga dapat digunakan untuk membedakan elemen-elemen penting, menyoroti fungsi interaktif, dan mengkomunikasikan informasi dengan cepat dan efektif. Memperhitungkan konsep psikologi warna, preferensi audiens target, serta konsistensi merek, pemilihan skema warna yang tepat dapat meningkatkan kesan visual keseluruhan dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pengguna dalam navigasi dan interaksi dengan aplikasi, situs web, atau produk interaktif lainnya.

2.1.2 Tipografi

Tipografi merupakan seni dan teknik yang terlibat dalam desain huruf, tata letak, dan penyusunan teks dalam media visual (McCarthy, 2020). Menurut Zainudin, A. (2021) dalam bukunya yang berjudul "Tipografi", pentingnya tipografi tidak hanya terletak pada pemilihan jenis huruf yang tepat, tetapi juga dalam memahami psikologi di balik desain huruf tersebut. Pemilihan jenis dan aspek tipografi juga memainkan peran penting dalam membentuk identitas visual suatu merek atau produk.

Menurut Zainudin, A. (2021), desainer perlu mempertimbangkan jenis huruf yang konsisten dengan citra merek dan nilai-nilai yang ingin disampaikan. Tipografi dapat digunakan untuk membangun daya tarik visual, menarik perhatian, dan mengarahkan fokus pembaca. Dengan memahami psikologi, jenis, dan aspek tipografi dengan baik, desainer dapat menciptakan desain yang kuat, efektif, dan memengaruhi dengan cara yang diinginkan.

2.1.2.1 Psikologi Tipografi

Psikologi tipografi adalah studi tentang bagaimana pemilihan jenis huruf, ukuran, tata letak, dan elemen tipografi lainnya dapat memengaruhi persepsi, emosi, dan perilaku pembaca (Budiarta et al., 2023). Pada konteks desain grafis, tipografi tidak hanya tentang membuat teks mudah dibaca, tetapi juga tentang memanfaatkan aspek psikologisnya untuk mengomunikasikan pesan yang lebih kuat dan

efektif (Candra Kirana et al., 2023). Pada ilmu desain, Menurut Carina (2019), terdapat beberapa konsep psikologi tipografi yang penting untuk dipahami antara lain :

1) Kepercayaan dan Keandalan

Penggunaan jenis huruf serif yang klasik dan formal seringkali dikaitkan dengan kesan kepercayaan dan keandalan. Ini dapat membuat pembaca merasa lebih yakin terhadap informasi yang disampaikan.

2) Kesesuaian Konteks

Pemilihan jenis huruf yang tepat harus sesuai dengan konteks dan tujuan komunikasi. Misalnya, dalam desain untuk anak-anak, penggunaan huruf yang ramah dan berwarna cerah dapat meningkatkan daya tarik dan pemahaman mereka terhadap teks.

3) Emosi

Berbagai jenis huruf dan tata letak dapat memicu berbagai jenis emosi pada pembaca. Huruf-huruf yang tebal dan besar dapat menunjukkan kekuatan dan ketegasan, sementara huruf-huruf yang lembut dan bergelombang dapat mengkomunikasikan kelembutan dan kehangatan.

4) Fokus dan Perhatian

Penggunaan efek tipografi, seperti warna, ukuran, dan penekanan teks, dapat membantu mengarahkan fokus pembaca pada informasi yang paling penting atau menarik dalam desain. Memahami psikologi tipografi memungkinkan desainer untuk membuat keputusan yang lebih cerdas dalam memilih jenis huruf, mengatur tata letak, dan menyesuaikan elemen tipografi lainnya untuk

mencapai tujuan desain yang diinginkan. Pemanfaatan aspek psikologis dapat membuat desainer mampu menciptakan desain yang tidak hanya estetik, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan dan memengaruhi pembaca (Dwi Radithya Kanta I Made, 2022).

2.1.2.2 Jenis Tipografi

Jenis tipografi mengacu pada kategori atau klasifikasi huruf-huruf berdasarkan ciri-ciri desainnya. Menurut Catherine & Satriadi (2021), terdapat beberapa jenis tipografi yang umum digunakan, masing-masing dengan karakteristik uniknya antara lain :

1.5.1.1 Serif



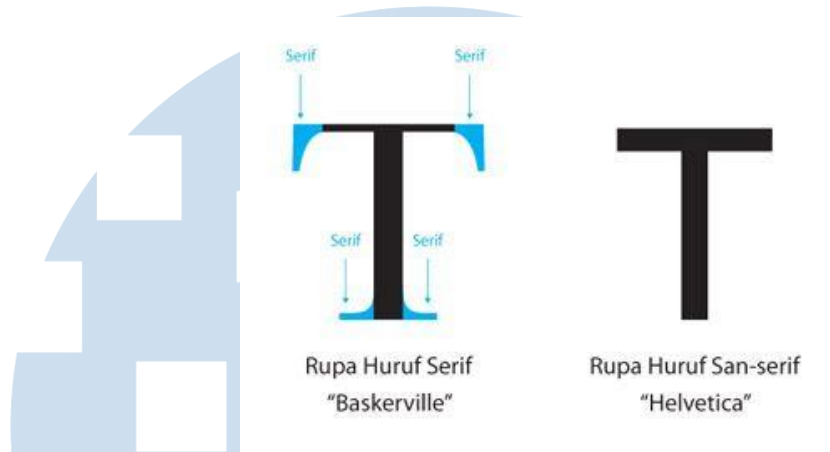
Gambar 2.4 Tipe Serif

Sumber : <https://www.karena.id/blog/kenali-5-jenis-tipografi-dan-manfaatnya-dalam-dunia-desain-grafis>, Laras (2022)

Serif merupakan jenis tipografi yang ditandai dengan adanya dekoratif tambahan atau "*serif*" di ujung-ujung hurufnya. *Serif* sering digunakan dalam teks cetak seperti buku, surat kabar, dan majalah karena dianggap lebih mudah dibaca dalam jumlah teks yang besar. Contoh huruf *serif* termasuk *Times New Roman*, *Georgia*, dan *Garamond*.

Keberadaan *serif* membantu memandu mata pembaca dari satu huruf ke huruf berikutnya dengan lancar, sehingga meningkatkan keterbacaan dan kenyamanan saat membaca teks dalam waktu yang lama.

2 *Sans-serif*



Gambar 2.5 Tipe Sans-serif

Sumber : <https://www.karena.id/blog/kenali-5-jenis-tipografi-dan-manfaatnya-dalam-dunia-desain-grafis> ,Laras (2022)

Sans-serif merupakan jenis tipografi yang tidak memiliki dekoratif tambahan di ujung-ujung hurufnya. *Sans-serif* sering digunakan dalam desain digital dan *modern* karena memberikan kesan bersih, sederhana, dan kontemporer. Contoh huruf sans-serif meliputi *Arial*, *Helvetica*, dan *Calibri*. Karena kekurangan *serif*, jenis huruf ini sering digunakan untuk judul, tanda, atau teks yang membutuhkan kesan yang lebih tegas dan *modern*.

3 *Script*



Gambar 2.6 Tipe Script

Sumber : <https://www.karena.id/blog/kenali-5-jenis-tipografi-dan-manfaatnya-dalam-dunia-desain-grafis> ,Laras (2022)

Script adalah jenis tipografi yang menyerupai tulisan tangan manusia. *Script* sering digunakan untuk menciptakan kesan personal, artistik, atau informal dalam desain. Contoh huruf script antara lain *Brush Script*, *Lucida Handwriting*, dan *Lobster*. Dengan karakteristiknya yang bersifat organik dan bergerak, huruf-huruf dalam jenis script dapat menambahkan sentuhan manusiawi dan kehangatan pada desain, serta sering digunakan untuk menciptakan efek yang lebih personal dan kreatif.

