

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Website

Kombinasi dari berbagai *webpage* yang terdapat di dalam satu domain adalah *website* atau situs, untuk dapat mengakses sebuah *website* dibutuhkan sebuah komputer yang terkoneksi dengan internet, seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat, banyak beragam perangkat yang dapat digunakan untuk mengakses *website*, sehingga kompatibilitas sebuah *website* harus dirancang agar dapat diakses oleh berbagai macam tipe perangkat (Griffey, 2019, h.7).



Gambar 2.1 Contoh *Website*
Sumber: <https://www.umn.ac.id>

Website sendiri merupakan bagian dari media digital interaktif yang merupakan bentuk interaksi antara manusia dan komputer dalam memfasilitasi komunikasi dua arah (h.3). Dalam sebuah *website* terdapat berbagai macam informasi yang dapat diakses oleh pengunjung, menurut Huda (2020) Informasi yang ditampilkan di situs dapat berupa teks, gambar, video, suara, atau kombinasi dari berbagai hal tersebut yang ditampilkan dalam bentuk statis atau dinamis (h.57).

Menurut Nazhifah (2022), dengan kehadiran *website*, dapat memberikan banyak manfaat dalam penyampaian informasi, *website* menjadi bentuk media yang cocok untuk memperkenalkan potensi suatu tempat (h.148). Isi dari sebuah *website* memiliki fungsi dan tujuan yang berbeda-beda, sehingga terdapat beberapa kategori

yang digunakan sesuai dengan muatan konten yang ditampilkan di *website* tersebut, dan salah satunya adalah *website* untuk sebuah organisasi.

Menurut Asari dkk (2023), *website* dapat digunakan sebagai halaman resmi organisasi untuk menyampaikan berbagai macam informasi berkaitan dengan kegiatan, struktur, alamat, dan hal lain yang terdapat dalam organisasi tersebut, bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mencari dan mengakses informasi terbaru mengenai organisasi tersebut (h.36), dengan kata lain, *website* adalah gabungan berbagai macam informasi dari berbagai format yang dapat diakses oleh seseorang menggunakan internet, dan dengan kehadiran sebuah *website* untuk menampilkan berbagai macam konten, segala macam bentuk informasi dapat disampaikan dengan cepat, memudahkan dalam penyampaian ilmu pengetahuan kepada masyarakat.

2.1.1 User Experience

User Experience atau UX, adalah sebuah perpaduan selaras antara manusia dan sistem, dan beberapa aspek yang melampaui *human interface* dan usability, menurut Norman melalui Berni & Borgianni (2021), pemahaman terhadap kebutuhan pengguna adalah kunci utama terhadap suatu *User Experience* yang ideal, desainer harus dapat merancang interaksi yang sesuai dengan kebutuhan *user*, tanpa menimbulkan rasa amarah atau frustrasi saat digunakan (Berni & Borgianni, 2021, h.1628).

Menurut Collins (2022), dalam pengembangan *user experience*, terdapat beberapa aspek yang menjadi acuan, yaitu:

1. *Keinginan* : Motivasi apa yang mendorong kita untuk mencari solusi dari masalah yang ada?
2. *Goals* : Apa yang kita harapkan dalam menyelesaikan masalah ini dengan aplikasi, sistem, atau alat?
3. *Kebutuhan* : Apa yang kita butuhkan untuk aplikasi, sistem, atau alat ini dapat berhasil digunakan?
4. *Pain Points* : Apa yang menahan atau menghambat kita untuk menggunakan aplikasi, sistem, atau alat secara efektif?

Dengan melakukan identifikasi dan memahami, apa keinginan, *goal*, kebutuhan, dan *pain point* dari user adalah tahapan pertama dan paling penting (h.6-7). Menurut Zahra & Voutama (2024), membangun suatu aplikasi atau sistem yang efektif dibutuhkan *User Experience*, dan tampilan *interface* yang mendukung, agar pengguna merasa nyaman saat berinteraksi. Penggunaan *User Experience* tak hanya digunakan pada interaksi manusia dan komputer atau *Human Computer Interaction (HCI)*, melainkan juga dalam servis, produk, proses, masyarakat, dan budaya (Suratno & Shafira, 2022, h.474).

Dengan kata lain adalah, *User Experience* fokus terhadap interaksi manusia terhadap komputer juga dibutuhkan sebuah perpaduan yang selaras agar kenyamanan dan kepuasan pengguna dapat ditemukan, maka dalam pengembangan *User Experience*, seorang desainer harus terlebih dahulu mengetahui masalah dan keinginan sebelum dia membuat solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut.

1. User Persona

Komponen utama dalam *User Experience* adalah *Persona*, fungsi dari komponen tersebut bertujuan untuk menggambarkan kebutuhan *user* secara detail, seperti *behaviour*, alasan, dan hal yang *user* inginkan pada sebuah perancangan, *User Persona* sering digunakan oleh seorang *UX Designer* sebagai acuan dalam desain, dengan mendeskripsikan *User*, manfaat dari *User Persona* adalah dapat membantu mengidentifikasi masalah dan menganalisis kebutuhan *User* (Zahra & Voutama, 2024, h.2687).

