

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah bidang seni gambar profesional berfungsi sebagai bentuk penyampaian pesan dan informasi kepada audiens, memastikan konten editorial mudah dibaca, dapat diakses, dan berdampak pada orang. Dalam dunia grafis, konsep menjadi landasan utama untuk proses penciptaan, pemilihan, dan pengorganisasian elemen-elemen grafis (Landa, 2019).

##### 2.1.1 Elemen Desain

Menurut Landa (2019), struktur desain dua dimensi memiliki empat elemen: garis, bentuk, warna, dan tekstur.

##### 2.1.1.1 Garis

Titik-titik yang bergabung dan memanjang membentuk lintasan gerak titik-titik tersebut disebut garis. Garis dapat dibuat dengan menggunakan berbagai macam media dan alat, antara lain pensil, kuas, dan alat yang dapat meninggalkan bekas pada permukaan. Dalam komunikasi dan komposisi desain. Garis berperan untuk memandu mata audiens, dan memiliki arti di tiap bentuk garisnya.

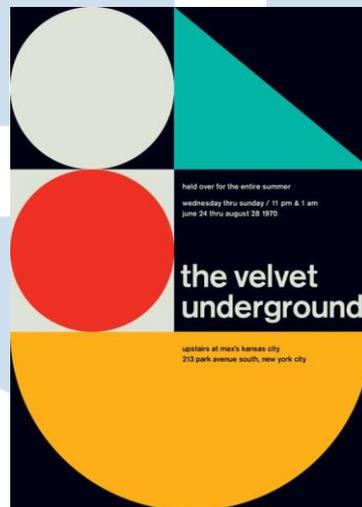


Gambar 2.1 Penerapan Elemen Garis dalam Desain Grafis

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/3940718415754280>

### 2.1.1.2 Bentuk

Umumnya, bentuk dapat diidentifikasi sebagai suatu garis yang membentuk keliling yang tertutup. Berbeda dengan garis yang memiliki ujung di kedua sisinya, bentuk tidak memiliki ujung di kedua sisinya, bentuk tidak memiliki ujung karena ujung garis tersebut bersatu membentuk suatu ruang dua dimensi. Menurut Landa, bentuk merujuk pada suatu area dua dimensi yang terbentuk dari kombinasi garis, warna, dan tekstur.



Gambar 2.2 Penerapan Elemen Bentuk ke Desain Grafis

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/532269249685225525>

### 2.1.1.3 Warna

Warna merupakan elemen desain yang menarik dan membangkitkan emosi. Kemampuan kita melihat warna bergantung pada cahaya. Warna yang dipantulkan atau muncul pada benda yang berada di dekat cahaya. Warna dapat dibagi menjadi tiga kategori:

1. *Hue*: Warna dasar yang ditampilkan pada roda warna tanpa ada campuran *tint* atau *shade* juga disebut warna primer. contohnya seperti merah, biru, hijau, kuning, dan warna lainnya.

2. *Saturation*: Merujuk pada intensitas warna atau kemurnian suatu warna. Secara sederhana, ini menggambarkan seberapa kuat atau lemah suatu warna. Sebagai contoh, warna merah terang menandakan intensitas tinggi, sementara merah yang redup atau kusam menunjukkan intensitas yang rendah.
3. *Value*: Warna yang digunakan untuk menentukan kecerahan atau kegelapan suatu warna. Kecerahan tertinggi terdapat pada warna putih, sedangkan kecerahan terendah terdapat pada warna hitam. Dalam desain, hal ini sering digunakan untuk efek pencahayaan dan bayangan.



Gambar 2.3 Tiga Kategori Warna

Sumber: <https://thecolorsmeaning.com/hue-color-tint-shade-tone/>

#### 2.1.1.4 Tekstur

Tekstur adalah kenampakan atau kualitas permukaan suatu benda yang dapat dinilai secara visual atau taktil. Dua jenis tekstur yang digunakan dalam seni visual: tekstur taktil dan tekstur visual.

Secara fisik dapat merasakan dan menyentuh sifat sentuhan dari tekstur sentuhan. Teknik pencetakan seperti letterpress, stamping, ukiran, dan emboss dapat menambah sentuhan pada desain cetakan.



Gambar 2.4 Penerapan Elemen Tekstur dalam Desain Grafis

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/293508100727370885/>

## 2.1.2 Prinsip Desain

Prinsip desain didasarkan pada konsep *gestalt*, yang berasal dari bahasa Jerman yang berarti “bentuk”, dan menekankan pada persepsi bentuk sebagai kesatuan yang terorganisir.

Dari *gestalt*, kita dapat memahami memahami hierarki visual yang memengaruhi cara kita menciptakan kesatuan dalam suatu komposisi. Pikiran cenderung mencari keteraturan dan menciptakan hubungan dengan mengelompokkan unit visual berdasarkan tata letak,, orientasi, kemiripan, bentuk, dan warna (Landa, 2019).

### 2.1.2.1 Unity

Unity dalam desain grafis merujuk pada penyatuan elemen-elemen sehingga menciptakan kesan harmoni. Setiap elemen saling mendukung satu sama lain untuk menyampaikan pesan dari desain tersebut.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 2.5 Penerapan *Unity* pada Desain Grafis  
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/68735293115/>

### 2.1.2.2 *Balance*

*Balance* mengimplikasikan bahwa semua elemen desain harus terlihat seimbang, tanpa ada yang mendominasi. Diperlukan kemampuan untuk menyatukan harmoni antara teks, warna, atau gambar agar tidak tercipta kesan ketidakseimbangan. Keseimbangan dapat dicapai melalui harmonisasi warna, penataan, dan perbandingan ukuran.



