

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Digital Interaktif

Menurut Jullia Griffey (2020, h.3) dalam bukunya berjudul *Introduction to Interactive Digital Media*, mengatakan bahwa media interaktif digital adalah sebuah bentuk pengalaman berbasis perangkat komputer atau mesin untuk mendukung interaksi antara pengguna dan perangkat. Dalam kata lain, media digital interaktif merupakan interaktifitas yang terjadi antara perangkat komputer dan pengguna. Tyrza Adelia (2023, h.1) menyampaikan interaktivitas dalam media terbagi menjadi dua kategori, yaitu media interaktif dan non-interaktif. Media non-interaktif diartikan sebagai media yang tidak memungkinkan adanya interaksi antara pengguna dengan media tersebut. Sementara itu, media interaktif mengacu pada media yang memungkinkan terjadinya interaksi antara pengguna dan media. Contoh media interaktif digital meliputi situs web, aplikasi mobile, dan *video game*. Media interaktif memiliki perbedaan dari jenis media lainnya, karena memungkinkan terjadinya interaksi dan respon dari audiens. Hal ini berbeda dengan media seperti gambar, teks, atau video yang hanya menyampaikan informasi secara satu arah tanpa adanya interaksi timbal balik dengan pengguna.

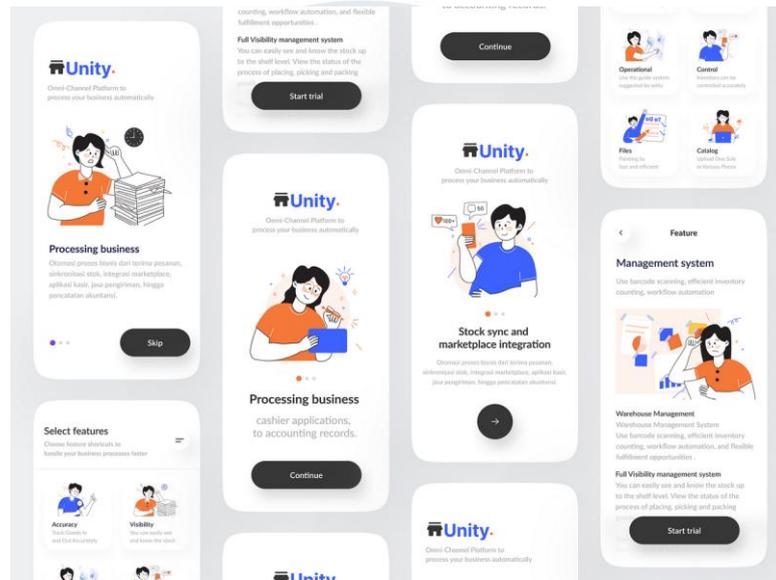
2.1.1 Prinsip Tata Letak

Salah satu langkah penting dalam perancangan media digital interaktif adalah penyusunan tata letak setiap aset pada layar komputer. Menurut Jullia Griffey (2020, h.133) untuk membuat pilihan yang lebih strategis sesuai dengan perancangan media digital interaktif, pemahaman mengenai prinsip dasar tata letak akan membantu dalam proses perancangan media digital interaktif tersebut.

2.1.1.1 Unity

Kesatuan atau unity adalah penyelarasan warna dan elemen visual sehingga setiap komponen desain tampak saling terkait. Dengan

menggabungkan elemen desain melalui kesamaan, desain dapat terlihat lebih konsisten dan memperkuat identitas visual. Contoh penerapan *unity* dalam aplikasi adalah keseragaman warna dan gaya visual, untuk membantu pengguna menavigasi aplikasi agar tidak kebingungan dan memperkuat identitas aplikasi.



Gambar 2.1 Gaya gambar dan warna memiliki konsistensi

Sumber: <https://dribbble.com/shots/19634072-Unity-Onboarding-UI-Screens>

2.1.1.2 Differentiation

Diferensiasi adalah pembuatan element visual dan konten media digital yang terlihat berbeda satu dengan yang lainnya. Meskipun bertentangan dengan prinsip kesatuan, namun diferensiasi digunakan untuk membedakan perbedaan area yang berbeda dalam sebuah aplikasi. Sebagai contoh penggunaan diferensiasi di elemen tipografi memudahkan pengguna untuk memahami dan memindai isi dari aplikasi.

Hotel Tonight (Android, iOS)



Gambar 2.2 Halaman pencarian berbeda dengan halaman kalender
Sumber: <https://www.mockplus.com/blog/post/typography-in-mobile-design>

2.1.1.3 *Emphasis*

Penekanan yang dimaksud adalah menampilkan sesuatu yang menonjol pada layar dari pada lainnya, fungsinya agar pengguna segera mengetahui apa yang paling penting pada halaman dan kemana harus melihat selanjutnya. Pemberian penekanan ini perlu dilakukan pada bagian yang ingin ditonjolkan. Misalnya dalam sebuah permainan *game*, tombol untuk memulai permainan posisinya di letakan di tengah layar dan berukuran lebih besar agar pengguna tidak perlu lama untuk berpikir cara memulai permainan *game* tersebut.

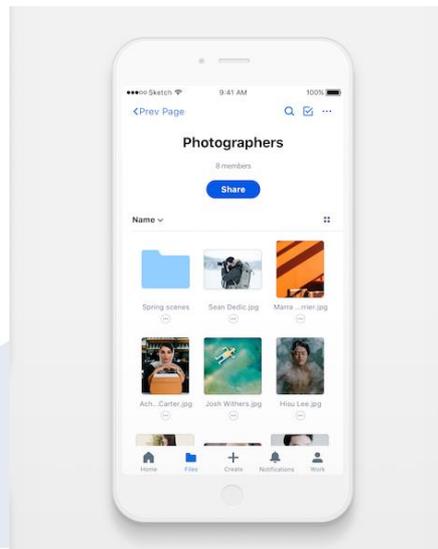


Gambar 2.3 Tombol *play* pada *game* di letakan di tengah layar

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/4785143345509273/>

2.1.1.4 *Whitespace*

Ruang kosong ini merupakan bagian yang cukup penting pada perancangan media digital interaktif, meskipun namanya *whitespace* namun bukan berarti area tersebut berwarna putih. Sesuatu yang kosong pada layar dalam arti tidak terdapat elemen visual disana maka bisa disebut ruang kosong, misalnya jarak antara gambar ke gambar yang lainnya atau jarak antar kalimat. Tujuan ruang kosong ini agar membantu pengguna memahami mana yang merupakan menu utama atau sub menu dari layar.

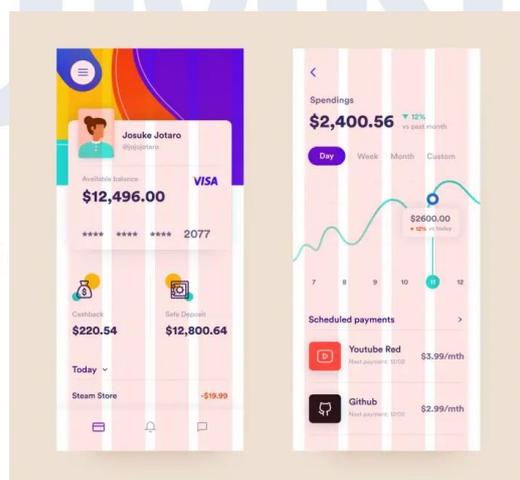


Gambar 2.4 Jarak antar gambar ke gambar lainnya disebut *whitespace*

Sumber: <https://uxplanet.org/5-best-tips-on-how-using-white-space-in-design...>

2.1.1.5 Aligment

Penyelarasan merupakan penataan elemen seperti penggunaan garis lurus secara vertical dan horisondal. Penyelarasan mengacu pada elemen garis yang penting dalam tata letak karena tanpa hal tersebut, penataan elemen visual ke media digital tidak akan terlihat rapi. Tujuan lainnya adalah untuk mempermudah pengguna untuk melihat perbedaan antara setiap elemen visual yang terdapat di media.



Gambar 2.5 Penggunaan garis pada perancangan aplikasi

Sumber: <https://ux360.design/alignment-principle-design/>

2.1.2 Proses Pengembangan Media Digital Interaktif

Tahap untuk melakukan pengembangan media digital interaktif, secara umum akan dibentuk sebuah tim setelah proposal perancangan oleh penerbit atau klien agar proses pengembangan berjalan dengan baik (Griffey, 2020, h.58). Terdapat tiga fase dalam proses perancangan media digital interaktif secara linear oleh Jullia Griffey (2020), sebagai penanda kemajuan dan deliverables di setiap tahapannya. Berikut merupakan tiga fase dalam proses pengembangan media interaktif:

2.1.2.1 *Definition*

Tujuan utama dari tahap *Definition* adalah agar seorang development secara kelompok atau individu untuk mengerti dan memahami tentang media digital interaktif yang akan dirancang, serta alasan mengapa media tersebut dibuat dan tujuan dibuatnya untuk siapa. Oleh karena itu, diterapkanlah beberapa metode research, yaitu berupa *Market Research*, *User Research*, dan *Visual Research*. Secara umum dalam fase *Definition* sudah dilakukan proses pithcing atau pembuatan proposal yang sudah mendapat persetujuan, setelah itu riset akan dilakukan secara lebih mendalam terkait topik perancangan media digital interaktif.