4 *Display*



Gambar 2.7 Tipe Display

Sumber : <https://www.karena.id/blog/kenali-5-jenis-tipografi-dan-manfaatnya-dalam-dunia-desain-grafis> ,Laras (2022)

Display fonts adalah jenis tipografi yang dirancang khusus untuk digunakan dalam judul, poster, atau desain grafis besar lainnya. Mereka sering memiliki desain yang unik, berani, dan menarik perhatian. Contoh huruf *display* termasuk *Impact*, *Cooper Black*, dan *Playbill*. Dengan karakteristiknya yang mencolok dan ekspresif, jenis huruf ini cocok untuk menyoroti atau menonjolkan teks dalam desain, serta memberikan kesan yang dramatis dan kuat.

5 *Monospace*

A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	
a	b	c	d	e	f	g	h	i
j	k	l	m	n	o	p	q	r
s	t	u	v	w	x	y	z	
0	1	2	3	4	5	6	7	8
9	.	,	;	:	\$	#	'	!
"	/	?	%	&	()	@	

Gambar 2.8 Tipe Monospace

Sumber : <https://fontmeme.com/fonts/monospace-font/> ,Font Meme (2022)

Monospace adalah jenis tipografi di mana setiap karakter memiliki lebar yang sama. Digunakan terutama dalam pengaturan di mana pengaturan kolom atau peletakan teks secara tepat diperlukan, seperti dalam kode pemrograman atau tabel. Contoh huruf *monospace* meliputi *Courier New*, *Consolas*, dan *Monaco*. Konsistensi lebar karakter membuatnya mudah untuk menyusun dan membaca teks dalam pengaturan yang memerlukan presisi dan ketelitian.

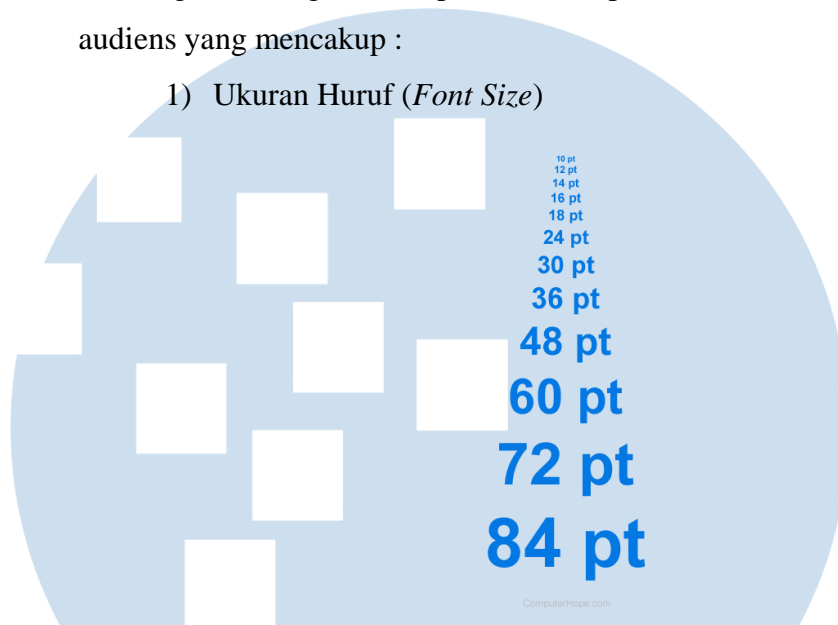
Setiap jenis tipografi memiliki kegunaan dan aplikasi yang berbeda tergantung pada konteks desainnya (Zainudin, 2021). Pemilihan jenis huruf yang tepat sangat penting untuk mencapai efek yang diinginkan dalam komunikasi visual.

2.1.2.3 Aspek Tipografi

Aspek tipografi mencakup berbagai elemen yang penting dalam desain huruf dan tata letak teks. Aspek tipografi merujuk pada berbagai elemen yang terlibat dalam desain huruf dan tata letak teks dalam sebuah karya desain. Ini termasuk pemilihan jenis huruf, ukuran huruf, spasi antar huruf dan baris, serta pengaturan keseluruhan teks pada sebuah halaman atau media yang berbeda (Eko Valentino, 2019). Aspek tipografi sangat penting dalam komunikasi visual karena dapat

memengaruhi bagaimana pesan disampaikan dan diterima oleh audiens yang mencakup :

1) Ukuran Huruf (*Font Size*)



Gambar 2.9 Font Size

Sumber : <https://design.tutsplus.com/id/articles/typography-in-60-seconds-what-is-kerning-tracking-and-leading--cms-29857> , Hope (2023)

Ukuran huruf merupakan aspek penting dalam tipografi yang menentukan seberapa besar atau kecilnya huruf yang digunakan dalam sebuah teks. Memilih ukuran huruf yang tepat sangatlah penting, karena ukuran huruf yang terlalu kecil dapat menyulitkan pembaca untuk membaca teks dengan jelas, sedangkan ukuran huruf yang terlalu besar bisa membuat teks terlihat berantakan dan memakan banyak ruang di halaman. Oleh karena itu, desainer harus memperhatikan konteks dan tujuan dari teks yang dirancang untuk menentukan ukuran huruf yang paling sesuai.

U
M
N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3) Spasi Antar Huruf (*Tracking*)



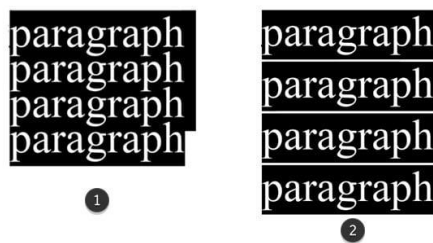
Tracking
Tracking
Tracking

Gambar 2.10 Tracking

Sumber : <https://design.tutsplus.com/id/articles/typography-in-60-seconds-what-is-kerning-tracking-and-leading--cms-29857> , Nieves (2019)

Spasi antar huruf, atau yang dikenal dengan *tracking*, adalah jarak horizontal antara huruf-huruf dalam sebuah kata atau kalimat. Mengatur *tracking* dengan tepat dapat memengaruhi keterbacaan dan estetika teks secara keseluruhan. Jika spasi antar huruf terlalu rapat, teks bisa terlihat padat dan sulit dibaca, sedangkan jika terlalu longgar, teks bisa terlihat terpisah-pisah dan kurang terorganisir. Oleh karena itu, penting untuk menyesuaikan tracking agar sesuai dengan gaya dan kebutuhan desain.

4) Spasi Antar Baris (*Leading*)



Gambar 2.11 Leading

Sumber : <https://design.tutsplus.com/id/articles/typography-in-60-seconds-what-is-kerning-tracking-and-leading--cms-29857> , Nieves (2019)

Spasi antar baris, atau yang dikenal dengan *leading*, adalah jarak vertikal antara baris-baris teks. Pemilihan *leading* yang tepat sangat penting untuk memastikan teks mudah dibaca dan terlihat rapi. Jika *leading* terlalu rapat,

baris-baris teks bisa saling bertumpuk dan membuat pembaca kesulitan untuk membedakan antara satu baris dengan baris lainnya. Sebaliknya, jika leading terlalu longgar, teks bisa terlihat terlalu terpisah-pisah dan mengganggu keterbacaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, desainer harus memperhatikan leading untuk menciptakan tata letak teks yang seimbang dan nyaman untuk dibaca.

5) *Kerning*



Gambar 2.12 Kerning

Sumber : <https://design.tutsplus.com/id/articles/typography-in-60-seconds-what-is-kerning-tracking-and-leading--cms-29857> , Nieves (2019)

Kerning adalah salah satu aspek tipografi yang penting dalam desain huruf dan tata letak teks. Konsep ini melibatkan penyesuaian spasi antar huruf secara individual untuk meningkatkan estetika dan keterbacaan teks. Dalam prakteknya, *kerning* diterapkan pada pasangan huruf yang memiliki ruang kosong yang tidak proporsional di antara mereka. Misalnya, dalam pasangan huruf "AV", ada ruang kosong yang lebih besar di antara keduanya daripada pada pasangan "OU". Dengan melakukan penyesuaian *kerning*, jarak antara huruf-huruf tersebut dapat diatur sedemikian rupa sehingga teks terlihat lebih rapi dan mudah dibaca.