Gambar 2.6 Contoh Penggunaan *Balance* pada Desain Grafis  
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/234046511855091944/>

### 2.1.2.3 *Visual Hierarchy*

Penyusunan dan kesesuaian elemen grafis bersama dengan pengaturan ruang di antaranya akan memudahkan pembentukan hirarki visual, mengarahkan komunikasi visual melalui penataan elemen grafis dengan penekanan yang sesuai.

Perbedaan kontras dalam ukuran, bentuk, warna, dan tekstur digunakan untuk menyoroti perbedaan di antara elemen grafis, dengan tujuan agar perhatian orang tertuju pada aspek yang berbeda-beda (Landa, 2019, hlm. 25).

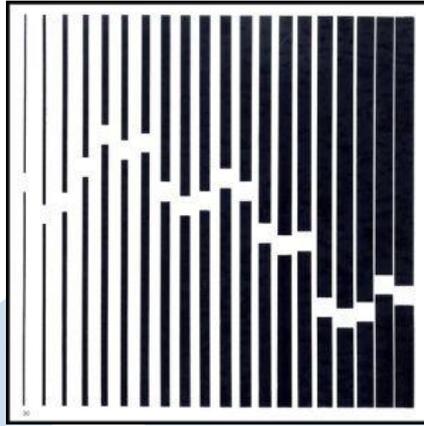


Gambar 2.7 Penerapan *Visual Hierarchy* pada Desain Grafis

Sumber: <https://www.flux-academy.com/blog/visual-hierarchy-examples>

### 2.1.2.4 *Rhythm*

Ritme dalam desain mencakup pembuatan pola yang menghasilkan kesan irama. Ini dapat mencakup pengulangan atau variasi dari elemen-elemen desain grafis. Irama terbentuk melalui keterulangan unsur-unsur yang berbeda dengan pola berirama, menyatukan elemen-elemen serupa, dan menjaga konsistensi dalam desain.



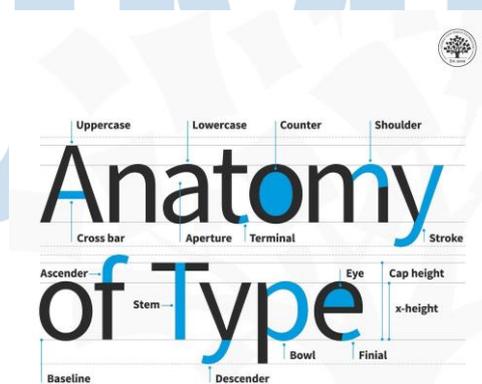
Gambar 2.8 Penerapan *Rhythm* pada Desain Grafis  
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/172333123233572646/>

### 2.1.3 Tipografi

Tipografi adalah rancangan dari Kumpulan dari karakter yang memiliki visual yang seragam. Ciri visual gay aini membentuk karakter dasar dari jenis huruf, yang tetap mudah dikenali meskipun jenis huruf itu sendiri mengalami modifikasi. Secara umum, jenis huruf mencakup huruf, angka, symbol, tanda, tanda baca, serta tanda aksen atau diakritik (Landa, 2014).

#### 2.1.3.1 Anatomi Huruf

Sebuah huruf merupakan lambang, baik tertulis (atau dalam bentuk ucapan), yang merepresentasikan suara dan menjadi satu huruf individual dalam suatu alfabet. Setiap huruf dalam alfabet memiliki ciri khas yang perlu dipertahankan agar simbol tersebut tetap dapat terbaca



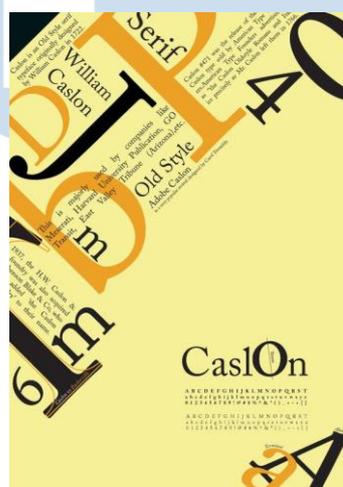
Gambar 2.9 Anatomi Huruf  
 Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/anatomy-of-type>

### 2.1.3.2 Klasifikasi Huruf

Walaupun terdapat berbagai macam jenis huruf yang tersedia saat ini, sebagian besar dapat diklasifikasikan berdasarkan gaya dan sejarah. Perlu diperhatikan bahwa klasifikasi ini dapat berbeda-beda menurut sejarawan huruf.

#### 1. *Old Style or humanist*

Huruf romawi, yang diperkenalkan pada akhir abad kelima belas, secara langsung berasal dari bentuk huruf Digambar dengan pena berujung lebar. Ciri-cirinya meliputi serif yang berbentuk sudut dan bergerigi, serta penekanan miring. Beberapa contoh termasuk *Caslon*, *Garamond*, *Hoefler Text*, dan *Times New Roman*.

