

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain

Hughes (2019) mendefinisikan desain grafis dibuat dan dinilai berdasarkan serangkaian elemen yang diakui dan prinsip desain. Konsep-konsep ini memberikan terminologi untuk digunakan kapan mendiskusikan suatu gambar, serta langkah-langkah penilaian yang digunakan saat menganalisis atau membandingkan gambar. Unsur-unsur desain membentuk suatu gambar, dan prinsip-prinsipnya desain menggambarkan bagaimana elemen-elemen ini digunakan. Penerapan prinsip desain menentukan keberhasilan suatu desain secara keseluruhan.

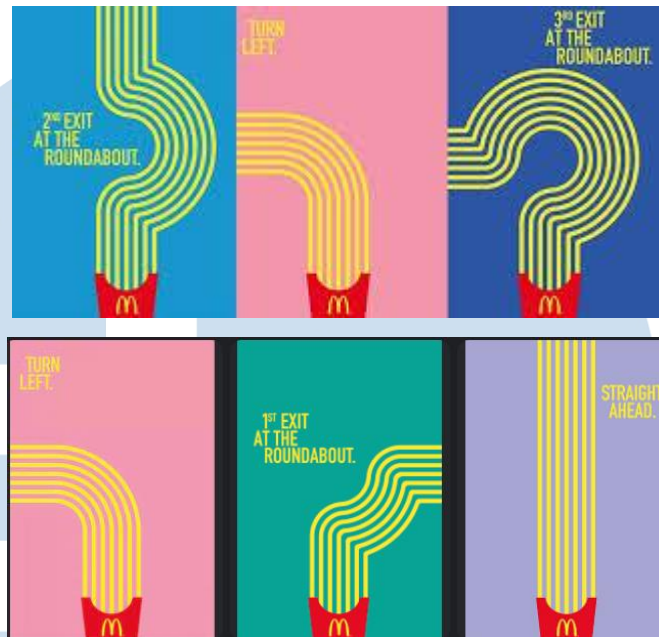
Menurut Hughes (2019), desain grafis dibuat untuk menciptakan gambar yang memberi informasi, menanyakan, membujuk, atau sekadar menghibur. Desain grafis mengandung elemen-elemen yang digunakan untuk menyajikan informasi.

2.1.1 Elemen Desain

Elemen desain dibutuhkan untuk menghasilkan desain yang dapat menghasilkan konsep atau suatu gambar yang mampu menyampaikan informasi. Elemen desain seperti:

2.1.1.1 Garis

Hughes (2019) menjelaskan bahwa garis memiliki berbagai makna dan dapat mengkomunikasikan makna tersebut ke audiens. Garis horizontal dapat mempresentasikan berbagai hal seperti ular, jalan raya, dan pembagi diantara bagian-bagian di sebuah dokumen. Garis memiliki banyak makna yang berpotensi.

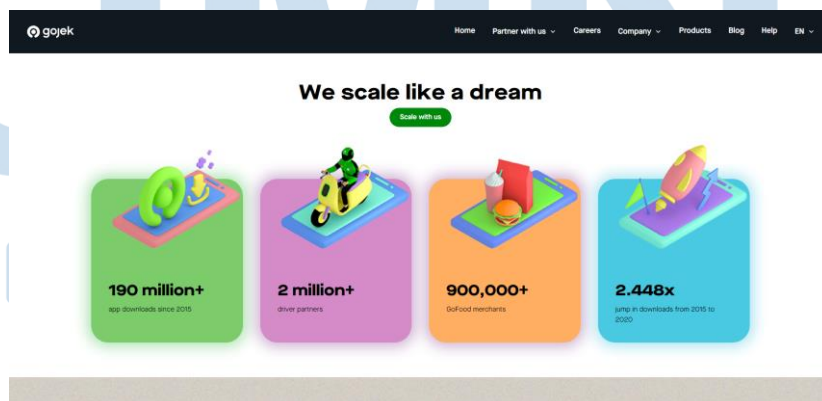


Gambar 2.1 Jenis Garis

Sumber: <https://campaignsoftheworld.com/print/mcdonalds-directional-campaign/> (2019)

2.1.1.2 Shape

Hughes (2019) menjelaskan *shape* atau bentuk adalah area tertentu yang telah terdefinisi dari geometris. Terdapat beberapa bentuk yang terbentuk dari gabungan garis. Terdapat tiga bentuk dasar yaitu lingkaran, segitiga, dan persegi lalu bentuk dasar tersebut dapat membentuk ruang apabila diberi volume.



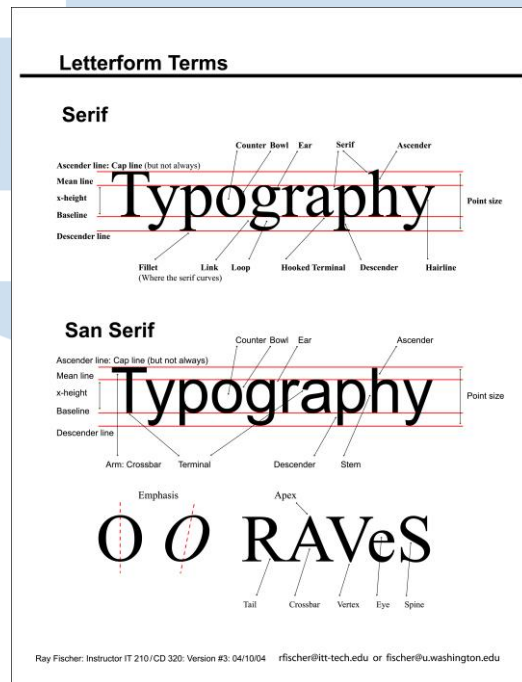
Gambar 2.2 Jenis Shape
Sumber: Webite Gojek (2023)

2.1.2 Tipografi

Hughes (2019) mengatakan tulisan adalah kunci dari elemen desain seimbang dengan pentingnya grafis. Tipografi menjadi faktor yang berkontribusi untuk *tone* dan mood dari gambar dan secara integral menentukan kesuksesan atau kegagalan dari keseluruhan desain. Dalam terminologi tipografi terdiri dari:

1. Letterform

Ketentuan yang digunakan untuk merujuk ke bentuk tulisan.



Gambar 2.3 Letterform

Sumber: <https://thegoodpage.net/2015/01/27/letterform-basics/> (2021)

2. Typeface

Desain bentuk huruf tertentu dari suatu alfabet termasuk alfabetnya karakter dan simbol. Setiap jenis huruf dikenal dengan namanya seperti Arial, Cambria dan Times New Roman.



Gambar 2.4 Typeface

Sumber: <https://thegoodpage.net/2015/01/27/letterform-basics/> (2015)

3. Font

Sebuah set karakter komplet di dalam *typeface* dengan satu ukuran dan gaya tertentu. Termasuk *uppercase*, *lowercase*, nomor, punctuation, tanda, dan spesial karakter yang terkandung di *typeface*.



Gambar 2.5 Font

Sumber: <https://www.fonts.com/font/linotype/neue-helvetica/licenses> (2019)

4. Type Family

Koleksi dari semua ukuran dan gaya dari typeface. *Type Family* bisa mengandung berbagai variasi tetapi untuk menciptakan visual yang kuat dan berkelanjutan hadir karena variasi berasal dari karakteristik desain yang umum.



