

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

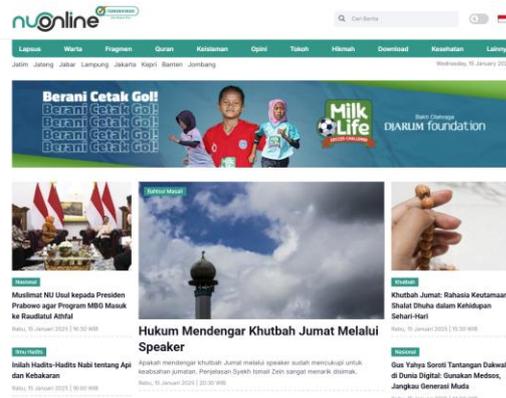
2.1 Media Informasi

Menurut Budiarti (2022), media informasi merupakan alat komunikasi yang berfungsi untuk menyampaikan pesan dalam bentuk teks, gambar, suara, maupun video. Media Informasi dapat berupa *website*, media sosial, televisi, radio, dan media cetak (Humaira, 2022). Diantara berbagai media informasi yang ada, terdapat dua jenis pengelompokan yaitu media digital dan media konvensional (Natasya, 2020). Media konvensional biasanya berupa televisi, radio, dan media cetak, sementara media digital berupa *website* dan media sosial.

2.1.1 Website

Menurut Susilowati (2019, hal. 36), website adalah kumpulan halaman web yang dapat diakses melalui jaringan internet. Susilowati juga menambahkan bahwa suatu *website* dapat mengandung kumpulan teks, gambar, audio, musik, atau animasi yang dapat diatur atau dikonsumsi oleh pengguna. Menurut Frost (2016, hal. 6), sebuah *website* tidak hanya terdiri dari halaman-halaman yang bersifat statis, tetapi terdiri dari sekumpulan komponen yang selalu berubah dan beradaptasi. Menurut Semrush (2024), alamat website yang paling sering dikunjungi di Indonesia pada bulan Januari 2024 adalah *google.com*.

Website termasuk sebagai media digital yang memiliki banyak komponen yang selalu berubah dan beradaptasi. Komponen tersebut dapat berupa kumpulan teks, ataupun berupa media lainnya seperti gambar, audio, musik dan animasi. Teks ataupun media yang terdapat pada *website* dapat diatur atau dikonsumsi oleh pengguna.



Gambar 2.1 Website *nu.or.id*
 Sumber: www.nu.or.id (2025)

2.1.2 Media Sosial

Menurut Tysara (2024), media sosial merupakan suatu media digital yang dapat digunakan masyarakat untuk melakukan aktivitas sosial. Tambahnya, aktivitas sosial tersebut dapat mencakup penciptaan, pembagian, dan pertukaran informasi. Menurut Natasya (2020), media sosial merupakan suatu jenis media informasi digital. Menurut Humaira (2022), media sosial yang paling banyak diakses masyarakat Indonesia secara berurutan adalah *Whatsapp, Facebook, Youtube, Instagram, dan Tiktok*.

Media sosial termasuk sebagai sejenis media digital sama seperti *website*. Media sosial digunakan sebagai sarana melakukan aktivitas sosial. Desainer dapat dipertimbangkan media sosial sebagai salah satu media informasi yang dapat dimanfaatkan suplemen untuk media utama.

2.2 Desain Interaksi

Menurut Teo (2024), desain interaksi dapat didefinisikan sebagai perancangan interaksi antara pengguna dengan suatu produk. Tambahnya, biasanya produk yang dimaksud adalah produk perangkat lunak atau *software* seperti aplikasi dan halaman web atau *website*. Perancangan tersebut dilakukan dengan tujuan menciptakan suatu produk perangkat lunak yang dapat membantu pengguna atau *user* mencapai suatu tujuan dengan cara yang sebaik-baiknya, tambah Teo.

2.2.1 Prinsip Desain Interaksi

Menurut Teo (2022), dalam merancang suatu *website* atau aplikasi, tugas seorang desainer adalah mengatur seluruh elemen desain berdasarkan prinsip desain. Dalam kata lain, prinsip desain adalah cara yang dapat digunakan desainer dalam mengorganisir elemen-elemen desain. Menurut Stevens (2024), prinsip desain interaksi adalah *user-centricity*, konsistensi, hirarki, konteks, *user control*, aksesibilitas, dan kebergunaan.

1. *User-centricity*

Menurut Stevens (2024), *user-centricity* merupakan prinsip bahwa kebutuhan pengguna harus diutamakan dalam proses perancangan. Menurut Pereyra (2024, hal. 10), pengguna atau *user* adalah seseorang yang menggunakan produk yang dirancang oleh desainer. Menurut Chammas dkk. (2015, hal. 1), desainer harus memahami para pengguna yang akan menggunakan produk desain yang dirancang. Stevens juga menambahkan bahwa cara mengetahui kebutuhan dan keinginan pengguna adalah dengan cara melakukan riset pengguna atau *user research*. Dengan itu, desainer dapat menemukan permasalahan yang perlu diselesaikan pengguna dan siapa target sasaran produk. Selain itu, desainer juga harus melakukan ujicoba atau *user testing* untuk mengetahui seberapa efektif produk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pengguna.

2. Konsistensi

Menurut Stevens (2024), konsistensi mengacu pada keselarasan pada keseluruhan produk. Tambahnya, konsistensi desain tidak hanya berlaku pada tiap elemen desain yang terdapat pada suatu *website* atau aplikasi, tetapi konsistensi juga berlaku pada produk lainnya seperti desain media sosial. Menurut Durgude dkk. (2023, hal. 3490) konsistensi *brand* penting untuk menekan biaya produksi. Selain itu, ditambahkan bahwa

konsistensi juga memungkinkan *brand* untuk tidak terlalu menghabiskan upaya untuk melakukan marketing pada pengguna langganan. Menurut Pereyra (2024, hal. 186), konsistensi dapat dicapai menggunakan sistem desain atau *design systems*.

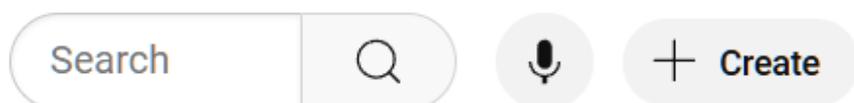
Stevens juga menambahkan bahwa konsistensi desain tidak hanya berlaku pada aspek visual tetapi juga pada *tone* atau gaya bahasa dan perasaan yang dikomunikasikan. Dalam kata lain, konsistensi berlaku secara visual dan secara abstrak, dan berlaku pada setiap media primer maupun media sekunder.



Gambar 2.2 Konsistensi Visual Antar Produk *Coca-cola*
Sumber: www.adobe.com (2024)

3. Hirarki

Menurut Teo (2022), hirarki merupakan perbedaan dalam seberapa pentingnya suatu elemen desain. Tambahnya, perbedaan tersebut dapat diciptakan dengan perbedaan warna dan ukuran. Ia memberikan contoh seperti menggunakan teks yang berukuran lebih besar untuk memberikan hirarki tinggi pada teks tersebut, ataupun menggunakan warna tertentu pada suatu tombol untuk menunjukkan pentingnya fungsi tombol tersebut. Menurut Dalager & Schantz (2019, hal. 2), hal ini memberikan *emphasis* pada suatu elemen desain sehingga dapat menarik perhatian pengguna pada elemen desain tersebut.