Hasil dari perancangan *User Persona* dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan fitur dan fungsi rancangan yang dapat disesuaikan dengan *behaviour* dan kemampuan *user* (Ghufron dkk, 2020, h.91). Menurut Hidayatullah & Wahyu (2021), Komposisi dari *User Persona* terdiri dari informasi, demografis, dan biografi *persona* yang

telah dirancang (h.1630), dengan tujuan untuk memberikan gambaran karakteristik kebutuhan pengguna (Kurniasari dkk, 2020, h.9).

Dengan kata lain, *User Persona* merupakan gambaran pengguna dari perancangan, manfaat dari *User Persona* adalah sebagai acuan untuk menyesuaikan perancangan dengan kebutuhan *user*, baik dari hal apa yang mereka inginkan, dan hal yang mereka tidak sukai, fungsi dari *User Persona* adalah untuk membangun sebuah *experience* yang baik dan efisien.

2. User Journey

User Journey merupakan gambaran perjalanan dan tindakan yang akan dilakukan oleh pengguna, metode ini sangat efektif dalam memahami kebutuhan *user*, dan membantu mengidentifikasi masalah serta solusi yang dapat menyelesaikan hal tersebut (Zahra & Voutama, 2024, h.2687). Terdapat lima tahapan dalam menentukan *User Journey* menurut Norman melalui Kurniasari dkk (2020) adalah dengan menentukan ruang lingkup, mengumpulkan data, merumuskan hipotesis situasi, memvalidasi atau membatalkan hipotesis peta perjalanan, dan menggabungkan serta menciptakan bentuk narasi visual (h.23).

Dengan kata lain, perancangan *User Journey* bertujuan untuk membuat visualisasi bagaimana proses dan tahapan yang dilakukan *user* dalam mengakses perancangan, dari awal hingga selesai, segala hipotesis bagaimana perasaan mereka juga di visualisasikan agar dapat merancang *user journey* yang efektif.

3. Navigation

Menurut Nicholas dkk (2023), sebuah navigasi pada *website* merupakan hal penting, *user* yang mengalami kesulitan dalam mencari konten dapat menimbulkan masalah, maka dari itu navigasi harus diatur dengan baik, guna untuk membantu *user* dalam mencapai tujuan mereka (h.2952).

Menentukan struktur navigasi merupakan hal yang harus dilakukan sebelum merancang sebuah *website* (Harlina dkk, 2022, h.26), Struktur navigasi yang memiliki tingkat interaksi tinggi adalah struktur navigasi campuran, yang merupakan gabungan dari berbagai struktur (linier, hirarki, dan non-linier), bentuk navigasi tersebut sering digunakan pada sebuah media yang memiliki tingkat interaktivitas tinggi (h.27).

Dengan kata lain, proses navigasi dalam sebuah *website* tidak boleh sembarangan dibuat, karena jika *user* mengalami kesusahan dalam mencari informasi atau tujuan, itu akan menyulitkan mereka dalam proses, oleh karena itu maka digunakan struktur navigasi untuk membantu proses navigasi pada *website* agar tidak ada kesalahan dalam perancangan navigasi.

4. User Testing

Testing adalah fase sebuah perancangan dilakukan evaluasi dan percobaan kepada target audiens, terhadap hasil desain yang telah dirancang, manfaat dari proses fase ini adalah mendapatkan *feedback* dari *user* yang mencoba, masukan tersebut dapat menjadi acuan dalam meningkatkan desain dan melakukan perbaikan terhadap aspek yang kurang sesuai dengan keinginan audiens (Landa, 2019, h.68), data yang didapatkan dalam fase ini dianalisa kembali untuk mencari jika ada kejanggalan pada desain (Negara, 2023, h.18). Dalam melakukan *User Testing* terdapat berbagai macam cara yang

dapat digunakan untuk mendapatkan hasil, baik secara kualitatif atau kuantitatif, salah satunya merupakan *Alpha* dan *Beta Testing* (Prakoso dkk, 2022, h.24).

Alpha Testing merupakan tahapan pengujian yang dilakukan oleh perancang, tujuan uji tersebut adalah untuk menilai kualitas dan stabilitas terhadap hal yang telah dirancang dengan cara mengecek secara keseluruhan pada fungsi yang terdapat pada rancangan. *Beta Testing* dilakukan setelah proses *alpha test* selesai dilaksanakan, kali ini rancangan diuji oleh pengguna yang merupakan target perancangan, tujuan dilakukan *beta test* adalah untuk mengetahui masukan mereka mengenai perancangan (Menora dkk, 2023, h.50).

Dengan kata lain, proses *user testing* adalah untuk melakukan uji kelayakan terhadap rancangan yang telah dibuat, hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan masukan yang dapat digunakan untuk membangun rancangan agar menjadi lebih baik dan dapat digunakan secara efektif.