Gambar 2.6 *Type Family*

Sumber: <https://thegoodpage.net/2015/01/27/letterform-basics/> (2021)

2.1.3 Warna

Hughes (2019) mengatakan warna memiliki kemampuan untuk memberikan informasi dan berkomunikasi melalui bahasa warna. Penggunaan warna harus seimbang karena setiap warna memiliki arti dan kemampuan yang dapat memberi pengaruh emosi dan mood.

2.1.3.1 *Prime Color*

Hughes (2019) mengatakan warna yang terdiri dalam *color wheel* dibagi menjadi 3 kelompok atau level warna salah satunya warna primer yang terdiri dari warna merah, kuning. Lalu dari warna primer tersebut dicampur sehingga menghasilkan warna sekunder yaitu warna oranye, hijau, dan violet. Lalu ketika warna primer dan warna sekunder dicampur maka menghasilkan warna tersier yang terdiri dari warna merah-oranye, kuning-oranye, biru-hijau, biru-violet, merah-violet.



Gambar 2.7 Prime Color
 Sumber: <https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/projects/404/e7c88965878139.Y3JvcCw5MTksNzE5LDA5MTg.jp> (2019)

2.1.3.2 Elemen Warna

Hughes (2019) mengatakan untuk ada beberapa elemen warna seperti berikut.

1. Hue

Nama dari warna atau “warna” memiliki arti yang sama dengan *Hue*. *Hue* merujuk ke salah satu dari 12 warna di *color wheel*.

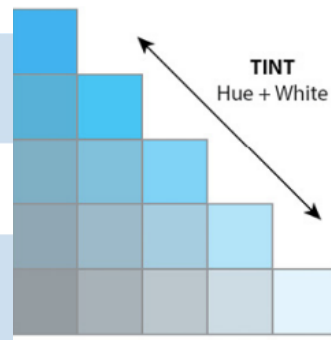


Gambar 2.8 Hue
 Sumber: Hughes (2019)

2. Tint

Tint adalah sebutan untuk warna dari *hue* yang diringankan dengan warna putih.

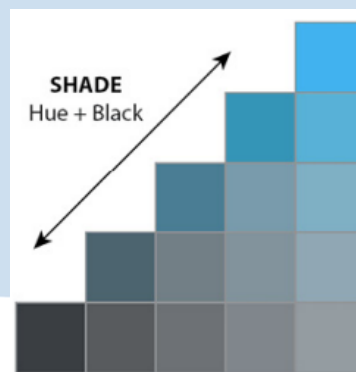
UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Gambar 2.9 *Tint*
Sumber: Hughes (2019)

3. *Shade*

Shade adalah sebutan untuk warna dari *hue* yang digelapkan dengan warna hitam.



Gambar 2.10 *Shade*
Sumber: Hughes (2019)

4. *Value*

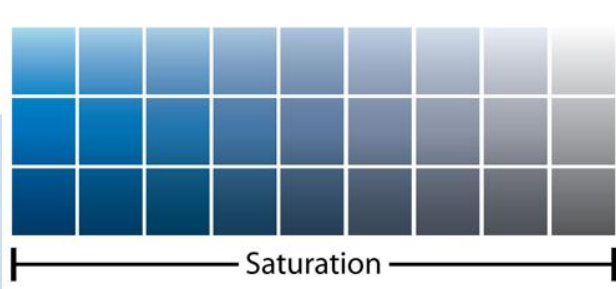
Value adalah sinonim dari kecerahan. *Value* merujuk kepada keringanan dan kegelapan dari warna.



Gambar 2.11 *Value*
Sumber: Hughes (2019)

5. *Saturation*

Setiap *hue* primer, sekunder dan tersier termasuk level penuh *Saturation*. *Saturation* merujuk ke intensitas atau kemurnian dari warna.



Gambar 2.12 *Saturation*
Sumber: Hughes (2019)

2.1.3.3 Simbol Warna

Kilala (2013) mengatakan arti dan simbol yang dikaitkan dengan warna dipengaruhi dari kultur dan kelompok masyarakat. Berikut arti umum yang dikaitkan dengan warna di kultur barat:

1. Merah

Merah merupakan warna yang dapat mengomunikasikan berbagai arti tergantung dengan konteksnya. Karena api dikaitkan dengan merah, maka dapat merepresentasikan kehangatan atau bahaya. Merah juga merupakan warna darah sehingga dinilai energetik, dan kekerasan.



Gambar 2.13 Merah

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/69142661/Social-Media-Addiction-Campaign> (2018)

2. Biru

Warna dari langit dan laut, biru selalu dikomunikasikan sebagai kedamaian dan kebersihan. Berbanding terbalik dengan warna merah yang energetik dan hangat, warna biru dilihat lebih menenangkan dan dingin. Biru bisa mempresentasikan depresi dan kesedihan. Tetapi untuk warna biru gelap lebih disukai oleh korporasi karena

dalam *branding* memiliki arti aman, terpercaya, dan stabil.



Gambar 2.14 Biru

Sumber:

<https://i.pinimg.com/564x/69/3c/9a/693c9a1716ee37ffd4490d9d141b7399.jpg> (2018)

3. Violet

Secara tradisional dikaitkan dengan kerajaan. Violet memiliki simbol yang menjelaskan makna kekuatan, rumit, dan kemewahan. Violet dengan *shade* gelap digunakan dalam *branding* untuk menunjukkan kemewahan tetapi violet dengan *shade* terang menunjukkan kekanak-kanakan.

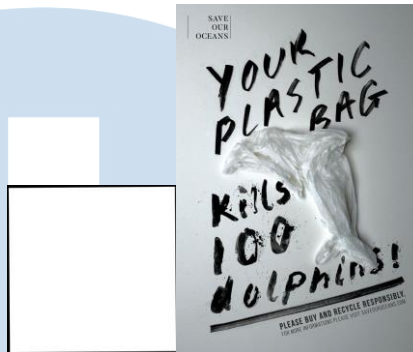


Gambar 2.15 Violet

Sumber: <https://www.deviantart.com/omarhamdy/art/Indomie-Press-ad-375859403.jpg> (2013)

4. Putih

Warna dari salju dan cahaya, putih selalu direpresentasikan sebagai kemurnian dan kesucian atau kebaikan.

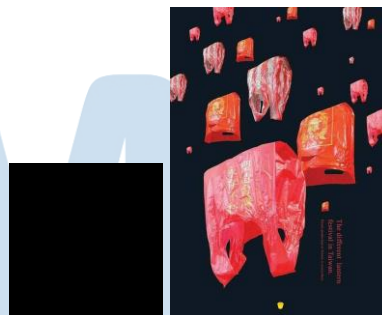


Gambar 2.16 Putih
Sumber:

<https://i.pinimg.com/564x/ac/d7/aa/acd7aad97b4a1d19979122c313cc71a8.jpg> (2020)

5. Hitam

Seperti merah, hitam memiliki berbagai arti dan makna. Hitam juga bisa melambangkan kekuatan, kecanggihan, dan eksklusif. Hitam juga bisa melambangkan kemarian dan misteri. Dalam branding hitam digunakan secara luas untuk menetralkan atau menonjolkan warna yang berlawanan dengan hitam.