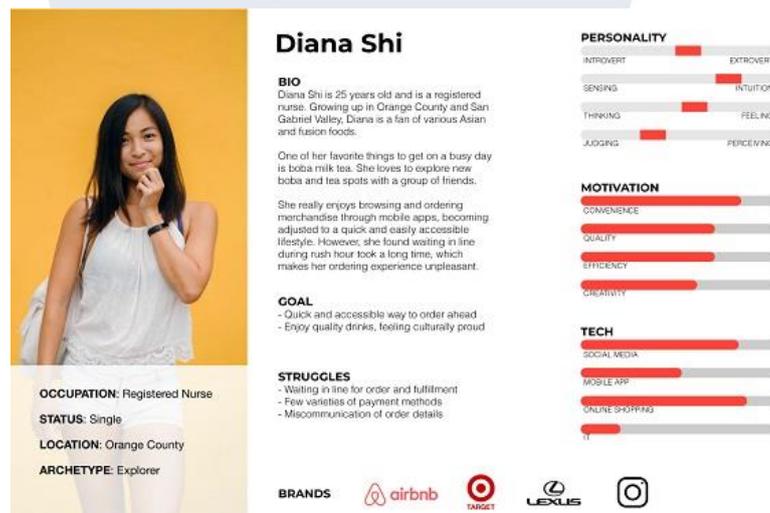
1. *Market Research*

Tahap *Market Research* adalah pembelajar lebih mendalam mengenai klien atau penerbit proposal seperti identitas mereka, target sasaran mereka, preferensi dan tantangan yang sedang mereka hadapi. Tujuan dari fase ini adalah untuk mendapatkan data lapangan mengenai produk dari klien dan pesaingnya sehingga mendapatkan kesimpulan mengenai hal untuk membantu memandu proses pengembangan nantinya.

2. *User Research*

Tahap *User Research* lebih mengarah untuk memahami perspektif dari calon pengguna, seperti apa

kebutuhan dan keinginan mereka (Mulligan, 2021, h.30). Data yang diambil ini berupa apa yang pengguna ingin capai melalui perancangan dan bagaimana mereka melakukannya. Pengumpulan data seperti wawancara ataupun FGD diperlukan di fase ini untuk membantu dalam mempelajari lebih lanjut terkait topik perancangan, dari data tersebut akan dibuat *user persona* sebagai alat bantu pemahaman tersebut. *User persona* ini adalah gambaran berupa identitas calon pengguna media digital interaktif, isinya berupa identitas, pengetahuan, kebutuhan, dan motivasi mereka. Tujuan utamanya untuk membuat profil dari jenis orang yang akan menjadi calon pengguna (Mulligan, 2021, h.27).



Gambar 2.6 Contoh *User persona*

Sumber: <https://glints.com/id/lowongan/user-persona-adalah/>

3. Visual Research

Tahap ini merupakan proses pengumpulan elemen-elemen visual seperti gambar, warna, dan asset visual lainnya sebagai referensi desain perancangan media. Dari data-data tersebut, dibuatlah *moodboard* sebagai arahan desain dari perancangan media interaktif. Hal lain yang dibuat adalah kolase gambar, visual dan teks sebagai komposisi tambahan

untuk membentuk arah perancangan visual. Tahap terakhir dari fase ini adalah pembentukan *big idea* dari hasil kata kunci yang berasal dari *moodboard*, fungsi dari *big idea* ini sebagai arah konsep perancangan visual media interaktif.



Gambar 2.7 Moodboard berserta Color Palate

Sumber: <https://vincentaditya.medium.com/mengenal-moodboard-da...>

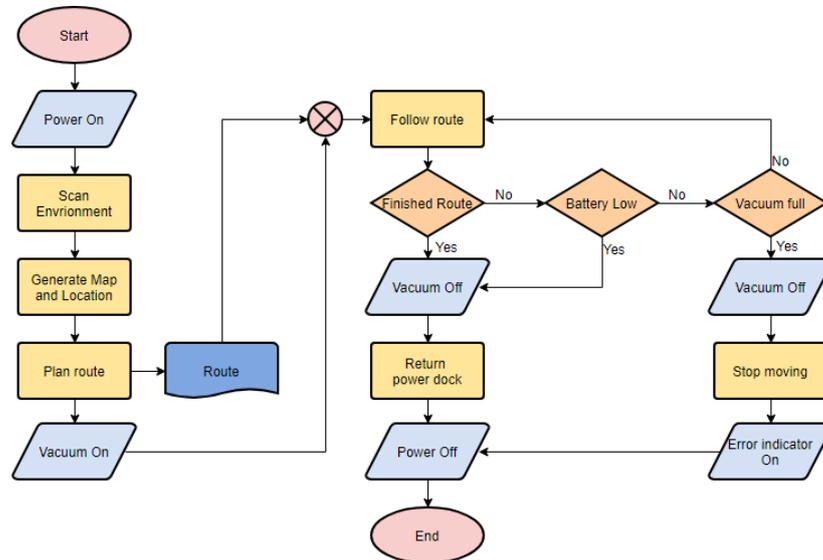
2.1.2.2 Project Visual

Sebagai desainer interaktif, dalam fase ini dilakukannya proses pembuatan dokumen-dokumen desain sebagai intruksi yang akan di berikan kepada tim lainnya. Tujuan utama dari fase ini adalah untuk membuat visual yang dapat mengkomunikasikan bagaimana media digital interaktif yang dirancang berkerja secara semestinya, terasa dan seharusnya terlihat nantinya.

1. Flowcharts

Secara umum flowchart adalah representasi visual dari struktur media digital interaktif, terdiri dari bentuk kotak (serta bentuk lainnya) yang mewakili bagian, level dari sebuah *game*, ataupun halaman dengari garis-garis diantara kotak tersebut sebagai penunjuk hubungan dan jalur. *Flowcharts* itu sendiri bisa berbentuk sangat sederhana dan kecil untuk perancangan aplikasi yang hanya memerlukan beberapa

fungsi. Namun bisa cukup besar dan kompleks untuk perancangan *website* yang mempunyai ribuan halaman.

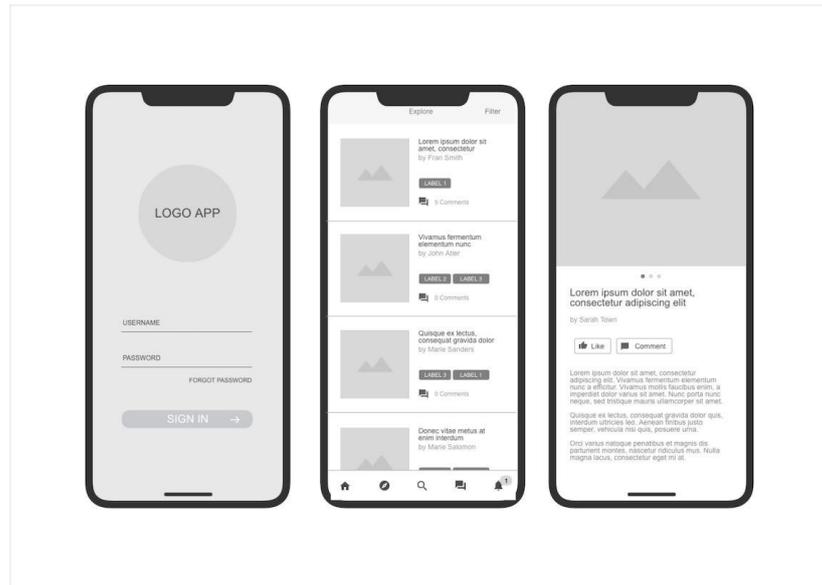


Gambar 2.8 Flowcharts

Sumber: <https://www.visual-paradigm.com/tutorials/flowchart-tutorial/>

2. Wireframe

Wireframe bisa disebut sebagai *blueprint* dari semua elemen interaksi dan konten perancangan media digital yang akan ditempatkan kedalam layar komputer. *Wireframe* itu sendiri tidak dibuat untuk setiap layar dalam media digital interaktif, namun hanya untuk beberapa layar sebagai perwakilan representative. Pembuatan *wireframe* hanya menggunakan warna putih, abu-abu, dan hitam sehingga memberikan fokus ke klien ataupun tim pada penggunaan *layouting* tanpa terganggu oleh *font*, warna dan gambar. Jumlah pembuatannya tergantung seberapa kompleks dari perancangan media digital interaktif tersebut. Menurut Mulligan (2021, h.34), *wireframe* adalah cara paling cepat untuk menunjukkan perancangan produk akhir kepada klien dan pengguna media.