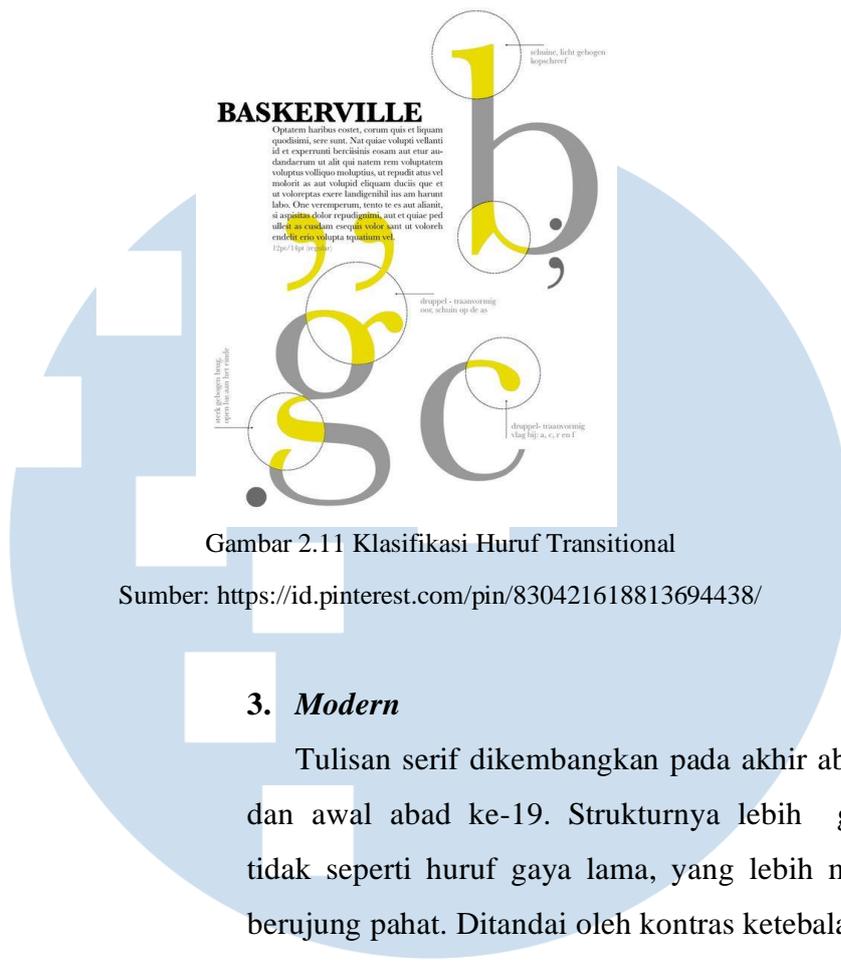


Gambar 2.10 Klasifikasi Huruf Old Style

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/437271445082607329/>

#### 2. *Transitional*

Dibuat pada abad ke-18, huruf serif mencerminkan transisi dari zaman kuno ke zaman modern dan menunjukkan karakteristik desain dari kedua gaya tersebut. Contohnya termasuk *Baskerville*, *Century*, dan *ITC Zapf International*.

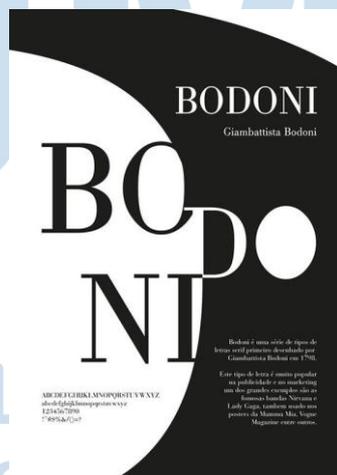


Gambar 2.11 Klasifikasi Huruf Transitional

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/830421618813694438/>

### 3. Modern

Tulisan serif dikembangkan pada akhir abad ke-18 dan awal abad ke-19. Strukturnya lebih geometris, tidak seperti huruf gaya lama, yang lebih mirip pena berujung pahat. Ditandai oleh kontras ketebalan-genting yang paling besar dan penekanan vertikal, huruf ini merupakan yang paling simetris di antara semua huruf Romawi; contohnya meliputi *Didot*, *Bodoni*, dan *Walbaum*.



Gambar 2.12 Contoh Klasifikasi Huruf Modern

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/159948224259347130/>

#### 4. *Slab serif*

Huruf serif, yang dicirikan oleh serif tebal yang mirip balok, diperkenalkan pada awal abad ke-19; sub-kategori termasuk *Egyptian* dan *Clarendon*. Contoh huruf *slab serif* meliputi *American Typewriter*, *ITC Lubalin Graph*, *Memphis*, dan *Bookman*.

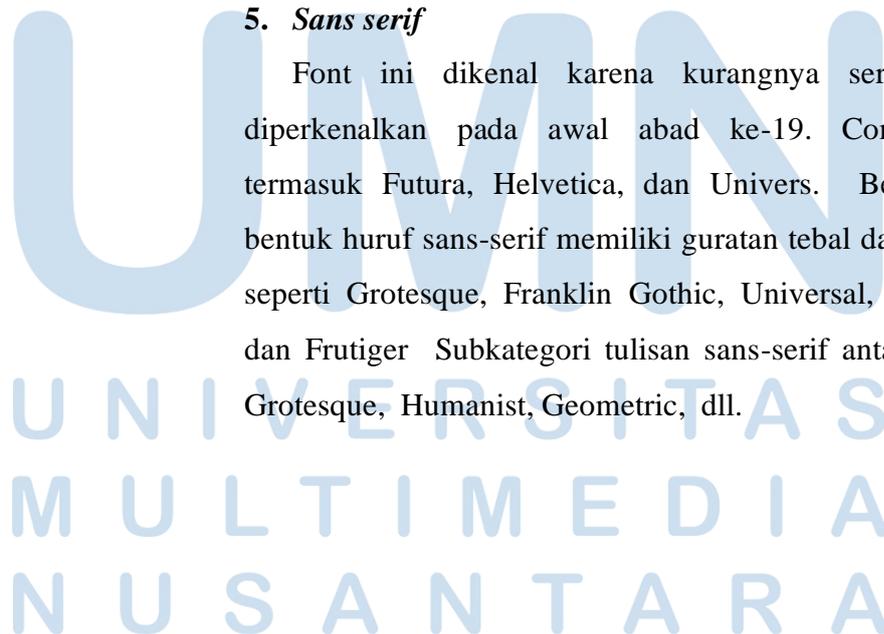


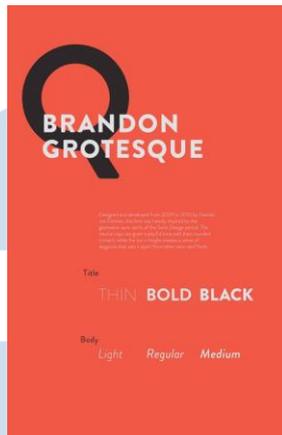
Gambar 2.13 Contoh Klasifikasi Huruf Slab serif