Aspek tipografi memiliki peran yang sangat penting dalam desain grafis dan komunikasi visual secara keseluruhan. Melalui

pemilihan jenis huruf, ukuran, spasi antar huruf dan baris, serta tata letak keseluruhan, tipografi dapat membantu menciptakan teks yang mudah dibaca, menarik, dan efektif dalam menyampaikan pesan. Aspek-aspek tipografi yang dipertimbangkan dengan baik dapat memengaruhi persepsi, emosi, dan reaksi pembaca terhadap suatu desain. Selain itu, tipografi juga berperan dalam membangun identitas merek atau produk, serta memperkuat kesan visual keseluruhan dari suatu karya. Dengan memahami dan menerapkan aspek tipografi dengan baik, desainer dapat meningkatkan kualitas dan daya tarik estetika dari desain mereka serta meningkatkan efektivitas dalam menyampaikan pesan kepada audiensnya.

2.1.3 *Layout*

Layout merupakan elemen penting dalam desain grafis dan pengaturan ruang yang memainkan peran vital dalam komunikasi visual yang mencakup pada elemen-elemen desain seperti teks, gambar, dan grafik dalam suatu ruang yang memiliki tujuan tertentu. Menurut Rustan, S. (2020) dalam buku yang berjudul “Layout 2020”, sebuah layout yang baik tidak hanya memperhatikan estetika visual tetapi juga memperhitungkan fungsi dan kemudahan penggunaan. Dalam sebuah publikasi seperti majalah atau buku, *layout* yang baik dapat meningkatkan daya tarik pembaca dan memudahkan mereka untuk menemukan informasi yang dicari. *Layout* juga memiliki kontribusi pada pengalaman pengguna yang baik, terutama dalam desain situs web dan aplikasi. Pada proses perancangan *layout* diperlukan elemen yang perlu dipertimbangkan. Elemen layout merupakan fondasi dari desain grafis yang efektif, mempengaruhi bagaimana elemen-elemen visual disusun dan berinteraksi dalam sebuah karya desain elemen *layout* yang terstruktur memungkinkan penyampaian informasi yang efektif, membangun merek yang kuat, dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan yang meliputi:

1) Teks

Teks adalah elemen kunci dalam menyampaikan pesan dalam desain. Ini mencakup judul, heading, dan paragraf. Penempatan dan gaya teks harus dipertimbangkan agar mudah dibaca dan dimengerti oleh audiens.

2) Gambar

Gambar, seperti foto dan ilustrasi, memiliki kekuatan untuk menyampaikan emosi. Penggunaan gambar yang tepat dapat memperkuat pesan dalam desain.

3) Garis

Garis dapat digunakan untuk membagi ruang atau menekankan elemen lain dalam desain. Ini adalah elemen penting yang membantu mengatur tata letak secara visual.

4) Bentuk

Bentuk seperti lingkaran atau persegi, dapat menambahkan dimensi visual pada *layout*. Desainer dapat berkreasi dengan berbagai bentuk untuk memberikan sentuhan unik pada desain.

5) Ruang

Ruang adalah elemen penting yang sering kali diabaikan. Memberikan ruang yang cukup di sekitar elemen-elemen desain membantu menciptakan tata letak yang teratur dan mudah dibaca tanpa terlihat terlalu padat.

Memahami dan menggabungkan elemen-elemen ini dengan baik dalam desain *layout* akan membantu menciptakan tata letak yang menarik dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Setelah memahami elemen dasar dalam desain *layout*, langkah

selanjutnya adalah memahami prinsip-prinsip dasar yang menjadi landasan dalam pembuatan *layout* yang efektif. Berikut adalah penjelasan lengkap mengenai setiap prinsip tersebut:

1) Hierarki

Hierarki mengacu pada pengaturan elemen-elemen dalam desain berdasarkan tingkat kepentingannya. Ini dicapai dengan memanipulasi faktor-faktor seperti ukuran, kontras, dan penempatan. Elemen-elemen yang paling penting biasanya diberi ukuran yang lebih besar atau kontras yang lebih tinggi untuk menonjolkan kepentingannya. Hierarki memastikan bahwa pesan utama mudah dipahami oleh audiens, bahkan dengan sekilas pandang.

2) Keseimbangan

Keseimbangan mengacu pada distribusi visual yang merata dari elemen-elemen dalam desain. Ini dapat dicapai melalui simetri, simetri radial, atau asimetri yang terkendali. Keseimbangan yang baik menarik perhatian secara proporsional tanpa memberikan kesan terlalu berat atau tidak seimbang. Namun, ada kebebasan artistik untuk memanipulasi keseimbangan untuk menciptakan efek yang diinginkan, meskipun harus dilakukan dengan hati-hati agar tidak merusak keseluruhan desain.

3) Perataan

Prinsip perataan melibatkan penggunaan fitur *alignment* untuk meratakan elemen-elemen dalam desain. Ini dapat dilakukan dengan perataan tepi untuk menyelaraskan elemen ke arah tertentu atau perataan tengah untuk menempatkan elemen secara simetris di tengah bidang. Perataan membantu

menciptakan tatanan yang teratur dan terorganisir, memudahkan pembaca untuk menavigasi melalui desain dengan mudah.

4) Kedekatan

Kedekatan mengacu pada hubungan visual antara elemen-elemen dalam desain. Elemen-elemen yang terkait secara visual seharusnya ditempatkan dekat satu sama lain, sementara elemen yang tidak terkait sebaiknya diberi jarak. Ini membantu menciptakan keterkaitan antar elemen dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan dalam desain.

5) Ruang

Prinsip terakhir adalah pengaturan ruang di antara elemen-elemen dalam desain. Setiap elemen harus memiliki ruang yang cukup di sekitarnya agar tidak terlihat terlalu padat atau berdesakan. Ruang juga membantu menjaga keseimbangan visual dan menghindari persaingan antar elemen. Pengaturan ruang yang tepat meningkatkan keterbacaan dan estetika keseluruhan desain.

Elemen dan prinsip dalam *layout* memiliki peran krusial dalam menciptakan desain yang efektif dan menarik. Elemen-elemen seperti teks, gambar, garis, bentuk, dan ruang memberikan struktur dan konteks visual yang diperlukan untuk menyampaikan pesan dengan jelas kepada audiens. Sementara itu, prinsip-prinsip seperti hierarki, keseimbangan, perataan, kedekatan, dan ruang memberikan pedoman dalam pengaturan elemen-elemen tersebut agar dapat diterima secara visual dan mudah dipahami. Memahami dan mengimplementasikan elemen dan prinsip *layout* dengan baik memungkinkan desainer untuk menciptakan tata letak yang estetis, efisien, dan berdampak, sehingga

meningkatkan pengalaman pengguna dan keberhasilan komunikasi visual.

2.2 Media Interaktif

Media interaktif merupakan sebuah *platform* yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung dengan konten yang disajikan. Dalam bukunya yang berjudul "*Introduction to Interactive Digital Media*", Julia Griffey (2020) menguraikan konsep tentang bagaimana media interaktif tidak hanya memungkinkan pengguna untuk mengonsumsi konten, tetapi juga untuk berperan aktif dalam pembangunan naratif dan pengalaman. Griffey menggambarkan. Penggunaan Media Interaktif dapat memberikan pemahaman tentang konsep-konsep kunci untuk membuat bentuk media interaktif, termasuk permainan, instalasi, kinerja, aplikasi, *interface*, perangkat lunak, dan situs *web*.