Gambar 2.17 Hitam
Sumber:

<https://i.pinimg.com/originals/47/ac/29/47ac29eb16bd449156104191cca8b4b8.jpg> (2018)

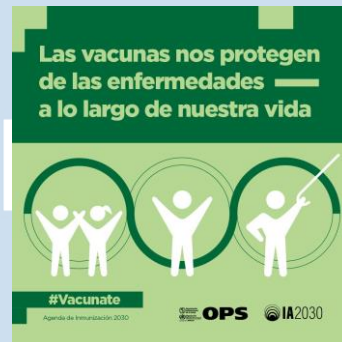
2.1.3.4 Color Schemes

Hughes (2019) mengatakan spektrum warna yang dapat dilihat mengandung jutaan warna. Menggunakan palet warna klasik berdasarkan *color wheel* untuk menciptakan keseimbangan dan

keindahan harmoni warna atau kontras tinggi. *Color schemes* terdiri dari dua atau lebih dengan hubungan yang tetap pada *color wheel*.

1. *Monochromatic*

Hanya bergantung kepada warna hitam, putih, dan *shade* dari warna abu



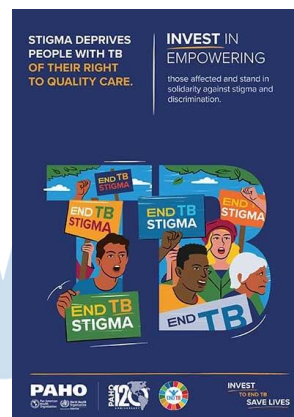
Gambar 2.18 *Monochromatic*

Sumber:

https://www.paho.org/sites/default/files/styles/document_thumb/public/2021-05/ia2030-sm04-es.jpg?itok=Ocu-VcnX (2021)

2. *Analogous*

Warna analogous serba guna dan mudah digunakan karena skema warna ini bergantung kepada pada *hue* yang bersebelah-belahan di *color wheel*.



Gambar 2.19 *Analogous*

Sumber:

https://www.paho.org/sites/default/files/styles/document_thumb/public/2022-cde-tuberculosis-day-poster-en-4-400x_0.jpg?itok=Pb3vWq-V (2022)

3. *Complementary*

Skema warna dengan kontras dan intensitas yang tinggi yang mungkin akan sulit digunakan dengan cara yang

seharmoni atau seimbang. *Complementary* menggunakan warna lawan atau seberang di *color wheel*.



Gambar 2.20 *Complementary*

Sumber:

https://www.paho.org/sites/default/files/styles/document_thumb/public/2021-05/ia2030-sm01-en.jpg?itok=qyp2hkLP (2021)

4. *Split Complementary*

Skema warna ini merupakan variasi warna dari *complementary*. Selain warna utama warna ini menggunakan dua warna yang bersebelahan dengan warna utama *complement*. Skema ini memiliki visual yang kontras daripada kombinasi *complementary*.



Gambar 2.21 *Split-Complementary*

Sumber:

https://www.paho.org/sites/default/files/styles/document_thumb/public/2023-10/2023-paho-cde-mda-poster-illustration-cmyk-eng-th.jpg?itok=EpAAv_5N (2023)

5. *Triadic*

Skema warna ini menggunakan tiga warna dengan jarak yang di *color wheel*. Skema warna ini sebagai menunjukkan 3 warna dari primer, sekunder, dan tersier.



Gambar 2.22 Triadic

Sumber:

https://www.paho.org/sites/default/files/styles/document_thumb/public/pdfpreview/80381-paho-2021-calendar-en.png?itok=rCFHnwiW (2021)

6. *Tetradic*

Skema warna ini menggunakan empat warna yang diatur menjadi dua pasangan *complementary* sehingga empat *hue* tidak ditaruh sejajar di sekitar *color wheel*. *Tetradic* terlihat bagus apabila satu warna adalah warna dominan.



Gambar 2.23 *Tetradic*

Sumber: <https://www.paho.org/en/documents/posters-print-collection-world-hand-hygiene-day-2023> (2023)

2.1.4 *Grid*

Hughes (2019) menjelaskan bahwa *grid* merupakan struktur yang membagi halaman menjadi beberapa kolom atau modul. Struktur tersebut menegaskan konsistensi dan kemampuan untuk menghasilkan *layout* dalam keseluruhan proyek yang mempermudah desainer untuk menentukan susunan konten dalam halaman viewer untuk memahami letak konten yang akan disajikan. Desainer dapat menentukan susunan konten dalam halaman.

2.1.4.1 *Jenis Grid*

Hughes (2019) mengatakan terdapat beberapa *grid* yang dapat mempermudah desainer dalam peletakan konten seperti berikut.

1. *Grid* Satu Kolom

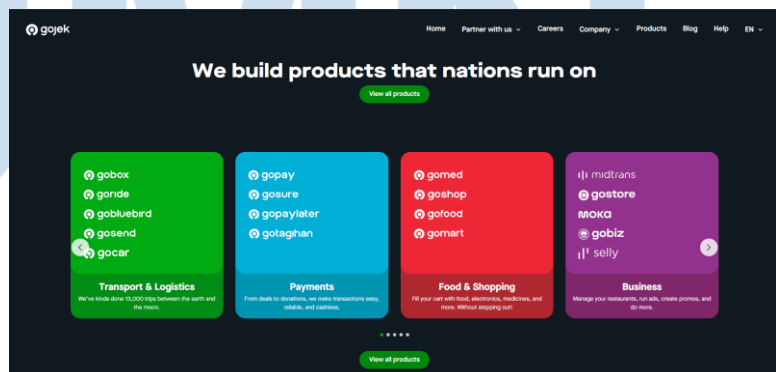
Grid satu kolom merupakan *grid* dengan stuktur yang paling sederhana. Pada dasarnya adalah area persegi panjang kemudian menempati sebagian besar format area di dalamnya.



Gambar 2. 24 *Grid* Satu Kolom
Sumber: Website Youtube (2024)

2. *Grid* Multi Kolom

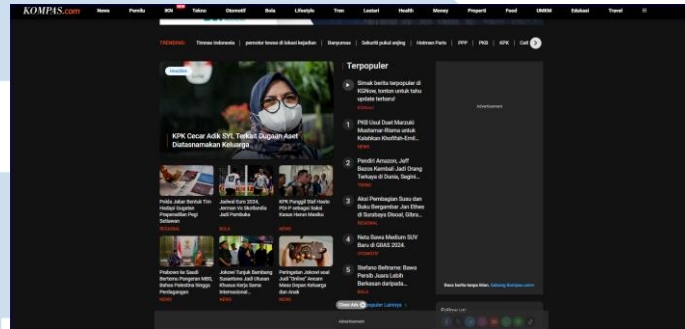
Grid multi kolom tersusun dari multi kolom dengan jumlah kolom bergantung kepada konten atau dimensi yang akan digunakan.



Gambar 2.25 *Grid* Multi Kolom
Sumber: Wensite Gojek (2023)

3. *Grid* Modular

Grid modular terdiri dari beberapa garis dan kolom yang membentuk balok persegi untuk membagi halaman menjadi beberapa modul.