Gambar 2.3 Perbedaan Ukuran Menciptakan Perbedaan Hirarki

Sumber: www.youtube.com (2025)

Menurut Stevens (2024), hirarki visual juga diciptakan dengan peletakan elemen desain pada suatu halaman. Tambahnya, elemen desain yang ditempatkan pada posisi tinggi cenderung memiliki hirarki yang lebih tinggi daripada elemen desain pada posisi rendah. Contohnya pada susunan teks, judul ditempatkan di atas isi tulisan karena memiliki hirarki yang lebih tinggi. Menurut Pereyra (2024, hal. 14), kurangnya hirarki visual merupakan salah satu pertanda kegagalan UI dan UX.

4. Konteks

Menurut Stevens (2024), konteks merupakan keadaan yang dialami pengguna saat menggunakan suatu produk. Hal ini dapat mengacu pada media yang digunakan untuk mengakses suatu produk, tempat pengguna menggunakan suatu produk, atau perasaan pengguna ketika menggunakan suatu produk. Tambahnya, konteks penting untuk diketahui oleh desainer untuk mengetahui batasan yang dapat menghalangi pengguna untuk menggunakan produk desain.



Gambar 2.4 Perbedaan Konteks menurut Jenis Media

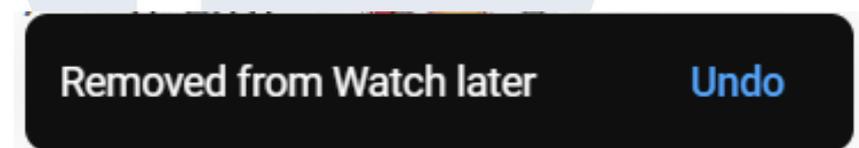
Sumber: www.honor.com (2022)

Selain itu, pengguna memiliki literasi digital yang berbeda-beda (Pereyra, 2024, hal. 48). Pengguna yang dapat

menggunakan gawai atau *handphone* belum tentu dapat menggunakan komputer atau *desktop* dengan baik. Oleh karena itu, Pereyra menyarankan desainer untuk mendesain untuk pengguna dengan literasi digital paling rendah terlebih dahulu.

5. *User control*

Prinsip *user control* yang dikemukakan oleh Stevens (2024) dapat diartikan sebagai antisipasi kesalahan pengguna. Menurutny, contoh *user control* adalah adanya fungsi untuk membatalkan suatu aksi yang dilakukan user pada suatu produk, seperti tombol *cancel* dan *undo*. Hal ini dibutuhkan untuk membantu pengguna memperbaiki suatu kesalahan pengguna atau *user error* dengan mudah.



Gambar 2.5 Tombol *Undo*

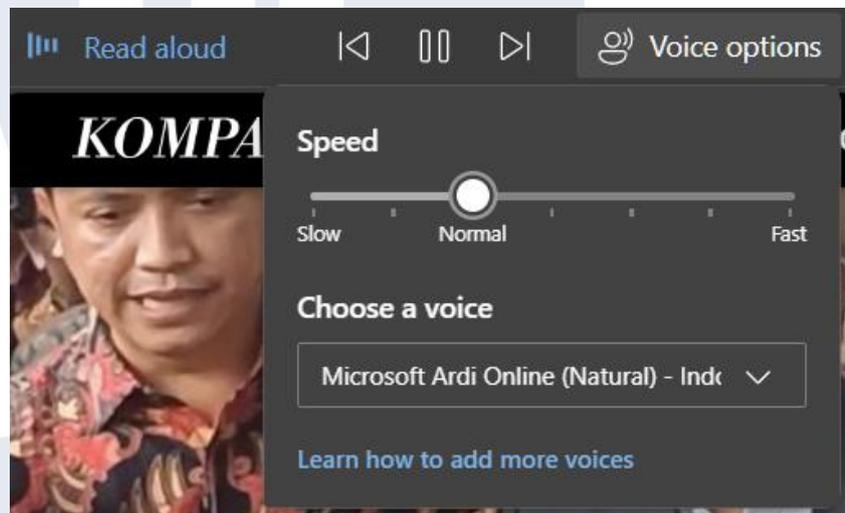
Sumber: www.youtube.com (2025)

Walaupun demikian, *user control* yang diberikan sebaiknya tidak terlalu melimpah. Menurut Pereyra (2024, hal. 176), kemampuan untuk melakukan kustomisasi pengalaman pengguna sebaiknya hanya diberikan untuk pengguna profesional, atau tidak diberikan samasekali. Hal ini dibutuhkan agar produk yang dihasilkan tidak terlalu rumit untuk digunakan pengguna pada umumnya.

6. Aksesibilitas

Menurut Pereyra (2024, hal. 14) aksesibilitas merupakan salah satu tanggungjawab seorang *user interface designer*. Tambahnya, hal tersebut menjadi salah satu faktor yang menentukan kebergunaan atau *usability* pada produk. Menurut *World Wide Web Consortium (W3C)* pada *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1* (2024), WCAG merupakan

sebuah pedoman aksesibilitas bagi desainer untuk mendesain *website* yang dapat digunakan oleh pengguna penyandang disabilitas. Ditambahkan bahwa walaupun pedoman tersebut bersifat terbatas, WCAG bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas dalam aspek visual, auditori, fisik, wicara, kognitif, bahasa, penalaran, dan neurologis. Ditambahkan juga bahwa pedoman ini dapat mempermudah pengguna lansia dalam menggunakan *website*. Menurut *World Wide Web Consortium (2024)*, kriteria yang terdapat pada pedoman tersebut adalah *perceivable, operable, understandable, robust, dan conformance*.



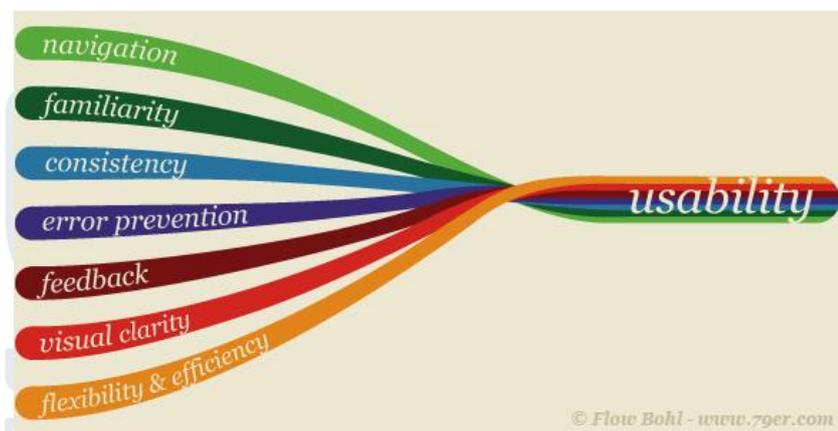
Gambar 2.6 Fitur Aksesibilitas *Text to Speech*
Sumber: Microsoft Edge (2025)

Kriteria *perceivable* berarti setiap informasi dan elemen desain dapat dipersepsi oleh pengguna (*World Wide Web Consortium, 2024*). Hal ini dapat dicapai dengan menggunakan teks yang mudah dibaca, dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. Kriteria *operable* berarti setiap komponen interaksi dapat dioperasikan oleh pengguna (*World Wide Web Consortium, 2024*). Tambahnya, kriteria *understandable* berarti tiap informasi dapat dipahami oleh pengguna. Juga ditambahkan bahwa kriteria *robust* berarti tiap konten cukup utuh untuk ditayangkan kembali menggunakan media yang berbeda seperti *text to speech*.