Pentingnya media interaktif tidak hanya terletak pada aspek hiburan, tetapi juga dalam pendidikan dan produktivitas. Sebagai alat pembelajaran, media interaktif mampu menyajikan materi dengan cara yang menarik dan dapat diakses, meningkatkan retensi informasi dan pemahaman konsep. Melalui elemen-elemen interaktif seperti simulasi, kuis interaktif, dan animasi, pengguna dapat belajar secara aktif dan melibatkan diri dalam proses pembelajaran.

2.2.1 Media Interaktif Digital

Media interaktif digital merupakan bentuk media yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan konten yang disajikan. Ini mencakup berbagai platform seperti situs web, aplikasi *mobile*, permainan video, dan banyak lagi. Salah satu keunggulan utama dari media interaktif digital adalah kemampuannya untuk memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan terlibat daripada media tradisional. Pengguna dapat berpartisipasi aktif dalam pengalaman tersebut, membuat keputusan, menjelajahi konten, dan

bahkan berkolaborasi dengan pengguna lain secara *online* (Komara, D. A., 2023)

Salah satu aspek penting dari media interaktif *digital* adalah keberagaman fitur yang ditawarkannya. Ini dapat mencakup elemen-elemen seperti animasi, audio, video, grafis interaktif, permainan, dan banyak lagi. Kombinasi dari berbagai elemen ini memungkinkan penciptaan pengalaman yang menarik dan dinamis bagi pengguna. Misalnya, dalam pembelajaran *online*, media interaktif *digital* dapat menyajikan informasi dengan cara yang lebih visual dan menarik, memungkinkan pengguna untuk belajar dengan cara yang lebih efektif dan menyenangkan.

Media interaktif *digital* mencakup beragam jenis yang menawarkan pengalaman yang unik dan menarik bagi pengguna. Pertama adalah aplikasi *mobile*, yang merupakan salah satu jenis media interaktif *digital* yang paling umum digunakan saat ini. Aplikasi *mobile* dapat mencakup berbagai kategori, seperti permainan, *e-commerce*, media sosial, dan produktivitas, yang semuanya memanfaatkan interaktivitas untuk meningkatkan keterlibatan pengguna.



Gambar 2.13 Media Interaktif

Sumber : <https://www.sman2lengayang.sch.id/blog/website-yang-menyajikan-materi-pelajaran-secara-interaktif/> , Andini (2020)

Website interaktif adalah bentuk media digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan konten melalui *browser web*. *Website* interaktif dapat mencakup fitur-fitur seperti formulir, animasi, grafik interaktif, dan elemen navigasi yang membuat pengalaman pengguna lebih menarik dan dinamis. Pada bisnis dan pemasaran, *website* interaktif sering digunakan untuk memperkuat keterlibatan pengguna, meningkatkan konversi, dan menyediakan pengalaman yang lebih memuaskan.

Media sosial juga merupakan jenis media interaktif digital yang sangat populer. *Platform* seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain, berbagi konten, dan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan *online*, seperti posting, komentar, dan berbagi konten multimedia. Media sosial juga sering digunakan sebagai alat pemasaran dan branding, di mana interaksi antara merek dan pengguna dapat memengaruhi persepsi merek dan membangun komunitas yang kuat di sekitarnya.

Selain media sosial, terdapat video interaktif. Video interaktif merupakan bentuk media digital yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam pengalaman *audiovisual*. Video interaktif dapat mencakup fitur-fitur seperti tombol klik, pertanyaan interaktif, atau pemilihan cerita yang memungkinkan pengguna untuk memilih jalur narasi mereka sendiri. Ini memberikan pengalaman yang lebih terlibat dan personal bagi pengguna, meningkatkan keterlibatan dan retensi pesan.

Lalu permainan digital, permainan digital ialah salah satu jenis media interaktif yang didesain khusus untuk hiburan dan rekreasi. Permainan digital menawarkan pengalaman yang paling interaktif, di mana pemain memiliki kendali penuh atas peristiwa yang terjadi

dalam permainan. Dengan grafis yang canggih, suara, dan *gameplay* yang menarik, permainan digital memiliki potensi untuk menciptakan pengalaman yang mendalam dan memikat bagi pengguna dari berbagai usia dan latar belakang .

2.2.2 Media Interaktif Non-Digital

Media interaktif *non-digital* merupakan bentuk media yang memungkinkan interaksi langsung antara pengguna dan konten, tanpa melibatkan teknologi *digital*. Salah satu contoh yang umum dari media interaktif *non-digital* adalah buku interaktif yang memungkinkan pembaca untuk melipat, menarik, atau memutar elemen-elemen pada halaman buku (Komara, D. A., 2023). Selain itu, pameran interaktif di museum atau galeri seni juga merupakan contoh media interaktif *non-digital* yang memberikan pengalaman langsung kepada pengunjung untuk berinteraksi dengan artefak atau display.

Media interaktif *non-digital* memiliki keunikan yang terletak pada keterlibatan fisik yang lebih langsung antara pengguna dan konten. Misalnya dalam buku interaktif, pembaca harus secara aktif terlibat dengan halaman-halaman buku untuk mengungkap cerita atau informasi yang tersimpan di dalamnya. Begitu pula dengan pameran interaktif di museum, pengunjung diberikan kesempatan untuk menyentuh, memutar, atau bahkan mencoba langsung artefak atau *display* yang dipamerkan, sehingga menciptakan pengalaman belajar yang lebih mendalam dan berkesan.

Media interaktif *non-digital* juga memiliki kelebihan dalam hal sederhana dan aksesibilitas tanpa ketergantungan pada teknologi digital. Media interaktif *non-digital* dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat tanpa memerlukan perangkat khusus atau koneksi internet. Hal tersebut memungkinkan penyebaran informasi atau pengalaman interaktif ke wilayah yang mungkin tidak memiliki

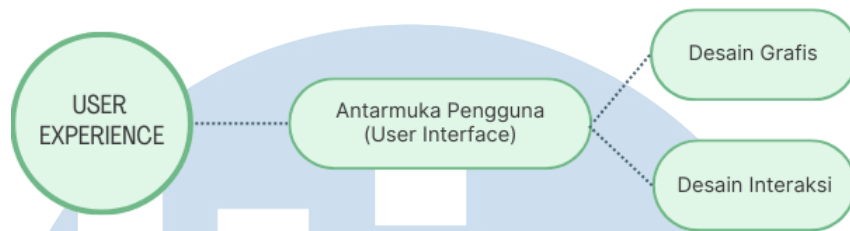
akses ke teknologi *digital*. Dengan demikian, media interaktif *non-digital* masih memiliki relevansi dan peran penting dalam memberikan pengalaman belajar dan hiburan yang unik serta dapat dinikmati oleh semua kalangan.

Media interaktif *non-digital* merujuk pada jenis media yang memungkinkan interaksi pengguna tanpa koneksi internet. Salah satu contoh yang paling umum dari media interaktif *non-digital* adalah aplikasi perangkat lunak yang diinstal pada perangkat komputer atau perangkat *mobile*. Aplikasi ini dapat berupa permainan, aplikasi pembelajaran, atau aplikasi produktivitas yang menawarkan berbagai fitur interaktif kepada pengguna.

2.3 User Experience (UX)

Menurut Penelitian Wasil (2020) dalam buku yang berjudul “Petunjuk Memulai UX dari nol”, *User Experience* merupakan suatu bidang yang melibatkan perencanaan, riset, *wireframing*, desain, dan pembuatan *prototipe* produk dengan fokus pada pengalaman pengguna. Wasil menjelaskan bahwa UX dapat membantu memastikan bahwa produk yang dibuat tidak hanya memiliki desain visual yang menarik, tetapi juga memberikan pengalaman yang menyenangkan, mudah digunakan, dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pengguna. Wasil juga berpendapat, dalam penerapan teori UX diperlukan tips, trik, dan *life hacks*, serta penggunaan alat-alat modern yang terbaru dalam industri *product design* untuk meningkatkan kualitas produk dan memastikan keberhasilan dalam memenuhi kebutuhan pengguna.