Gambar 2.26 *Grid* Modular
Sumber: Website Kompas.com (2019)

2.2 Kampanye

Menurut Venus (2018), kampanye adalah upaya yang disusun secara terencana untuk menyampaikan suatu gagasan atau pesan kepada massa. Berbeda dengan propaganda yang seringkali memiliki konotasi negatif, kampanye cenderung memiliki dasar akademis yang jelas. Dalam pelaksanaannya, berbagai teknik dan teori persuasi yang digunakan telah melalui pengujian.

2.2.1 Jenis Kampanye

Berdasarkan penelitian Venus (2018), kampanye dilakukan dalam berbagai topik dan situasi yang berbeda, sehingga tujuan dan fungsi setiap kampanye dapat bervariasi. Namun, tujuan utama dari setiap kampanye adalah untuk mengubah gagasan atau opini, atau untuk meningkatkan pengetahuan. Upaya untuk mengubah ini biasanya terkait dengan kesadaran, perilaku, dan tindakan, yang saling terkait dan perlu dicapai secara bertahap.

Venus (2018) mengidentifikasi tiga jenis kampanye berdasarkan motif pelaksanaannya:

1. Kampanye Berorientasi Produk (Product-oriented campaign)

Jenis kampanye ini dilakukan terutama dalam ranah bisnis dengan tujuan memperoleh keuntungan finansial, biasanya melalui promosi produk.

2. Kampanye Berorientasi Kandidat (Candidate-oriented campaign)

Jenis kampanye ini berfokus pada kandidat dan sering digunakan dalam konteks politik, seperti dalam pemilihan calon ketua BEM di universitas.

3. Kampanye Berorientasi Ideologis atau Kausa (Ideologically or cause oriented campaign)

Pada jenis kampanye ini bertujuan untuk menangani fenomena sosial melalui tindakan, perilaku, atau sikap dari target kampanye.

2.2.2 Strategi Kampanye

Menurut Meilyana (2018), sebelumnya, model komunikasi yang umum digunakan dan dikenal yaitu model AIDA, AIDCA, atau AIDMA. Namun, AISAS adalah model pertama yang diperkenalkan oleh Dentsu pada tahun 2005 setelah adanya perubahan pola konsumsi dan komunikasi pasar akibat internet. Dentsu sendiri menggunakan model ini dalam berbagai kampanye yang mereka lakukan.

Venus (2018) juga memperkenalkan model komunikasi AISAS, yang merupakan pendekatan yang dikembangkan oleh Dentsu pada tahun 2005. Strategi ini menekankan bahwa tidak semua tahapan harus diikuti secara linier, dan setiap tahapan dapat disesuaikan dengan kebutuhan kampanye.

Pada tahap *Attention* menyebarkan iklan untuk menarik perhatian audiens. Setelah itu, audiens mulai tertarik pada iklan tersebut. Ketertarikan ini mendorong audiens untuk mencari informasi lebih lanjut melalui internet atau ulasan dari orang lain atau yang disebut *Interest*. Informasi yang didapat pada tahap *search* mempengaruhi audiens untuk membeli atau menggunakan produk, jasa, atau mengubah perilaku sehingga memasuki tahap *Action*. Kemudian pada tahap *Share* audiens menyebarkan informasi tersebut melalui mulut ke mulut atau ulasan online.

2.2.3 Pendekatan Kampanye

Istilah media yang berasal dari bahasa latin merupakan medium dari bentuk jamak dengan arti pengantar atau perantara (Suryani 2018).

1. *Demonstration*

Menunjukkan proses atau fungsi suatu hal secara rasional. Demonstrasi, sesuai dengan namanya, adalah teknik yang menggambarkan bagaimana suatu proses berlangsung dan berfungsi. Fokus utama teknik ini adalah memberikan penjelasan secara rasional daripada mengikuti keinginan audiens. Oleh karena itu, teknik ini sering digunakan untuk menyoroti manfaat fungsional dari suatu hal.

2. *Comparison*

Membandingkan suatu hal dengan hal lain untuk menunjukkan keunggulan. Dalam teknik ini, terjadi perbandingan antara dua hal, misalnya produk dengan produk lainnya. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan perbedaan di antara keduanya dan menyoroti keunggulan produk yang dipromosikan.

3. *Testimonial*

Menggunakan saksi atau testimoni, seringkali melalui selebriti, untuk meningkatkan kepercayaan. Teknik testimoni telah sering digunakan, terutama dengan melibatkan selebritas. Dengan menggunakan tokoh-tokoh terkenal yang dikenal oleh masyarakat, testimoni ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan audiens terhadap kampanye atau produk yang dipromosikan.

4. *Problem/Solution*

Teknik ini biasanya digunakan ketika seseorang atau kelompok telah melakukan percobaan untuk menyelesaikan masalah dan menemukan solusinya sebelumnya. Pendekatan ini bertujuan untuk menyoroti kemampuan produk atau kampanye dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh audiens.

5. *Slice of Life*

Dalam teknik ini, kampanye atau iklan menggambarkan situasi kehidupan sehari-hari yang bisa terkait dengan pengalaman audiens secara umum. Masalah-masalah kecil dalam kehidupan sehari-hari sering kali disajikan dengan dramatisasi untuk menarik perhatian dengan menggambarkan situasi hidup sehari-hari yang dapat terkait dengan audiens.

2.2.4 Taktik Pesan

Istilah media yang berasal dari bahasa latin merupakan medium dari bentuk jamak dengan arti pengantar atau perantara (Suryani 2018).

Demonstration

1. *Lecture*

Pendekatan *lecture* menyampaikan produk atau jasa melalui presentasi yang mencakup pemberian, penawaran, deskripsi, atau deklarasi informasi. Taktik ini bisa disebut sebagai penjualan langsung dan memiliki potensi untuk menyampaikan pesan secara efektif tergantung pada cara penyampaiannya. Namun, metode ini dapat membuat audiens lebih waspada karena mereka menyadari adanya pesan iklan yang ditargetkan kepada mereka.

2. Drama

Pendekatan drama menyampaikan pesan kampanye secara emosional dan melibatkan konflik yang disajikan melalui gerakan dan dialog, baik dalam format media statis maupun dinamis. Penyampaian dengan taktik drama dapat menghindari audiens dari menyadari pesan secara langsung.

3. *Participation*

Pada taktik *participation*, audiens dilibatkan secara aktif dalam penyampaian pesan. Partisipasi aktif dari audiens membuat pesan lebih mudah diingat dan menarik, serta dapat menciptakan ketertarikan pribadi terhadap kampanye tersebut. Memahami

minat audiens membantu dalam merancang konten kampanye yang lebih relevan dan efektif.

2.3 Media Interaktif

2.3.1 Media Interaktif

Istilah media yang berasal dari bahasa latin merupakan medium dari bentuk jamak dengan arti pengantar atau perantara (Suryani 2018). Daryanto (2010) menjelaskan bahwa media dibagi menjadi dua yaitu multimedia interaktif dan multimedia linear. media linier merupakan media tanpa alat yang dapat digunakan oleh pengguna untuk mengontrol seperti TV. Sedangkan Media Interaktif merupakan media yang penggunaannya dapat mengontrol menggunakan alat pengontrol dan pengguna dapat menentukan, memilih atau memutuskan proses berjalannya media tersebut.