Sumber: <https://id.pinterest.com/search/pins/?q=clarendon&rs=typed>

#### 5. *Sans serif*

Font ini dikenal karena kurangnya serif dan diperkenalkan pada awal abad ke-19. Contohnya termasuk Futura, Helvetica, dan Univers. Beberapa bentuk huruf sans-serif memiliki guratan tebal dan tipis, seperti Grottesque, Franklin Gothic, Universal, Futura, dan Frutiger. Subkategori tulisan sans-serif antara lain Grottesque, Humanist, Geometric, dll.





Gambar 2.14 Contoh Klasifikasi Huruf Sans serif

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/8725793018124809/>

## 6. *Blackletter*

Huruf jenis ini berasal dari bentuk huruf masuskrip abad ke-13 hingga ke-15, yang sering disebut sebagai *gothic*. Karakteristik *Blackletter* melibatkan bobot garis yang tebal dan huruf yang terkondensasi dengan sedikit lengkungan. Contoh huruf yang terkategori *Blackletter* antara lain *Rotunda*, *Schwabacher*, dan *Fraktur*.



Gambar 2.15 Contoh Klasifikasi Huruf *Blackletter*  
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/482025966341872319/>

## 7. *Script*

Jenis ini paling mirip dengan tulisan tangan. Biasanya huruf-huruf cenderung miring dan sering terhubung. Jenis huruf skrip dapat meniru bentuk yang ditulis dengan pena berujung pahat, pena fleksibel, pena runcing, pensil, atau kuas. Beberapa contohnya termasuk *Brush Script*, *Shelley Allegro Script*, dan *Snell Roundhand Script*.



Gambar 2.16 Contoh Klasifikasi Huruf *Script*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/482025966341872319/>

## 8. *Display*

Jenis huruf ini diciptakan untuk digunakan dalam ukuran yang lebih besar, terutama untuk judul dan kepada berita, dan mungkin lebih sulit dibaca jika diterapkan sebagai jenis teks. Sering kali huruf-huruf ini memiliki desain yang lebih rumit, dihias, dibuat secara manual, dan termasuk dalam klasifikasi lainnya.



Gambar 2.17 Contoh Klasifikasi Huruf *Display*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/161707442863991328/>

### 2.1.3.3 Prinsip Tipografi

Terdapat empat buah prinsip pokok dalam tipografi yang memiliki dampak besar terhadap keberhasilan suatu desain tipografi, yaitu *readability*, *legibility*, *visibility*, dan *clarity*

#### 1. *Readability*

*Readability* berarti membuat teks mudah dibaca, sehingga membaca menjadi menyenangkan dan tanpa hambatan. Bagaimana penulis merancang dengan menggunakan jenis huruf yang sesuai, dengan mempertimbangkan ukuran, jarak, margin, warna, dan pemilihan kertas, berperan penting dalam mencapai *readability*.

#### 2. *Legibility*

*Legibility* berkaitan dengan seberapa mudah seseorang dapat mengenali huruf-huruf dalam jenis huruf

tertentu, bagaimana karakteristik masing-masing bentuk huruf dapat dibedakan.

### **3. *Visibility***

*Visibility* merujuk pada kemampuan suatu huruf, kata, atau kalimat dalam suatu karya desain komunikasi visual dapat terbaca dalam jarak baca tertentu. Tiap desain memiliki target jarak baca, dan huruf-huruf dalam tipografi desain harus dapat terbaca dengan jelas pada jarak tersebut, sehingga pesan dalam desain dapat efektif berkomunikasi.

#### **2.1.4 *Layout***

Tata letak atau susunan visual dari elemen-elemen desain di dalam suatu ruang. *Layout* adalah cara bagaimana elemen - elemen tersebut ditempatkan dan diatur untuk menciptakan komposisi visual yang estetis dan efektif. Berikut beberapa komponen system grid, menurut Graver dan Jura (2012, hlm.20):

##### **1. *Margins***

*Margin* adalah ruang kosong di antara tepian halaman dan konten di dalamnya. Ruang ini menetapkan area idup dan memberikan kesempatan kepada desainer untuk mengarahkan perhatian penonton, menciptakan area istirahat bagi mata, atau memisahkan informasi tambahan seperti alur tulisan atau nomor folio.

##### **2. *Flowlines***

*Flowlines* adalah garis-garis penyesuaian standar yang membantu memandu pandangan pemirsa melintasi halaman dan membentuk area horizontal berisi informasi.

### 3. *Columns*

*Columns* merupakan wadah vertical yang membentuk pembagian di dalam area hidup untuk mempertegas konten. Lebar kolom dapat berbeda, bahkan dalam satu grid, untuk menampung informasi yang spesifik.