Akhirnya, kriteria *conformance* berarti suatu produk sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh W3C, yang dapat dibagi menjadi tiga tingkatan yaitu *conformance* level A, level AA, dan level AAA (World Wide Web Consortium, 2024).

7. Kebergunaan

Menurut Komninios (2020), kebergunaan atau *usability* mengacu pada seberapa mudah suatu produk digunakan, dan juga seberapa berguna suatu produk dalam menyelesaikan permasalahan pengguna. Dengan itu, kebergunaan sangat mempengaruhi kepuasan pengguna atau *user satisfaction* terhadap suatu produk. Oleh karena itu tambah Komninios, keindahan visual pada elemen desain juga dapat meningkatkan persepsi kebergunaan suatu produk dengan cara meningkatkan kepuasan pengguna terhadap nilai estetika pada desain. Menurut Pereyra (2024, hal. 14), aspek visual seperti *layout* dan tipografi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kebergunaan.



Gambar 2.7 Aspek Kebergunaan
Sumber: Flow Bohl (2024)

Menurut Teo (2022), prinsip Gestalt juga termasuk dalam prinsip desain. Kata Gestalt berasal dari bahasa Jerman yang berarti bentuk atau konfigurasi (Suprayitno, 2017, hal. 146). Tambah Teo, prinsip Gestalt mengemukakan kecenderungan pengguna untuk melihat suatu produk desain sebagai kumpulan elemen-elemen desain, bukan melihat suatu

elemen desain secara tersendiri. Dalam kata lain, memperhatikan keseluruhan desain sebelum memperhatikan detail pada desain. Menurut Interaction Design Foundation (2016), beberapa prinsip Gestalt adalah *proximity*, *similarity*, *closure*, *continuity*, dan *figure-ground*.

1. *Proximity*

Menurut Khatun (2024, hal. 5), prinsip kedekatan atau *proximity* menyatakan bahwa elemen desain yang saling berdekatan satu sama lain dipersepsi sebagai satu kesatuan. Menurut Suprayitno (2017, hal. 146) prinsip *proximity* menjadikan elemen desain tersebut menjadi satu komponen. Tambah Interaction Design Foundation (2016), kesatuan tersebut juga akan dipersepsi sebagai terpisah dari elemen desain yang tidak saling berdekatan. Contoh implementasi prinsip *proximity* adalah mendekatkan antara judul dan isi teks, dan memberi jarak lebih antar kelompok teks yang membahas tentang topik yang berbeda.



Gambar 2.8 Contoh Prinsip *Proximity* Antara Teks Judul, Subteks, dan Foto
Sumber: www.nasional.kompas.com (2025)

2. *Similarity*

Menurut Khatun (2024, hal. 2), prinsip kesamaan atau *similarity* menyatakan bahwa elemen desain yang memiliki persamaan dipersepsi sebagai satu kesatuan. Tambahnya, persamaan tersebut dapat dalam hal bentuk, warna, ataupun ukuran. Menurut Suprayitno (2017, hal. 147), pikiran seseorang akan mengategorikan tiap bentuk menjadi bentuk-bentuk sederhana seperti persegi panjang, lingkaran, dan segitiga.

Menurut Interaction Design Foundation (2016), kesamaan tersebut juga mengacu pada gaya visual suatu produk. Jika bentuk, warna, ataupun ukuran elemen desain tidak disesuaikan dengan gaya visual produk tersebut, maka elemen desain tersebut akan dipersepsi sebagai tidak menyatu dengan desain keseluruhan produk.



Gambar 2.9 Konsistensi Visual Antar Produk *Coca-cola*
Sumber: www.adobe.com (2024)

3. *Closure*

Menurut Khatun (2024, hal. 2), prinsip *closure* menyatakan bahwa persepsi manusia dapat melengkapi kekosongan visual yang terdapat pada suatu desain. Menurut Suprayitno (2017, hal. 146), mata atau pikiran seseorang akan cenderung mengisi kekosongan pada suatu bentuk atau pola yang tidak lengkap. Menurut Interaction Design Foundation (2016), pikiran pengguna akan mengisi kekosongan tersebut secara otomatis dan membuat pengguna merasa terkesan. Tambahnya, hal ini dapat dicapai dengan menggunakan peletakan elemen desain seperti garis, titik, atau bentuk yang membentuk satu bentuk visual yang utuh.

Gestalt Rule: **Closure**



Interaction Design Foundation
interaction-design.org

Gambar 2.10 Garis Putus-putus yang Menciptakan Efek *Closure*
Sumber: www.interaction-design.org (2025)

4. *Continuity*

Menurut Khatun (2024, hal. 2), prinsip kontinuitas atau *continuity* menyatakan bahwa elemen desain yang disusun secara sambung-menyambung dipersepsi sebagai satu kesatuan. Tambahnya, penyambungan elemen desain tersebut dapat menciptakan komposisi visual yang mudah ditelusuri atau teks yang mudah dibaca. Menurut Suprayitno (2017, hal. 146-147), mata atau pikiran seseorang akan cenderung menelusuri objek yang disusun sesuai dengan arah yang beraturan. Menurut Interaction Design Foundation (2016), prinsip kontinuitas sangat penting dalam tipografi agar pengguna dapat membaca suatu teks sesuai dengan urutan kata-kata yang diinginkan.

5. *Figure-ground*

Menurut Khatun (2024, hal. 2), *figure-ground relationship* menyatakan bahwa setiap elemen desain dipersepsi sebagai subjek atau *figure* dan latar atau *ground*. Tambahnya, pikiran pengguna secara otomatis mengategorikan suatu elemen sebagai kategori subjek ataupun kategori latar untuk memahami suatu desain. Menurut Suprayitno (2017, hal. 146), prinsip *figure-ground* berkaitan dengan konsep ruang positif atau *positive space*

dan ruang negatif atau *negative space*, dimana ruang positif adalah *figure* sementara ruang negatif adalah *ground*.

Prinsip desain dapat dijadikan acuan bagi desainer agar dapat dihasilkan produk yang efektif dalam menyelesaikan permasalahan pengguna. Selain itu, produk yang dirancang menurut prinsip-prinsip desain akan memiliki penampilan dan estetika yang menarik, sehingga meningkatkan kepuasan pengguna. Dengan adanya nilai kegunaan dan keindahan secara sekaligus, seorang desain dapat dikatakan telah berhasil dalam merancang sebuah produk desain.

2.2.2 User Experience (UX)

Menurut Interaction Design Foundation (2024), pengalaman pengguna atau *user experience* (UX) adalah pengalaman yang didapatkan oleh pengguna ketika mereka berinteraksi dengan suatu produk atau layanan. Menurut Jones (2022, hal. 3), pengalaman pengguna meliputi seluruh proses interaksi pengguna dengan suatu produk, dari membeli hingga menggunakan produk tersebut. Tambah Interaction Design Foundation, pengalaman pengguna merupakan suatu cabang ilmu dari pengalaman pelanggan atau *customer experience* (CX), yaitu segala pengalaman yang didapatkan oleh siapapun yang berinteraksi dengan suatu perusahaan atau *brand*.