2.1.2 User Interface

Menurut Wonjin melalui Watulingas & Permana (2020), *User Interface* merupakan impresi awal seseorang melihat tampilan (h.36), dan merupakan hubungan interaksi antara manusia dan komputer atau disebut juga dengan *Human Computer Interaction* (HCI), dengan *User Interface* menjadi penghubung informasi kepada pengguna (Wiwesa, 2021, h.20). Dalam merancang UI secara efisien terdapat beberapa prinsip yang harus diketahui yaitu: memberikan tampilan yang nyaman sehingga informasi dapat disampaikan dengan baik, kejelasan tampilan terhadap bentuk visual, konsep, dan tutur bahasa yang terdapat pada elemen, dan fungsi (h.21). Menurut Aisyiyah (2019), fungsi *user interface* adalah membentuk tampilan pada suatu perangkat yang bertujuan untuk memudahkan pengguna saat menggunakannya (h.728).

Isi dari *User Interface* merupakan gabungan dari berbagai elemen desain yaitu: tipografi, warna, tata letak, kisi, animasi, dan interaksi yang digabungkan sehingga dapat menghasilkan suatu interaksi yang efektif dan baik (Nurtsani & Sarvia, 2022, h.28). Dengan kata lain, *user interface* merupakan tampilan yang terdapat pada suatu perangkat dengan tujuan untuk menampilkan informasi dan elemen desain kepada *user*, tampilan *user interface* sendiri harus dirancang sedemikian rupa secara efektif dan baik agar memberikan kemudahan untuk *user* gunakan.

1. Elemen Desain

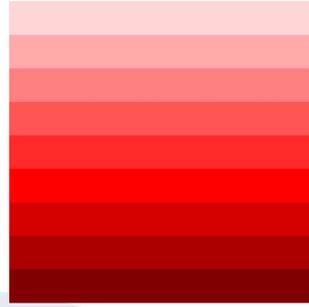
Menurut Landa (2019), sebuah gambar, pola, diagram, animasi, relasi desain, warna, dan bentuk huruf merupakan elemen desain yang dapat digunakan dalam memvisualisasikan konsep secara komunikatif dalam sebuah perancangan desain (h.19).

a. Warna

Penggunaan warna pada elemen desain merupakan kunci terbentuknya sebuah komunikasi visual yang harmonis dan berirama, warna dapat menentukan emosi, identitas, merek, dan hal simbolis lain yang dapat di representasikan melalui warna (Landa, 2019, h.124). Warna memiliki banyak tipe yang dapat digunakan dalam perancangan desain menyesuaikan dengan tema dan tujuan, tipe warna juga dapat mempengaruhi pandangan audiens saat mereka melihat rancangan desain.

1) Warna Monokromatik

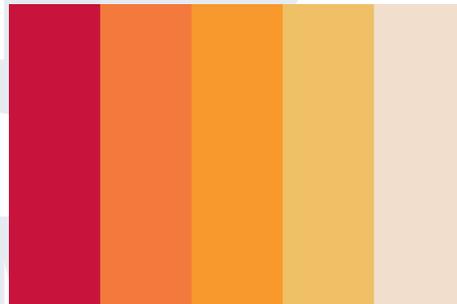
Terbentuk hanya dari satu warna saja, warna monokromatik terdapat berbagai variasi yang dapat dihasilkan melalui perubahan saturasi dan kontras, yang dapat menghasilkan komposisi seimbang dan harmonis (Landa, 2019, h.127).



Gambar 2.2 Contoh Warna Monokromatik Merah
Sumber: <https://assets-global.website-files.com/5e6a...>

2) Warna Analogus

Terdiri dari tiga warna yang berdekatan, perpaduan dari ketiga warna tersebut membentuk kerharmonisan warna. Dalam warna analogus warna pertama dapat menjadi warna primer dan sisanya warna sekunder (Landa, 2019, h.127).

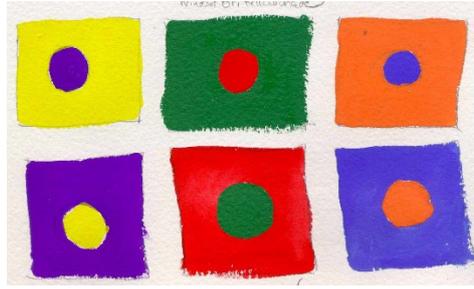


Gambar 2.3 Contoh Warna Analogus
Sumber: <https://www.color-hex.com/palettes/44945.png>

3) Warna Komplementer

Warna Komplementer adalah warna yang saling berlawanan di lingkaran pigmen warna, dan sering kali digunakan berdekatan (Landa, 2019, h.127).

Warna komplementer menghasilkan kontras yang tinggi dan terlihat lebih cerah saat saling berdekatan, karena sifat mereka yang saling berlawanan, maka jika di kombinasi akan dihasilkan warna yang bersifat netral (IxDF, 2023).



Gambar 2.4 Contoh Warna Komplementer
Sumber: <https://creativecolor.files.wordpress.com/2011/09/co...>

b. Tipografi

Menurut Landa (2019), elemen tipografi digunakan untuk merangkai kata atau kalimat pada perancangan desain dan digunakan untuk menyampaikan informasi atau mengajak audiens (*call to action*). Gabungan dari tipografi yang meliputi angka, huruf, simbol, dan tanda baca adalah *typeface*, bentuk desain *typeface* memiliki beragam variasi yang berbeda (h.55). Alhasil terdapat banyak bentuk *typeface* yang dapat digunakan untuk menyesuaikan dengan tema desain. Seiring dengan perkembangan teknologi, zaman dan preferensi manusia terhadap tampilan desain, *typeface* mengalami pembaharuan, baik dalam *style* atau bentuk yang memiliki karakteristik dan keunikan tersendiri, dalam fungsi dan tujuan *typeface* tersebut (Landa, 2019, h.39).