Menurut Griffey (2020) Media digital interaktif berbeda dengan bentuk media lainnya karena ini adalah pengalaman non-linear. Berbeda dengan video, audio dan teks yang biasanya memiliki awal, tengah, dan akhir yang berbeda, dan pengguna merasakan media secara berurutan. Media Digital Interaktif memiliki *user interaction* yang berbeda dengan media linear sehingga *user* dapat menentukan urutan arahnya sendiri dan *user* mengalami *experience* yang berbeda-beda.

2.2.2.1 Aplikasi Mobile

Griffey (2020) mengatakan, setelah munculnya *handphone* atau gawai, lalu lahirlah *mobile application* atau aplikasi mobile sebagai salah satu bentuk dari media interaktif digital. Perbedaan aplikasi mobile dengan aplikasi desktop dapat dilihat dari perbedaan rancangan tujuan desain awal mereka menyesuaikan dengan perangkat yang akan digunakan seperti pada tablet, jam tangan, atau *handphone*.



Gambar 2. 27 Aplikasi Mobile

Sumber: <https://learn.g2.com/types-of-mobile-apps> (2019)

2.2.2.2 Website

Menurut Griffey (2020), *website* merupakan kombinasi dari link di bawah nama domain yang ditampilkan di pencarian web yang dapat diakses menggunakan koneksi internet. *Website* semakin berevolusi secara signifikan menyesuaikan dengan berbagai perangkat untuk mengakses *website* tersebut. Sehingga saat ini kebanyakan *layout* dan isi konten *website* didesain agar responsif dan mampu beradaptasi dengan perangkat yang akan digunakan.



Gambar 2. 28 Perkembangan Website

Sumber: Griffey(2020)

2.2.2.3 Video game

Griffey (2020) berpendapat *video game* adalah permainan yang dimainkan di komputer, aplikasi mobile, atau konsol khusus. *User* berinteraksi dengan sistem menggunakan controller fisik, sensor

atau menyentuh layar secara langsung. Saat ini *video game* tersedia di berbagai perangkat seperti komputer, browser web, tablet, dan smarphone atau bahkan di jam tangan.



Gambar 2. 29 Video game

Sumber: <https://www.thetechwire.com/how-to-play-nintendo-switch-games-on-pc/> (2022)

2.4 *User Interface dan User Experience*

Cuello & Vittone (2013) mengatakan semua sistem operasi mengusulkan cara yang berbeda berinteraksi dengan elemen dalam layar. Mengenal perbedaan antara mereka dan memahami cara terbaik memanfaatkan elemen paling familiar bagi pengguna memastikan bahwa mereka akan merasakannya nyaman dan percaya diri menggunakan aplikasi.

2.4.1 *User Experience*

Cuello & Vittone (2013) berpendapat bahwa *user experience* merupakan identitas dari setiap OS atau *operating system* yang direfleksikan melalui penampilan dan *behavior*. Terlalu banyak elemen dapat membuat pengguna kebingungan, jadi apa pun yang muncul di layar harus memiliki konteks dan tujuan tertentu. (Cuello & Vittone, 2013).

2.3.1.1 Principles

Terdapat beberapa prinsip untuk membantu membuat visual yang menarik dan mudah diakses oleh *user* juga dapat membantu untuk menjadi panduan agar mendesain menjadi lebih mudah. Berikut prinsip *user experience* (Cuello & Vittone, 2013).

1. *Simplicity*

Cuello & Vittone (2013) menjelaskan kesederhanaan visual berhubungan langsung dengan *usability*. Ini menyiratkan sejumlah minimalis dan menuntut elemen tersebut hadir di antarmuka memiliki fungsi yang terdefinisi dengan baik yang berkontribusi terhadap tujuan aplikasi dan benar-benar berguna bagi *user*. *Smartphone* bukanlah perangkat yang ideal untuk menampilkan banyak informasi di layar. Sehingga *simplicity* juga berarti pengelolaan visual dan menggunakan kriteria yang masuk akal untuk menentukan apa yang harus disertakan dalam desain karena terlalu banyak elemen.

2. *Consistency*

Consistency adalah menghormati pengetahuan *user* dan kebiasaan tidak hanya di dalam aplikasi, tetapi juga dalam hubungannya dengan OSnya. Hal ini mendukung penggunaan aplikasi secara intuitif dan memungkinkan pengguna untuk meramalkan perilaku tanpa banyak usaha. Hubungan yang ada antara visual dan *behavior* juga harus konsisten. Aspek visual dari elemen interaktif salah satunya *button* dengan *ikon*, dapat mengarahkan pengguna untuk mengharapkan perilaku tertentu berdasarkan tampilannya seperti *button* yang digunakan untuk tindakan hapus di sistem operasi, pengguna akan mengharapkan efek yang sama di dalam aplikasi.

Memenuhi harapan itu berarti memiliki konsistensi.

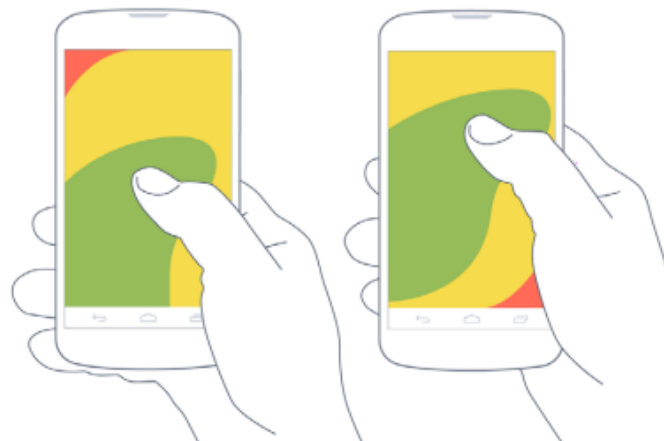
3. *Intuitive Navigation*

Desain aplikasi perangkat *smartphone* harus mempertimbangkan cara pengguna memegang ponselnya. Begitu pula dengan jari yang mana berinteraksi dan bagaimana mereka digunakan dalam

merancang *interface* dan mengkondisikan lokasi elemen interaktif.

4. *Pattern of interaction*

Pola interaksi adalah solusi yang teruji yang menjawab masalah desain umum sebagai panduan untuk membantu mempercepat dan menyederhanakan ketika mendesain dalam sebuah *Interface*. Menggunakan *pattern of interaction* juga memastikan bahwa pengguna akan menemukan elemen yang familier pada *interface*, membuat mereka merasa lebih nyaman dan percaya diri saat menggunakan aplikasi.



Gambar 2.30 *Pattern of interaction*
Sumber: Cuello & Vittone (2013)

Dalam *Pattern of interaction* terdapat beberapa pattern, yaitu *navigation*, *tabs*, *list*, *image gallery*, *drawer menu*, *button back*, *actions*, *shortcuts*, *action overblow*, *panorama navigation*, *sharing*, *search*, *dialogue boxes*, *in-app notification*, *gesture*, *data input*, dan *list edit*.