Gambar 2.5 User Experience Sebagai Bagian dari Customer Experience

Sumber: www.interaction-design.org (2025)

Menurut Interaction Design Foundation (2024), keberhasilan pengalaman pengguna merupakan sesuatu yang dapat diukur menggunakan berbagai metode, seperti laporan kepuasan atau *satisfaction report* dan umpan balik yang diberikan oleh pengguna setelah menggunakan suatu produk atau layanan. Survey pengalaman pengguna atau *user experience surveys* adalah proses pengumpulan informasi mengenai perasaan, pendapat, dan perilaku pengguna ketika menggunakan suatu produk atau layanan (Soegaard, 2023). Salah satu metode survey pengalaman pengguna adalah menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ), yang merupakan kuesioner pengalaman pengguna yang dapat mengukur kualitas pragmatis maupun hedonis pada suatu produk atau layanan (Schrepp et al, 2014, hal. 2). *User Experience Questionnaire* (UEQ) dirancang untuk mengukur pengalaman pengguna secara komprehensif dan efisien, tambahannya. Meskipun terdapat istilah “*user experience*” pada namanya, kuesioner tersebut juga mengukur kualitas antarmuka pengguna atau *user interface* suatu produk atau layanan.

User experience meliputi seluruh pengalaman yang didapatkan pengguna dari suatu produk atau *brand*. Pengalaman pengguna merupakan salah satu tanggungjawab desainer dalam perancangan produk interaktif. Desainer tidak hanya merancang pengalaman pengguna, tapi juga mencari tahu dan mengukur pengalaman pengguna dengan metode tertentu, agar dapat mengetahui kualitas pengalaman terhadap produk yang telah dirancang. Hal ini dibutuhkan agar desainer mendapat gambaran yang lebih jelas tentang apa yang perlu dan tidak perlu diperbaiki pada produk.

2.2.3 User Interface (UI)

Menurut Soegaard (2023), antarmuka pengguna atau *user interface* (UI) adalah elemen visual dari suatu produk digital seperti *website*. Tambahannya, antarmuka pengguna juga berfungsi untuk mendekatkan pengguna atau pelanggan kepada suatu *brand*. Jones (2022, hal. 3) juga menyatakan bahwa antarmuka pengguna berperan penting dalam mengomunikasikan tentang suatu produk atau *brand* kepada pengguna.

Artinya, desain antarmuka juga mencerminkan gaya visual atau *branding* agar pengguna atau pelanggan semakin mengenal perusahaan atau *brand*.

Key Difference Between UX and UI

UX Design	VS	UI Design
Focuses on the holistic experience of the user.		Focuses on the specific visual touchpoints of the user.
Centers on strategy, structure, and interaction design.		Centers on surface-level aspects of design, including visuals.
Involves studying the user's journey, and designing information architecture.		Involves designing the tangible elements of the experience, such as the choice of elements and how they interact.
Outputs include personas, user journey maps, wireframes, prototypes.		Outputs include mockups, high-fidelity layouts, and prototypes.
Incorporates a user's environment, mood, and context.		It is more tangible as users directly interact with the UI.

Interaction Design Foundation
interaction-design.org

Gambar 2.6 Perbedaan Desain Pengalaman dengan Desain Antarmuka
Sumber: www.interaction-design.org (2025)

Berbeda dari *user experience* (UX) yang fokus pada pengalaman pengguna, *user interface* (UI) fokus pada penampilan dan estetika produk. Walaupun begitu, kedua aspek tersebut harus dipertimbangkan secara bersamaan saat merancang suatu produk, karena kedua aspek tersebut dapat saling mempengaruhi satu sama lain (Pereyra, 2023, hal. 12). Ia menyatakan dalam bukunya yang berjudul “*Universal Principles of UX*” bahwa perancangan antarmuka pengguna dapat mempengaruhi pengalaman pengguna. Pereyra memberi contoh yaitu desain tipografi, yang secara umum dianggap sebagai tanggungjawab seorang desainer antarmuka pengguna atau *UI designer*. Penggunaan tipografi tidak hanya mempengaruhi penampilan dan estetika suatu produk, tetapi juga dapat mempengaruhi aksesibilitas dan kebergunaan atau *usability*. Tipografi yang buruk akan memperburuk pengalaman pengguna atau *user experience* (UX) pula.

User interface adalah aspek visual pada suatu produk. Antarmuka pengguna yang mencerminkan *visual brand* yang konsisten dapat mendekatkan pengguna dengan produk atau *brand*. Walaupun berbeda dari pengalaman pengguna, antarmuka pengguna juga dapat mempengaruhi pengalaman pengguna. Oleh karena itu, kedua hal tersebut harus dikuasai oleh desainer.

2.2.3.1 Atomic Design

Menurut buku *Atomic Design* oleh Brad Frost (2016, hal. 40), desain *website* dapat diumpamakan sebagai alam yang dapat diuraikan menjadi atom, molekul, dan organisme. Frost menguraikan suatu desain menjadi lima tahap pengelompokan, yaitu *atoms*, *molecules*, *organisms*, *templates*, dan *pages*.

1. *Atoms*

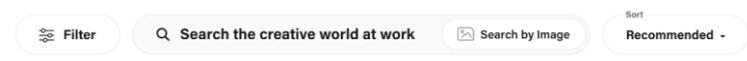
Menurut Frost (2016, hal. 42), komponen paling mendasar dari desain *website* disebut sebagai *atoms*. Tambahnya, suatu *atom* merupakan komponen terkecil yang masih dapat diinteraksi oleh pengguna seperti label, kolom input, dan tombol. Ia juga menambahkan bahwa desainer dapat mulai mendesain *atoms* terlebih dahulu agar gaya visual yang paling mendasar dapat ditetapkan dengan baik.



Gambar 2.1 Contoh *Atoms* berupa Kolom Input
Sumber: www.interaction-design.org (2025)

2. *Molecules*

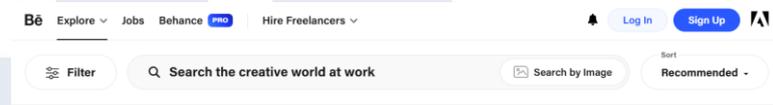
Menurut Frost (2016, hal. 44-45), kumpulan *atoms* membentuk *molecules*. Tambahnya, suatu *molecule* merupakan serangkaian elemen interaktif yang berfungsi sebagai satu kesatuan. Contoh *molecule* yang diberikan Frost adalah sebuah *search form*, dimana komponen interaktif tersebut terdiri dari label, kolom input, dan tombol yang dikelompokkan menjadi satu kesatuan.



Gambar 2.2 Contoh *Molecules* berupa *Search Form*
Sumber: www.behance.net (2025)

3. *Organisms*

Menurut Frost (2016, hal. 46), kumpulan *molecules* membentuk *organisms*. Tambahnya, *organism* adalah komponen interaktif yang terdiri dari beberapa *atom*, *molecule*, atau *organism* lainnya. Contoh *organism* menurut Frost adalah sebuah *header*, dimana komponen interaktif tersebut terdiri dari *molecule* berupa *search form*, *atom* berupa logo, dan *molecule* berupa menu navigasi.