### 4. *Module*

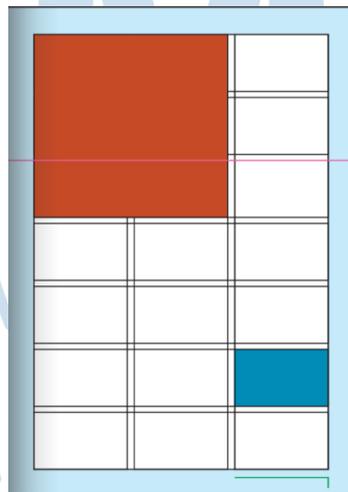
*Module* merujuk pada unit-unit raung individual yang terpisah oleh interval standar. Ketika diulang di seluruh halaman, modul-modul ini membentuk rangkaian berulang dari kolom dan baris.

### 5. *Spatial Zone*

*Spatial zone* adalah wilayah yang terbentuk dengan menggabungkan kelompok modul, dan mampu membuat area-area teratur untuk menampung berbagai jenis konten secara konsisten.

### 6. *Markers*

*Markers* menunjukkan lokasi untuk informasi yang kurang dominan atau konten yang muncul secara teratur, seperti nomor folio, alur tulisan, ikon, atau konten yang berulang lainnya.



Gambar 2.18 *Module, Spatial Zone, Markers*

Sumber: Graver dan Jura (2012)

Grid merupakan struktur dasar yang bertujuan untuk mengorganisir konten dan memfasilitasi komunikasi, namun keberadaannya sebagian besar tidak terlihat oleh pemirsa. Menurut Graver dan Jura (2012), terdapat beberapa struktur bentuk yang pada umumnya digunakan yaitu:

### 1. *Single-column/manuscript grids*

Jenis grid yang paling simpel, yakni *single-column*, membuat area standar tanpa pembagian untuk menyimpan konten. Grid seperti ini umumnya banyak digunakan dalam konteks teks yang berjalan terus seperti buku atau esai, memungkinkan teks menjadi fitur utama pada halaman atau spread.



Gambar 2.19 Contoh Penerapan *Single Column Grid* pada Desain Grafis

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/94294185934905847/>

### 2. *Multicolumn grids*

Jika kontennya beragam, grid multicolumn dapat menjadi alat yang kuat untuk membantu merapikan dan menormalkan komunikasi. Kolom dapat digunakan secara terpisah untuk blok konten kecil, diurutkan untuk bagian teks yang berjalan, atau digabungkan dengan menyeberangi gutter untuk membuat kolom yang lebih lebar.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.20 Contoh Penerapan *Multicolumn Grid* pada Desain Grafis

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/52917364347794036/>

### 3. *Modular grids*

Grid modular pada dasarnya merupakan gabungan grid yang terdiri dari kolom dan baris. Gabungan ini menciptakan serangkaian area konten kecil yang disebut modul, yang dapat digabungkan baik secara vertikal maupun horizontal. Hal ini memberikan keleluasaan pada desainer untuk menciptakan berbagai zona spasial dengan ukuran dan bentuk yang bervariasi.

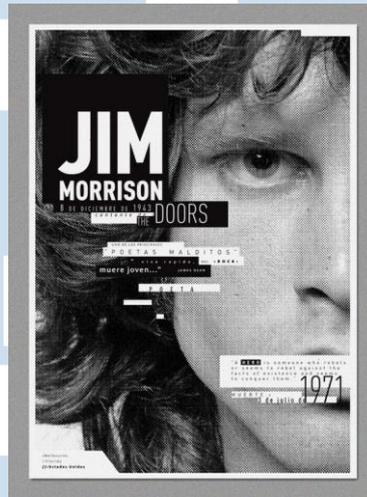


Gambar 2.21 Penerapan *Modular Grid* pada Desain Grafis

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/79376012172877283/>

#### 4. *Hierarchical grids*

Jika kebutuhan khusus suatu proyek tidak mendukung pengaturan reguler atau interval berulang yang memisahkan area informasi, struktur grid hierarkis dapat menjadi solusi yang tepat.



Gambar 2.22 Penerapan *Hierarchical* dalam Desain Grafis  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/654640495849442820/>

#### 5. *Baseline grids*

Sebagai jenis substruktur, grid dasar membantu desainer menyelaraskan elemen tipografi secara konsisten dengan membuat serangkaian garis yang menyesuaikan dengan ukuran font yang desainer gunakan.



Gambar 2.23 Contoh Penerapan *Baseline Grid* pada Desain Grafis

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/13792342602175433/>

## 6. *Compound grids*

Grid gabungan terbentuk melalui penggabungan beberapa sistem grid menjadi satu kerangka teratur dan sistematis. Dengan menjaga kesinambungan aspek-aspek sistem seperti margin, penempatan garis alur, dan elemen-elemen subordinat, grid gabungan membantu mencegah kebingungan pembaca.



Gambar 2.24 Contoh Penerapan *Compound Grid* pada Desain Grafis  
Sumber: Graver dan Jura (2012, hlm, 47)

## 2.2 Media Interaktif Digital

Menurut Griffey (2020, hlm, 3), media interaktif digital adalah pengalaman yang didorong oleh komputer yang umumnya berbasis layar yang memungkinkan adanya interaksi antara perangkat dan pengguna. Sebuah aplikasi media digital interaktif dapat berupa situs web, kiosk mandiri tradisional, aplikasi yang beroperasi pada perangkat seluler, permainan video, atau pengalaman fisik di museum atau ruang publik yang dijalankan oleh komputer atau sensor.

### 2.2.1 Aplikasi Gawai

Menurut Griffey (2020), Aplikasi perangkat (juga disebut aplikasi) adalah bentuk media digital interaktif unik yang muncul setelah munculnya ponsel pintar modern. Tidak seperti aplikasi desktop dan web seperti Microsoft Word yang berjalan di komputer *user*, program khusus yang berjalan di browser web *user* dirancang untuk berjalan di tablet, ponsel cerdas, dan jam tangan, dan biasanya dapat digunakan untuk melakukan tugas.