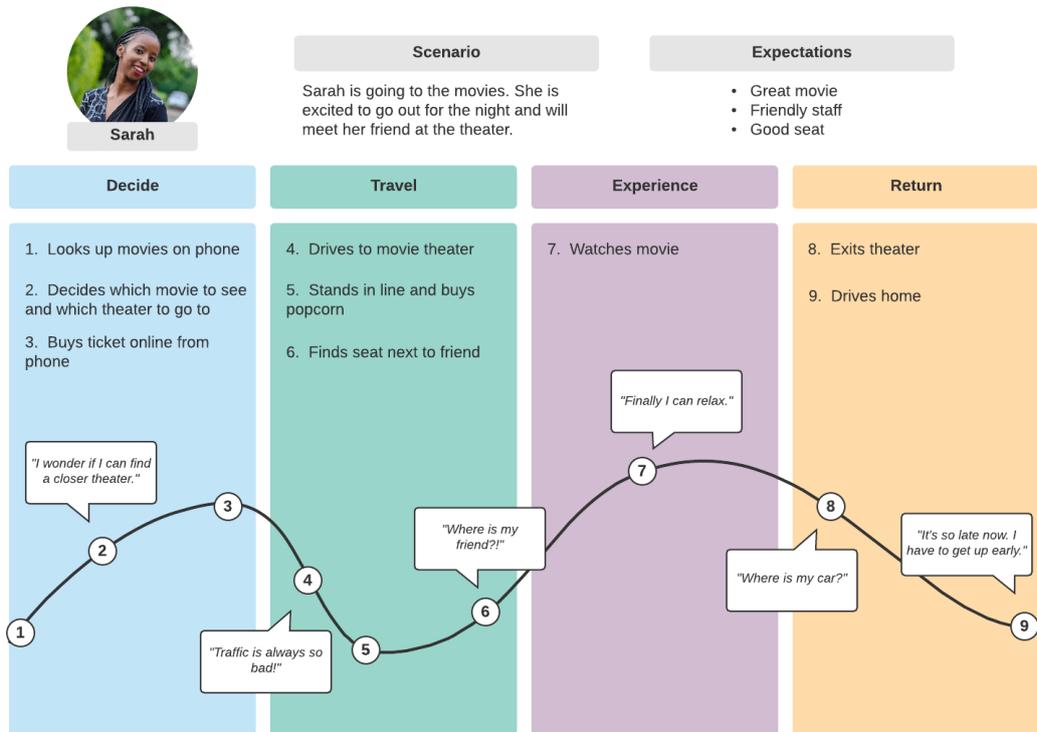


Gambar 2.9 Wireframe

Sumber: <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/free-wireframing-tools/>

3. User Scenario

Untuk melihat bagaimana calon pengguna nantinya melakukan perjalanan melalui media digital interaktif, maka dibuatlah *user scenario* atau skenario pengguna. Setiap pembuatan *user scenario* perlu secara detail dan deskriptif menjelaskan apa yang ingin calon pengguna capai dan butuhkan pada media digital yang dirancang. Data yang ingin diperoleh dari *user scenario* adalah proses dari berbagai tipe calon pengguna menjelajahi media digital yang dirancang beserta isi pikiran dari calon pengguna tersebut dituliskan secara detail. Tujuan utamanya adalah untuk membantu desainer mengidentifikasi perilaku berulang oleh pengguna dan menyesuaikan desain dari media digital yang sedang dirancang untuk mengakomodasi kebutuhan dari calon pengguna.

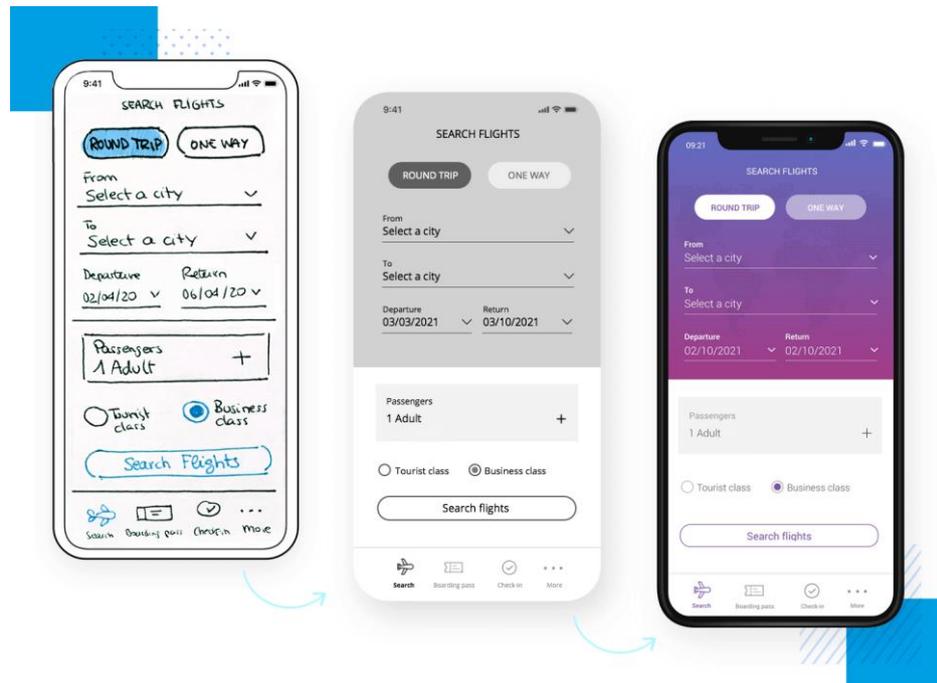


Gambar 2.10 Contoh *user journey map*

Sumber: <https://uxpickle.com/journey-mapping-101/>

4. *Interface Design*

Pada dasarnya, *interface design* adalah hasil *mock up* dari layar-layar media digital interaktif yang dirancang. Setelah pembuatan *wireframe* sebagai panduan untuk tata letak layar, proses *interface design* ini akan menambahkan elemen visual berupa warna, tipografi, asset visual seperti ikon untuk memberikan nuansa dan tampilan yang sesuai pada tujuan, calon pengguna, konten, dan konteks. Sebagai desainer biasanya proses ini disebut sebagai proses pembuatan *high fidelity* dari perancangan.

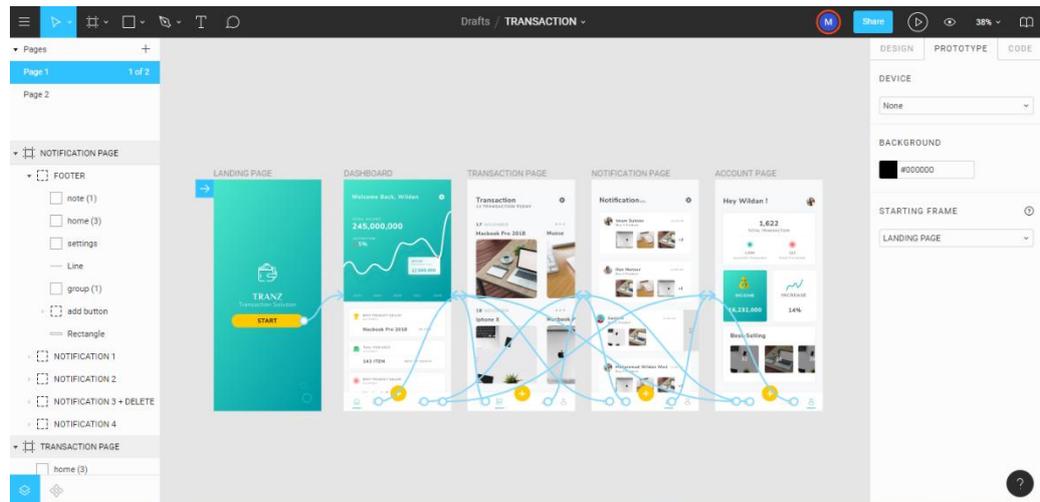


Gambar 2.11 Proses *low fidelity* ke *high fidelity*

Sumber: <https://www.justinmind.com/prototyping/low-fidelity-vs-high-fidelity-prototypes>

5. Prototype

Pada fase terakhir dari *interface design*, tim perancang akan membuat sebuah prototipe atau *prototype*. Tahap ini adalah salah satu dari bagian kecil dari pemecahan masalah perancangan (Mulligan, 2021, h.35). Tujuannya untuk melihat bagaimana produk rancangan berkerja sesuai kebutuhan dan mengidentifikasi masalah yang ada di rancangan. Prototype ini bisa ditunjukkan kepada klien atau penerbit untuk melihat pendapat mereka apakah perancangan media digital interaktif ini sudah berjalan di jalur yang tepat. Sebagai desainer, contoh prototipe berupa aplikasi dibuat sederhana dengan alat desain seperti photoshop dan dihubungkan sebagai bentuk interaktif pada aplikasi.



Gambar 2.12 Contoh proses prototipe pada *software* Figma

Sumber: <https://wildanwari.medium.com/tutorial-figma-pindah-halaman-54295e695410>

2.1.2.3 Project Production Phase

Tahap ketiga dari proses pengembangan media digital interaktif adalah tahap produksi. Tahap ini dimulai ketika hasil perancangan desain telah disetujui dan prototipe sudah dibuat, sehingga proses pengkodean atau pemrograman perancangan media digital interaktif bisa dilaksanakan. Selama fase produksi ini, user testing dilakukan secara turut menurut untuk mengidentifikasi masalah pada media digital sebelum dirilis.

Ketika proyek perancangan media digital interaktif yang dilakukan lebih besar seperti pembuatan game atau aplikasi sudah hampir selesai, maka sering dirilis secara bertahap. Tahap pertama tersebut berupa “versi *alpha*” yang mencakup sebagian besar elemen media perancangan tetapi juga memiliki banyak bug. Bug-bug tersebut yang sudah diidentifikasi dan diperbaiki, kemudian dilakukan tahap kedua peluncuran “versi *beta*” yang mencakup semua elemen media perancangan meskipun masih memiliki bug. Tahap terakhir berupa “*gold master*” yang merupakan perancangan media yang sudah lengkap dan bisa digunakan untuk pengguna, secara teori tahap ini sudah bebas dari bug. Pada umumnya, tahap ini merupakan tahap pemrograman media

digital interaktif untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya, dengan kata lain mengubah *prototype* menjadi produk final yang siap di rilis ke publik atau masyarakat.