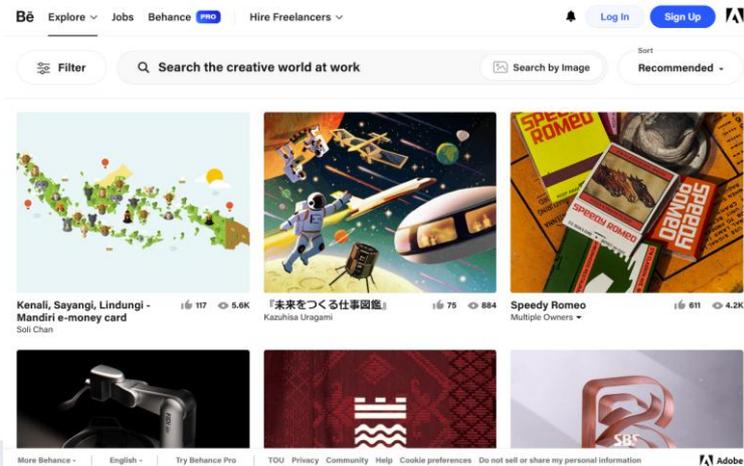
Gambar 2.3 Contoh *Organisms* berupa komponen *Header*
Sumber: www.behance.net (2025)

4. *Templates*

Menurut Frost (2016, hal. 49), templat atau *templates* merupakan sekumpulan komponen desain yang cukup kompleks sehingga sekumpulan *molecules* dan *organisms* dapat memiliki konteks. Tambahnya, templat sudah cukup kompleks untuk memungkinkan desainer untuk menentukan struktur konten yang akan dimasukkan kedalam *website*. Contoh templat menurut Frost adalah sebuah templat *homepage* yang terdiri dari berbagai komponen berbeda yang saling berinteraksi satu sama lain.

5. *Pages*

Menurut Frost (2016, hal. 52), halaman atau *pages* merupakan templat atau *template* yang telah mengandung konten. Tambahnya, konten tersebut dapat berupa teks, foto, dan media yang merepresentasikan konten yang akan ditampilkan kepada pengguna. Ia juga menambahkan bahwa halaman merupakan tahapan paling nyata dalam *atomic design*. Hal ini karena halaman merupakan representasi interaksi pengguna dengan *website* ketika telah selesai dirancang.



Gambar 2.4 Contoh Page

Sumber: www.behance.net (2025)

Atomic Design adalah suatu konsep yang menguraikan *website* menjadi lima tahap pengelompokan, yaitu *atoms*, *molecules*, *organisms*, *templates*, dan *pages*. Secara berurutan, setiap pengelompokan tersebut membentuk pengelompokan berikutnya. Kumpulan *atoms* membentuk satu *molecules*, kumpulan *molecules* membentuk satu *organism*, dan seterusnya. Perancangan yang bertahap mengikuti konsep *Atomic Design* dapat mempermudah desainer dalam perancangan *website*.

2.3 Elemen Desain

Menurut Teo (2022), setiap karya desain dapat diuraikan menjadi beberapa elemen dasar. Dalam kata lain, elemen desain adalah komponen-komponen dasar yang membentuk suatu karya desain. Menurut Dallager & Schantz (2019), elemen dasar desain adalah garis, bentuk, warna, tekstur, dan ruang.

1. Garis

Garis merupakan elemen paling dasar dalam desain visual, berupa penghubung antara dua titik (Teo, 2022). Tambahnya, garis merupakan elemen dasar dalam menciptakan bentuk dan tekstur, keduanya juga merupakan elemen desain. Teo juga menambahkan bahwa garis dapat berupa garis lurus ataupun melengkung. Tambah Dalager & Schantz (2019, hal. 1), garis juga dapat berupa garis horizontal, vertikal, *zig-zag*,

ataupun terputus-putus. Garis dapat berfungsi untuk mengitari suatu objek, menunjuk pada suatu objek, dan membagi-bagi ruang, tambah Dalager & Schantz.

2. Bentuk

Menurut Foote (2024), bentuk adalah suatu ruang tertutup dua dimensi yang memiliki batasan tinggi dan lebar. Tambah Teo (2022), bentuk dapat tercipta menggunakan dua cara, yaitu (1) dari penggabungan beberapa garis dan (2) perbedaan warna dan tekstur. Menurut Dalager & Schantz (2019, hal. 1), beberapa contoh bentuk sederhana adalah lingkaran, segiempat, dan segitiga. Tambahnya, bentuk juga dapat berupa bentuk bebas atau *free-form*. Bentuk pada desain *website* bersifat dua dimensi, karena media yang digunakan seperti layar gawai dan komputer merupakan media dua dimensi. Bentuk yang menempati media tiga dimensi disebut rupa atau *form* (Dalager & Schantz, 2019, hal. 1), contohnya adalah seni pahat dan patung.

3. Warna

Menurut Dalager & Schantz (2019, hal. 1), warna dapat dideskripsikan dengan istilah *hue*, *value*, dan *intensity*. Tambahnya, *hue* mendeskripsikan nama atau jenis warna, seperti merah atau biru. Ia juga menambahkan bahwa *value* mendeskripsikan terang atau gelapnya warna dan *intensity* mendeskripsikan pekat atau pudarnya warna. Menurut Teo (2022), pada media digital seperti layar gawai dan komputer, warna dihasilkan oleh kombinasi cahaya merah, hijau, dan biru. Tambahnya, pada media cetak seperti kertas, warna dihasilkan oleh kombinasi warna biru terang atau *cyan*, magenta, kuning, dan hitam.

4. Ruang

Menurut Foote (2024), ruang merupakan jarak yang ada di sekitar, antara, dan dalam suatu elemen desain. Tambahnya, terdapat dua jenis ruang, yaitu ruang negatif atau *negative space* dan ruang positif atau *positive space*. Ia juga menambahkan bahwa ruang negatif merupakan ruang yang tidak ditempati oleh suatu garis ataupun bentuk, sementara

ruang positif ditempati oleh garis ataupun bentuk. Menurut Dalager & Schantz (2019, hal. 1), kedua jenis ruang tersebut merupakan elemen desain yang penting. Tambah Teo (2022), ruang negatif dapat mendefinisikan batasan yang dapat ditempati ruang positif. Hal ini sama seperti ruang tepi atau *margin* pada keempat tepi halaman suatu karya tulis. Teo juga menambahkan bahwa ruang negatif dapat memberikan keseimbangan pada komposisi desain.

Elemen desain adalah komponen visual yang paling mendasar pada suatu produk desain. Ketika merancang suatu produk desain, digunakan elemen desain berupa garis, bentuk, warna, dan ruang. Ketika keempat elemen desain tersebut diimplementasikan dalam suatu produk, desainer dapat melakukannya menggunakan prinsip desain.

2.4 Fotografi

Menurut Langford (2024, hal. 2), fotografi adalah pembuatan foto secara digital maupun analog dengan menggabungkan pemikiran subjektif, imajinasi kreatif, desain visual, kemampuan teknis, dan kemampuan mengorganisir. Ia juga menambahkan bahwa fotografi itu lebih dari hanya merekam hal yang terjadi di dunia, tapi juga dapat membentuk dan mempengaruhi setiap aspek dari pengalaman seseorang terhadap hal tersebut. Tambah Elkins (2007, hal. 170), fotografi dapat diumpamakan seperti menulis dengan cahaya. Tambah Langford, setiap fotografer, yaitu orang yang melakukan fotografi, dapat memiliki pemahaman dan cara melakukan fotografinya sendiri. Dalam kata lain, fotografi dapat digunakan untuk menginterpretasi ulang suatu pengalaman menurut pemahaman seorang fotografer.

2.4.1 Komposisi

Dalam buku “*Langford's Basic Photography: The Guide for Serious Photographers,*” komposisi adalah proses menampilkan suatu subjek secara efektif (Langford, 2024, hal. 14). Menurut Brown (2021), komposisi adalah susunan benda-benda yang ada pada suatu foto. Menurut Elkins (2007, hal. 66), komposisi dapat digunakan untuk mengomunikasikan sesuatu layaknya suatu karya tulis. Menurut Langford, komposisi dapat dilakukan menggunakan garis,

bentuk, dan bagian-bagian tertentu dalam foto. Ia juga menambahkan bahwa hal tersebut dapat dicapai dengan benda apapun dalam foto, selagi komposisi pada foto menghasilkan suatu keharmonisan dalam foto tersebut.