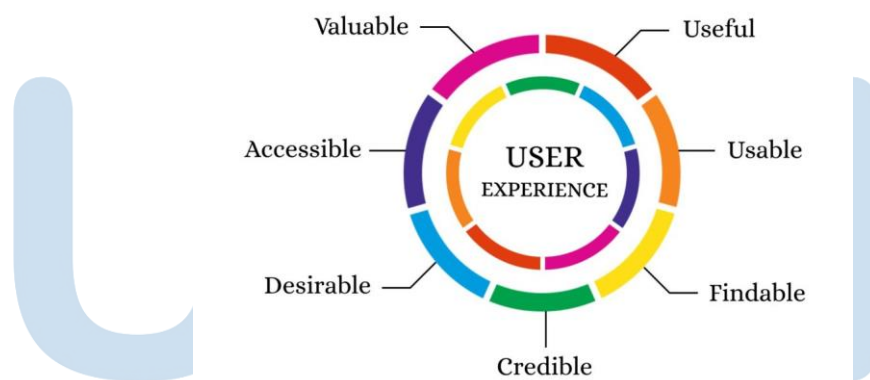
Disamping itu, menurut Ruslan (2020), teori UX dapat memberikan landasan untuk mengembangkan media interaktif dalam meningkatkan *brand image* perusahaan untuk terus memperbaiki *brand image* mereka secara bertahap dan lebih baik. Hal tersebut membuat korelasi antara teori UX dan perancangan media interaktif menjadi kunci dalam menciptakan produk digital yang sukses dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna.



Gambar 2.14 Teori User Experience (UX)
 Sumber: Taufiqulhakim (2024)

Berdasarkan gambar di atas, penggunaan Teori *User Experience* (UX) dapat menjadi landasan utama dalam merancang media interaktif. Selain itu, pemahaman dalam proses interaksi pengguna dengan produk atau layanan merupakan elemen penting menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan yang tidak hanya melibatkan aspek praktis seperti desain grafis dan interaksi, tetapi juga memperhitungkan aspek psikologis seperti emosi, persepsi, dan preferensi pengguna (Angela, 2022).

2.3.1 Prinsip User Experience



Gambar 2.15 UX Strategy
 Sumber: <https://idseducation.com/6-prinsip-penting-untuk-ux-design/>,
International Design School (IDS) (2024)

Untuk memastikan bahwa perancangan yang dibuat oleh seorang *designer* menjadi tepat guna dan sesuai dengan kebutuhan target, maka dibutuhkan sebuah acuan yang membantu *designer*

dalam mengambil keputusan. Prinsip *user experience* dapat dijadikan pedoman dalam memahami hal-hal tersebut. Prinsip-prinsip penting dalam desain UX adalah fondasi yang membantu desainer menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna (IDS, 2024). Menurut *International Design School (IDS)*, (2024), berikut penjelasan singkat tentang masing-masing prinsip:

1) *Valuable*

Desain UX harus memberikan nilai bagi pengguna dengan menyediakan solusi yang relevan dan bermanfaat untuk masalah atau kebutuhan mereka. Produk atau layanan yang memberikan nilai akan lebih mungkin diadopsi dan digunakan secara berkelanjutan.

2) *Useful*

Penting bagi desain UX untuk menjadi berguna, artinya produk atau layanan tersebut harus memenuhi tujuan pengguna dengan efektif. Ini berkaitan dengan kemampuan produk untuk menyelesaikan masalah pengguna atau memenuhi kebutuhan mereka dengan cara yang efisien dan efektif.

3) *Accessible*

Desain UX harus dapat diakses oleh semua pengguna, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan fisik atau kognitif. Aksesibilitas memastikan bahwa pengalaman pengguna dapat dinikmati oleh semua orang, tanpa hambatan yang tidak perlu.

4) *Usability*

Produk atau layanan harus mudah digunakan oleh pengguna tanpa mengalami kesulitan atau kebingungan yang berlebihan.

usability berfokus pada kejelasan, navigasi yang intuitif, dan interaksi yang efisien untuk memastikan bahwa pengguna dapat menggunakan produk dengan mudah.

5) *Desirable*

Desain UX yang diinginkan menciptakan pengalaman yang menarik dan memikat pengguna. Ini melibatkan aspek-aspek seperti estetika visual, penggunaan animasi yang halus, dan pengalaman yang memicu emosi positif untuk meningkatkan daya tarik produk.

6) *Credible*

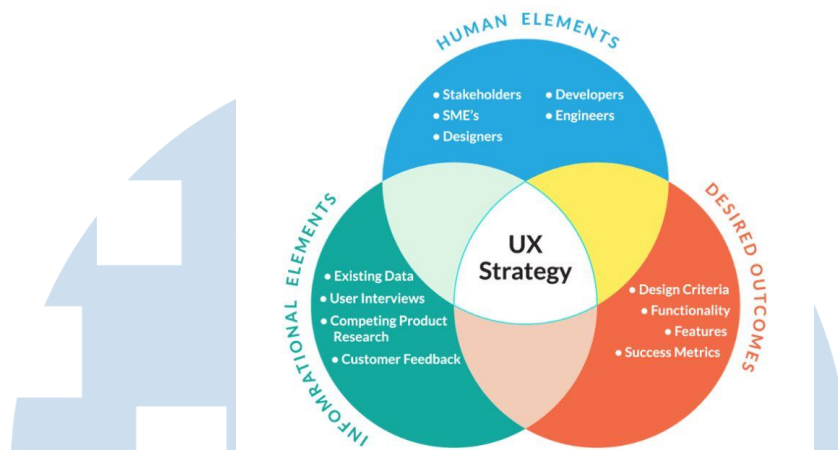
Desain UX harus dipercaya oleh pengguna, dengan menyediakan informasi yang akurat, transparan, dan dapat dipercaya. Kredibilitas merupakan elemen kunci untuk membangun kepercayaan pengguna terhadap produk atau layanan yang mereka gunakan.

7) *Findable*

Produk atau layanan harus mudah ditemukan oleh pengguna, baik melalui mesin pencari, navigasi internal, atau cara lainnya. Kemudahan dalam menemukan informasi atau fitur yang dibutuhkan membantu pengguna merasa puas dan efisien dalam penggunaan produk tersebut.

2.3.2 Perancangan Media Interaktif menggunakan Teori *User Experience* (UX)

Teori *User Experience* (UX) merupakan fondasi penting dalam perancangan media interaktif. Teori UX memandang pengalaman pengguna sebagai sebuah keseluruhan, meliputi tidak hanya aspek praktis seperti desain grafis dan interaksi, tetapi juga aspek psikologis seperti emosi dan persepsi (Savira et al., 2020).



Gambar 2.16 UX Strategy

Sumber: https://www.linkedin.com/posts/vipul-kumar-614400172_ux-content-share-activity-7105429489056124928-Xi3L, Vipul Kumar (2024)

Untuk mengembangkan teori tersebut menjadi sebuah desain yang fungsional, terdapat beberapa langkah yang harus dilalui oleh seorang desainer di tahap awal perancangan. Bagan konsep di gambar 2.3 memperlihatkan langkah-langkah yang harus dilalui dalam perancangan desain. Dalam konteks merancang *user experience* yang baik, Menurut Vipul Kumar (2024), langkah-langkah yang harus dilalui meliputi:

1) *Human Elements*

Pada konteks desain UX, *human elements* mengacu pada aspek-aspek yang berkaitan dengan pengguna, termasuk preferensi, kebutuhan, dan perilaku mereka. Ini mencakup pemahaman mendalam tentang audiens target, seperti demografi, kebiasaan, dan tujuan pengguna. Faktor-faktor psikologis juga penting, seperti persepsi, emosi, dan motivasi pengguna. Desainer UX harus memperhitungkan human elements ini untuk menciptakan pengalaman yang sesuai dan memuaskan bagi pengguna.