1) Serif

Typeface yang berasal dari abad ke 18th, merupakan transisi dari *old style* ke bentuk modern (Landa, 2019, h.39), bentuk *typeface Serif* dapat dikenali dengan tampilan tipografi yang seperti memiliki elemen *stroke* atau kaki di ujung huruf, dan kaki tersebut membantu dalam mengarahkan pembaca ke karakter selanjutnya (Fitz-Patrick, 2022).



Gambar 2.5 Contoh *Typeface Serif*
Sumber: https://1.bp.blogspot.com/_I_PFFJSrTec/S88GEAx...

Kemudahan *Serif* dalam mengarahkan pembaca, membuat *typeface* tersebut menjadi pilihan dalam materi cetak, namun kekurangan yang dimiliki oleh *Serif* adalah sulit untuk dibaca jika ukuran huruf kecil atau di tampilkan di layar yang memiliki resolusi rendah (Soegaard, 2024).

2) *Sans-Serif*

Sans-Serif merupakan *Typeface* yang berasal dari abad 19th, berbeda dengan *Serif* yang memiliki *stroke* atau elemen tambahan di ujung huruf, *Sans-Serif* seringkali digunakan dalam tampilan digital, walau seiring perkembangan teknologi dan layar memiliki resolusi tinggi, hal tersebut sudah tidak lagi menjadi faktor dalam pemilihan sebuah *typeface* (Fitz-Patrick, 2022).



Gambar 2.6 Contoh Bentuk *Sans-Serif*
Sumber: <https://www.creativosonline.org/wp-content/uplo...>

c. Foto

Fotografi merupakan metode yang digunakan untuk menghasilkan foto dari suatu subjek menggunakan alat kamera (Karyadi, 2017, h.6). Foto yang menggambarkan subjek yang dipresentasikan merupakan bentuk foto deskriptif (h.16).



Gambar 2.7 Contoh Bentuk Fotografi Arsitektur
Sumber: <https://asset.kompas.com/crops/N31jiA...>

Fotografi yang menampilkan keindahan atau keunikan suatu bangunan baik dari segi sejarah, desain, budaya, dan bentuk konstruksinya, merupakan bentuk fotografi arsitektur (h.19).

d. Foto 360

Foto 360 derajat, merupakan bentuk fotografi yang setiap titik pada suatu lingkungan direkam secara bersamaan, untuk menghasilkan sebuah gambar 360 dapat digunakan kamera khusus atau di foto secara terpisah yang kemudian digabung melalui *image stitching* untuk menghasilkan gambar 360 (Khan dkk, 2021, h.319).



Gambar 2.8 Contoh Bentuk Fotografi 360

Sumber: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons...>

Keunikan dari foto 360 derajat, adalah sifat imersif yang dapat memberikan rasa seakan-akan *user* berada di tempat tersebut (h.319), dengan kata lain, adalah sebuah foto 360 derajat memiliki keunikan tersendiri yang dapat memberikan rasa imersif kepada *user* yang melihat gambar tersebut, dengan merasa seperti mereka ada di tempat tersebut.

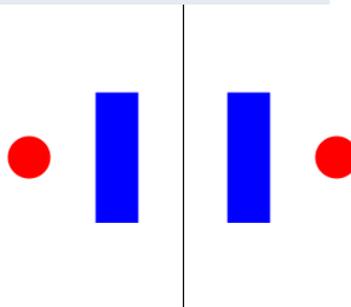
2. Prinsip Desain

Perancangan desain harus di dasari oleh prinsip desain, yang menurut Landa (2019) adalah metode yang digunakan untuk menghasilkan sebuah ide dan konten yang bersifat efektif dalam penyampaian pesan dan memiliki komposisi desain yang menarik (h.25), prinsip desain dapat menentukan dalam penggunaan elemen desain pada sebuah perancangan (Nugroho dkk, 2021, h.50), dengan menata, mengatur, dan mengorganisasikan berbagai komponen elemen yang dapat menghasilkan tampilan yang harmonis (Setiawan & Roosandriantini, 2023, h.96), sehingga menjadikan prinsip desain sebagai prinsip yang bermanfaat kepada desainer dalam merancang dan menyatukan elemen dan komposisi dalam desain (Tjandra & Yuwono, 2022, h.3).

Dengan kata lain, prinsip desain merupakan dasar prinsip yang seorang desainer dapat gunakan sebagai acuan untuk menghasilkan ide dan konten yang efektif, dengan menata berbagai macam komponen menjadi hasil yang harmonis.

a. Keseimbangan

Balance atau keseimbangan, adalah hal penting untuk menjamin elemen visual memiliki komposisi yang seimbang di dalam sebuah rancangan desain, posisi peletakan elemen desain, rotasi, ukuran, dan bahkan warna, mempengaruhi keseimbangan komposisi desain secara keseluruhan (Landa, 2019, h.23).