Hal ini tidak hanya digunakan dalam fotografi, tetapi juga dalam seni menggambar, melukis, desain grafis, dan seni rupa pada umumnya. Tetapi berbeda dari kesenian lain, seorang fotografer hadir secara langsung pada suatu lokasi dan memiliki kesempatan untuk melakukan eksplorasi komposisi secara langsung. Langford (2024, hal. 15) memberi saran bagi fotografer untuk mengambil beberapa foto dengan komposisi yang berbeda.



Gambar 2.12 Komposisi Simetris

Sumber: www.andresgallardo.photography (2025)

Tambah Langford (2024, hal. 15), seorang fotografer harus mampu untuk banyak bergerak dan mencari sudut pandang yang beraneka ragam ketika mengambil suatu foto, karena perbedaan posisi sekecil apapun dapat menghasilkan perbedaan yang signifikan pada hasil foto. Tidak hanya selalu mengambil foto dari *eye level*, fotografer dapat memanfaatkan posisi foto yang berbeda-beda untuk menguatkan subjek pada foto. Dengan begitu, foto yang dihasilkan dapat memberikan perspektif baru kepada audiens terhadap objek yang sudah umum dilihat dari suatu posisi tertentu.

2.4.2 Cahaya

Menurut Langford (2024, hal. 30), cahaya adalah komponen paling mendasar dalam melihat dan membuat suatu gambar. Tambahnya, kata

“fotografi” itu sendiri berarti menggambar dengan cahaya atau gambar cahaya. Elkins (2007, hal. 170) juga mengemukakan bahwa fotografi dapat diumpamakan seperti menulis dengan cahaya. Cahaya juga dapat mempengaruhi perasaan yang didapatkan ketika melihat suatu foto (Brown, 2021). Langford juga menambahkan bahwa seorang fotografer dapat menggunakan cahaya untuk memperkuat suatu objek dan melemahkan yang lainnya dalam suatu foto.



Gambar 2.12 Cahaya Pantulan dan Bayangan
Sumber: www.andresgallardo.photography (2025)

Adanya cahaya menghasilkan bayangan. Ketika suatu objek menerima cahaya dari suatu sisi, maka sisi yang tidak menerima cahaya tersebut terlihat lebih gelap dari sisi lainnya (Langford, 2024, hal. 33). Tetapi tambah Langford, ketika cahaya tersebut dipantulkan ke berbagai arah, pantulan cahaya tersebut dapat menerangi sisi gelap tersebut. Hal ini menghasilkan perbedaan yang lebih halus antara cahaya dan bayangan.

2.4.3 Lensa

Menurut Elkins (2007, hal. 306), lensa pada dasarnya tetap sama sejak awal kemunculan fotografi. Menurut Langford (2024, hal. 47), lensa

adalah serangkaian kaca yang mengarahkan cahaya ke dalam sensor kamera. Tambahnya, posisi antara lensa objek dapat menentukan fokus pada objek tersebut. Jika jarak objek dengan lensa melebihi atau kurang dari suatu jarak optimal, maka objek tersebut akan terlihat *out of focus*, memberikan penampilan yang kabur dan kurang jelas untuk dilihat.

Focal length adalah jarak antara lensa dengan sensor kamera (Langford, 2024, hal. 58). Tambah Langford, jarak ini dapat menentukan seberapa dekat suatu objek dapat difoto oleh suatu kamera. Selain itu tambahnya, *focal length* dapat mempengaruhi ukuran foto yang sampai pada sensor, meski jarak antara objek dan sensor tidak berubah.

Dengan memahami prinsip-prinsip fotografi seperti komposisi, cahaya, dan lensa, desainer dapat menghasilkan foto layaknya seorang fotografer. Dalam konteks desain, foto dapat digunakan sebagai salah satu elemen desain dalam *website*. Seorang desainer dapat memanfaatkan prinsip-prinsip fotografi untuk menghasilkan elemen desain berupa foto dalam perancangan produknya.

2.5 Taoisme

Taoisme dapat ditelusuri kembali sekitar 5000 tahun lalu pada zaman Huangdi atau Kaisar Kuning di Tiongkok (Suhanah, 2015, hal. 141). Ia menambahkan bahwa seiring berkembangnya zaman, kebudayaan serta kepercayaan masyarakat Tionghoa semakin menyebar ke luar Tiongkok. Menurut Cangianto (2014, hal. 8) Kedatangan orang Tionghoa di Nusantara menjadi permulaan keberadaan kebudayaan dan kepercayaan Tionghoa di Indonesia. Mengacu pada catatan dinasti Han dibawah kepemimpinan Kaisar Wang Ming, masyarakat Tionghoa mulai masuk ke wilayah Nusantara sejak abad 6 sebelum masehi (Rachmadani, 2016, hal. 48-49). Dengan begitu tambahnya, masyarakat Tionghoa turut membawa kebudayaan dan kepercayaannya termasuk agama Tao.

2.5.1 Sejarah

Menurut Wong dalam bukunya yang berjudul “Taoism: An Essential Guide,” sekitar 5000 tahun lalu telah terdapat tradisi spiritual yang berkembang di sekitar wilayah Sungai Kuning. Wilayah tersebut disebut sebagai dinasti

pertama dalam peradaban Tionghoa, yaitu dinasti Xia yang dipimpin oleh Da Yu (Britannica, 2024) sekitar tahun 2100 sebelum masehi (Tsin, 2016). Wong (2011, hal. 12) menyatakan bahwa tradisi spiritual yang berkembang pada zaman tersebut dikenal dengan sebutan Wu (巫) atau syamanisme.



Gambar 2.2 Prasasti Makam Da Yu di Zhejiang, Tiongkok

Sumber: Gisling (2011)

Pada dinasti Zhou sekitar tahun 1046 sebelum masehi (Tsin, 2016), seorang syaman mulai mengemban berbagai tugas melayani masyarakat yaitu memanggil arwah, menafsirkan mimpi, membaca nasib, mengendalikan hujan, menyembuhkan penyakit, dan astrologi (Wong, 2011, hal. 14). Tradisi syamanisme ini akan berperan dalam perkembangan agama Tao di zaman yang akan datang.



Gambar 2.3 Ritual Qifu (Memohon Rezeki) di Semarang, Indonesia

Sumber: Yayasan Pendidikan Tridharma Semarang (2024)

Menurut Komjathy (2013, hal. 18-19), pada Periode Negara Perang sekitar tahun 480 sebelum masehi, tertulis beberapa teks terpenting dalam agama Tao. Ia menambahkan bahwa pada masa ini mulai terdapat banyak komunitas guru-murid yang menghasilkan banyak kitab-kitab yang menjadi landasan bagi ajaran agama Tao, seperti kitab *Daodejing* (道德经) (dibaca: Taw Te Cing) dan kitab *Zhuangzi* (庄子) (dibaca: Tcuang Ce). Oleh karena itu secara historis, dapat dikatakan bahwa nama *Lao Zi* (老子) (dibaca: Law Ce) yang dianggap sebagai sumber kitab *Daodejing* adalah suatu pseudonim yang digunakan oleh komunitas-komunitas tersebut. Selain itu, juga mulai muncul tradisi *Huang-Lao* yang merupakan suatu praktik penyembahan terhadap figur *Huang Di* dan *Lao Zi* (Komjathy, 2013, hal. 22). Tambahnya, periode ini dinamai sebagai masa Taoisme Klasik atau *Classical Daoism*



Gambar 2.4 Patung *Lao Zi*
Sumber: Ci Zhong Tan (2024)

Pada tahun 142, seorang syaman yang bernama *Zhang Daoling* (张道陵) (dibaca: Tcang Taw Ling) tertarik kepada ajaran *Laozi* dan mendirikan sistem keagamaan dengan *Laozi* sebagai dewa utamanya dan *Zhang Daoling* sebagai penghubung antara *Laozi* dan para pengikutnya (Wong, 2011, hal. 34-35). Dengan ini, terbentuklah bentuk pertama Taoisme sebagai agama terorganisir. Gerakan ini dikenal sebagai gerakan *Tianshi* (天师) (dibaca: Thyen She) yang sekarang dikenal sebagai agama Tao aliran *Zhengyi* (正一)

(dibaca: Tceng 'I) (Komjathy, 2013, hal. 30). Tambahnya, periode ini dinamai sebagai masa Taoisme Teorganisir atau *Organized Daoism*.