2) *Informational Elements*

Informational elements merujuk pada semua informasi yang disampaikan kepada pengguna melalui antarmuka. Ini termasuk teks, gambar, ikon, grafik, dan elemen-elemen visual lainnya yang digunakan untuk menyampaikan pesan, instruksi, atau konten kepada pengguna. Desainer UX harus memperhatikan bagaimana informasi disajikan agar mudah dipahami, menarik, dan relevan bagi pengguna. Pengaturan informasi yang efektif membantu pengguna mendapatkan pemahaman yang baik tentang produk atau layanan yang mereka gunakan.

3) *Desired Outcomes*

Desired outcomes merupakan hasil yang diinginkan atau tujuan yang ingin dicapai melalui pengalaman pengguna yang dirancang. Ini bisa berupa berbagai hal, mulai dari meningkatkan keterlibatan pengguna, meningkatkan konversi, hingga memperbaiki loyalitas pelanggan. Desainer UX harus memiliki pemahaman yang jelas tentang tujuan-tujuan ini dan merancang pengalaman yang dapat mendorong pengguna menuju pencapaian tujuan-tujuan tersebut. Mengukur dan menganalisis hasil yang diinginkan membantu dalam evaluasi dan iterasi desain untuk meningkatkan kinerja pengalaman pengguna secara keseluruhan.

2.4 User Interface (UI)

User Interface (UI) merupakan aspek kritis dari desain perangkat lunak, aplikasi, dan situs web *modern*. *User Interface* (UI) berperan sebagai titik hubungan utama antara manusia dan teknologi, memastikan pengalaman pengguna yang intuitif, efisien, dan memuaskan. Elemen UI mencakup tata letak, warna, dan grafik yang digunakan untuk memandu pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi atau situs web. *User Interface* (UI) berperan sebagai penghubung langsung

antara pengguna dan produk, di mana desain visual dan interaksi pengguna menjadi fokus utama untuk mempertahankan keterlibatan dan kepuasan pengguna (Erandaru, 2022).



Gambar 2.17 User Interface

Sumber : <https://revou.co/kosakata/user-interface> , Revo (2024)

Menurut Malik (2021), perancangan UI yang baik ialah memadukan desain visual, interaktivitas, dan responsivitas untuk menciptakan pengalaman mendalam bagi pengguna. UI bukan hanya tentang estetika visual, tetapi juga mengenai *user experience* yang menyeluruh yang memperhitungkan prinsip-prinsip *task suitability*, *user suitability*, *readability*, *consistency*, *intuitive layout*, *cognitive load limitation*, *feedback flexibility*, *attention to technological constraints*, dan *safety* yang dapat meningkatkan produktivitas, kenyamanan, dan kepuasan pengguna secara keseluruhan.

2.4.1 Task Suitability

Task Suitability adalah salah satu prinsip utama dalam perancangan *user interface* (UI) yang menekankan pentingnya memastikan bahwa *interface* dapat mendukung tugas-tugas yang ingin dilakukan oleh pengguna. Hal ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang tujuan dan kebutuhan pengguna dalam menggunakan produk atau layanan tertentu. Dengan memprioritaskan *task suitability*, desainer UI dapat mengidentifikasi dan menyediakan fitur-fitur yang relevan, fungsi yang mudah diakses, dan alur kerja yang efisien untuk memastikan

bahwa pengguna dapat mencapai tujuan mereka dengan lancar dan efektif.

Penerapan *Task Suitability* juga melibatkan pengujian dan iterasi berkelanjutan untuk memastikan bahwa *interface* dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Pengumpulan *feedback* dari pengguna nyata serta analisa kinerja yang relevan dapat meningkatkan dan menyempurnakan *interface design* untuk mencapai tingkat kesesuaian tugas yang optimal. Dengan demikian, prinsip *task suitability* tidak hanya membantu dalam merancang *interface* yang efektif, tetapi juga memastikan bahwa pengalaman pengguna menjadi prioritas utama dalam pengembangan produk dan layanan digital.

2.4.2 User Suitability

User Suitability merupakan salah satu aspek krusial dalam perancangan *User Interface* (UI) yang efektif. Ini mencakup pengenalan mendalam terhadap karakteristik, kebutuhan, dan preferensi pengguna yang dituju. Memperhitungkan *User Suitability* juga berarti menyediakan beragam opsi dan kontrol yang memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan pengalaman sesuai dengan preferensi individu mereka. Hal tersebut mencakup pengaturan bahasa, tema, ukuran *font*, serta opsi aksesibilitas lainnya. Dengan memberikan pengguna kekuatan untuk mengontrol pengaturan dan penampilan *interface*, pengalaman pengguna menjadi lebih personal dan menyeluruh.

Selain itu, aspek *User Suitability* juga mencakup kesesuaian antara tujuan pengguna dan fungsi yang disediakan oleh *interface*. *Interface* yang baik tidak hanya mempertimbangkan apa yang pengguna inginkan, tetapi juga apa yang mereka butuhkan untuk mencapai tujuan mereka dengan efisien. Dengan memastikan

kesesuaian antara kebutuhan, preferensi, dan tujuan pengguna, UI dapat menjadi alat yang lebih kuat dan berharga bagi pengguna.

2.4.3 *Readability*

Readability merupakan aspek kunci dalam perancangan UI yang efektif. Hal ini melibatkan kemampuan pengguna untuk dengan mudah membaca dan memahami informasi yang disajikan dalam *interface*. Ukuran dan *gaya font*, tata letak yang baik, hierarki visual yang jelas dengan judul yang ditonjolkan dan poin-poin penting yang disorot secara visual, keterbacaan, penggunaan istilah yang terlalu teknis atau jargon yang tidak dikenal, serta bahasa yang jelas dan mudah dimengerti akan memastikan bahwa pengguna dapat dengan cepat memahami pesan yang disampaikan dan mengambil tindakan yang diperlukan. Dengan memperhatikan semua aspek ini, desainer UI dapat menciptakan *interface* yang mudah dibaca dan dipahami oleh pengguna, meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

2.4.4 *Consistency*

Konsistensi dalam perancangan *user interface* (UI) merupakan prinsip yang sangat penting untuk menciptakan pengalaman pengguna yang baik dan memuaskan. Menjaga konsistensi dalam tata letak, gaya, dan perilaku *interface*, dapat membuat pengguna dengan mudah memahami dan menggunakan aplikasi atau situs web tanpa kebingungan berlebihan. Konsistensi memungkinkan pengguna untuk dengan cepat mengenali pola dan memprediksi bagaimana suatu elemen akan berperilaku berdasarkan pengalaman mereka sebelumnya. Hal ini tidak hanya mencakup konsistensi visual, tetapi juga konsistensi dalam terminologi, navigasi, dan interaksi, sehingga menciptakan pengalaman yang mulus dan efisien bagi pengguna.

2.4.5 *Intuitive Layout*

Pada konteks perancangan UI, *intuitive layout* merupakan kunci untuk memberikan pengalaman yang mudah dipahami dan dinavigasi bagi pengguna. Penggunaan prinsip ini membuat elemen-elemen *interface* ditempatkan secara logis dan konsisten, memungkinkan pengguna untuk dengan cepat menemukan informasi atau fungsi yang mereka cari tanpa kebingungan berlebihan. Hal tersebut melibatkan pengaturan yang terorganisir dengan baik, hierarki yang jelas, dan penempatan elemen yang intuitif, sehingga pengguna dapat dengan mudah berpindah antara berbagai bagian *interface* tanpa hambatan. Dengan demikian, *intuitive layout* membantu meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kepuasan pengguna secara keseluruhan dalam menggunakan aplikasi atau situs web.