## 2.2.2 Website

*Website* adalah kumpulan halaman web yang saling berhubungan, semuanya di bawah nama domain yang sama, yang ditampilkan di browser web yang dapat diakses dari komputer mana pun dengan koneksi Internet.

*Website* awal pada dasarnya adalah "brosur digital" yang terdiri dari beberapa halaman statis berisi teks yang sebagian saling berhubungan, namun seiring dengan kemajuan teknologi, bandwidth, dan protokol. Pada akhir tahun 1990an, situs e-commerce berkembang pesat. Tak lama kemudian, blog dan platform media sosial muncul di *World Wide Web*.

## 2.2.3 Interaktivitas

Menurut Jesse James Garrett (2010), interaktivitas didefinisikan sebagai kemampuan pengguna untuk berpartisipasi dalam penggunaan produk digital, yang mencakup pemilihan akses, eksplorasi, dan pemanfaatannya. Dengan adanya interaktivitas, pengguna dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan keinginan mereka, berdasarkan kebutuhan dan jalur yang mereka tempuh selama berinteraksi.

Dalam bukunya *The Elements of User Experience: User Centered Design for the Web*, Jesse James Garrett menguraikan proses desain *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) yang terdiri dari lima fase atau komponen penting yang harus diperhatikan untuk menciptakan pengalaman pengguna yang positif. Berikut adalah kelima fase tersebut:

### 2.2.3.1 Strategy

Tahap ini melibatkan penetapan tujuan *mobile* website dan kebutuhan pengguna. Fokusnya adalah pada memahami apa yang ingin dicapai oleh penulis dan apa yang diinginkan oleh pengguna. Dengan memahami target audiens, desain yang dihasilkan akan

lebih sesuai dan menarik bagi mereka. Beberapa teknik yang dapat digunakan untuk melakukan riset ini meliputi wawancara pengguna, kuesioner atau survei, serta pengujian kegunaan.

### 2.2.3.2 Scope

Pada fase ini, desainer menentukan fitur dan fungsionalitas yang akan disertakan dalam produk. Ini mencakup penentuan persyaratan yang jelas dan batasan proyek. Pada tahap ini, *user persona* dapat menjadi penentu untuk fitur yang akan diterapkan.

#### 1) User Persona

*User persona* adalah representasi semi-fiktif dari pengguna akhir berdasarkan riset dan data nyata. Pembuatan *user persona* membantu desainer untuk memahami kebutuhan, tujuan, perilaku, dan *pain points* dari pengguna sebenarnya.

Dalam pembuatan *user persona*, ada beberapa aspek penting yang harus diperhatikan. Langkah pertama adalah menganalisis kembali tahap strategi, termasuk wawancara dan survei, yang akan menjadi dasar dalam membangun *persona*. Setelah dasar *persona* ini ditetapkan, desainer dapat mengidentifikasi karakteristik lainnya.



Gambar 2.25 Contoh User Persona

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/929923023031881513/>

### 2.2.3.3 Structure

Tahap ini melibatkan pengorganisasian informasi dan merancang interaksi pengguna. Desainer membuat arsitektur informasi yang logis dan alur pengguna yang intuitif.

### 2.2.3.4 Skeleton

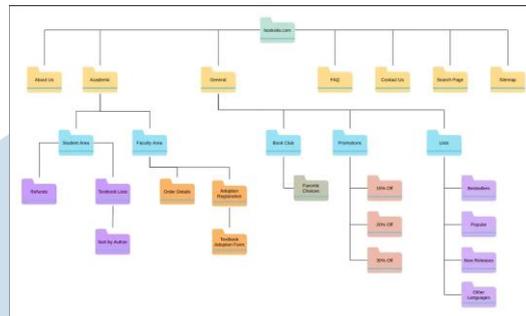
Di fase ini, desainer mengembangkan tata letak dan penempatan elemen *user interface*. Ini termasuk *information architecture* dan menentukan bagaimana elemen-elemen utama akan ditempatkan di halaman.

#### 1) *Information Architecture*

*Information Architecture* adalah seni dan ilmu mengorganisasikan dan menyusun informasi dalam produk digital. *Information architecture* bertujuan untuk membantu pengguna memahami di mana mereka berada, apa yang mereka temukan, dan ke mana mereka harus pergi untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Pentingnya membuat *Information Architecture* adalah untuk mendukung tujuan utama *user experience*, yaitu menciptakan pengalaman pengguna yang intuitif dan memudahkan mereka dalam menggunakan website. Dengan penerapan IA yang baik, *mobile* website menjadi lebih user-friendly dan meningkatkan kepuasan pengguna (Covert, 2014). Berikut contoh dari *Information Architecture*.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 2.26 Contoh *Information Architecture*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/information-architecture>

### 2.2.3.5 *Surface*

Tahap akhir ini fokus pada aspek visual dari desain. Desainer memastikan bahwa tampilan akhir dari produk menarik dan sesuai dengan identitas merek, serta mendukung interaksi yang dirancang pada tahap sebelumnya.

## 2.2.4 UI dan UX

UI (*User Interface*) merujuk pada antarmuka pengguna, yaitu cara desain elemen-elemen visual dan interaktif di suatu aplikasi atau situs web untuk memudahkan pengguna berinteraksi.

Sedangkan UX (*User Experience*) merujuk pada pengalaman pengguna secara keseluruhan, termasuk bagaimana pengguna merasakan dan berinteraksi dengan suatu produk atau layanan dari awal hingga akhir.