2.5.2 Kitab Suci

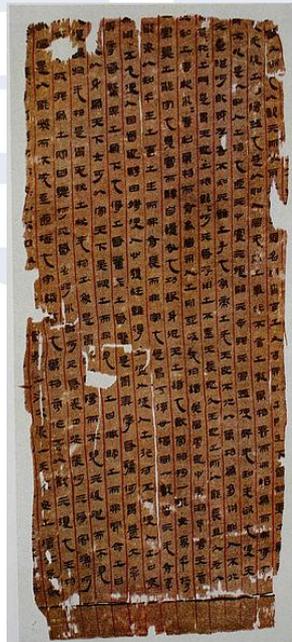
Dalam sebuah dokumen sejarah yang berjudul *Shiji* (史记), tertulis bahwa *Lao Zi* (老子) (dibaca: Law Ce) yang memiliki nama asli *Li Er* (李耳) dan nama panggilan *Lao Dan* (老聃) (dibaca: Law Tan) berasal dari desa *Quren* di provinsi *Chu* (Komjathy, 2013, hal. 19). Komjathy juga menambahkan bahwa dalam *Shiji* juga tertulis bahwa *Lao Zi* bertugas sebagai sejarawan dinasti Zhou. Setelah melihat kekejaman para bangsawan dan situasi politik yang seiring waktu kian memburuk, *Lao Zi* memutuskan untuk keluar dari posisinya sebagai petugas kerajaan (Wong, 2011, hal. 22).



Gambar 2.5 Lukisan Masa Dinasti Choson tentang Pertemuan antara Laozi dan Yin Xi
Sumber: Harvard University Art Museums (1993)

Pada saat *Lao Zi* hendak meninggalkan dinasti Zhou menuju ke barat, ia dihentikan oleh seorang penjaga perbatasan *Han Gu* (provinsi Henan

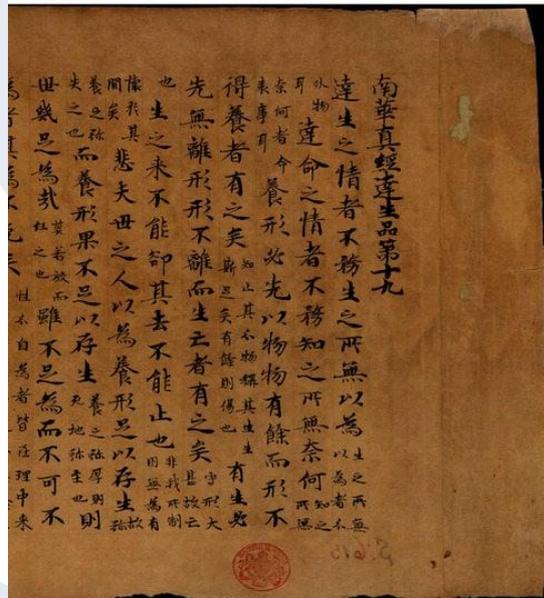
modern) yang bernama *Yin Xi* (Komjathy, 2013, hal. 20). Tambah Komjathy, *Yin Xi* mengenali *Lao Zi* dan memintanya untuk menuliskan buku kepadanya sebelum memberi jalan kepada *Lao Zi*. Ia kemudian menuliskan sebuah buku 5000 huruf yang terdiri dari dua bagian, dimana bagian pertama memaparkan tentang konsep Tao dan bagian dua tentang konsep Te, tambah Komjathy. Tambahnya, setelah itu *Lao Zi* diperbolehkan untuk melanjutkan perjalanannya ke barat, dan riwayatnya setelah itu tidak diketahui. Buku yang ditulis oleh *Lao Zi* pada saat itulah yang sekarang dikenal dengan sebutan *Daodejing* (道德经) (dibaca: Taw Te Cing) atau Tao Te Ching, secara harafiah diartikan sebagai “kitab Tao dan Te.”



Gambar 2.6 Peninggalan Tulisan Tao Te Ching dari Abad Ke 2 Sebelum Masehi
Sumber: Wen Wu Publishing Beijing (1980)

Walaupun begitu, perlu ditekankan juga bahwa pemahaman tersebut belum dapat dipastikan kebenarannya. Menurut Komjathy (2013, hal. 233), penelitian terkini telah memastikan bahwa *Lao Zi* bukanlah seorang tokoh historis seperti yang tercatat dalam kitab *Shiji*. Nama *Lao Zi* yang berarti guru tua adalah suatu pseudonim yang digunakan oleh komunitas-komunitas guru-murid pada masa Taoisme Klasik.

Selain Tao Te Ching, juga terdapat beberapa kitab lain yang dianggap sebagai dasar dari Taoisme, yaitu kitab *Zhuang Zi* (庄子) (dibaca: Tcuang Ce), dan kitab *Lie Zi* (列子) (dibaca: Lye Ce) (Wong, 2011, hal. 21). Kitab *Zhuang Zi* merupakan antologi dari beberapa guru dan komunitas Taois pada abad ke 3 masehi (Komjathy, 2013, hal. 20). Nama kitab *Zhuang Zi* merujuk pada salah satu guru yang terdapat pada kitab tersebut yaitu *Zhuang Zhou* (庄周) (dibaca: Tcuang Tcow). Menurut Britannica (2024), *Zhuang Zhou* hidup pada Periode Negara Berperang, sama seperti *Lao Zi*. Britannica juga menambahkan bahwa ajarannya berlandas pada kata-kata dari *Lao Zi*, yang dipeluas pandangannya oleh *Zhuang Zhou*.



Gambar 2.7 Peninggalan Tulisan Zhuangzi

Sumber: MDPI (2022)

Selain *Zhuang Zhou*, juga terdapat guru lain yang antologinya tercantum dalam kitab *Zhuang Zi*, yaitu *Lie Yukou* (列御寇) (dibaca: Lye 'I Khou) (Komjathy, 2013, hal. 50). Tambahnya, *Lie Yukou* menuliskan kitab *Lie Zi* (列子) (dibaca: Lye Ce) pada abad ke 3 masehi, setelah *Zhuang Zhou* menulis kitab *Zhuang Zi*. Komjathy juga menambahkan bahwa kitab *Lie Zi* juga mengandung ajaran dari kitab *Zhuang Zi*.