Gambar 2.9 Contoh Keseimbangan dalam Desain
Sumber: <https://archive.smashing.media/assets/344dbf88-fdf9-42...>

Dengan kata lain, jika elemen desain tidak memiliki keseimbangan yang baik, maka dapat mempengaruhi kesinambungan dari elemen desain yang dirancang, hal tersebut dapat menimbulkan penafsiran yang salah terhadap tujuan dan pesan yang ingin disampaikan.

b. Hirarki

Hirarki dalam desain digunakan untuk mengarahkan pandangan audiens di dalam komposisi desain layaknya seperti pemandu tak terlihat, hirarki menunjukkan hal apa yang ingin disampaikan terlebih dahulu dan seterusnya secara bertahap (Landa, 2019, h.25).



Gambar 2.10 Contoh Hirarki Visual
 Sumber: <https://www.appletoncreative.com/wp-content...>

Saat menentukan hal apa yang ingin menjadi fokus utama audiens melihat desain secara sekilas, unsur peletakan posisi, warna, tekstur, teks, ukuran, dan tipe bentuk, menjadi kunci utama dalam menentukan hirarki sebuah desain yang efektif (h.25). Dengan kata lain, hirarki dalam desain merupakan prinsip penting dalam mengarahkan audiens dalam memproses informasi yang ditampilkan pada sebuah rancangan desain.

c. *Alignment*

Posisi elemen desain dapat mempengaruhi tampilan secara keseluruhan, keseimbangan dan hirarki yang baik dari perancangan desain dapat diperoleh dengan melakukan peletakan posisi dan repetisi elemen desain yang efektif dan sesuai, sehingga dapat membentuk tampilan visual yang optimal dan berkesinambungan (Landa, 2019, h.26).

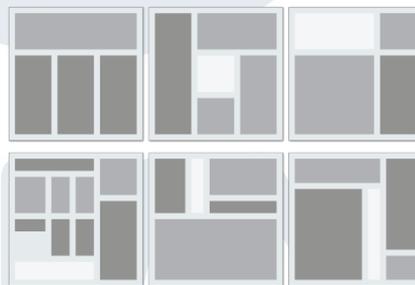


Gambar 2.11 Contoh Tipe *Alignment* dalam Desain
 Sumber: <https://image.jimcdn.com/app/cms/image/transf/dimension=1...>

Dengan kata lain, peletakan posisi elemen desain mempengaruhi tampilan desain secara keseluruhan, jika elemen desain ditampilkan tidak optimal, maka dapat menimbulkan kerancuan dalam navigasi sebuah rancangan desain, maka dari itu *Alignment* merupakan prinsip penting dalam membangun desain yang efektif.

d. *Grid*

Grid memiliki peran penting dalam desain, fungsi dari *grid* dapat membangun keharmonisan dan menjaga kesinambungan desain secara struktural, serta menjadi acuan utama (*placeholder*) dalam peletakan elemen desain, membangun identitas visual, dan memberikan kemudahan untuk audiens dalam memahami isi desain yang dirancang (Landa, 2019, h.163).



Gambar 2.12 Contoh Variasi *Grid* dalam Desain
Sumber: https://juliannakunstler.com/images_vislit/design/grid12.png

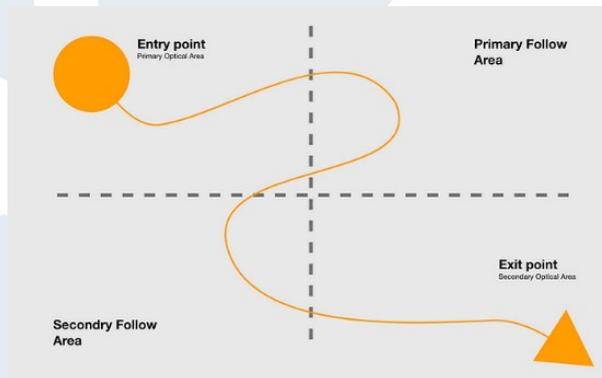
Fungsi dari *grid* juga dapat memudahkan dalam melakukan perubahan konten, jika terdapat elemen desain yang akan dirubah maka elemen lain tidak terganggu karena mereka sudah memiliki posisi tersendiri di dalam *grid* (h.163).

Dengan kata lain, fungsi *grid* adalah untuk memposisikan elemen desain secara efektif, agar tampilan

desain terlihat terorganisir memudahkan audiens saat melakukan navigasi pada rancangan desain yang dibuat.

e. *Gutenberg Principle*

Merupakan sebuah prinsip desain yang menjelaskan bahwa gerakan mata pada saat melihat elemen-elemen desain yang dirancang dan diposisikan secara efisien, prinsip itu juga disebut sebagai *Z pattern of processing*. Ketika seseorang melihat sebuah situs, halaman atau poster, mereka tidak melihat secara statis di satu titik saja, melainkan mereka melihat ke segala arah, mencari jalan visual, titik berhenti, dan hal utama yang mencolok, jika hal tersebut tidak dirancang secara efisien maka akan meningkatkan *Cognitive Load* audiens yang melihat rancangan desain tersebut (Sinha, 2021).