Gambar 2.31 *List Editing dan Dialogue Box*
 Sumber: Cuello & Vittone (2013)

2.4.2 *User Interface*

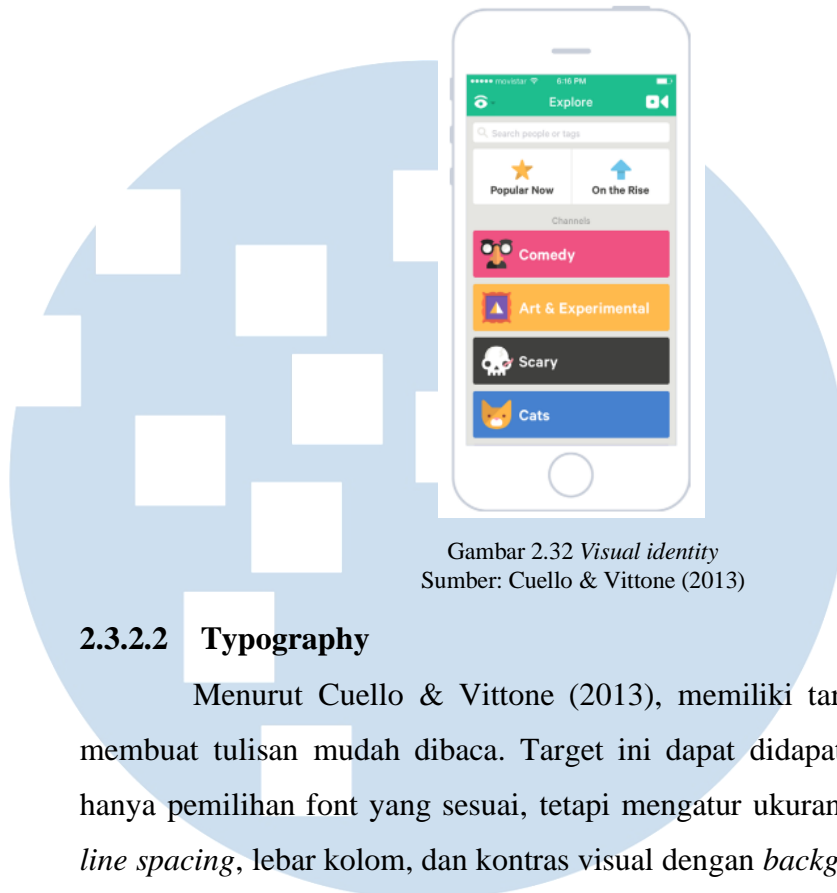
Cuello & Vittone (2013) mendefinisikan *user interface* sebagai penentu bagaimana aplikasi komputer ditampilkan kepada penggunanya. Untuk mengerti *User Interface* kita harus mempelajari hubungan penggunaan antara manusia dan aplikasi komputer.

User Interface seperti pakaian yang dikenakan seseorang di jalanan, sebagai lapisan yang memisahkan pengguna dari fungsional inti aplikasi menjadi tempat lahirnya interaksi. Lebih jauh lagi, ini terdiri dari tombol, grafik, ikon dan background.

2.3.2.1 *Visual identity*

Menurut Cuello & Vittone (2013), Aplikasi adalah alat komunikasi dan bagian dari suatu sistem dan memiliki peluang untuk memperluas perusahaan atau identitas suatu produk. Melalui layar aplikasi yang berbeda, warna, font, dan *background* memiliki peran sebagai elemen yang mencerminkan identitas.

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 2.32 *Visual identity*
 Sumber: Cuello & Vittone (2013)

2.3.2.2 **Typography**

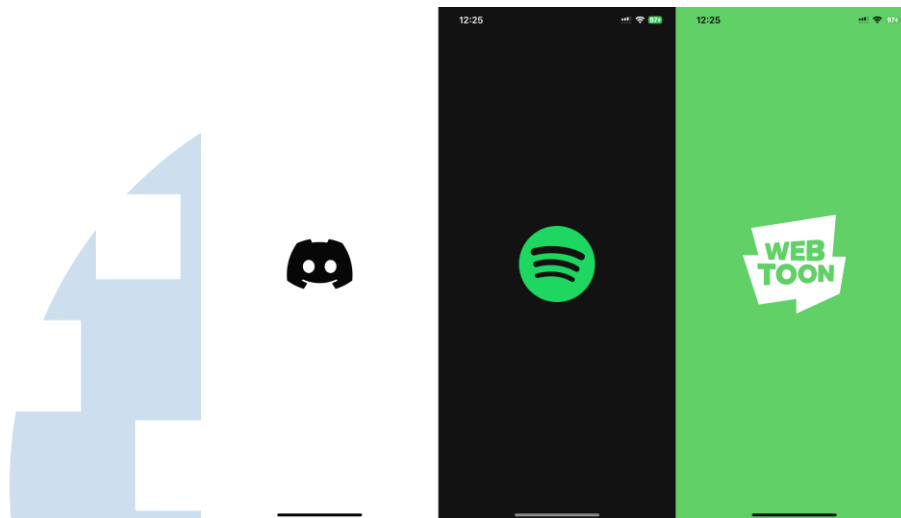
Menurut Cuello & Vittone (2013), memiliki target untuk membuat tulisan mudah dibaca. Target ini dapat didapatkan tidak hanya pemilihan font yang sesuai, tetapi mengatur ukuran, resolusi, *line spacing*, lebar kolom, dan kontras visual dengan *background*.



Gambar 2.33 *Typography Size*
 Sumber: Cuello & Vittone (2013)

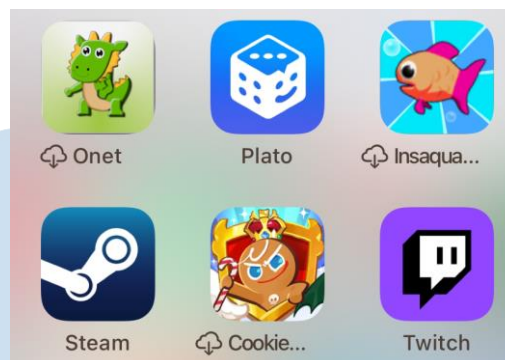
2.3.2.3 **Icon dan Launch Image**

Cuello & Vittone (2013) mendefinisikan icon dan *launch image* atau yang biasa dikenal dengan *splash screen* sebagai impresi atau kesan pertama yang akan diingat karena dapat dilihat bahkan sebelum membuka aplikasinya.



Gambar 2.34 Splash Screen

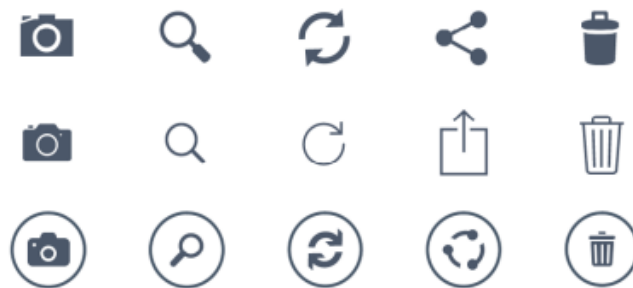
Icon memiliki 2 jenis yaitu *launch icon* dan *Interior icon*. *Launch icon* merepresentasikan aplikasi tersebut dan menjadi salah satu elemen *sales* karena di *app store* ataupun setelah aplikasi berhasil diunduh, *icon* akan sejajar dengan aplikasi lain. Oleh karena itu penggunaan *launch icon* harus berbeda dan merepresentasi aplikasi tersebut.



Gambar 2.35 Launch Icon

Interior icon adalah *icon* yang akan dilihat apabila sudah *user* sudah berada di dalam aplikasi dengan peran yang fungsional dan menonjol. Terdapat tiga skenario yaitu sebagai pemandu visual untuk memperkuat informasi, melengkapi elemen interaktif seperti di dalam

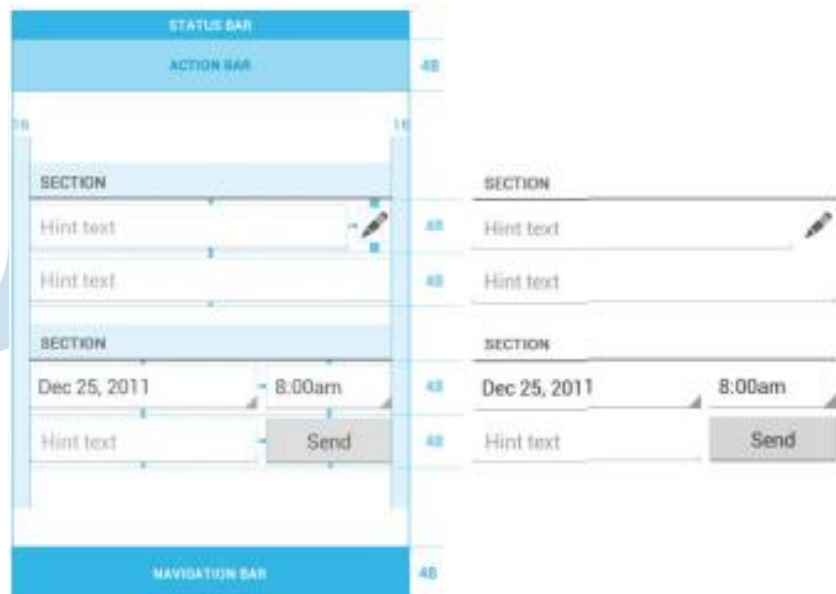
button atau *tab*, menghemat ruang karena tidak perlu menggunakan tulisan yang terlalu panjang dan sulit dipahami.



Gambar 2.36 *Interior Icon*
Sumber: Cuello & Vittone (2013)

2.3.2.4 *Grid*

Cuello & Vittone (2013) berpendapat bahwa *grid* adalah struktur tak terlihat yang menjadi sandaran seluruh elemen visual. Fungsinya adalah untuk memisahkan masing-masing komponen desain *Interface* ke dalam ruang yang rapi, mengatur area yang akan dikosongkan dan area yang akan memiliki bentuk. *grid* yang terdefinisi menjadi bantuan dengan menghasilkan keteraturan dan kesederhanaan, meningkatkan kegunaan aplikasi.



Gambar 2.37 *Mobile Grid*
Sumber: Cuello & Vittone (2013)

2.5 Bank Sampah

Menurut Slamet (2002) sisa yang dihasilkan dari kegiatan aktivitas sehari-hari manusia atau sisa proses alam yang berbentuk semi padat atau padat, berupa zat organik atau anorganik, dapat terurai atau tidak terurai dan sudah dianggap tidak ada kegunaannya lagi lalu dibuang ke lingkungan adalah sampah.

Lestari (2019) mengatakan bank sampah efektif untuk mengurangi pencemaran lingkungan karena sampah menjadi berharga sehingga masyarakat lebih peduli dengan sampah yang akan dibuang. Bank sampah merupakan kegiatan yang mampu menggerakkan atau mengajarkan masyarakat untuk bisa memilah sampah secara bijak dalam pengelolaannya dengan tujuan mengurangi sampah yang akan diangkut langsung ke tempat pembuangan akhir.

Kebijakan dan Strategi Nasional Pengelolaan Sampah (Jaktranas) dalam Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2017, menargetkan tahun 2025 harus berhasil mengurangi Sampah Rumah Tangga sebesar 30% dan penanganan sampah sebesar 70% dari angka timbunan Sampah Rumah Tangga. Kemenhut (2023) menyampaikan, mulai tahun 2030 diusahakan untuk tidak ada lagi pembangunan TPA dengan tujuan untuk mengurangi emisi gas rumah kaca yang dapat disebabkan dari polusi gas metana. Oleh karena itu, Semua pihak harus dilibatkan untuk memaksimalkan kegiatan pengurangan dan pengelolaan sampah

2.5.1 Jenis Bank Sampah

Bank sampah yang dikelola oleh pemerintah kabupaten atau kota disebut sebagai bank sampah induk selain itu memiliki bank sampah cabang atau disebut bank sampah unit tetapi jenis bank sampah induk tidak hanya dikelola oleh pemerintah, tetapi bank sampah induk yang dikelola oleh swasta pun juga ada (Auliani, 2018). Bank sampah yang dikelola oleh masyarakat di tingkat RW, sekolah, kantor, dan lain-lain disebut Bank sampah unit. Kedua jenis bank sampah tersebut memiliki perbedaan perbandingan omset karena bank sampah unit lebih kecil dibandingkan bank sampah induk. Tetapi bank sampah unit memiliki peran sebagai perpanjangan tangan untuk bank sampah induk karena mendekati sumber sampah.

2.5.2 Pengelolaan Sampah

Alex (2012) mengatakan pengelolaan sampah merupakan proses kegiatan meliputi pengumpulan, pengangkutan, pemrosesan, pendauran ulang, dan pembuangan untuk material sampah. Proses tersebut tidak bisa dipisahkan karena pengelolaan sampah tidak akan berjalan dengan baik dan tidak menghasilkan hasil yang baik sehingga proses pengelolaan sampah harus berkesinambungan.

Menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang pengelolaan sampah, pengelolaan sampah merupakan kegiatan sistematis menyeluruh dan berkesinambungan dengan meliputi pengurangan dan penanganan sampah dengan asas tanggung jawab, asas kesadaran, asas kebersamaan, asas keadilan, asas keamanan, asas keselamatan dan asas nilai ekonomi. Proses pengurangan dengan cara pembatasan timbulan sampah, pendaurulangan sampah, dan pemanfaatan kembali sampah. Proses penanganan sampah dilakukan sebagai berikut:

2.4.2.1 Penanganan Sampah

Sistem penanganan sampah sebagai berikut.

1. Pengumpulan sampah dari sumber sampah dengan cara pengambilan dan pemindahan sampah ke tempat penglahan sampah terpadu atau tempat penampungan sementara.
2. Pengangkutan sampah dari sumber sampah atau tempat pemrosesan akhir dengan cara membawa sampah menggunakan kendaraan.
3. Pengolahan sampah dengan tujuan mengubah bentuk komposisi, jumlah sampah, dan karakteristik. Komposisi sampah merupakan komponen sampah yang membentuk menjadi satu kesatuan persentase.

2.4.2.2 Pengelolaan Bank Sampah

Menurut Lestari (2019), pengelolaan dengan sistem bank sampah memiliki pengaruh besar dalam mengurangi jumlah timbunan sampah karena sampah yang sudah dipilah tidak berakhir di tempat pembuangan akhir. Berikut sistem pengelolaan bank sampah.

1. Pemilahan

Nasabah atau anggota memilah sampah sesuai dengan jenis organik dan anorganik yang dilakukan di rumah masing-masing kemudian akan disetorkan ke bank sampah.



Gambar 2.38 Kategori Pemilahan Sampah

Sumber: https://rm.id/files/community/perlunya-perbaikan-dalam-pendidikan-pengelolaan_2449c10c619930e0f977ce0d66eb2d0a.png?w=750 (2022)

2. Penyetoran

Sampah yang sudah terpilah dibawa menuju lokasi tempat pengumpulan sampah dan petugas pengelola menyiapkan alat kegiatan bank sampah berupa alat administrasi dan alat operasional seperti timbangan.

Dilakukan penjadwalan waktu nasabah melakukan setoran dan pengangkutan ke pengepul sampah untuk menghindari penumpukan sampah di lokasi bank sampah.



Gambar 2.39 Penyetoran Sampah ke Bank Sampah
 Sumber: <https://www.bhuanajaya.desa.id/bank-sampah-desa-solusi-berkelanjutan-untuk-pengelolaan-sampah/> (2023)

3. Penimbangan

Setelah nasabah sudah membawa sampah yang terpilah ke lokasi tempat pengumpulan sampah, petugas melakukan penimbangan sesuai dengan jenis sampah yang sudah dibawa tersebut. Untuk memudahkan petugas biasanya sudah ada kesepakatan berat minimal sampah yang disetorkan.



Gambar 2.40 Penimbangan Sampah di Bank Sampah

4. Pencatatan

Kemudian petugas mencatat berat dan jenis sampah yang telah disetorkan nasabah. Hitungan yang akan di-
 uangkan bergantung pada hasil timbangan kemudian dicatat dalam buku tabungan nasabah lalu uang yang ditabung bisa diambil setelah 3 bulan agar tabungan

yang sudah di-uangkan terkumpul relatif besar. Sistem ini menguntungkan masyarakat yang tinggal di perkotaan karena lebih menguntungkan dibanding mengeluarkan biaya untuk petugas kebersihan.



Gambar 2.41 Pencatatan

Sumber: <https://baliprawara.com/wp-content/uploads/2022/08/bank-sampah-5-850x560.jpg>

5. Pengangkutan

Bank sampah yang telah bekerja sama dengan pengepul sampah melakukan negosiasi harga dengan sampah yang telah melalui proses penimbangan dan pencatatan.



Gambar 2.42 Pengangkutan Sampah ke Pengepul Sampah

Sumber: <https://kepri.antaranews.com/berita/157377/dlh-kota-batam-buka-layanan-pengaduan-pengangkutan-sampah> (2023)

2.5.3 Jenis Sampah

Menurut Lestari (2019), di lingkungan kita terdapat banyak jenis-jenis sampah sebagai berikut.

1. Sampah Rumah Tangga

Sampah Rumah Tangga merupakan sampah yang berasal dari hasil aktivitas rumah tangga. Seperti sampah sisa pencucian, sampah sisa proses memasak dan sampah sisa makanan.



Gambar 2.43 Sampah Rumah Tangga

Sumber: https://akcdn.detik.net.id/visual/2020/06/12/ilustrasi-sampah-dapur_169.jpeg?w=650 (2020)

2. Sampah Industri

Sampah Industri merupakan sampah yang berasal dari hasil kegiatan produksi di bidang industri. Sampah Industri berupa sampah sisa produk seperti paku, besi, limbah cair, dan lain-lain.



Gambar 2.44 Sampah Industri

Sumber: <https://www.kompas.com/homey/read/2021/10/28/170200276/paku-berkarat-bisa-bermanfaat-untuk-tanaman-begini-caranya?page=all> (2021)

3. Sampah Peternakan

Sampah peternakan merupakan sampah yang berasal dari hasil aktivitas di peternakan. Sampah peternakan dapat berupa kotoran hewan seperti kotoran ayam, kotoran sapi, kotoran kambing, dan lain-lain.



Gambar 2.45 Sampah Peternakan

Sumber: <https://www.gramedia.com/literasi/limbah-pertanian/> (2021)

4. Sampah Perkebunan

Sampah perkebunan adalah sampah yang berasal dari hasil aktivitas di perkebunan. Sampah perkebunan dapat berupa sampah sisa pestisida, sisa tanaman setelah panen atau sisa pupuk.



Gambar 2.46 Sampah Perkebunan

Sumber: <https://www.antaraneews.com/berita/3479334/pakar-sampah-daun-berpotensi-besar-jadi-energi-masa-depan> (2023)

5. Sampah Pasar

Sampah pasar adalah sampah yang berasal dari hasil kegiatan di pasar. Sampah pasar dapat berupa sampah sisa buah-buah yang

sudah membusuk, sisa bumbu yang sudah tidak layak jual, atau sisa sayuran.



Gambar 2.47 Sampah Pasar

Sumber: <https://news.detik.com/berita/d-6008410/jorok-sampah-di-pasar-cibaliung-menumpuk-hingga-timbulkan-bau-busuk> (2022)

6. Sampah Kantor

Sampah kantor adalah sampah yang berasal dari hasil kegiatan di kantor. Sampah kantor dapat berupa sisa tinta, sisa pulpen, kertas, atau berkas-berkas yang tidak terpakai.



Gambar 2.48 Sampah Kantor

Sumber: <https://ahmedfikreatif.wordpress.com/2010/04/26/sampah-kertas-di-sudut-ruangan-kantor-dan-dunia-paperless/> (2010)

7. Sampah Organik

Menurut Undang-Undang Nomor 18 tahun 2008, terdapat spesifik sampah yang memerlukan pengelolaan khusus. Sampah organik atau dikenal sebagai sampah basah merupakan sampah yang timbul dari bahan yang dapat terurai secara biologis atau alamiah yaitu sayuran sisa dan sisa makanan, sampah daur ulang seperti

plastik, buku bekas, karton bekas bungkus minuman atau makanan, koran, kardus, dan lain-lain.



Gambar 2.49 Sampah Organik

Sumber: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6551850/contoh-sampah-organik-pengertian-jenis-manfaat-dan-cara-mengolah>

8. Sampah Anorganik

Sampah anorganik atau dikenal sebagai sampah kering adalah sampah yang timbul dari bahan yang secara biologis sulit terurai. Penanganan lebih lanjut seperti tempat khusus untuk plastik kemasan, stereofom, dan kaleng dibutuhkan untuk proses penghancurannya.



Gambar 2.50 Sampah Anorganik Sumber:

<https://www.sonora.id/read/423870337/20-contoh-sampah-anorganik-dan-caranya-agar-bisa-didaur-ulang>

9. Sampah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3)

Sampah jenis ini merupakan limbah dari bahan berbahaya yaitu limbah prabik, limbah rumah sakit, baterai bekas, aki bekas, kaleng bekas, lampu bekas, obat kadaluwarsa dan lain-lain.



Gambar 2.51 Sampah B3

Sumber: <https://dlh.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/pengertian-limbah-b3-bahan-berbahaya-beracun-41>

2.5.4 Administrasi

Lestari (2019) menjelaskan bank sampah juga memerlukan pembukuan dan administrasi dalam pengelolaannya berupa buku induk nasabah, buku tabungan, buku rekap penimbangan, buku tamu, buku kas, dan buku bantu lainnya (hlm. 94).



Gambar 2.52 Contoh Buku Tabungan Nasabah Bank Sampah Gantari