2.4.6 *Cognitive Load Limitation*

Cognitive Load Limitation merupakan konsep yang menyoroti keterbatasan daya tangkap kognitif manusia dalam memproses informasi. Ketika seseorang terpapar dengan terlalu banyak informasi atau tugas yang kompleks secara bersamaan, daya tangkap kognitifnya dapat terbebani, mengakibatkan penurunan kinerja kognitif dan pengambilan keputusan yang kurang efektif. Pada konteks desain *design interface*, pemahaman akan pembatasan ini menjadi penting. Desain yang memperhitungkan pembatasan beban kognitif dapat mengurangi kebingungan dan kelelahan mental pengguna, meningkatkan kegunaan, dan efisiensi interaksi dengan produk atau sistem yang mereka gunakan.

2.4.7 *Feedback*

Feedback merupakan proses penting dalam pengembangan diri atau suatu karya, baik itu dalam konteks profesional maupun personal. Dengan adanya *feedback*, seseorang atau suatu produk

dapat memperoleh informasi mengenai kelebihan dan kekurangannya, sehingga dapat ditingkatkan kualitasnya. *Feedback* yang konstruktif mampu memberikan pandangan objektif yang dapat memperbaiki kinerja atau meningkatkan kualitas suatu karya. Penerimaan *feedback* dengan sikap terbuka juga dapat meningkatkan kemampuan untuk menerima kritik dan memperluas pandangan terhadap berbagai sudut pandang. Oleh karena itu, *feedback* bukan hanya sekadar ulasan, tetapi merupakan kesempatan untuk tumbuh dan berkembang secara lebih baik.

2.4.8 Flexibility

Flexibility merupakan kemampuan untuk menyesuaikan dan beradaptasi dengan berbagai situasi, perubahan, dan tuntutan yang mungkin terjadi. Dalam konteks personal, fleksibilitas mencerminkan kemampuan seseorang untuk membuka pikiran dan mempertimbangkan berbagai sudut pandang serta solusi yang mungkin. Di lingkungan kerja, fleksibilitas merujuk pada kemampuan individu atau organisasi untuk menyesuaikan strategi, proses, dan tujuan mereka sesuai dengan perubahan pasar, teknologi, atau kebutuhan pelanggan. Kemampuan untuk bersikap fleksibel memungkinkan seseorang atau sebuah entitas untuk tetap efisien dan relevan dalam menghadapi tantangan yang terus berubah dalam kehidupan dan bisnis.

2.4.9 Attention to Technological Constraints

Pentingnya perhatian terhadap kendala teknologi tidak dapat diabaikan dalam setiap tahap pengembangan produk atau layanan.

Memahami batasan teknologi yang ada membantu dalam merancang solusi yang efektif dan meminimalkan risiko kesalahan. Dengan memperhitungkan *attention to technological constraints*, desainer UI dapat mengidentifikasi titik-titik lemah dalam sistem yang mungkin memerlukan penyesuaian atau inovasi lebih lanjut. Selain

itu, mempertimbangkan kendala teknologi juga dapat membantu dalam memastikan bahwa produk atau layanan yang dikembangkan dapat diimplementasikan dengan lancar dan memenuhi ekspektasi pengguna, mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan dalam lingkungan yang selalu berubah. Dengan demikian, memberikan perhatian yang tepat terhadap kendala teknologi tidak hanya penting untuk keberhasilan proyek, tetapi juga untuk memastikan keberlanjutan dan adaptabilitas di masa depan.

2.4.10 Safety

Safety bagi desain UI sangat penting untuk memastikan kesejahteraan pengguna dan mencegah potensi bahaya. UI yang dirancang dengan baik mengutamakan kejelasan, navigasi intuitif, dan aksesibilitas, sehingga mengurangi risiko kesalahan atau kebingungan pengguna yang dapat menyebabkan kecelakaan atau gangguan keamanan. Penerapan pelabelan yang jelas, peringatan yang jelas, dan mekanisme pencegahan kesalahan akan meningkatkan kesadaran pengguna dan membantu memitigasi risiko. Selain itu, mematuhi standar desain yang ditetapkan dan melakukan pengujian kegunaan secara menyeluruh dapat mengidentifikasi potensi bahaya keselamatan di awal proses desain, memungkinkan penyesuaian tepat waktu dan pada akhirnya mendorong pengalaman pengguna yang lebih aman di seluruh *platform digital*.

2.5 Website Company Profile

Website company profile merupakan platform digital yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan diri, produk, dan layanan mereka kepada khalayak luas melalui internet. Sebagai perusahaan desain dan produksi visual, Mattebox Visualworks memahami betapa pentingnya memiliki *website company profile* yang menarik dan informatif (Thohariansyah, 2024). Pada proses perancangan website tersebut, Penulis akan mengintegrasikan berbagai

media interaktif untuk memperkuat konsepnya. Salah satu contohnya adalah penggunaan animasi dan video untuk memperlihatkan portofolio karya-karya visual yang telah dibuat oleh perusahaan. Selain itu, terdapat juga fitur interaktif seperti galeri foto yang memungkinkan audiens untuk menjelajahi berbagai proyek yang telah diselesaikan. Perancangan sebuah *website company profile* untuk perusahaan Mattebox Visualworks memerlukan perhatian khusus terhadap konsep visual, interaktivitas, dan konten yang sesuai dengan identitas dan kebutuhan perusahaan. Berikut adalah penjelasan mengenai konsep *website* interaktif yang direncanakan, isi, dan kegunaannya bagi perusahaan Mattebox Visualworks:

1) Konsep Website Interaktif:

a. Tampilan Visual yang Menarik

Desain website Mattebox Visualworks akan dirancang dengan elemen visual yang menarik dan menggambarkan kreativitas serta keahlian mereka dalam bidang *visual effect* (VFX). Hal ini akan mencakup penggunaan grafis yang dinamis, animasi yang halus, dan tata letak yang menarik untuk menciptakan pengalaman visual yang memukau bagi audiens. Penggunaan warna yang cerah dan kontras yang kuat akan memperkuat kesan visual yang kuat dan menarik perhatian. Selain itu, elemen-elemen seperti galeri proyek, video demo, dan ilustrasi VFX akan dipasang secara strategis untuk menyoroti portofolio dan kemampuan kreatif Mattebox Visualworks. Keseluruhan desain akan dirancang dengan tujuan untuk mencerminkan reputasi mereka sebagai pemimpin dalam industri VFX dan untuk menarik minat audiens yang ingin mengeksplorasi lebih lanjut tentang karya-karya inovatif yang mereka hasilkan.

b. Navigasi yang Intuitif

Navigaton experience yang mudah dipahami akan menjadi prioritas utama dalam desain *website* Mattebox Visualworks. Melalui tata

letak yang intuitif dan menu yang terorganisir dengan baik, pengguna akan dapat dengan cepat menemukan informasi yang mereka cari. Struktur menu yang jelas akan mengarahkan pengguna secara langsung ke halaman-halaman utama, seperti portofolio, artikel, kontak, dan lainnya. Selain itu, pencarian internal yang efektif dan fitur navigasi yang responsif akan membantu pengguna menemukan informasi dengan cepat, bahkan saat mereka berada di perangkat mobile. Dengan demikian, Mattebox Visualworks dapat memberikan pengalaman navigasi yang lancar dan efisien bagi pengunjung, sehingga memastikan bahwa mereka dapat dengan mudah mengeksplorasi konten yang disajikan tanpa hambatan.