Gambar 2.13 Contoh *Gutenberg Principle*

Sumber: <https://miro.medium.com/v2/resize:fit:720/...>

Dengan kata lain, *Gutenberg Principle* merupakan sebuah prinsip yang menjelaskan bahwa mata manusia cenderung untuk melihat ke segala arah pada sebuah rancangan desain, dengan merancang desain yang memberikan arahan kepada audiens, dapat mengurangi *Cognitive Load* audiens.

3. Elemen *Website*

Saat merancang *website*, terdapat hal essential yang harus diketahui, untuk menghasilkan sebuah *website* yang sesuai.

a. Frame

Frame merupakan elemen utama dalam *website*, tanpa *frame*, konten dan elemen tidak dapat diletakan di dalam *website*, dan fungsi *frame* adalah sebagai acuan utama dalam proses mendesain sebuah *website*, ukuran *frame* dapat disesuaikan untuk beradaptasi dengan perangkat yang akan digunakan, atau mereka bisa memiliki ukuran yang mutlak atau *fixed* (Beaird dkk, 2020, h27).



Gambar 2.14 Contoh *Frame Website*
Sumber: https://www.nicepng.com/png/detail/211-2119146_we...

Dengan kata lain, *frame* merupakan elemen krusial untuk sebuah *website* bisa terbentuk, mereka memiliki sifat layaknya sebuah *baseplate* atau kanvas kosong yang merupakan dasar dari segalanya.

b. Identitas

Identitas dari *website* merupakan hal yang krusial dalam *website*, berfungsi untuk memberikan informasi mengenai identitas *website* kepada pengunjung, blok identitas terdiri dari logo dan nama, yang memiliki manfaat dalam meningkatkan *Brand Recognition* dari *brand* yang terdapat pada *website* tersebut (Beaird dkk, 2020, h.27).



Gambar 2.15 Contoh Identitas *Website*
Sumber: <https://www.kompas.com>

Dengan kata lain, manfaat menampilkan identitas *website* adalah untuk memberikan kesan resmi serta membangun *awareness* pengunjung terhadap *brand* yang ditampilkan, baik itu sebuah produk, tempat, atau instansi.

c. Bar Navigasi

Kemudahan *user* untuk melakukan navigasi merupakan hal yang esensial dalam membangun *website* yang efisien, maka dari itu akses navigasi harus dirancang agar mudah untuk dicari dan digunakan, posisi bar navigasi dapat diletakan secara horizontal atau vertikal, dan selalu mengikuti audiens saat mereka bernavigasi di *website* (Beaird dkk, 2020, h.28).

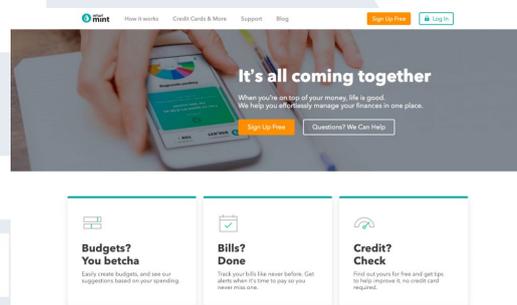


Gambar 2.16 Contoh Sistem Navigasi *Website*
Sumber: <https://umn.ac.id>

Dengan kata lain, fungsi dari Bar Navigasi sangat membantu *user* dalam proses eksplorasi *website*, dengan memberikan arahan dan opsi yang telah disesuaikan berdasarkan kebutuhan audiens.

d. Konten

Konten adalah kunci utama *website*, konten terdiri dari teks, video, dan foto. Dalam perancangan *website* sangat penting untuk menjadikan konten sebagai acuan, karena jika konten yang disajikan tidak sesuai atau terlihat kurang menarik, maka audiens akan kehilangan rasa ketertarikan untuk melihat konten yang ada pada *website* tersebut (Beaird dkk, 2020, h.28).

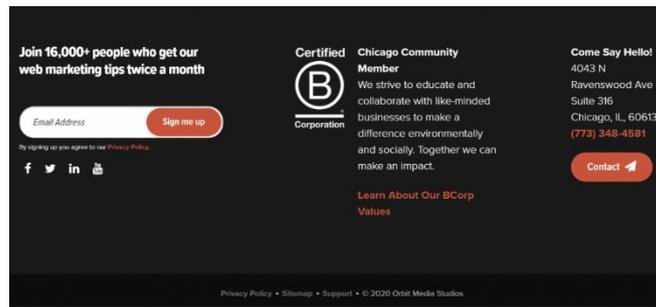


Gambar 2.17 Contoh Konten *Website*
Sumber: <https://weblium.com/blog/wp-content/uploa...>

Dengan kata lain, konten merupakan isi dari sebuah *website*, segala informasi yang ditampilkan di *website* merupakan konten, dan untuk menarik *user* agar tertarik terhadap konten yang ada di *website* maka banyak pertimbangan harus dilakukan guna untuk menyajikan konten yang menarik.

e. Footer

Sering dijumpai pada bagian bawah *website*, *footer* dapat diidentifikasi dengan presensi kolom kotak yang berisikan informasi, hak cipta, dan tautan navigasi *website*, *footer* digunakan sebagai tanda atau *barrier* bahwa *user* saat ini sudah berada di bagian bawah *website* yang mereka sedang akses (Beaird dkk, 2020, h.28).