2.2 Aplikasi

Aplikasi merupakan salah satu hasil dari media digital interaktif terbaru, sehingga penggunaannya sudah cukup luas dan bisa diunduh melalui *Google Play Store* dan *App Store* melalui *smartphone* (Griffey, 2020, h.154). Dalam kata lain, aplikasi bergantung pada interaksi antara layar *smartphone* dan pengguna, Dalam merancang aplikasi, disebutkan di dalam buku *The Basics of User Experience Design* (Design Foundation, 2020, h.58) terdapat beberapa prinsip fundamental yang harus diperhatikan saat mendesain sebuah aplikasi. Mengingat ukuran layar ponsel yang lebih kecil dibandingkan perangkat lainnya, navigasi dan konten perlu dirancang sesederhana mungkin, dengan fokus pada fungsionalitas yang paling sering digunakan oleh pengguna.

Penting untuk mengurangi tingkat navigasi, memastikan label pada antarmuka mudah dimengerti dan digunakan, serta menyediakan akses cepat ke fitur lain. Desain juga sebaiknya meminimalkan pengisian data yang berlebihan, seperti formulir yang panjang atau input data yang banyak. Menurut Babich (2018), perbedaan yang bisa dilihat terkait aplikasi yang baik dan yang buruk adalah pengalaman dari penggunaanya (UX). Aplikasi yang di desain perlu memenuhi ekspektasi penggunaanya dalam kemudahan penggunaan, *loading* aplikasi yang cepat, kepuasan dan kesenangan saat menggunakan aplikasi.

2.2.1 Jenis-Jenis Aplikasi

Menurut Kania (2023), pada masa modern ini sudah terdapat banyak aplikasi yang tersedia dan sering digunakan untuk membantu keseharian pengguna. Aplikasi-aplikasi tersebut sangat mempermudah kehidupan manusia dalam berkomunikasi, bekerja, serta memperluas pengetahuan.

1. Aplikasi Desktop

Aplikasi Desktop adalah perangkat lunak yang diinstal pada komputer desktop atau laptop. Biasanya, aplikasi jenis ini dapat beroperasi tanpa memerlukan koneksi internet, sehingga bisa digunakan secara offline. Untuk menggunakannya hanya dapat melalui laptop atau komputer dengan menginstal aplikasi tersebut terlebih dahulu.

2. Aplikasi Web

Aplikasi jenis ini menggunakan web server dan browser seperti Chrome, Firefox, dan Opera untuk beroperasi. Aplikasi web dapat diakses melalui jaringan internet atau intranet (jaringan LAN). Kelebihan utamanya adalah kemudahan akses, yang menjadikan aplikasi web lebih populer dan lebih mudah diterapkan di berbagai aspek kehidupan.

3. Aplikasi Mobile

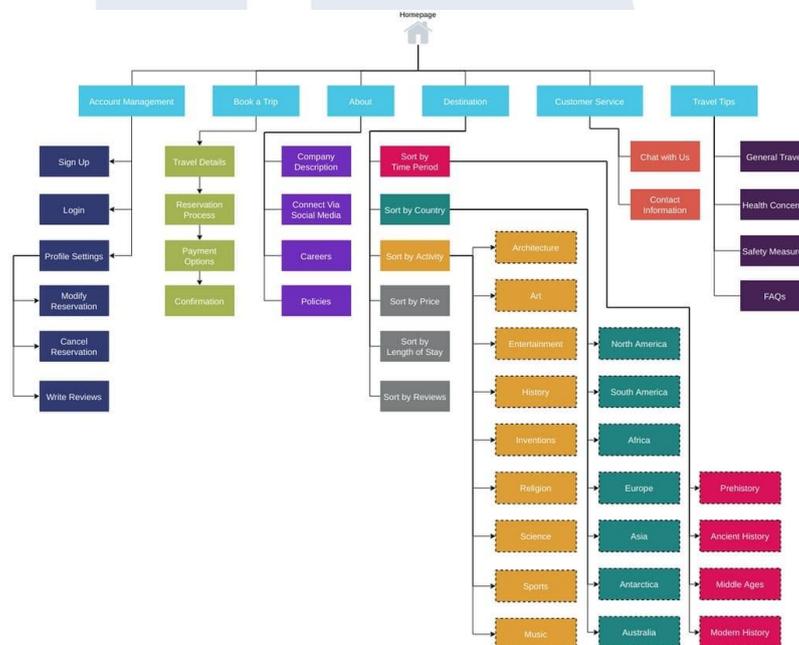
Aplikasi mobile atau mobile apps adalah perangkat lunak yang dikembangkan dengan program komputer untuk diinstal pada perangkat seluler, seperti ponsel, tablet, dan jam tangan pintar. Kemajuan dalam bahasa pemrograman yang dirancang khusus untuk aplikasi mobile semakin berkembang pesat.

2.3 User Experience

Dalam proses perancangan untuk melihat bagus tidaknya sebuah aplikasi adalah pengalaman pengguna (UX) dari aplikasi tersebut (Babich, 2018). Sehingga untuk merancang sebuah aplikasi diperlukannya pemahaman mengenai *user experience*. Secara umum, pengalaman pengguna didefinisikan sebagai bagaimana pengguna merasakan produk atau layanan yang sedang mereka gunakan (Mulligan, 2021, h.5). Dalam meningkatkan dan merancang user experience sesuai kebutuhan pengguna yang baik, diperlukannya pembuatan Information Architecture dan UX Honeycom sebagai landasan perancangan.

2.3.1 Information Architecture

Secara umum *information architecture* tidak bisa didefinisikan secara menyeluruh karena fungsinya dan kegunaan yang kompleks, namun secara garis besar bisa disebut kombinasi dari sistem organisasi, pencarian, pelabelan, dan navigasi dalam situs web dan internet (Morville, P. & Rosenfeld, L., 2006, h.4). Dalam pengembangan aplikasi dan website, penggunaan *information architecture* sangat penting untuk mengitergrasi dan mengatur informasi yang akan diberikan ke pengguna agar mudah diakses secara efisien dan cepat.

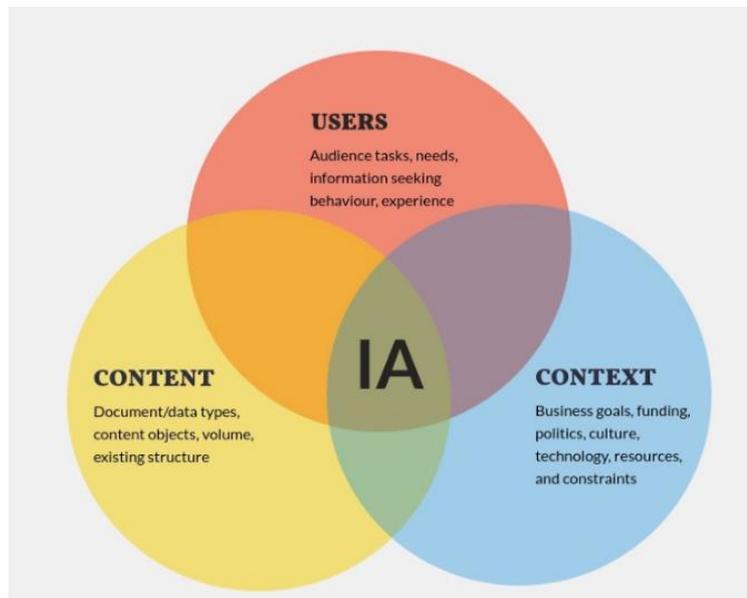


Gambar 2.13 Contoh Information Architecture dalam website

Sumber: <https://www.altexsoft.com/blog/information-architecture/>

Terdapat tiga point efektif dalam *information architecture* yang saling berhubungan, yaitu konten, pengguna, dan konteks (Morville, P. & Rosenfeld, L., 2006, hlm. 24). Menurut Babich (2018), semakin banyak konten yang dimiliki aplikasi atau web maka peran *information architecture* akan semakin penting dalam proses desain *user experience*. Konten menjelaskan jenis informasi yang ingin disampaikan serta relevansinya bagi pengguna. Pengguna mengacu pada siapa yang mengonsumsi konten tersebut dan apa

yang membuat konten itu bermakna serta bernilai bagi mereka. Sedangkan untuk konteks menggambarkan bagaimana, kapan, dan mengapa pengguna berinteraksi dengan konten tersebut serta di mana mereka mencarinya.

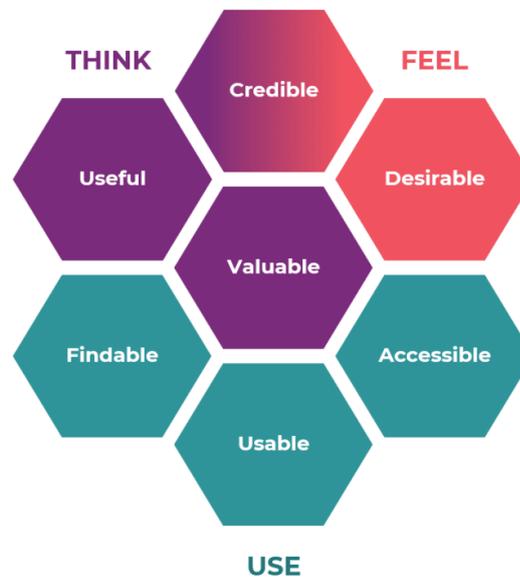


Gambar 2.14 Diagram Information Architecture

Sumber: <https://www.soeasie.com/blog/why-information-architecture-i...>

2.3.2 *The UX Honeycom*

User experience secara umum disamakan dengan *usability*, yang menggambarkan seberapa efektif dan efisien suatu aplikasi ataupun produk yang digunakan. Namun terdapat tujuh faktor sebagai landasan untuk menggambarkan pengalaman dari pengguna, Morville mengatur tujuh faktor tersebut menjadi *user experience honeycomb* sebagai alat untuk mendalami paham desain UX (Soegaard, 2021, h.21).



Gambar 2.15 Diagram *UX Honeycomb*

Sumber: <https://medium.com/mytake/the-ux-honeycomb-seven...>

2.3.2.1 *Useful*

Dalam merancang sebuah produk atau layanan, penting untuk memastikan bahwa produk beserta sistem layanannya otentik dan mampu memberikan manfaat bagi penggunanya. Tidak hanya sekadar merancang produk, namun produk tersebut harus benar-benar mampu menyelesaikan masalah yang ada dan menawarkan solusi yang bermanfaat melalui penggunaannya.

2.3.2.2 *Desirable*

Melalui identitas merek sebuah produk, produk tersebut harus menarik bagi pengguna agar dapat membangun ikatan emosional antara pengguna dan merek, sehingga kebutuhan emosional pengguna dapat terpenuhi. Elemen seperti estetika, emosi positif, serta kepuasan pengguna perlu diperhatikan untuk menciptakan desain antarmuka yang tidak hanya enak dipandang, tetapi juga mampu menghasilkan respons positif dari pengguna.

2.3.2.3 Accessible

Desain yang dirancang harus bisa diakses oleh semua orang, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan fisik maupun mental. Desain yang mengutamakan aksesibilitas memperhatikan aspek seperti tata letak, kontras warna, keterbacaan, dan navigasi yang mudah dipahami. Desain yang inklusif ini memberikan pengalaman yang setara bagi pengguna, baik yang memiliki kebutuhan khusus maupun mereka yang menghadapi hambatan fisik atau mental.

2.3.2.4 Credible

Produk atau layanan perlu meyakinkan pengguna bahwa informasi dan fitur yang disediakan memiliki kredibilitas, sehingga pengguna merasa percaya saat menggunakan aplikasi. Kredibilitas informasi dan fitur ini berperan penting dalam membangun kepercayaan serta memengaruhi pengalaman pengguna. Selain itu, desain visual produk juga harus tampak andal dan mencerminkan profesionalitas agar dapat memberikan keyakinan kepada pengguna dalam menggunakan aplikasi.

2.3.2.5 Findable

Mendesain produk atau sistem yang intuitif bertujuan agar semua informasi, konten, dan fitur yang diperlukan pengguna dapat dengan mudah diakses. Produk dengan informasi yang mudah ditemukan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengaksesnya. Kemampuan untuk menyediakan informasi secara cepat dan efisien sangatlah penting bagi sebuah produk, dengan memperhatikan aspek *findability* atau kemudahan dalam menemukan informasi.

2.3.2.6 Usable

Perancangan suatu produk harus mempertimbangkan target pengguna dan kesesuaian fungsinya. Ini berarti produk atau layanan harus dirancang agar mudah digunakan dan dipahami oleh penggunanya. Produk yang tidak dapat digunakan atau sulit dipahami, meskipun

memiliki desain yang menarik, dapat dianggap gagal dalam aspek kegunaan (usability).

2.3.2.7 Valuable

Memberikan nilai yang tinggi pada produk atau layanan dapat memperbaiki pengalaman dan kepuasan pengguna. Produk yang memiliki nilai dapat memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan pengguna dengan cara yang berarti. Nilai yang ditawarkan kepada pengguna seharusnya membuat mereka merasa bahwa semua investasi yang dilakukan sebanding dengan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut. Hal ini dapat memperkuat hubungan dan membangun kepercayaan antara merek dan pengguna.

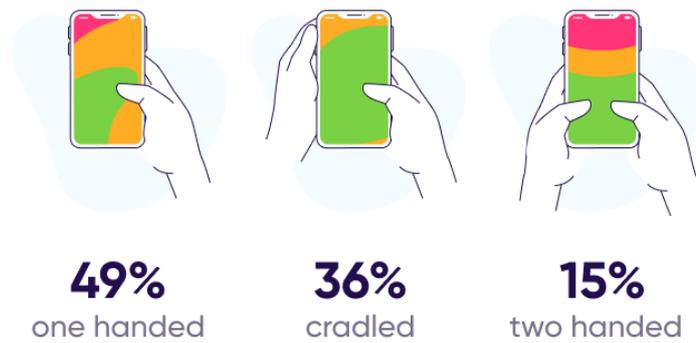
2.4 User Interface

Sebagai Desainer, proses untuk mendesain layar atau tampilan pada perangkat komputer atau perangkat lunak suatu media digital interaktif disebut desain *user interface* (Interaction Design Foundation, n.d.). Desain *user interface* dibuat karena dalam beberapa kasus desain *user interface* yang buruk dapat menyebabkan pemborosan uang, membuang waktu, dan terburuknya menghilangkan nyawa seseorang (Basatha, 2022, h.132). Oleh karena itu, perancangan desain UI diperlukan pemahaman terkait basic desain interface. Menurut Malewicz (2020) di bukunya berjudul *Designing User Interface*, menjelaskan bahwa seorang desainer yang ingin mendesain UI harus memperhatikan beberapa elemen dasar UI.

2.4.1 Screens

Desain UI berkaitan dan mengarah ke tampilan layar komputer. Di era dengan kemajuan teknologi ini, resolusi pada layar smartphone sudah berkembang pesat sejak 20 tahun terakhir. Sebagai desainer, pemahaman terkait resolusi layar smartphone sangat berguna untuk menentukan warna, *layout*, dan *typeface* yang tepat mengikuti ukuran layar *smartphone*. Pada masa kini, pengguna smartphone semakin meningkat. Oleh karena itu, untuk mendesain UI sangat penting untuk memahami jangkauan tangan pengguna. Menurut Malewicz (2020, h.53), desain UI yang buruk di *smartphone* akan

membuat pengguna frustrasi karena diperlukannya tenaga ekstra jika UI di luar jangkauan tangan pengguna. Asumsi tersebut berdasarkan secara umum pengguna smartphone menggunakan satu tangan dalam penggunaannya.

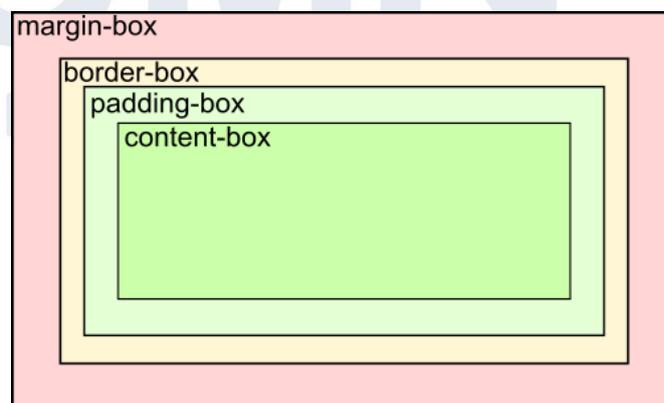


Gambar 2.16 Zona jangkauan tangan menggunakan ponsel

Sumber: <https://www.appsflyer.com/blog/tips-strategy/mobile-app-ux/>

2.4.2 Objects

Bentuk vektor merupakan elemen penting dalam mendesain UI. Artinya, bentuk-bentuk tersebut direpresentasikan oleh angka dan dapat diperpanjang atau diperbesar tanpa kehilangan kualitasnya. Bentuk persegi panjang merupakan bentuk paling umum digunakan dalam semua desain UI diikuti oleh bentuk elips. Menurut Malewicz (2020, h.80) cara paling dasar dalam mendefinisikan objek UI dalam kode dan desain menggunakan *the box model* atau model kotak.



Gambar 2.17 The Box Model

Sumber: <https://mortoray.com/what-is-a-box-model-ui-element-layout/>

Terdapat 4 elemen di dalam *The Box Model*, yaitu:

1. *The inner Margin*

Margin dalam sering disebut sebagai bantalan. Semakin besar bantalannya, semakin luas area aman di dalam objek tersebut.

2. *Outer Margin*

Margin luar meliputi ruang di sekitar luar objek. Fungsinya adalah untuk memberikan area aman bagi objek ketika ditempatkan berdekatan dengan elemen visual lainnya.

3. *Fill*

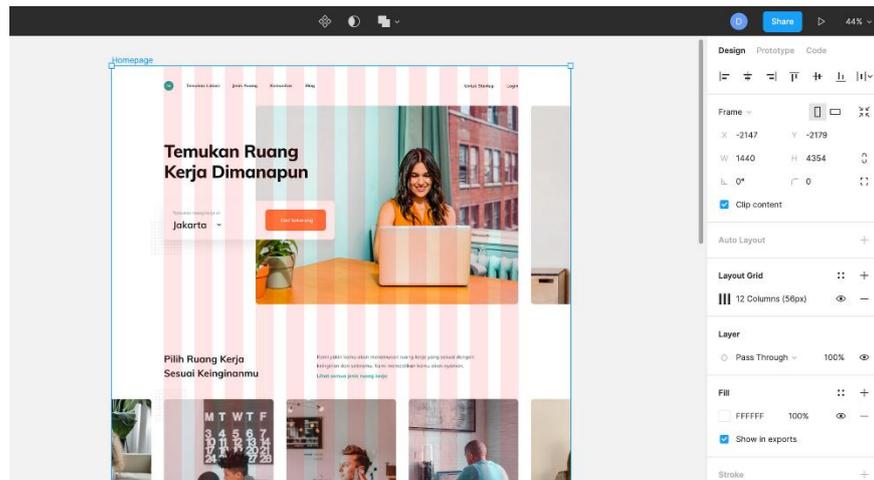
Fill adalah istilah yang digunakan untuk latar belakang sebuah objek. Latar ini bisa berupa warna solid, gradien, atau gambar. Tingkat kegelapan atau transparansi latar dapat diatur. Jika objek tidak memiliki *fill*, objek tersebut mungkin sulit dilihat karena memerlukan karakteristik latar agar terlihat dengan jelas.

4. *Border*

Border adalah garis yang mengelilingi objek. Garis ini bisa ditempatkan di luar, di dalam, atau di antara keduanya. Penting untuk dicatat bahwa garis tepi di dalam objek tidak akan membuat ukuran objek bertambah. *Border* juga bisa berbentuk seperti garis putus-putus, titik-titik, atau memiliki sudut yang tajam, melingkar, atau patah.

2.4.3 Layout & Grid

Grid adalah susunan garis yang berfungsi sebagai kerangka dalam menjaga tata letak tetap rapi (Malewicz, 2020, h.56). Ini adalah cetak biru struktural dari proyek yang baik, karena membantu menciptakan hierarki antar elemen dan memudahkan pemahaman serta pengolahan. Sehingga, sangat penting untuk menetapkan grid saat perancangan desain. Sebagai desainer, pengaturan konten dan isi dari layar komputer perlu dilakukan sebelum pembuatan grid.



Gambar 2.18 Contoh penggunaan grid pada perancangan *website*

Sumber: <https://medium.com/paperpillar/tentang-grid-pada-ui-design-bagian-1-...>

2.4.4 Color

Warna memiliki beragam fungsi dalam perancangan UI. Selain menjadi indicator bahwa sesuatu sedang berlangsung dalam media yang digunakan, warna juga meningkatkan estetika tampilan media. Menurut Malewicz (2020, h.124), warna dapat digunakan untuk menunjukkan suatu proses atau sistem yang sedang berjalan dalam media.

Green	• calm, soothing, reassurance, peaceful, health, growth, life, healing, money
Blue	• credible, reliable, professional, trust, strength, peace, confidence, integrity
Purple	• curative, protective, thoughtful, wise, imaginative, royal, luxury, dignity
Yellow	• enlightening, abundance, caution, clarity, warmth, optimism, cheerful, friendly
Orange	• energizing, desire, warmth, cheerful, confident
Red	• demanding, passionate, exciting, youthful, danger, daring, urgency
Gray	• balance, neutral, calm, stability, security, strong, character, authority, maturity
Black	• sophistication, power, formality, mystery
White	• freshness, hope, goodness, light, purity, cleanliness, simplicity, coolness
Pink	• romance, compassion, faithfulness, beauty, love, sensitivity
Gold	• wealth, success, status, generous, living, wisdom, charisma, optimistic
Brown	• stable, reliable, approachable, genuine, organic

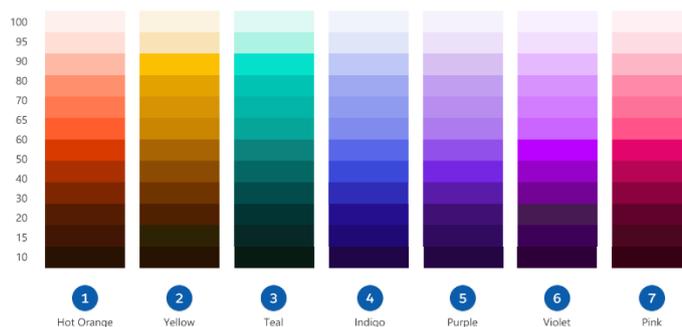
Gambar 2.19 Psikologi warna pada UI

Sumber: <https://medium.com/@shivanidesai1204/formal-elements-that-make-up-the-us...>

1. Positif (pembayar berhasil, terkonfirmasi), umumnya warna yang digunakan pada UI adalah warn hijau dan biru.

2. Negatif (Pembayaran di tolak, sistem error), Objek UI menggunakan warna merah.
3. Netral (Klik ok, sistem pengaturan), umumnya menggunakan warna abu-abu.
4. Peringatan (Jangka waktu berlangganan akan habis), tampilan warna yang digunakan umumnya kuning atau jingga.

Dalam prosesnya penentuan warna untuk UI aplikasi, maka diperlukan pembuatan palet warna. Dalam menentukan biasanya warna yang dipakai adalah warna netral dan warna aksen. Proses ini sangat penting untuk memastikan konsistensi, membentuk hierarki visual dan mempermudah identifikasi jenis tindakan dalam UI (Malewicz, 2020, h.109).



Gambar 2.20 Palet warna pada UI

Sumber: <https://www.lightningdesignsystem.com/guidelines/color/color-palettes/>

2.4.5 Icon

Menurut Malewicz (2020, h.168), ikon adalah gambar kecil yang mewakili fungsi atau status tertentu. Bentuk dari ikon itu sendiri umumnya berasal dari versi sederhana benda atau bentuk sehari-hari. Di kultur berbeda, ikon akan memiliki makna yang berbeda sehingga ikon tidak selalu bersifat universal. Terdapat 3 faktor yang mempengaruhi konsistensi perancangan ikon media digital, yaitu:

1. Level of Detail

Tingkat detail pada ikon merujuk pada seberapa rinci bentuknya. Biasanya, ikon memiliki desain yang sederhana tanpa banyak detail, namun dalam situasi tertentu, ikon yang lebih detail bisa lebih sesuai.



Gambar 2.21 Contoh ikon simpel dan realistic

Sumber: <https://blog.icons8.com/articles/icon-design-tips-for-a-killer-ui/>

2. Fill vs Outline

Ikon dalam antarmuka pengguna (UI) dapat hadir dalam dua gaya, yakni dengan warna penuh (*fill*) atau hanya menggunakan garis tepi (*outline*).



Gambar 2.22 Contoh ikon solid dan Outline

Sumber: <https://medium.com/@tristaljing/hollow-icon-vs-solid-icon-whic...>

3. Rounded

Rounded mengacu pada bentuk sudut pada ikon. Sudut-sudut ikon bisa tajam dan lurus atau membulat. Kedua gaya ini memengaruhi kesan yang ditimbulkan: sudut tajam memberikan kesan lebih formal dan tegas, sementara sudut membulat memberikan kesan lebih ramah.

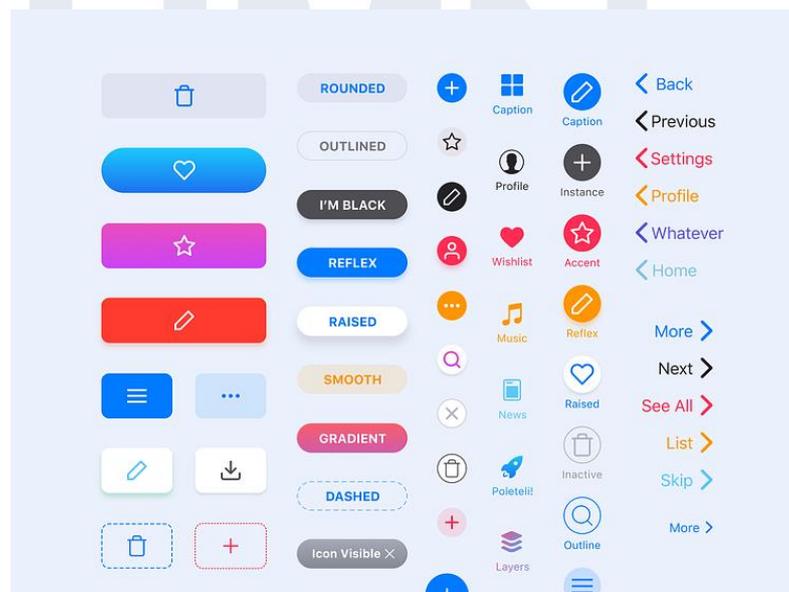


Gambar 2.23 Contoh *rounded* dan *sharp icon*

Sumber: <https://domhabersack.com/blog/icon-constraints>

2.4.6 *Buttom*

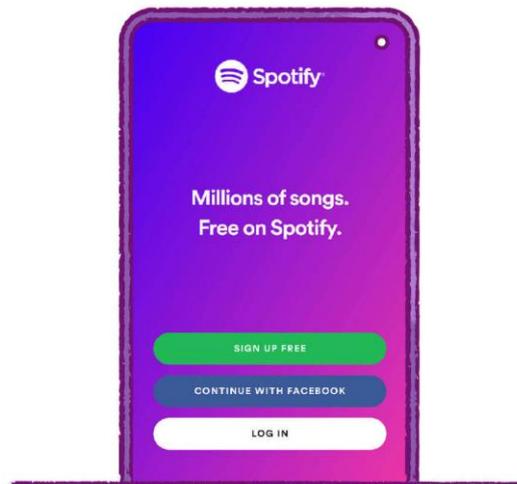
Buttom adalah elemen interaksi yang mengasihkan tindakan sesuai dengan kegunaan yang ada di dalamnya. *Buttom* merupakan elemen penting dalam produk media digital dan sangatlah penting untuk merancang tombol yang sesuai dengan kegunaannya seperti untuk tindakan pembelian, pengunduhan, pengiriman, dan masih banyak lagi (Marlewicz, 2020, h.179). Sebagai desainer, aturan terpenting dalam merancang *buttom* adalah memastikan *buttom* tersebut cukup mencolok agar pengguna tidak merasa bingung dan tidak tertukar dengan elemen lainnya.



Gambar 2.24 Contoh-contoh desain *buttom*

Sumber: <https://uxplanet.org/need-ui-inspiration-discover-40-button-styles-tha...>

Call to Action (CTA) merupakan elemen penting yang harus diperhatikan, biasanya digunakan bersamaan dengan tombol. CTA sering kali berperan dalam proses pembelian produk dalam antarmuka pengguna (UI). Seperti halnya dalam merancang tombol, tombol CTA harus menjadi fokus utama dalam UI dan dirancang agar menonjol, sehingga pengguna tidak menganggapnya sebagai fungsi lainnya.



Gambar 2.25 Contoh penggunaan CTA dalam aplikasi

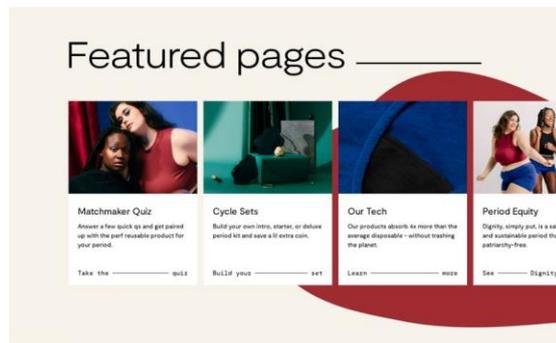
Sumber: <https://clevertap.com/blog/call-to-action-buttons/>

2.4.7 Cards

Card atau Kartu merupakan salah satu cara paling populer menampilkan konten dalam sebuah UI. Didalam card umumnya berisi informasi, orang, produk, dan tindakan sesuai konten yang ingin disampaikan. Menurut Malewicz (2020), *card* dapat memuat teks, ikon, foto, dan tombol yang membantu pengguna dalam memilih dengan lebih baik (h.204). Berikut adalah beberapa cara paling populer menurut Malewicz (2020) untuk menampilkan card pada desain UI:

1. Horizontal

Cards yang dirancang secara horizontal menjadi dasar dalam penggunaan korsel yang dapat digeser.

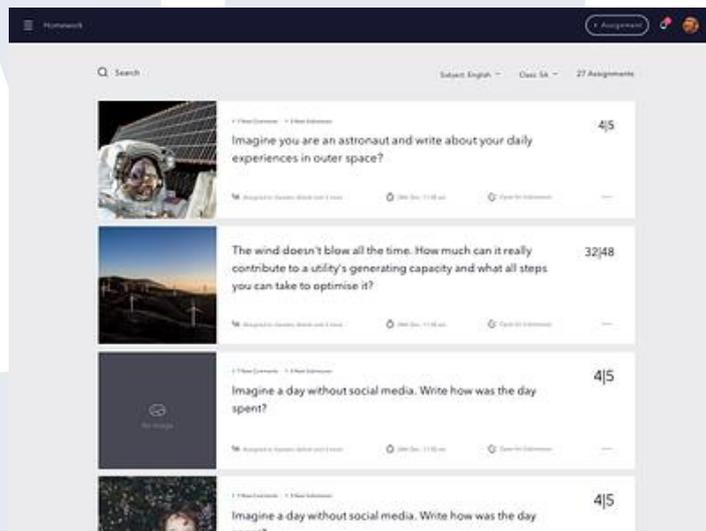


Gambar 2.26 Contoh pengaplikasian UI secara Horizontal

Sumber: <https://www.niceverynice.com/components-tags/horizontal-scrolling>

2. Vertikal

Cards yang dirancang secara vertikal lebih sesuai dengan untuk penyajian data yang kompleks.

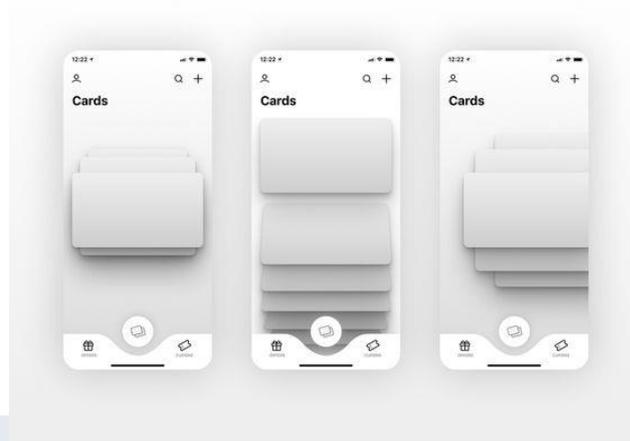


Gambar 2.27 Contoh pengaplikasian UI secara Vertikal

Sumber: <https://dribbble.com/tags/horizontal-cards>

3. Stack

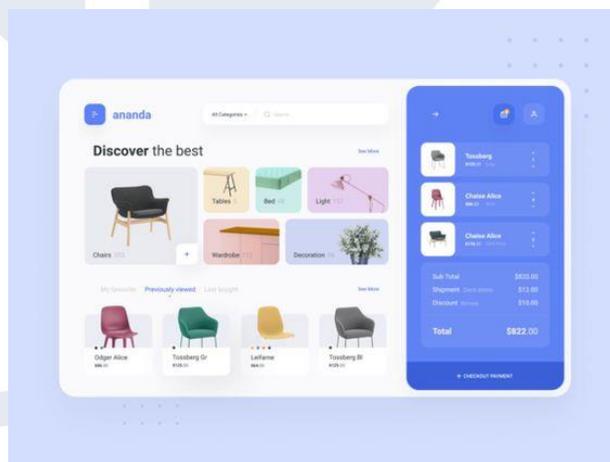
Perancangan cards yang disusun secara bertumpuk cocok untuk penyortiran dengan tindakan yang sederhana, biasanya dijelajahi dengan menggeser ke kiri atau kanan di layar digital seperti gerakan membuang.



Gambar 2.28 Contoh pengaplikasian UI secara menumpuk
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/887701776547565760/>

4. Grid (Masonry)

Model card yang ditampilkan dalam bentuk grid sangat cocok untuk penyajian berita atau situs e-commerce.



Gambar 2.29 Contoh pengaplikasian UI secara Grid
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/992269730372701417/>

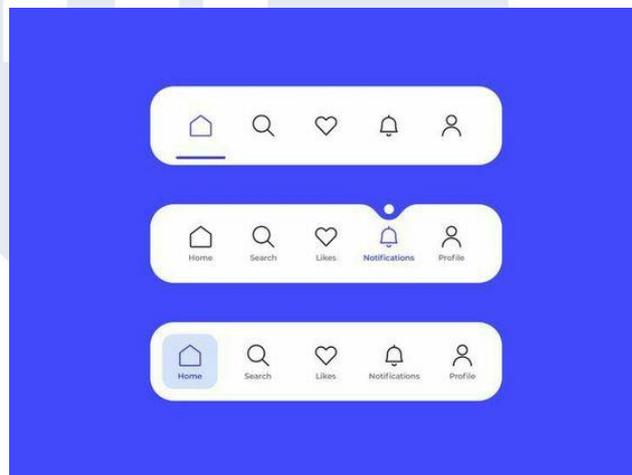
2.4.8 Navigation

Malewick (2020) menyatakan bahwa navigasi juga menjadi elemen penting dalam mendesain UI karena dengan tidak adanya navigasi dalam desain UI di media, pengguna akan merasa kesulitan dan sehingga memilih untuk meninggalkan aplikasi atau situs web (h.281). Navigasi yang buruk akan menyebabkan aplikasi atau situs web tidak dapat digunakan. Oleh karena itu,

sangat penting untuk merancang navigasi dengan perhatian yang mendetail serta harus mempertimbangkan pilihan navigasi yang cocok tergantung tampilan UI seperti aplikasi mobile atau *website*. Terdapat 3 jenis UI navigasi utama, yaitu:

1. Terlihat (*Visible*)

Elemen navigasi ini selalu terlihat di layar dan di beberapa kasus terdapat konten di bagian bawahnya. Dalam sebagian besar kasus, navigasi UI lebih baik terlihat saat di gunakan, untuk membantu pengguna dalam mengarahkan mereka sedang di dalam navigasi yang mana.

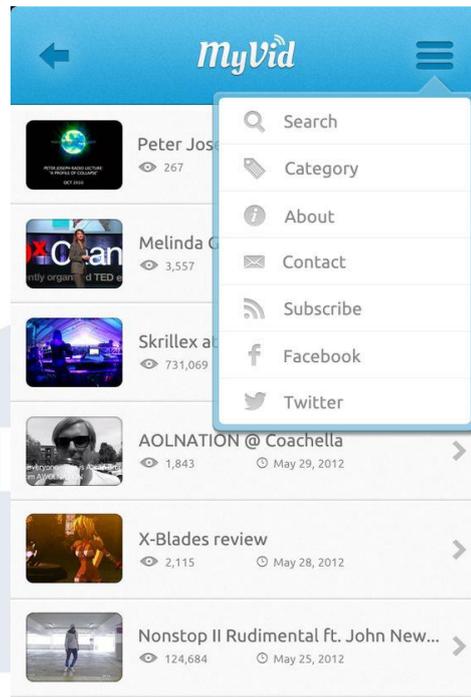


Gambar 2.30 Navigasi icon yang terlihat

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/774124929612003/>

2. Tersembunyi (*Hidden*)

Elemen navigasi ini bentuknya tersembunyi, untuk mengaktifkannya diperlukan suatu tindakan aktifitas membuka menu navigasi. Contoh umumnya penggunaan elemen navigasi ini adalah *hamburger icon*.



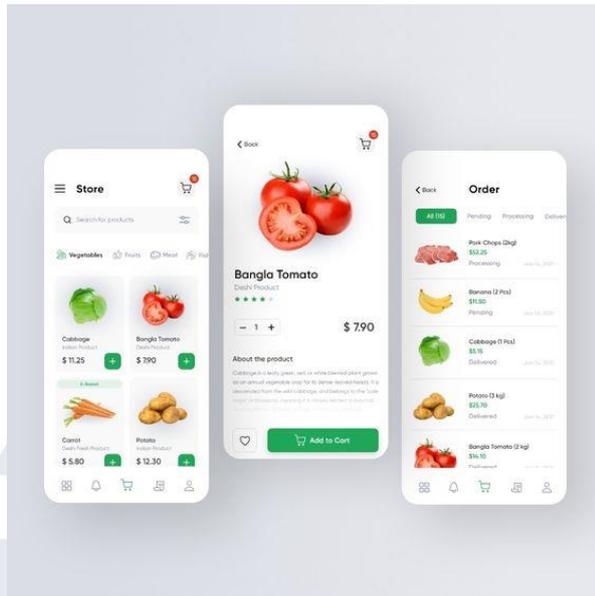
Gambar 2.31 Penggunaan *hamburger icon* di aplikasi

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/224194887673171234/>

3. Kontekstual (*Contextual*)

Contoh penggunaan elemen navigasi ini adalah jenis kategori yang terdapat di aplikasi belanja, karena navigasi ini biasanya menacakup tautan atau tombol aktif di dalam desain UI.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.32 Penggunaan navigasi kontekstual di halaman produk

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/263671753179282189/>

2.4.9 Typography

Menurut Malewick (2020) Tipografi merupakan salah satu aspek desain yang sangat luas sehingga terdapat beberapa aturan dasar tipografi untuk UI yang dapat meningkatkan kualitas perancangan (h.140). Dengan kata lain, pemahaman untuk pemilihan typeface dan font yang tepat dapat meningkatkan komunikasi dalam desain.



Gambar 2.33 Contoh typeface dan font yang sering digunakan di UI google

Sumber: <https://www.justinmind.com/ui-design/best-font-mobile-app>

2.4.10 Logo

Logo merupakan salah satu elemen visual yang digunakan untuk mempresentasikan identitas suatu merek, perusahaan, ataupun aplikasi secara unik. Menurut Wheeler (2009), logo merupakan simbol grafis yang dirancang untuk menciptakan identitas visual yang dapat dikenali dan membedakan suatu produk ataupun jasa dari yang lain. Dalam konteks media digital, logo tidak hanya berguna untuk representasi visual tetapi juga menciptakan asosiasi merek di berbagai platform. Pembuatan logo yang efektif terutama untuk aplikasi digital memerlukan desain yang responsif, mudah dikenali dalam format favicon, serta menggunakan warna yang konsisten dengan identitas merek (Griffey, 2020).



Gambar 2.34 Logo pada berbagai aplikasi

Sumber: <https://looka.com/blog/app-logo/>

Terdapat 5 prinsip desain dalam pembuatan logo yang efektif dalam media digital, yaitu:

1. Sederhana (*Simplicity*)

Logo yang sederhana lebih mudah diingat dan dikenali. Kesederhanaan memungkinkan logo tetap efektif meskipun ditampilkan dalam berbagai ukuran dan media.

2. Relevansi (*Relevance*)

Logo harus mencerminkan nilai-nilai dan visi dari aplikasi yang diwakili. Relevansi memastikan logo dapat berkomunikasi dengan audiens target. Elemen desain seperti warna dan bentuk harus relevan dengan karakteristik pengguna aplikasi.

3. Fleksibilitas (*Scalability*)

Dalam media digital, logo harus dapat beradaptasi dengan berbagai perangkat dan platform. Fleksibilitas adalah kunci agar logo tetap terlihat jelas baik dalam format besar maupun kecil.

4. Unik dan Berkersan (*Memorability*)

Logo harus menciptakan kesan yang kuat sehingga mudah diingat oleh pengguna. Logos yang unik akan membedakan aplikasi dari kompetitornya. Keunikan membantu menciptakan diferensiasi merek.

5. Keseimbangan Visual (*Visual Balance*)

Keseimbangan visual penting untuk menciptakan harmoni dalam desain logo. Penggunaan elemen desain seperti warna, tipografi, dan ruang negatif harus dirancang secara proporsional.

2.5 Pencari Kerja

Seorang pencari kerja adalah individu yang secara aktif mencari peluang pekerjaan dan tekun melamar ke berbagai perusahaan. Orang ini tidak hanya mencari, tetapi juga menjalani pencarian strategis untuk mendapatkan kesempatan yang tepat, menampilkan keterampilan dan tekadnya, dengan tujuan mendapatkan posisi yang sesuai dengan aspirasi karier dan keahliannya (Tamimi, 2024). Bolles (2018, h.245) menekankan pentingnya melakukan inventarisasi diri, yaitu mengenali keterampilan, minat, nilai, dan kepribadian. Pencari kerja harus memahami apa yang mereka sukai dan kuasai untuk menemukan pekerjaan yang sesuai dengan keterampilan dan minatnya.

2.5.1 Solusi *Onestop Solution* untuk Pencari Kerja

Onestop solution secara umum adalah kegunaan dari fungsi media digital interaktif yang sudah mengintegrasikan berbagai fiturnya untuk dapat

membantu menciptakan pengalaman yang lebih relevan dan efisien bagi pengguna (Griffey, 2020, h.47). Kebutuhan akan sebuah platform pencari kerja yang hanya bukan hanya sebagai tempat mencari lowongan pekerjaan saja, namun juga mampu membantu pengguna untuk membuat CV, persiapan interview kerja, serta rekomendasi informasi pekerjaan sesuai dengan personalisasi pengguna sangat diperlukan di era digital ini (Lestari, 2019, h.11)

2.6 Penelitian yang Relevan

Pada tahap ini, penulis mengkaji penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang dibahas agar memperkuat dan menunjukkan kebaruan dari perancangan tugas akhir. Tujuannya untuk memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang secara signifikan berkontribusi dalam pemahaman tentang permasalahan pencari kerja. Berikut adalah tabel penelitian yang relevan.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Perancangan Aplikasi Lowongan Kerja berbasis <i>Web</i>	Diki Anggana Cipta Wahyu Nur Alam, Linda Salma Angreani	Perancangan Website yang menyajikan informasi tentang lowongan pekerjaan dengan metode pengembangan <i>Waterfall</i>	Penelitian ini menghasilkan media luaran dengan sistem pemograman yang kompleks, sehingga keperbaruan yang ingin diambil yaitu media luaran yang berbeda yakni perancangan dengan sistem desain grafis.
2	Perancangan Sistem Informasi Platform Pencari Kerja pada PT.Wira Karya Indonesia	Haryanto, Muhammad Fathurrochman Wahyutama, Ully'a Maulida Damayanti, Nabilla	Perancangan website pencari kerja untuk PT. Wira Karya Indonesia, dengan metode analisis <i>Business Model Canvas (BMC)</i> dan Metode <i>PIECE</i>	Perancangan aplikasi pencari kerja nantinya di bagian perusahaan memiliki fitur untuk melihat kandidat-kandidat pelamar berserta CV nya sehingga HR tidak perlu notifikasi menggunakan e-

		Natasyah, Ameliani		email. Dari data tersebut, peneliti ingin mengambil bagian pembuatan aplikasi yang memberikan notifikasi kepada pengguna terkait keterima tidaknya lamaran yang mereka ajukan ke HR.
3	Perancangan Aplikasi Mooc untuk Kursus Online berbasis Android dan IOS menggunakan PPrototyping Model	Nunung Hidayatun, Susafa ati, Hidayanti Murtina	Penelitian ini menghasilkan aplikasi untuk mengikuti kursus online yang bisa dimainkan di Android dan IOS berbasis MOOC. Hasilnya adalah sistem kursus online yang lebih praktis dan flexsibe, perancangan aplikasi ini menggunakan Bahasa Javascript	Penelitian ini berfokus dengan perancangan memakai Bahasa pemograman sehingga pengguna lebih mengerti dan praktis dengan kursus online yang dibuat, sedangkan penulis ingin menjadikan referensi terkait penggunaan sistem score saat menyelesaikan tugas kursus dan metode kurus dengan webinar online, perbedaan besar yang akan dilakukan adalah penulis akan berfokus pada UI/UX saja ketimbang memakai Bahasa pemograman.

Dari hasil penelitian yang relevan yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa media-media keluaran dari penelitian terdahulu lebih mengutamakan hasil *programing* sebagai hasil jadi dari aplikasi yang dibuat, namun kurang memperhatikan dari segi desain aplikasi (UI) ataupun kenyamanan pengguna (UX). Sehingga penulis merancang media informasi berbasis aplikasi interaktif dengan memberikan kebaruan dalam perancangan media yang mengutamakan konsep UI/UX desain dalam perancangannya.