c. Interaktivitas

Website Mattebox Visualworks akan memanfaatkan elemen-elemen interaktif seperti animasi, slider, dan video untuk memperkuat pesan perusahaan dan menarik minat audiens. Animasi yang halus dan menarik akan digunakan untuk menyoroti fitur-fitur kunci, membuat navigasi lebih menarik, dan menyampaikan pesan perusahaan dengan cara yang menarik dan kreatif. *Slider* akan digunakan untuk menampilkan cuplikan dari proyek-proyek terbaru dan terbaik, memungkinkan pengguna untuk dengan cepat melihat karya-karya visual yang mengesankan. Selain itu, video-demo akan disertakan untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang kemampuan VFX Mattebox Visualworks dan memberikan pengalaman yang lebih mendalam kepada pengunjung. Dengan memanfaatkan elemen-elemen interaktif ini, website akan menjadi lebih dinamis, menarik, dan efektif dalam menarik perhatian audiens serta menyampaikan pesan perusahaan dengan lebih kuat dan efektif.

d. Responsif

Desain *website* Mattebox Visualworks akan memperhitungkan responsivitas yang optimal di berbagai perangkat, mulai dari desktop, tablet, hingga ponsel pintar. Penggunaan teknik desain responsif, tata letak dan elemen-elemen akan disesuaikan secara otomatis dengan ukuran layar yang berbeda, sehingga pengguna akan memiliki pengalaman yang konsisten dan optimal di semua perangkat. Konten akan diatur ulang, gambar dan teks akan disesuaikan, dan fungsi navigasi akan disempurnakan untuk memastikan bahwa pengguna dapat dengan mudah mengakses dan menavigasi situs tanpa hambatan, baik itu di rumah menggunakan desktop, di perjalanan dengan tablet, atau di mana pun dengan ponsel pintar. Dengan demikian, Mattebox Visualworks akan memastikan bahwa *website* mereka dapat diakses dengan mudah oleh berbagai pengguna, meningkatkan keterlibatan pengguna, dan menciptakan pengalaman yang menyenangkan di setiap perangkat yang digunakan.

e. Integrasi Media Sosial

Integrasi dengan *platform* media sosial akan menjadi fitur penting dalam desain *website* Mattebox Visualworks, karena hal ini akan memungkinkan audiens untuk berinteraksi lebih lanjut dengan perusahaan dan memperluas jangkauan merek mereka. Penyediaan tautan langsung ke akun media sosial mereka seperti Instagram, dan LinkedIn akan mempermudah audiens untuk terhubung dengan Mattebox Visualworks di berbagai *platform*. Selain itu, konten dari *platform* media sosial tersebut juga dapat ditempatkan di situs web, seperti *feed* Instagram untuk memberikan pengalaman yang lebih terintegrasi dan menyajikan informasi terbaru kepada pengunjung. Melalui cara ini, Mattebox Visualworks dapat memanfaatkan kekuatan media sosial untuk memperluas jangkauan merek mereka,

meningkatkan keterlibatan dengan audiens, dan membangun komunitas yang kuat di sekitar *brand* mereka.

2) Isi Website dan Kegunaannya:

a. Profil Perusahaan

Halaman profil perusahaan Mattebox Visualworks merupakan inti dari pengenalan perusahaan yang menghadirkan informasi penting mengenai sejarah, visi, misi, serta nilai-nilai yang menjadi landasan operasional mereka. Sejarah perusahaan merangkum perjalanan dari awal pendirian hingga pencapaian saat ini, sementara visi dan misi menjelaskan tujuan jangka panjang dan pendek perusahaan beserta komitmennya terhadap kualitas, inovasi, dan pelayanan kepada klien. Hal tersebut dapat membantu audiens memahami organisasi secara menyeluruh serta individu yang bertanggung jawab atas berbagai aspek operasional dan kreatif, sehingga mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang identitas perusahaan.

b. Portofolio

Penulis akan menampilkan proyek-proyek terbaru dan terbaik yang ditampilkan oleh Mattebox Visualworks untuk memberikan bukti konkret tentang keahlian mereka dalam bidang VFX. Melalui galeri ini, audiens dapat melihat cuplikan visual yang mengesankan dan detail dari berbagai proyek yang telah berhasil diselesaikan oleh perusahaan. Dari film-film besar hingga iklan komersial dan produksi televisi, setiap proyek menampilkan keahlian mereka dalam menciptakan *visual effect* yang menakjubkan dan memukau. Galeri ini tidak hanya menjadi *showcase* untuk klien potensial, tetapi juga sumber inspirasi bagi VFX *enthusiast* yang tertarik untuk melihat dan mempelajari teknik-teknik terbaru yang digunakan oleh Mattebox Visualworks.

c. Layanan

Halaman layanan Mattebox Visualworks merinci beragam layanan yang ditawarkan, mulai dari pembuatan efek visual untuk film hingga produksi iklan dan video lainnya. Dengan detail yang disajikan, calon klien dapat memahami sepenuhnya apa yang dapat mereka harapkan dari Mattebox Visualworks. Layanan yang ditawarkan mencakup berbagai aspek produksi, mulai dari konsepsi ide hingga penyelesaian akhir, dan menyoroti keahlian unik perusahaan dalam menciptakan efek visual yang memukau. Dengan menyajikan portofolio layanan secara komprehensif, halaman ini memungkinkan calon klien untuk membuat keputusan yang terinformasi tentang bagaimana Mattebox Visualworks dapat membantu memenuhi kebutuhan kreatif mereka.

d. Blog/Artikel

Halaman ini akan menjadi wadah bagi artikel-artikel informatif dan cerita di balik layar tentang proyek-proyek tertentu yang dilakukan oleh Mattebox Visualworks. Artikel ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan dalam industri VFX, tetapi juga berpotensi meningkatkan SEO dan menarik lebih banyak audiens ke situs mereka. Dengan membagikan wawasan tentang proses kreatif dan teknis yang terlibat dalam pembuatan efek visual untuk proyek-proyek tertentu, Mattebox Visualworks dapat menarik minat pembaca yang ingin belajar lebih dalam tentang industri ini. Artikel-artikel ini juga dapat membantu membangun hubungan yang lebih erat dengan klien, dengan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dedikasi dan keterampilan yang dimiliki oleh tim Mattebox Visualworks dalam setiap proyek yang mereka kerjakan.

e. Kontak Perusahaan

Halaman ini akan menyajikan informasi kontak lengkap untuk memudahkan calon klien atau mitra bisnis dalam menghubungi

Mattebox Visualworks. Ini mencakup formulir kontak yang memungkinkan audiens untuk mengirimkan pertanyaan atau permintaan langsung, serta peta lokasi untuk memberikan panduan visual tentang lokasi perusahaan. Selain itu, halaman ini juga akan menyediakan petunjuk tentang cara mengirim CV untuk individu yang tertarik untuk bergabung dengan tim Mattebox Visualworks. Dengan menyediakan semua informasi kontak yang diperlukan dengan cara yang jelas dan mudah diakses, perusahaan akan memastikan bahwa calon klien, mitra bisnis, dan individu yang berpotensi bergabung memiliki akses yang lancar untuk berkomunikasi dan berkolaborasi dengan mereka.

Pada proses merancang *website* untuk Mattebox Visualworks, fokus utama akan diberikan pada kemampuan mereka dalam menghasilkan efek visual. *Website* ini akan berfungsi sebagai *platform* untuk menampilkan portofolio mereka yang kaya dengan cuplikan dan demo efek visual yang telah mereka hasilkan untuk berbagai proyek klien. Selain itu, melalui blog dan artikel yang informatif, *website* ini akan menjadi sumber pengetahuan bagi para VFX *enthusiast*, dengan berbagi teknik terbaru, tren industri, serta studi kasus dari proyek-proyek menonjol. Dengan demikian, Mattebox Visualworks dapat menggunakan *website* ini tidak hanya sebagai alat untuk memperkenalkan layanan mereka kepada dunia luar, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan reputasi dan kepercayaan klien, serta memperluas jaringan profesional mereka di industri VFX.

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