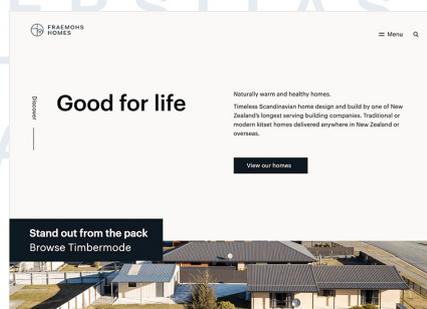


Gambar 2.18 Contoh *Footer* Sebuah *Website*
 Sumber: <https://niagaspacesgp1.digitaloceanspaces.com/blo...>

Dengan kata lain, *footer* merupakan tanda bahwa *user* sudah mencapai bagian paling bawah *website*, bersifat seperti tembok yang menahan, *footer* juga terdapat tautan informasi yang *user* dapat akses layaknya seperti bar navigasi namun terletak di bawah.

f. *Whitespace*

Whitespace atau *Negative Space*, merupakan bagian desain yang kosong atau tidak memiliki elemen desain, tanpa *whitespace* situs berpotensi terlihat penuh dan berantakan, sehingga mempersulit proses navigasi di *website* tersebut, agar tidak terjadi hal tersebut *whitespace* digunakan untuk membuat desain *website* terlihat rapih dan harmonis secara keseluruhan, serta mempermudah pengunjung *website* dalam memahami elemen dan konten yang terdapat pada *website* tersebut (Beaird dkk, 2020, h.29).

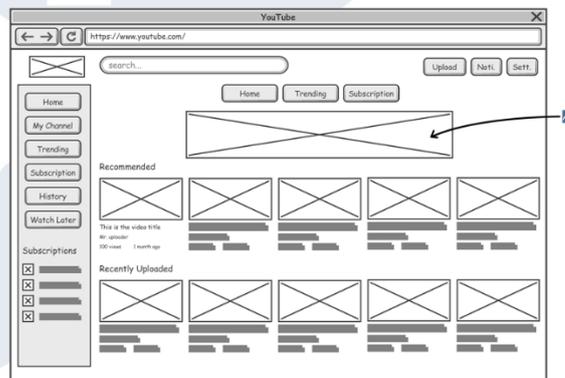


Gambar 2.19 Contoh *Website* yang Menggunakan *Whitespace*
 Sumber: <https://assets.justinmind.com/wp-content/up...>

Dengan kata lain, fungsi dari *whitespace* adalah mengurangi potensi tampilan *website* menjadi berantakan, karena hal tersebut dapat mempengaruhi kenyamanan *user* saat mengakses *website*.

4. *Wireframe*

Sebuah rancangan desain yang berbentuk *Low-Fidelity* adalah *Wireframe* (Santoso, 2022, h.160), fungsi dari *wireframe* adalah sebagai kerangka untuk menstruktur berbagai macam elemen pada sebuah *website* atau aplikasi, sebelum proses perancangan desain dimulai dilakukan *wireframing*, (Lutfiyani dkk, 2024, h.50), *wireframe* menangkap berbagai tipe dan layout informasi pada sebuah komponen visual, tanpa harus merancang secara detail, sehingga mereka dapat dirancang dengan cepat dan di sempurnakan dengan mudah (Chen dkk, 2020, h.4).



Gambar 2.20 Contoh *Wireframe*

Sumber: <https://www.archimetric.com/wp-content...>

Dengan kata lain, *wireframe* adalah gambaran awal sebuah tampilan UI, elemen yang terdapat pada *wireframe* merupakan *placeholder* yang akan dikembangkan pada tahap selanjutnya, manfaat dari *wireframe* adalah untuk memberikan ruang untuk pengembangan tampilan tanpa harus melakukan banyak tahapan.

5. *High-Fidelity*

High-Fidelity, merupakan rancangan desain yang menggambarkan atau memperlihatkan hasil akhir sebuah rancangan, serta desain dapat di interaksi seperti produk yang sudah jadi (Santoso, 2022, h.160).

Dengan kata lain, tampilan *high-fidelity* merupakan gambaran final sebuah rancangan yang telah terdapat elemen-elemen desain serta interaksi yang sudah menyerupai dengan sebuah rancangan final.

2.2 Masjid Lautze

Masjid Lautze merupakan masjid bernuansa Tionghoa yang terletak di Kota Jakarta Pusat, didirikan oleh komunitas Tionghoa muslim pada tahun 1991 yang bernama Yayasan Abdul Karim Oei, memiliki misi untuk menghormati dan meneruskan perjuangan tokoh pergerakan yaitu Abdul Karim Oei Tjeng Hien (Wiwoho, 2016, h.176). Berlokasi di Jalan Lautze No 87-89 RT 010 RW 03 Pasar Baru Jakarta Pusat (Gufon, 2019, h.218), Masjid tersebut memiliki empat lantai, dimulai dari lantai pertama yang digunakan sebagai tempat beribadah dengan estimasi kapasitas 100 orang, lalu lantai kedua yang digunakan untuk kegiatan keagamaan, kemudian lantai tiga yang merupakan kantor Yayasan Haji Karim Oei, dan terakhir lantai empat yang digunakan sebagai tempat pertemuan (Zahra & Goeyardi, 2022, h.534).