Dapat dikatakan bahwa ketiga kitab utama dalam Taoisme—Tao Te Ching, *Zhuang Zi*, dan *Lie Zi*—memiliki hubungan yang erat. Buku tentang Tao dan Te menginspirasi tertulisnya antropologi *Zhuang Zi*, dan antropologi tersebut menginspirasi tertulisnya kitab *Lie Zi*. Selain itu, para penulis kitab-kitab tersebut hidup pada zaman yang sama yaitu pada Periode Negara Berperang sekitar tahun 480 sebelum masehi (Komjathy, 2013, hal. 18-19).

2.5.3 Tempat Ibadah

Menurut Cangianto (2022, hal. 59), pada bahasa Tionghoa terdapat beberapa istilah yang merujuk pada tempat beribadatan seperti *si* (寺), *gong* (宮), *miao* (廟), *dong* (洞), dan *yuan* (院). Masing-masing istilah tersebut mempunyai arti yang berbeda. Oleh karena itu, terdapat perbedaan antara satu tempat peribadatan dengan lain tergantung penggunaan istilahnya. Tetapi, istilah “kelenteng” umum digunakan di pulau Jawa untuk merujuk pada semua tempat ibadah agama-agama leluhur Tionghoa yaitu Tao, Konghucu, dan Buddha (Cangianto, 2022, hal. 61).



Gambar 2.8 Kelenteng *Jin De Yuan* Jakarta
Sumber: National Geographic Indonesia (2016)

Terdapat beberapa istilah yang digunakan untuk merujuk pada tempat ibadah agama Tao, antara lain adalah *gong* (宮), *guan* (观), *dong* (洞), dan *dian* (殿) (Cangianto, 2022, hal. 60). Tambahnya, tempat ibadah *gong* atau *kiong* adalah sebutan yang paling umum, sedangkan *guan* atau *kwan* merujuk pada tempat ibadah yang juga dijadikan sebagai tempat pendidikan dan pelatihan. Ia juga menambahkan bahwa juga terdapat tempat ibadah *dong* atau *tong*, yang berarti goa yang biasanya menjadi tempat para pertapa, sedangkan *dian* atau *tien* adalah aula yang statusnya lebih rendah dari *dong*.

2.5.4 Dewata

Menurut Taoist Federation Singapore (2024), dewata tertinggi dalam agama Tao adalah *San Qing* (hanzi: 三清) yang berarti Tiga Dewata Murni atau *Three Pristine One* dalam bahasa Inggris. Ditambahkan bahwa Tiga Dewata Murni tersebut adalah *Yuanshi Tianzun* (元始天尊), *Lingbao Tianzun* (灵宝天尊), dan *Daode Tianzun* (太上老君). Menurut Taoist Federation Singapore (2024), pada visualisasinya *Yuanshi Tianzun* digambarkan memegang suatu mutiara yang melambangkan *Wuji* (无极) atau kekosongan tiada batas, *Lingbao Tianzun* digambarkan memegang suatu tongkat yang melengkung membentuk huruf S yang melambangkan unsur Yin dan Yang, dan *Daode Tianzun* digambarkan memegang sebuah kipas yang mengarah ke atas yang melambangkan surga di atas bumi. Taoist Federation Singapore juga menambahkan bahwa pada susunan altar *San Qing*, patung *Yuanshi Tianzun* ditempatkan di bagian tengah, patung *Lingbao Tianzun* di bagian kanan, dan *Daode Tianzun* di bagian kiri.



Gambar 2.9 Lukisan San Qing
 Sumber: Daoist Foundation (2024)

Tiga Dewata Murni tersebut masing-masing melambangkan *Sanbao* (三宝) yang berarti Tiga Permata atau *Three Jewels* dalam agama Tao (Taoist Federation Singapore, 2024). Menurutnya, Yuanshi Tianzun melambangkan permata pertama yaitu Tao, Lingbao Tianzun melambangkan permata kedua yaitu kitab suci, dan Taishang Laojun melambangkan permata ketiga yaitu guru. Perlindungan kepada Tiga Permata ini merupakan inti dari pernyataan “syahadat” atau *Guiyi* (皈依) dalam agama Tao, tambah Taoist Federation Singapore (2024). Dalam kata lain, perlindungan kepada Tiga Permata yaitu Tao, kitab, dan guru merupakan landasan keimanan agama Tao.



Gambar 2.10 Kartu Guiyi (皈依证) dengan Gambar Trimurni dan Pernyataan Tiga Permata
 Sumber: <https://www.sgss8.net/tpdq/889...> (2024)

Dapat dikatakan bahwa *San Qing* (Tiga Dewata Murni) dan *Sanbao* (Tiga Permata yaitu Tao, kitab, dan guru) saling berkaitan secara erat dan menjadi landasan kepercayaan pada agama Tao. Dalam aspek ketuhanan, umat Taoisme percaya pada Tiga Dewata Murni. Tiga Dewata Murni tersebut bukan hanya merupakan objek untuk disembah, tetapi juga melambangkan Tiga Permata yang menjadi pegangan hidup umat agama Tao.

2.3 Penelitian yang Relevan

Berikut adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan:

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Quality of Visual Aesthetic Facets in Designing Christian and Islamic Religious Websites	Samira Seifali, Asghar Fahimifar	Desain visual pada website mengenai agama Kristen cenderung lebih sederhana, memiliki palet warna yang harmonis, dan menggunakan foto yang profesional dan mempunyai resolusi tinggi. Oleh karena itu, <i>website</i> mengenai agama Kristen memberikan dampak yang lebih positif bagi pengguna daripada <i>website</i> mengenai agama Islam.	Penelitian yang dilakukan berkaitan dengan agama Tao, dengan gaya visual, palet warna, dan tema foto yang berbeda dari agama Kristen maupun Islam.
2	Nahdlatul Ulama's Dedication to Promoting Religious Moderation: A Virtual Ethnographic Study of the NU Online Website	Liya Nikmah Jazhila, Imam Bonjol Juhari, Kun Wazis, Mohd Aashif bin Ismail	<i>Website</i> 'NU Online' oleh Nahdlatul Ulama mengandung artikel, pendapat, dan berita yang mengedepankan nilai-nilai moderat, toleransi, keseimbangan, dan keadilan. Hal ini berarti 'NU Online'	<i>Website</i> yang akan dirancang pada penelitian ini mencakup pengetahuan dasar mengenai agama Tao itu sendiri,

			mempromosikan Islam moderat.	bukan hanya nilai-nilai tertentu yang terkandung didalamnya.
3	An Overview of Some of the First Websites with Religious Content in Romania	Alexandru Ioan Cuza	Pada tahun 2010, <i>website</i> tentang agama yang populer adalah yang berasal dari pihak perorangan dan organisasi non-pemerintah. Pada tahun 2022, situasi berubah dimana <i>website</i> resmi pemerintah dipercayai oleh masyarakat sebagai sumber yang paling kredibel.	Penelitian dilakukan secara perorangan tanpa campur tangan pemerintah. Walaupun begitu, informasi yang disajikan akan berdasarkan pada berbagai referensi yang kredibel.

Media informasi bagi tiap agama memiliki gaya visual yang berbeda-beda sesuai dengan ekspresi agama masing-masing agama. Pada perancangan ini, penulis menggunakan gaya visual *ala* kelenteng dan budaya Tionghoa. Selain itu, media informasi yang berisi pengetahuan tentang agama biasanya bersifat komprehensif dan terpercaya. Oleh karena ini, *website* ini juga akan menyajikan pengetahuan dasar mengenai agama Tao yang lengkap dan terpercaya. Informasi yang ada pada *website* juga akan diverifikasi oleh guru agama dan pihak Yayasan Pendidikan Tridharma Semarang-Indonesia.