### 2.2.4.1 *User Interface (UI)*

*User interface* adalah cara pengguna berinteraksi dengan suatu perangkat, melibatkan komponen keras dan lunak. *User interface* digunakan dalam berbagai proses dan menyediakan sarana untuk masukan dan keluaran.

Dalam menciptakan desain antarmuka pengguna (UI) yang baik, penting untuk memahami prinsip-prinsip yang dikemukakan oleh Schaller & Levinson. Prinsip-prinsip ini

meliputi *consistency*, *hierarchy*, dan *personality*. Berikut adalah pembahasan mengenai prinsip-prinsip tersebut:

1) *Consistency*

Konsistensi dalam desain UI berarti memastikan elemen-elemen desain yang serupa memiliki tampilan dan fungsi yang serupa di seluruh aplikasi atau situs web. Dengan menjaga konsistensi, pengguna dapat lebih mudah mempelajari dan mengingat cara menggunakan antarmuka, yang pada akhirnya meningkatkan pengalaman pengguna. Ini termasuk penggunaan warna, font, ikon, dan tata letak yang sama untuk elemen yang memiliki fungsi serupa.

2) *Hierarchy*

Hierarki dalam desain UI adalah tentang mengorganisasi dan menyusun elemen-elemen pada halaman agar pengguna dapat memahami prioritas informasi dan tindakan dengan cepat. Hierarki visual membantu pengguna untuk fokus pada elemen-elemen penting terlebih dahulu, seperti judul, tombol tindakan utama, dan informasi kunci. Ini dicapai melalui penggunaan ukuran, warna, kontras, dan posisi elemen dalam tata letak.

3) *Personality*

Kepribadian dalam desain UI mengacu pada karakter dan gaya unik yang membuat sebuah antarmuka menonjol dan berkesan. Ini mencakup elemen desain yang mencerminkan identitas merek dan menciptakan pengalaman emosional yang positif bagi pengguna. Elemen seperti skema warna, tipografi, ilustrasi, dan nada

suara semuanya berkontribusi pada kepribadian antarmuka dan dapat membuatnya lebih menarik dan menyenangkan untuk digunakan.

#### **2.2.4.2 User Experience (UX)**

Secara umum, pengalaman pengguna adalah emosi yang dimiliki orang saat menggunakan suatu produk atau layanan. Dalam kebanyakan kasus, produknya berupa situs web atau suatu bentuk aplikasi.

Meskipun semua interaksi manusia dengan objek melibatkan pengalaman pengguna, praktisi UX biasanya fokus pada hubungan antara pengguna manusia dan komputer serta produk berbasis komputer seperti situs web, aplikasi, dan sistem.

Menurut Peter Morville, dalam artikelnya tahun 2004, memperkenalkan konsep yang dikenal sebagai *user experience honeycomb* yang mencakup tujuh aspek utama dari Pengalaman Pengguna (*User Experience*). Berikut adalah ketujuh aspek tersebut:

- 1) *Useful* : Suatu produk atau layanan harus menyediakan manfaat nyata bagi pengguna, memenuhi kebutuhan atau memecahkan masalah yang mereka hadapi.
- 2) *Usable* : Produk atau layanan harus mudah digunakan. Pengguna harus dapat menyelesaikan tugas mereka dengan efisien dan tanpa frustrasi.
- 3) *Desireable* : Desain produk atau layanan harus menarik dan memicu emosi positif. Estetika, identitas merek, dan elemen emosional lainnya memainkan peran penting di sini.

- 4) *Findable* : Informasi dan fitur pada produk atau layanan harus mudah ditemukan. Pengguna harus dapat dengan cepat menemukan apa yang mereka cari.
- 5) *Accessible* : Produk atau layanan harus dapat diakses oleh semua orang, termasuk mereka dengan disabilitas. Ini berarti mempertimbangkan berbagai kebutuhan pengguna dan memastikan inklusivitas.
- 6) *Credible* : Produk atau layanan harus dapat dipercaya dan memiliki reputasi yang baik. Pengguna harus merasa yakin bahwa informasi dan fungsionalitas yang diberikan adalah akurat dan dapat diandalkan.
- 7) *Valuable* : Produk atau layanan harus memberikan nilai baik bagi pengguna maupun bisnis. Ini mencakup memberikan manfaat yang berarti dan memuaskan kebutuhan pengguna serta mendukung tujuan bisnis.

### 2.3 Psikologi Warna

Menurut Sutton (2020), Warna memiliki aspek atau karakteristik yang mencakup kombinasi warna untuk membangkitkan respons emosional tertentu. Perbedaan dasar terletak pada cahaya dan kegelapan, di mana tanpa sinar matahari atau cahaya buatan, warna tidak dapat terlihat. Aspek-aspek warna mencakup kombinasi yang harmonis satu sama lain dan memiliki keseimbangan spektral.

Keseimbangan ini terjadi dalam mata ketika gelombang energi elektromagnetik dari objek memantul atau diserap, menciptakan ribuan gradasi dan nuansa warna yang dilihat oleh mata. Berikut beberapa makna dari warna menurut Sutton (2020) yaitu:

### 2.3.1 *Hot*

Warna panas merujuk pada merah dalam saturasi penuh pada roda warna, di mana merah mencapai kekuatan penuhnya. Warna panas memancarkan ke luar dan menarik perhatian. Oleh karena itu, merah sering digunakan dalam tanda grafis dan desain. Warna panas kuat dan agresif serta terlihat bergetar di dalam ruangnya sendiri. Kekuatan warna panas memengaruhi orang dalam banyak cara, seperti meningkatkan tekanan darah dan merangsang sistem saraf.