Secara sekilas bangunan Masjid Lautze menyerupai klinteng atau wihara, namun bangunan empat lantai tersebut merupakan sebuah masjid yang dihiasi oleh ornamen-ornamen dan warna budaya Tionghoa. Terdapat alasan khusus mengapa bangunan tersebut diberikan cat berwarna merah dan dihiasi dekorasi ornamen Tionghoa, tujuannya adalah untuk memberikan atmosfer yang nyaman untuk warga keturunan Tionghoa, dengan melakukan hal tersebut maka mereka yang datang ke masjid tersebut akan terasa seperti berada di dalam lingkungan mereka (Wiwoho, 2016, h.180). Dekorasi yang terdapat di dalam masjid antara lain adalah kaligrafi yang diukir dengan huruf Arab dan Tionghoa

yang terpampang di dinding masjid, warna bangunan masjid yang menyerupai kultur khas Tionghoa, yaitu merah, kuning, dan hijau pada eksterior masjid yang juga dihiasi dengan lampu lampion memberikan nuansa kental budaya Tionghoa di Masjid Lautze (Amalah, 2022, h.8).

Dengan kata lain, Masjid Lautze merupakan masjid yang terletak di kota Jakarta Pusat, masjid tersebut memiliki tampilan menyerupai sebuah klenteng dengan warna bangunan merah, kuning, dan hijau serta kaligrafi berbahasa Tionghoa dan Arab yang menghiasi dinding masjid memberikan kesan jelas bahwa masjid tersebut merupakan masjid berbudaya Tionghoa, serta mempunyai peran penting dalam pembauran warga Tionghoa dan umat muslim.

2.3 Generasi Z

Generasi Z merupakan generasi yang muncul pertama pada tahun 1995 (Lubis dkk, 2023, h.108). Generasi Z juga merupakan generasi yang memiliki kepandaian dan kecepatan dalam menggunakan teknologi dan informasi. Kemudian karakteristik dari generasi Z yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi serta haus akan informasi (Simanungkalit 2022, h.2). Mereka ingin mendapatkan informasi secara cepat dan mudah untuk ditemukan tanpa harus bersusah payah dalam mencarinya (Kinanti dkk, 2020, h.73). Keunikan dari generasi Z adalah mereka tidak bisa lepas dari teknologi, dan sering kali generasi Z disebut dengan julukan *I Generation* yang memiliki arti generasi yang memanfaatkan teknologi dan internet dalam menjalani hidup mereka (Dewi dkk, 2022, h.3).

Dengan kata lain, generasi Z merupakan generasi yang tidak bisa luput dari teknologi, ketergantungan mereka dengan internet menjadi sumber informasi utama, membuat generasi Z dikenal dengan *I Generation*, kecenderungan mereka untuk mencari informasi dengan cepat dan mudah juga merupakan salah satu ciri khas mereka.

2.4 Penelitian yang Relevan

Dalam perancangan ulang UI/UX Masjid Lautze, dicari penelitian yang bersifat relevan untuk mencari kesamaan yang kemudian dapat digunakan sebagai acuan untuk menambahkan kebaruan yang inovatif pada perancangan desain, hasil dari pencarian penelitian yang relevan sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Akulturasi Tionghoa Muslim dalam Arsitektur Masjid Lautze Jakarta	Khofipah Amalah	<ul style="list-style-type: none"> - Pentingnya membahas mengenai sejarah muslim Tionghoa di Indonesia. - Konsep arsitektur pada Masjid Lautze yang merupakan perpaduan antara arsitektur Tionghoa dan Islam. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memfokuskan fotografi bangunan, sesuai dengan isi dari penelitian relevan. - Menghubungkan identitas Masjid Lautze dengan elemen visual yang ada di <i>website</i>. - Menampilkan informasi artikel <i>up-to-date</i> mengenai Masjid Lautze pada <i>website</i>.
2.	The Role of Lautze Mosque: The Representation of Double Identity of Overseas Chinese	Ikrar Genidal Riadil, Prof. Pim Samara Yarapirom, Ph.D	<ul style="list-style-type: none"> - Masjid Lautze merayakan tradisi yang berbeda antara kultur Tionghoa dan muslim. - Suasana masjid yang memiliki 	<ul style="list-style-type: none"> - Menampilkan kegiatan yang mereka lakukan pada <i>website</i> - Tampilan foto 360 dan elemen visual <i>website</i> yang menggabungkan dua

	Muslims in Jakarta and Bandung		kesan dua kultur berbeda yang menjadi satu.	kultur identitas secara <i>virtual</i> .
3.	Perancangan Sistem Informasi Masjid (SiMasjid) Al-Furqon Desa Sei Mencirim Berbasis Web	Baharudin Yusuf Habibie M, Adinda Wardany, Rangkuti Gabriel Ardi Hutagalung	- <i>Website</i> Al-Furqon memiliki fitur informasi, kas masjid, jadwal sholat, jadwal khatib, dan teks berjalan	- Penambahan fitur tur foto 360, perpustakaan, dan koperasi pada <i>website</i> .

