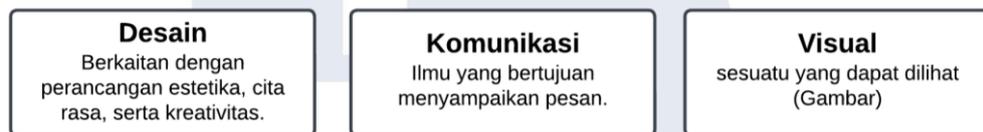


BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual merupakan proses yang memadukan seni teknologi untuk menyampaikan suatu ide. Para desainer menyampaikan pesan dari klien kepada audience yang dituju, dengan komponen utamanya adalah gambar dan tulisan, ada tiga makna yang saling berkaitan yaitu:



Gambar 2. 1 Makna Desain Komunikasi visual

Sumber: Pengantar Desain Komunikasi visual Dalam Penerapan, Ricky W. Putra (2021)

Ketiga makna kata tersebut, menjadi tujuan pokok jika Desain Komunikasi Visual terbatas sebagai ilmu yang mempelajari segala upaya untuk menciptakan suatu rancangan.

2.1.1 Elemen Desain

Prinsip elemen dalam buku Desain Komunikasi visual Dalam Penerapan, (Ricky W. Putra 2021) adalah satu hal terpenting dalam menerapkan desain grafis, karena hal inilah yang akan menjadi penopang pada desain elemen-elemen terdiri dari titik, garis, bentuk, tekstur, ruang, dan warna.

1. Garis

Garis adalah komponen desain yang menghubungkan titik dengan bentuk yang berbeda, seperti kurva (lengkung) atau garis lurus (lurus). Dalam pembuatan grafik atau bagan, garis digunakan untuk menunjukkan keteraturan. Menurut Timothy Samara (2007), hubungan yang menyatukan area komposisi adalah ciri utama garis. Efek spasi menghubungkan dua titik. Garis dapat melakukan fungsi tambahan,

seperti membagi area atau penghalang. Garis relative memiliki ukuran yang berbeda sesuai dengan ukuran dan ketebalan mereka.

2. Bentuk/Bidang (*Shape*)

Unsur visual dalam yang mempunyai dimensi ruang dan dapat membentuk ruang yang memberikan bentuk yang lebih kecil maupun yang lebih besar dasarnya bentuk dibagi menjadi dua bidang *nongeometric* alias tidak beraturan dan geometri yang dapat diatur (dihitung)

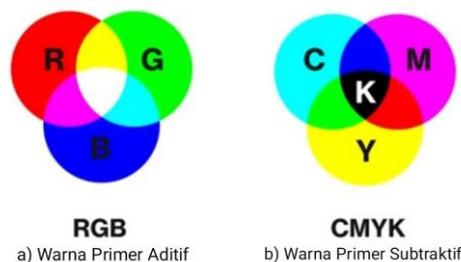


Gambar 2. 2 *Vintage Vektor*
Sumber: www.freepik.com

Unsur ornament pada pola seperti ini memiliki kesan yang memberikan kesan lama dan unsur ornament tua, untuk menjadikan sebagai boarder line dalam media utama serta media sekunder.

3. Warna

Teori mengenai James Clerck Maxwell mengenai percobaan proyektor Cahaya dan penapis (filter) berwarna. Ternyata dari experiment tersebut menghasilkan warna yang Cahaya yang unik. Hasil eksperimen Maxwell menyimpulkan bahwa warna hijau, merah dan biru merupakan warna primer yaitu CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Black*) dan RGB (*Red, Green, Blue*).

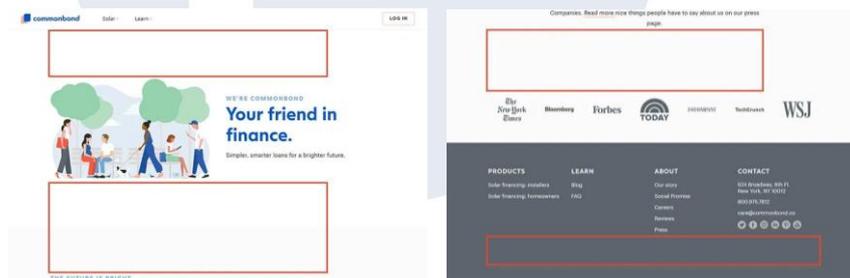


Gambar 2. 3 Maxwell experiment
Sumber: <https://dribbble.com/stories/2021/09/22/cmyk-vs-rgb> (2021)

ketika warna Cahaya digabungkan akan memberikan warna berdasarkan experiment Maxwell, dan hasilnya dapat dilihat sebagai model pemahaman tentang warna yang dapat digunakan oleh percetakan dengan melihat tampilan melalui layar yang menghasilkan tiga warna mempengaruhi pada desain visual.

4. Ruang (*Space*)

Ruang merupakan jarak yang memisahkan atau menyatukan elemen-elemen layout ruang juga berfungsi sebagai tempat menyatukan elemen-elemen layout. Ruang juga berfungsi sebagai tempat istirahatnya untuk mata. Dalam pengidentifikasiannya ruang digolongkan menjadi dua unsur, yaitu objek figure dan latar belakang (background)



Gambar 2. 4 Contoh ruang pada website

Sumber: How To Use White Space In Web Design & Why It's Important (With Examples) (bigapplemedia.com)

2.1.2 Prinsip Desain

Dalam buku mempertimbangkan desain menggunakan prinsip desain yang merupakan hasil akhir untuk memuaskan hasil karya oleh karena itu pengenalan prinsip desain yang terdiri dari lima elemen utama yaitu, Kesatuan (*Unity*), keseimbangan (*balance*), ritme (*rhythm*), warna (*color*) dan penekanan (*emphasis*) (Ricky W. Putra, 2021:11)

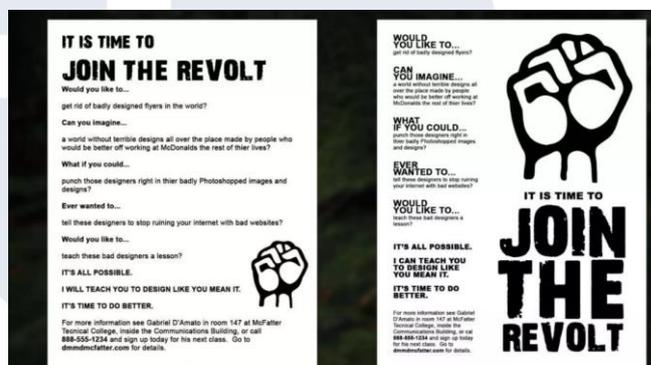
1. Kesatuan (*Unity*)

Menurut Joshua Tree kesatuan merupakan elemen-elemen pada design sehingga menimbulkan kesan harmon. Untuk mendukung dan menyampaikan suatu pesan dari desain yang dibuat. Untuk memperoleh

desain yang akan terlihat menyatu, terdapat beberapa pendekatan yang bisa digunakan.

2. *Proximity*

Merupakan pengelompokan pada item-item visual yang dapat bermanfaat dari pengelompokan yang membuat design menjadi terorganisir. Hukum proximity atau yang disebut kedekatan adalah prinsip desain grafis yang menyatakan bahwa elemen-elemen yang ditempatkan dekat satu sama lain akan cenderung dianggap sebagai kelompok yang berkaitan atau memiliki hubungan yang erat.

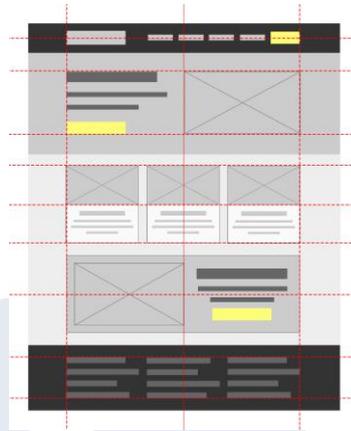


Gambar 2. 5 The Joshua Tree Epiphany (April 2015)
Sumber: The Joshua Tree Epiphany | PPT (slideshare.net)

Hal ini membantu pengguna dalam memahami informasi yang ada di dalam interface, pengguna akan mengasosiasikan elemen yang bedekatan akan memiliki fungsi yang serupa.

3. *Alignment*

Merupakan yang paling penting dari desain hal ini dapat memungkinkan kita untuk menciptakan organisirnya antar elemen. Dengan menyelaraskan elemen visual, agar dapat meningkatkan kemampuan untuk memindai dan memahami informasi dengan cepat. Element *alignment* tidak dapat diletakan secara acak setiap elemen harus mempunyai hubungan visual dengan elemen yang lain.



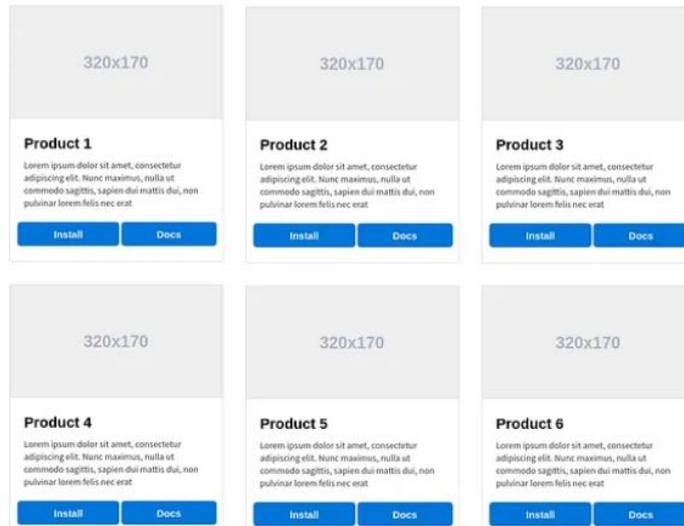
Gambar 2. 6 Introduction to Aligment (November 2018)
Sumber: Principles of Design: Alignment – UX Engineer

4. **Contrast**

Menurut Ricky W. Putra (2021:17) kontras merupakan sorot elemen kunci dalam sebuah desain. Kontras dapat dibuat ketika dua elemen dapat terbentuk. Hal ini dapat dicapai dengan font (klasik/kontemporer), garis (tebal/tipis) dan bentuk sehingga dapat dilihat dan dapat dibaca oleh user, dengan menerapkan prinsip kontras maka desain akan meningkatkan readability, legibility dan visibility pada interface produk yang kita buat.

5. **Repetition (pengulangan pola)**

Pengulangan desain memperkuat dengan mengikat semua elemen individu. Ini membantu untuk membuat asosiasi dan konsistensi. Pengulangan elemen secara luas digunakan dalam website maupun aplikasi dalam memberikan visual yang sama dan berulang pada desain *interface*. Dapat memperkuat pola dan mengasosiasikan elemen tertentu dengan tindakan atau informasi tertentu.

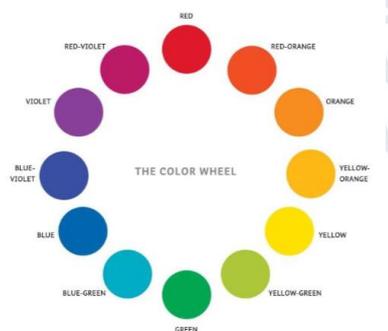


Gambar 2. 7 Repetitive UI Elements

Sumber: website design - Avoid Repetitive UI Elements - User Experience Stack Exchange

2.1.2.2 Teori Warna

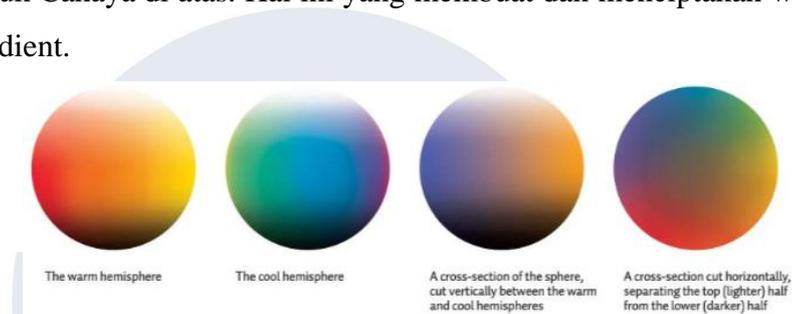
Ricky W. Putra (2021:36) menjelaskan dalam bukunya bahwa warna dapat di definisikan secara objektif sebagai sifat Cahaya yang dipancarkan atau secara subjektif sebagai bagian dari pengalaman indera, penglihatan warna dapat diperikan oleh panjang gelombang. Panjang gelombang yang dapat dilihat oleh mata adalah salah satu bentuk adanya cahaya yang otak terjemahkan sebagai warna tertentu. Menurut Albert Munsell seorang seniman dan ilmuwan telah membuat metode untuk mengatur warna persepsi dalam model visual membantu desainer untuk melihat hubungan ini untuk merancang ide warna dari jumlah tersebut, melalui roda warna yang dikembangkan.



Gambar 2. 8 The color wheel (Albert Munsell)

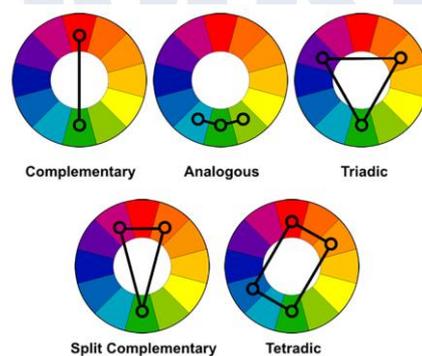
Sumber: Design elements: a graphic style manual (2007)

The color sphere dikembangkan oleh seniman swiss bernama Johannes Itten dengan ahli teori warna mengeksperimenkan roda warna datar menjadi volumetrik warna dipetakan di sekitar eksterior saturasi warna akan diisi pada pusat bola dari warna gelap di dasar dan untuk Cahaya di atas. Hal ini yang membuat dan menciptakan warna gradient.



Gambar 2. 9 *The color sphere* (Johannes Itten)
 Sumber: Design elements: a graphic style manual (2007)

Warna dasar dapat membedakan area pada konten gambar pada web ini hal ini bisa memberikan memberikan warna dengan Teknik hue dan tempratur. Setingan hue dengan warna akan membuat objek pada gambar memiliki interaksi antar warna yang berbeda. Semakin dekat dengan warna semakin baik kualitas optic pada warna. Jika semakin jauh warna akan semakin kontras kualitas optiknya.



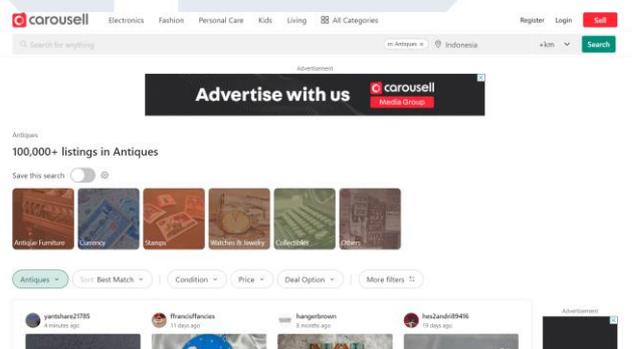
Gambar 2. 10 Color Of Harmony Theory
 Sumber: <https://fstoppers.com/education/how-color-theory-improves-your-photography-and-retouching-215697>

2.1.2.3 Balance (keseimbangan)

Menurut Ricky W. Putra (2021:20) Keseimbangan merupakan keseluruhan mengenai komponen -komponen desain harus tampil seimbang harus sehingga dapat dapat memperasutakan elemen design tulisan, warna dan gambar ada dua pangkal pokok yang dipakai dalam menerapkan keseimbangan, yaitu keseimbangan simetris dan asimetris.

1. Simetris

Simetris dapat digambarkan sebagai cermin di mana sisi yang berlawanan sama persis untuk menciptakan keseimbangan. Ini dapat digambarkan sebagai garis lurus di tengah, yang mencerminkan sisi yang berlawanan. Keseimbangan formal adalah istilah lain untuk keseimbangan simetris ini.



Gambar 2. 11 Symmetrical Website
Sumber: Design elements: a graphic style manual (2007)

2. Asimetris

Pola asimetris terjadi ketika objek-objek berlawanan satu sama lain dan tidak seimbang, seperti objek yang lebih kecil di satu sisi daripada yang lainnya. Pola ini memberi kesan santai dan santai, dan penggunaan pola ini harus dipikirkan dengan teliti untuk memberikan kesan bahwa desain harus tetap seimbang.

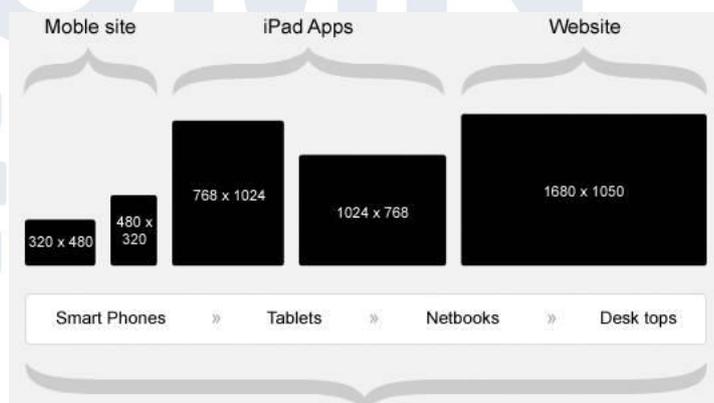


Gambar 2. 12 ASymmetrical Website

Sumber: <https://99designs.com/blog/trends/graphic-design-trends-2019/>

2.1.2.4 Format

Robin Landa (2010:25) Format merupakan istilah yang berarti memiliki parameter dan ukuran pada bidang tepi luar atau Batasan pada gambar. Format mengacu pada letak penataan informasi dalam bentuk media cetak maupun digital termasuk halaman tunggal atau berhalaman ganda yang digunakan untuk menyajikan konten dalam sebuah design grafis dalam bentuk website maupun aplikasi.



Gambar 2. 13 Ukuran Format Layar

Sumber: <https://kforum.dk/article146787k.ece>

Tidak menutup kemungkinan format, pada setiap elemen memiliki komposisi yang harus berhubungan secara signifikan seperti pada halaman untuk website sebagai tempat di mana memulai penyusunan pada elemen pertama yang tidak hanya sebagai tempat ruang kosong atau ruang putih, tetapi juga memiliki tepi yang harus dihubungkan oleh setiap elemen grafis dan tanda ketika menerapkan prinsip-prinsip desain.

2.1.2.5 Ritme

Dalam buku Ritme, menurut buku Ricky W. Putra (2021:23), adalah desain yang menyatukan irama. Fluks komponen desain grafis juga dapat berbeda. Irama yang terdiri dari unsur-unsur yang berbeda, konsistensi, dan pola berirama. Beberapa metode digunakan untuk menghasilkan susunan gerak ritme, misalnya:

- 1. Ritme repetisi murni**

Menyusun materi objek dengan mengulang unsur yang sama.

- 2. Ritme repetisi alternatif/variasi**

Menyusun materi objek dengan perulangan yang diberi alternatif variasi

- 3. Ritme Progresi/Gradasi**

Menyusun materi objek dengan variasi perubahan komposisi, ukuran, atau warna secara bertahap

- 4. Ritme Mengalir/flowing:**

Menyusun materi objek dengan gerak berkelanjutan.

2.1.2.6 *Emphasis* (Penekanan)

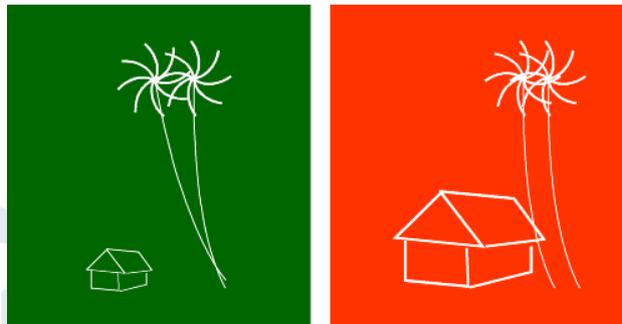
Salah satu elemen desain harus ditampilkan lebih dari yang lain karena tujuan penekanan ini adalah untuk mengarahkan pandangan khalayak sehingga visual yang disampaikan tersalur. Namun, tidak semua elemen harus ditampilkan karena akan membuat desain terlalu ramai dan tidak tersampaikan dengan baik.



Gambar 2. 14 Contoh penekanan desain poster
 Sumber: Buku pengantar Desain Komunikasi Visual (Ricky W. Putra)

2.1.2.7 Proposi

Proposi merupakan hubungan perbandingan atau elemen keseluruhan. Dapat diartikan juga sebagai elemen keseluruhan. Dengan perubahan ukuran/size yang tanpa adanya perubahan ukuran dan Panjang, lebar atau tinggi, sehingga gambar dengan perubahan proporsi sering terlihat distorsi.



proporsional

besar rumah dengan pohon kelapa tidak proporsional

Gambar 2. 15 Contoh penerapan proporsi pada design
 Sumber: <https://www.blogernas.com/2016/08/pengertian-proporsi-prinsip-desain.html>

2.1.2.8 Hierarki visual

Robin Landa (2022:33) Hirarki visual merupakan merupakan prinsip utama yang mengatur informasi dan hirarki visual adalah prinsip dasar untuk mengatur informasi. Perancang akan menggunakan hirarki visual untuk mengatur semua elemen grafis, menekankan

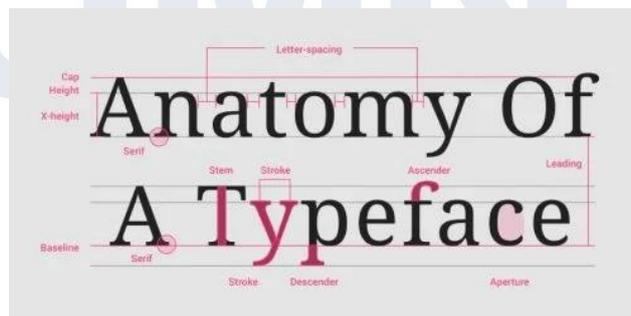
beberapa elemen di atas yang lain, atau membuat dominan untuk mendukung elemen lain, pada dasarnya, perancangan menentukan elemen grafis mana yang akan dilihat perancang harus dapat menentukan apa yang harus ditekankan dan apa yang harus menentukan apa yang harus ditekankan dan apa yang harus di lihat . jika perancang memberi penekanan pada semua elemen dalam desain, Anda tidak memberikannya kepada mereka: Anda berakhir dengan kurangnya konsistensi pada desain terlepas dari itu hirarki visual dapat membantu komunikasi. Penekanan secara pada elemen dalam desain.

2.1.3 Tipografi

Tipografi, juga dikenal sebagai "typeface", adalah seni yang mempelajari desain huruf, termasuk simbol, terutama untuk aplikasi media komunikasi visual. Ini melibatkan mengatur layout, bentuk, ukuran, dan sifat huruf sehingga pesan dapat disampaikan dengan cara yang diharapkan. Dalam tipografi, pengukuran seperti tinggi huruf dan panjang baris dapat digunakan.

huruf, jarak antar baris Tiga dasar system pengukuran dalam tipografi adalah:

1. Point/punt (Pt)
2. Pica (Paika)
3. Unit



Gambar 2. 16 Typeface Anatomy

Sumber: https://serupa.id/tipografi/#google_vignette (2022)

2.1.3.1 Kategori *Typeface*

1. **Old Style:** Memiliki jenis type font yang memiliki ciri khas berekor dibelakang garisnya cenderung bulat dan

membentuk sudut. Font ini pertama kali diperkenalkan pada romawi kuno.

2. **Sans Serif:** Memiliki gaya huruf lurus dan sederhana dengan memiliki nuansa traditional atau klasik, sans serif dikaitkan dengan nuansa modern atau kontemporer.
3. **Modern:** Tipografi modern yang memiliki karakteristik kontras dengan stroke yang tinggi, dengan sumbu horizontal tegak lurus.
4. **Dekoratif:** memiliki ciri yang khas yang digunakan sebagai tag line atau judul. Jenis ornament yang tinggi memiliki font yang digunakan sebagai body copy.
5. **Script:** font yang mengutamakan kesan perasaan untuk pembacanya biasanya ditulis untuk surat undangan.
6. **SlapSerif:** Jenis Serif yang memiliki ujung tebal dan datar. Font ini memiliki kesan tegas dan kuat pada desain tertentu.
7. **Kaligrafi:** Tengah yang dapat menjadi inspirasi menulis menggunakan pena maupun kuas untuk menghasilkan tulisan yang indah dan artistik.

2.1.3.2 Teori Tipografi

Teori prinsip pada tipografi mencakup empat poin yaitu:

1. *Readability*

Prinsip yang menjadi indikator apakah dalam huruf mempunyai tingkat keterbacaan yang tinggi atau tidak. Biasanya akan dipengaruhi oleh jarak anatarhuruf dan kombinasi.

2. *Legibility*

Indikator dengan apakah huruf yang digunakan dapat dibedakan dengan karakter yang lain. Kejelasan pada mengenali setiap huruf atau karakter yang terdapat dalam sebuah teks.

3. *Visibility*

Prinsip tipografi jarak pandang antara pembaca dengan objek yang menjadi visibilitas pada kemampuan untuk dapat terbaca dalam jarak tertentu.

4. *Clarity*

Kemampuan jenis-jenis huruf yang dipakai untuk keindahan atau estetik, tetapi pemilihan typeface dalam tulisan tersebut membuat audiens kesulitan untuk membacanya dengan nyaman.

2.1.3.2 *Spacing*

Dalam desain UI/UX, ruang antara elemen desain sangat penting untuk membuat tata letak yang seimbang, estetik, dan mudah dibaca dan dapat digunakan oleh pengguna. Ini terjadi ketika spasi terjadi antara huruf, kata-kata, dan dua jenis baris. Spasi ini membantu transisi dari huruf ke kata, dari kata ke kata, atau dari baris ke baris, atau dari paragraf ke paragraf.

mudah dipahami untuk mencapai tata letak yang mudah dipahami dan menarik secara visual. Teori seperti ruang putih atau ruang negatif, yang sedang populer, dapat membantu memberikan penekanan dan bacaan yang baik. Pada UI/UX, fungsi jarak memberikan ruang yang cukup antara tombol, link, dan elemen. Jarak dapat diterapkan pada elemen, margin, dan jarak.

1. *Spacing*

memberikan elemen dalam jarak yang mengacu pada garis, ruang, atau desain, seperti antara dua tombol, teks, dan gambar, atau antara baris teks. Ini membantu elemen membedakan satu sama lain dan menghindari tumpukan desain yang mengganggu.

2. *Spacing dalam margins.*

biasanya digunakan untuk menciptakan jarak antara komponen satu sama lain atau untuk membuat garis tepi halaman atau area yang lebih besar. Menciptakan letak

yang rapi dan mudah dipahami lebih mudah dengan garis yang konsisten.

3. *Spacing* dalam *padding*

biasanya digunakan untuk memberikan ruang ekstra melalui komponen lainnya, meningkatkan keterbacaan dan menghasilkan kesan visual yang lebih menarik.

2.1.4 Grid

Grid Merupakan alat bantu dalam layout. Dalam membuat grid, seorang layouter membagi halaman menjadi beberapa kolom yang tersusun dari garis vertical dan horizontal. Robin Landa (2010:158) mengatakan tampilan pada visual (ilustrasi, grafik, dan foto) pada Sebagian besar halaman cetak, digital maupun buku selalu diatur dalam kisi-kisi, dengan panduan-struktur komposisi itu harus menghasilkan kejelasan mengenai visual. Tujuan pada *grid* merupakan mengatur garis tepi dan visual. jika harus mengatur struktur komposisi modular yang terdiri dari *vertical* dan *horizontal* yang membagi

format menjadi kolom dan margin. Jika kita kembali membagi format menjadi kolom dan margin. *Grid* akan membantu pengerjaan pada desain visual. Dalam jumlah besar konten di surat kabar, web, maupun buku. Untuk mengukur suatu halaman dengan adanya Selain itu, grid sistem ini membantu proses penataan benda. Tujuan dari grid system ini adalah untuk membuat rancangan yang indah dan mudah dipahami oleh pengguna. Seorang typographer (grid Jan Tschichold 1902-1974) menawarkan teori layout klasik, yang berasal dari Jerman, untuk membuat layout dapat didasari dalam ukuran halaman dengan proporsi 2:3.

2.1.5 Ilustrasi

Ilustrasi visual memiliki jenis komunikasi visual yang mudah, efektif, dan efisien, mereka sangat strategis untuk pembelajaran. Karena itu, penggunaan ini harus direncanakan dengan cermat agar

tidak hanya mendukung komunikasi verbal yang selama ini begitu dominan dalam pembelajaran. Hal ini akan menyebabkan masalah dengan pengalaman belajar verbalistik dalam pembelajaran (Eko Budi Prasetyo, 2006).

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa ilustrasi memiliki karakteristi sebagai berikut:

1. Peran *Illustration*

Peran ilustrasi kartun dapat digunakan dalam konteks pengenalan komunikasi sebagai alat informasi dalam perusahaan, digunakan sebagai menarik media design packaging, point of sale, dan lain sebagainya.

2. Hubungan Antara Kata & Gambar

Ilustrasi dapat menciptakan hubungan antara dan pelengkap teks interaksi antar dan gambar menciptakan hermoni. Ilustrasi dalam mengalami perkembangan dan memiliki peran yang lebih luas dari sekedar pelengkap.

3. Faktor Menggugah

Komunikasi visual bertujuan untuk membuat kita merasakan sesuatu, membangkitkan emosi, atau menghadirkan drama. Factor ini membuat orang merasa adanya ketertarikan dengan ilustrasi dan hal ini menentukan keberhasilan suatu ilustrasi.



Gambar 2. 17 Contoh gabungan ilustrasi kata dan ilustrasi kartun
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/70437488244341/>

2.2 *We really use the Web (UX theory)*

User Experience (UX) merupakan aspek penting dalam desain komunikasi visual yang berfokus pada pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan suatu produk atau layanan digital. UX melibatkan berbagai faktor seperti kegunaan, kemudahan penggunaan, aksesibilitas, kenyamanan, dan kepuasan pengguna (Wiryawan, M. B., 2011). Tujuan utama dari UX adalah menciptakan pengalaman yang positif, menyenangkan, dan bermanfaat bagi pengguna. Dalam konteks desain komunikasi visual, UX berperan dalam merancang antarmuka pengguna (user interface) yang intuitif, menarik, dan mudah dipahami. Dengan memberikan arahan, penjelasan, dan peringatan tertentu, desain komunikasi visual yang baik dapat mengurangi kesalahan.

Hal ini membantu pengguna dalam menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan dengan lebih efisien dan efektif. Tinarbuko (2009: 23) menyatakan bahwa desain komunikasi visual adalah bidang yang menyelidiki ide-ide komunikasi dan cara-cara kreatif untuk menyampaikan informasi melalui penggunaan elemen desain grafis dalam berbagai media komunikasi visual. Dalam konteks UX, elemen-elemen desain seperti tata letak, warna, tipografi, ikon, dan ilustrasi dioptimalkan untuk menciptakan tampilan visual yang menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Berdasarkan buku "*Don't Make Me Think*" by Steve Krug, mengenai teori User Experience (UX) dalam kaitannya dengan Desain Komunikasi Visual. Dalam buku tersebut, Krug menekankan pentingnya memahami perilaku dan kemampuan pengguna dalam merancang antarmuka yang baik. Desain komunikasi visual memainkan peran krusial dalam menciptakan pengalaman pengguna (user experience/UX) yang optimal. Beberapa prinsip utama yang dibahas dalam buku ini adalah

1. Hukum Pertama Kegunaan: "Don't Make Me Think"
Prinsip utama yang diusung Krug adalah untuk tidak membuat pengguna harus berpikir keras saat menggunakan suatu produk atau layanan digital. Setiap pertanyaan atau keraguan yang muncul di benak pengguna akan menambah beban kognitif dan mengganggu alur pengalaman mereka (Tubik, 2018). Desain komunikasi visual harus meminimalkan usaha mental dengan membuat setiap elemen antarmuka semudah mungkin untuk dipahami dan digunakan.
2. Kejelasan Visual dan Hierarki Informasi Krug menekankan pentingnya kejelasan visual dalam desain antarmuka. Pengguna cenderung memindai halaman daripada membacanya secara menyeluruh. Oleh karena itu, penggunaan tata letak, tipografi, warna, dan elemen visual lainnya harus dioptimalkan untuk menciptakan hierarki informasi yang jelas dan membantu pengguna menemukan apa yang mereka cari dengan cepat (Readinggraphics, 2024)
3. Menghindari "*Happy Talk*" dan Memprioritaskan Konten Penting, Krug mengkritik penggunaan bahasa promosi yang berlebihan dan tidak informatif, yang disebutnya sebagai "happy talk". Desain komunikasi visual harus fokus pada penyampaian informasi yang relevan dan berguna bagi pengguna, bukan sekadar mempromosikan produk atau layanan secara berlebihan.
4. Konvensi dan Konsistensi
Desain komunikasi visual yang baik mengikuti konvensi yang sudah dikenal dan dipahami oleh pengguna. Krug menyarankan untuk tidak mengacaukan pengguna dengan desain yang terlalu eksperimental atau menyimpang dari

konvensi umum. Konsistensi dalam penggunaan elemen visual, pola interaksi, dan bahasa juga sangat penting untuk membangun kepercayaan dan kenyamanan pengguna.

2.3 Teori Media Informasi by Bill Moggridge

Desain visual memainkan peran penting dalam evolusi media informasi ini, seperti yang dibahas secara mendalam oleh Bill Moggridge dalam bukunya "Designing Media" Moggridge, seorang pakar desain dan co-founder IDEO, melakukan wawancara dengan 37 tokoh berpengaruh di dunia media, baik dari media tradisional maupun media baru. Melalui wawancara ini, ia mengeksplorasi bagaimana desain visual berkontribusi dalam menciptakan pengalaman pengguna yang optimal dalam konsumsi media informasi. Salah satu poin penting yang dibahas adalah bagaimana desain visual dapat membantu menyajikan informasi yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami oleh audiens. Dengan menggunakan prinsip-prinsip desain seperti hierarki visual, tipografi, warna, dan tata letak yang efektif, informasi dapat dikomunikasikan secara lebih jelas dan menarik. Hal ini sangat relevan dalam konteks media informasi, di mana tujuan utamanya adalah menyampaikan pesan atau pengetahuan kepada audiens dengan cara yang mudah dicerna.

Moggridge juga membahas bagaimana desain visual dapat menciptakan identitas dan pengalaman merek yang kuat dalam media informasi. Konsistensi visual dalam desain, seperti penggunaan logo, warna, dan gaya visual yang koheren, dapat membangun kepercayaan dan loyalitas audiens terhadap suatu media. Hal ini penting dalam lanskap media yang semakin kompetitif, di mana media informasi perlu menonjol dan membangun hubungan yang kuat dengan audiensnya. Dengan ini bagaimana cara mengeksplorasi bagaimana desain visual dapat mengoptimalkan pengalaman pengguna dalam media informasi

interaktif, seperti website, aplikasi mobile, dan e-book. Desain antarmuka pengguna yang intuitif, responsif, dan estetis dapat meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengguna dalam mengakses informasi. Moggridge memberikan contoh-contoh inovatif dari para pionir media baru, seperti Ira Glass yang membahas intimasi radio dan internet, serta Tim Brown tentang peran desain dalam inovasi.

2.4 Digital Realm (UI theory)

Dalam media website online Bagaimanapun, website akan memungkinkan bisnis untuk meraih keterjangkauan global. Dengan dapat diakses secara online sebagai pengguna alat pencarian yang dapat kita gunakan untuk mencapai sesuatu. Dalam website, pengguna dapat membantu kita menemukan informasi, seperti buku dalam katalog online. Pada platform pencarian, kita dapat memasukkan judul, nama penulis, kata kunci, subjek, atau kombinasi. untuk melengkapi pencarian. Situs web lain mungkin memiliki tujuan yang jelas untuk menyediakan konten untuk dibaca kepada kami dan mungkin menampilkan berita penting kepada user atau menyampaikannya berdasarkan preferensi dalam situs web.

2.4.1 Users (Pengguna)

User akan dapat memilih informasi melalui konten dan mengubah antarmuka, setiap situs akan memungkinkan pengguna untuk mengunjungi, melihat, dan bergerak melalui informasi menggunakan perangkat untuk memasukan informasi, komentar atau ulasan, sehingga *user* dapat membangun dan memperluas pencarian website. Dalam situs website user juga dapat memsukan seputar informasi, komentar atau ulasan sehingga dengan hal ini dapat memperluas situs web. Dalam hal ini desainer dapat membantu merancang penciptanya karya cetak yang efektif sama pentingnya dengan merancang untuk *interface*.

2.4.2 Interactivity (Interaktif)

Komersial online dapat membantu pengguna yang memiliki konten yang dapat memberikan peran besar dalam e-commerce dapat di definisikan sebagai komunikasi antar manusia yang menggunakan media melihat bahwa *interactivity* sebagai komunikasi yang baru, menggunakan computer sebagai alat untuk berkomunikasi dengan pembeli.

2.4.3 Navigation and Metaphors (Navigasi dan Metafora)

Navigasi akan sangat berpengaruh untuk memberikan konten ke area pada website penggunaannya. akan memiliki kendali atas yang mereka lihat dan interaksikan, dengan adanya desainer dapat memberikan jaminan navigasi pada website akan meningkatkan menu halaman pada website yang lebih tertata dan sehingga dapat mendorong pengguna untuk membeli produk. Navigasi terbagi dua hal yang utama yaitu:

1. Navigasi global

Struktur navigasi global sangat memudahkan pengguna website untuk mengakses link-link di halaman apapun. pengunjung akan menemukan menu header karena lokasinya yang sama di setiap halaman.



Gambar 2. 18 Contoh website Niagahoster.

Sumber: Layanan Hosting No.1 Indonesia | Segera online di Niagahoster

2. Navigasi Hirarki

Struktur ini menggunakan link menu yang disesuaikan dengan konteks masing-masing halaman website. Menu dalam

navigasi di halaman utamanya berisi link ke berbagai kategori berita.



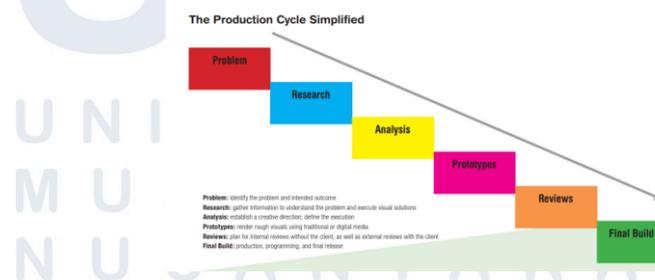
Gambar 2. 19 Contoh website The New York Times
Sumber: <https://www.nytimes.com/>

2.5 *Managing the Design (Management Desain)*

Penelitian pada desainer akan membantu belajar mengenai tantangan orang-orang, masalah dan tempat yang terlibat dalam proyek. Untuk membantu belajar dalam proyek yang dapat menginovasikan dalam bentuk digital. Manajemen desain berupaya menghubungkan desain, inovasi, teknologi, manajemen, dan pelanggan untuk memberikan keunggulan.

2.5.1 *The Design Process (Proses Desain)*

Dengan adanya desain proses akan melibatkan semua pihak, dari mulai desainer sampai pengguna. Hal ini membantu untuk ruang lingkup pekerjaan, sesuatu yang harus terlihat sejak awal, apakah desainnya untuk situs baru, revisi, kampanye terintegrasi, situs mikro kecil, atau iklan online, brainstorming kolektif ini sangat membantu, karena menyatukan semua elemen dan prinsip desain.



Gambar 2. 20 Design Process
Sumber: The Graphic Designer's Electronic-Media Manual

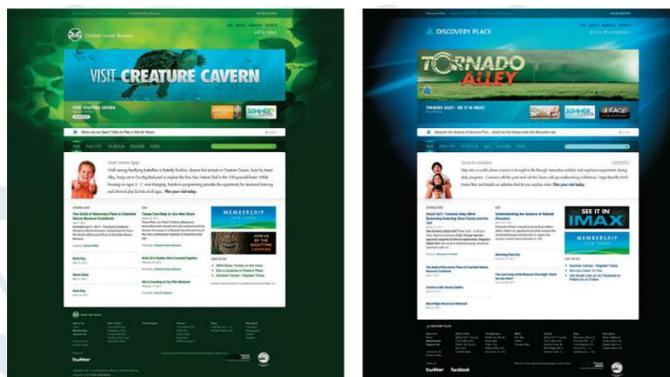
2.6 *The Online Brand (Branding Online)*

Online brand merupakan elemen komponen yang memiliki elemen, sedangkan identitas pada merek adalah elemen mikro.atau identitas

yang memiliki komponen verbal dan visual yang dapat digunakan untuk membangun platform dengan merek atau Identitas akan beresonansi dengan semua branding didefinisikan sebagai Teknik manajemen merek yang menggunakan saluran online sebagai media yang mempromosikan pasar. Dapat memiliki branding internet atau pemasaran secara online. Internet dapat terbukti bermanfaat bagi setiap ceruk. Sebagian besar perusahaan kini telah memiliki untuk memperluas merek dengan adanya identitas online.

2.6.1 Look and Feel

Pada tampilan dan nuansa website akan dikaitkan dengan desain digital hal tersebut akan menjadi identic dengan tampilan pada website melalui Komposisi, tata letak, warna, citra, tipografi, urutan, grafik gerak, animasi, dan semuanya menjadi faktor dalam tampilan dan nuansa (Jason Tselentis, 2012). Sebuah identitas pada perusahaan akan muncul memberikan desain pada website atau navigasi yang solid. Menjaga merek tersegmentasi akan memastikan bahwa identitas desain visual akan menjadi bagian komunikasi untuk pengguna agar memberikan identitas merek.



Gambar 2. 21 Contoh website Discovery Place

Sumber: Buku Jason Tselentis - (The Graphic Designer's Electronic-Media)

2.6.2 Engagement

Mempertimbangkan sebagian besar merek harus melampaui saluran dan berkomunikasi dengan beberapa titik kontak konsumen. Jadi platform strategis sebuah website untuk

mempertahankan pelanggan atau pengguna. Ide dibalik keterlibatan situs web yang memahami bagaimana pengguna dan pengunjung melakukan pencarian dengan adanya *engagement* pada website akan memberikan dan mengalami peningkatan yang signifikan dengan meningkatkan:

1. *Increase sales conversions*

Pengguna menghabiskan lebih banyak waktu dan saat aplikasi, akan memungkinkan tidak menghabiskan pada kunjungan pertama tetapi pada akhirnya, meningkatkan konversi pada aplikasi maupun website.

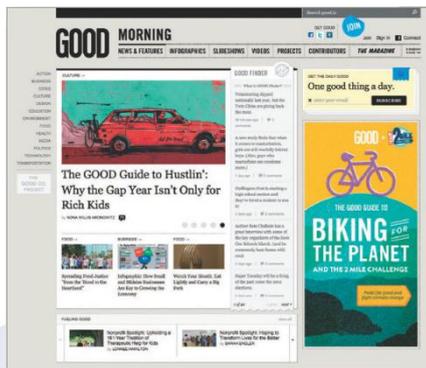
2. *Higher customer satisfaction*

Dengan adanya aplikasi yang dapat dirancang akan mendorong pengunjung berbagai halaman untuk meningkatkan kepuasan pengguna

3. *Average duration on the website*

Situs atau aplikasi yang menarik akan menghabiskan waktu pengguna lebih banyak mengunjungi app atau situs.

Personalisasi konten yang mengharuskan menjadi elemen penting dari brand *engagement* pada aplikasi. Dengan memanfaatkan data maupun pengguna, menjadi kunci dari brand *engagement* yang menentukan secara identitas seperti logo, warna, dan elemen desain lainnya akan menjadi *branding* pada aplikasi. Secara keseluruhan, *engagement* pada aplikasi akan sangat membangun kesetiaan pada *brand* tersebut. Dengan menerapkan strategi yang tepat, dari hal tersebut akan mencapai kesuksesan yang lebih besar dan membangun audiens melalui aplikasi.



Gambar 2. 22 Contoh website Good Morning

Sumber: Buku Jason Tselentis - (The Graphic Designer's Electronic-Media)

2.7 Subsektor Industri Pasar Budaya Barang Seni di Indonesia

Subsektor industri pasar barang seni merupakan bagian dari industri kreatif yang mencakup perdagangan dan apresiasi terhadap berbagai jenis barang seni dan barang antik. Salah satu pusat utama subsektor ini di Indonesia adalah Pasar Barang Antik (Thefiqroh, R. A, 2016). Dalam subsektor ini, para pedagang berperan sebagai penjaga warisan budaya dengan melestarikan dan memperdagangkan barang-barang antik yang bernilai sejarah. Mereka memiliki pengetahuan mendalam tentang sejarah, asal-usul, dan teknik penilaian keaslian barang antik. Keterampilan ini sangat penting dalam memastikan kualitas dan nilai jual barang yang diperdagangkan. Selain itu, subsektor ini juga melibatkan kolektor dan pecinta barang seni yang mencari barang-barang langka dan bernilai tinggi. Pasar Barang Antik menjadi tujuan utama bagi para kolektor, baik dari dalam maupun luar negeri, untuk mencari dan mengoleksi barang-barang antik yang unik dan bersejarah. Namun, subsektor ini juga menghadapi tantangan seperti persaingan dengan pasar online, kurangnya minat generasi muda, dan isu-isu terkait kepemilikan dan perdagangan barang antik ilegal. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mempromosikan dan melestarikan budaya barang antik, serta meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap nilai sejarah dan budaya yang terkandung di dalamnya. Namun, subsektor ini juga menghadapi tantangan seperti

persaingan dengan pasar online, kurangnya minat generasi muda, dan isu-isu terkait kepemilikan dan perdagangan barang antik ilegal (Hukum, F., 2019)

2.8 Sektor Pasar Barang Antik di Jalan Surabaya

Subsektor Industri Pasar Barang Seni merupakan bagian dari industri kreatif yang mencakup perdagangan barang-barang seni dan barang antik yang memiliki nilai estetika, keunikan, dan kelangkaan tinggi. Pasar Barang Antik di Jalan Surabaya, Jakarta, menjadi salah satu pusat utama subsektor ini di Indonesia.

1. Ruang Lingkup

mencakup kegiatan kreatif dalam perdagangan barang-barang asli, unik, langka, dan bernilai seni tinggi, barang yang akan diperdagangkan meliputi lukisan, patung, kerajinan tangan, barang antik, alat musik, dan benda-benda kuno. Untuk Penjualan barang seni dapat dilakukan melalui galeri seni, rumah lelang, pameran, maupun platform online

2. Budaya Barang Antik di Jalan Surabaya

Pasar Barang Antik Jalan Surabaya telah menjadi ikon wisata budaya di Jakarta sejak berdiri pada tahun 1960-an, Pasar ini menawarkan beragam jenis barang antik seperti lampu, piringan hitam, koin kuno, porselen, gramophone, hingga guci antik. Barang-barang antik tersebut tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai sejarah dan budaya yang tinggi. Pedagang berperan sebagai penjaga warisan budaya dengan melestarikan dan memperdagangkan barang-barang antik yang bernilai sejarah.

3. Peluang dan Tantangan

Sektor ini memiliki potensi besar karena meningkatnya minat masyarakat terhadap barang-barang seni dan barang antik. Namun, Pasar Barang Antik Jalan Surabaya

menghadapi tantangan seperti persaingan dengan pasar online, kurangnya minat generasi muda, dan isu-isu terkait kepemilikan dan perdagangan barang antik ilegal. serta Diperlukan upaya untuk mempromosikan dan melestarikan budaya barang antik, serta meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap nilai sejarah dan budaya yang terkandung di dalamnya.

4. Peran dalam Industri Kreatif dan Pariwisata

Sektor pariwisata sektor Pasar Barang Seni berkontribusi dalam pengembangan industri kreatif dan pariwisata di Indonesia Barang Antik Jalan Surabaya menjadi destinasi wisata yang menarik bagi para pencinta barang antik dan seni (JakartaTourism. (n.d.). ini dapat mendukung upaya pelestarian warisan budaya dan mempromosikan pariwisata budaya di Indonesia.

Industri Pasar Barang Antik dapat dipahami sebagai sebuah ekosistem yang melibatkan berbagai pihak, mulai dari pedagang, kolektor, pecinta seni, hingga masyarakat umum, yang akan menjadi subsector wisata.