Gambar 2.25 Kategori Warna Panas

### 2.3.2 *Cold*

Warna dingin mengacu pada warna biru. Pada tingkat kecerahannya yang paling terang, biru bersifat dominan dan kuat. Warna dingin mengingatkan pada es dan salju. Perasaan yang timbul dari warna dingin - biru, hijau, dan biru-hijau - merupakan kebalikan langsung dari perasaan yang dihasilkan oleh warna panas; biru dingin melambatkan metabolisme dan meningkatkan rasa tenang. Saat ditempatkan berdampingan, warna dingin dan panas bergetar seperti api dan es.



Gambar 2.26 Kategori Warna Dingin

### 2.3.3 *Warm*

Semua warna yang mengandung merah dianggap hangat; penambahan warna kuning pada merah yang membuat warna hangat memiliki perbedaan yang signifikan dari warna panas. Warna-warna hangat, seperti merah-oranye, oranye, dan kuning-oranye, selalu memiliki campuran merah dan kuning dalam komposisinya dan melibatkan bagian yang lebih besar dari spektrum emosional. Warna-warna hangat memberikan rasa kenyamanan, spontanitas, dan sambutan. Seperti matahari terbenam di Arizona,

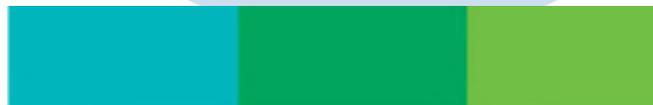
kehangatan dari warna-warna ini merambat ke luar dan melingkupi segala sesuatu yang berada dalam jangkauan.



Gambar 2.27 Kategori Warna Hangat

#### 2.3.4 *Cool*

Warna dingin didasarkan pada biru. Mereka berbeda dari warna dingin karena ada penambahan warna kuning dalam komposisinya, yang menghasilkan kuning-hijau, hijau, dan biru-hijau. Warna dingin, seperti biru turquoise dan hijau subur, terlihat di alam. Seperti pertumbuhan musim semi, warna-warna ini membuat kita merasa segar. Memberikan rasa ketenangan dan kedamaian, nuansa-nuansa ini memberikan sensasi kedalaman dan kenyamanan. Warna dingin seperti berenang di dalam kolam yang menyegarkan tropis.



Gambar 2.28 Kategori Warna Sejuk

#### 2.3.5 *Light*

Warna-warna terang adalah pastel paling pucat, mendapatkan kecerahan dari kurangnya warna terlihat dalam komposisi mereka dan hampir transparan. Saat kecerahan meningkat, perbedaan antara berbagai nuansa semakin berkurang. Warna-warna terang membuka suasana sekitarnya dan mengindikasikan kelegaan, ketenangan, dan cairan. Seperti tirai tipis di jendela, mereka mengirim pesan relaksasi.



Gambar 2.29 Kategori Warna Terang

### 2.3.6 *Dark*

Warna gelap adalah nuansa yang mengandung unsur hitam dalam komposisinya. Mereka menyempitkan ruang dan memberikan kesan kecil. Warna gelap memiliki efek yang terkonsentrasi dan serius. Dalam konteks musiman, mereka memberikan gambaran tentang musim gugur dan musim dingin. Menggabungkan warna-warna terang dan gelap merupakan cara umum dan dramatis untuk menggambarkan keberlawanan dalam alam, seperti malam dan siang.



Gambar 2.30 Kategori Warna Gelap

### 2.3.7 *Pale*

Warna-warna pucat adalah pastel yang paling lembut, mengandung setidaknya enam puluh lima persen warna putih dalam komposisinya, dan memiliki nuansa yang berkurang yang sering disebut sebagai lembut atau romantis. Warna-warna pucat, seperti warna ivory, biru muda, dan merah muda, menunjukkan kelembutan. Mereka dapat terlihat pada awan dalam cahaya lembut di pagi hari, atau pada warna lavender pada pagi yang berkabut. Karena mereka memberikan kesan menenangkan, nuansa pucat sering digunakan dalam ruang interior.



Gambar 2.31 Kategori Warna Pucat

## 2.4 **Tato**

Tato memiliki istilah yang seragam di seluruh dunia. Beberapa contohnya melibatkan kata-kata seperti *tatoage*, *tatouage*, *tatowvier*, *tatiaggio*, *tatuar*, *tatuaje*, *tatoos*, *tattueringar*, *tatuagens*, *tatoveringer*, *tattoos*, dan *tatu*.

Tato merupakan bagian dari seni *body painting*, adalah hasil dari kegiatan menggambar pada kulit dengan menggunakan alat seperti jarum atau benda tajam

yang terbuat dari berbagai material. Gambar tersebut dihias dengan pigmen berwarna untuk menciptakan seni yang unik di tubuh (Olong, 2014, hlm. 83).

#### **2.4.1 Sejarah**

Sejarah tato terus berkembang seiring berjalannya waktu, mencerminkan perubahan sosial, budaya, dan teknologi di masyarakat manusia. Meskipun telah mengalami perubahan yang signifikan, praktik tato tetap menjadi bagian penting dari keberagaman budaya dan ekspresi individu di seluruh dunia (Krakow, 1994)

Dikatakan bahwa kata "tato" berasal dari bahasa Tahiti, yaitu "tattau," yang memiliki arti "menandai." Ini merujuk pada praktik menandai tubuh dengan menggunakan alat berburu tajam untuk menyuntikkan pewarna di bawah kulit. Anne Nicholas, dalam "The Art of the New Zealand," menguraikan bahwa kata "tato" yang berasal dari "tattau" ini diperkenalkan oleh Joseph Banks pada tahun 1769, ketika ia pertama kali singgah di Tahiti.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA