BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media promosi

Media promosi adalah segala bentuk media yang digunakan untuk mempromosikan sebuah produk, pada kegiatan promosi, semua aktivitas yang berhubungan dengan penjualan dan penyebaran informasi tentang suatu produk tercakup di dalamnya. Promosi tersebut merupakan salah satu elemen penting dalam pemasaran, kegiatan promosi digunakan untuk menyampaikan informasi, mengingatkan konsumen mengenai produk perusahaan, dan meyakinkan calon customer sebelum memakai produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi juga mencakup seluruh usaha yang dilakukan oleh penjual guna menciptakan saluran informasi dan persuasi guna menjual barang atau jasa. Menurut Freddy Rangkuti (2013:257) media promosi adalah sebuah alat yang digunakan dalam membantu menyajikan sebuah informasi tentang sebuah produk atau jasa. Dalam media promosi sendiri dapat melibatkan hal hal lain yang melibatkan jenis konten yang akan dipublikasikan yakni teks, audio, audio, video, gambar, dan juga desain (kledo). Pada perkembangan jaman media promosi juga sudah berkembang pesat, dari yang dulu hanyalah berupa media cetak, namun sekarang berkembang menjadi media promosi secara digital, didukung oleh kemajuan dan perkembangan jaman, seperti adanya sosial media, dimana para pengguna dapat bertukar informasi tanpa harus menunggu lama dikarenakan media digital yang beroprasi secara *real time.*

2.1.1 Media promosi digital

Media promosi digital, sama halnya dengan media promosi itu sendiri, yang membedakan adalah adanya platform digital yang membantu berjalanny media promosi itu sendiri, seperti adanya sosial media, dan adanya media interaktif lain yang bergerak secara digital. Media promosi digital sangat berkembang pada masa ini dikarenakan maraknya orang yang mengikuti kemajuan global dan perlahan lahan semuanya beralih ke internet, sehingga sudah hampir semua masyarakat di dunia dipermudah dengan adanya

kemajuan teknologi digital. Teknologi digital berperan penting dalam meningkatkan efisiensi di dunia nyata, hal ini berkat jangkauan konektivitas digital yang semakin luas (Schmidt & Cohen, 2014, pp. 1–6). Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) menjadi acuan utama sehingga mendorong peningkatan intensitas komunikasi, sekaligus mengatasi hambatan dalam interaksi sosial (Sihotang, 2017). Saat ini, para pengguna internet memanfaatkan teknologi untuk mendapatkan informasi, mendapatkan pengetahuan baru, dan juga mempermudah dalam bertransaksi (belanja secara online, membayar secara online), (Wang, McKee, Torbica, & Stuckler, 2019). Keberlanjutan sebuah organisasi sangat bergantung pada sumber daya manusia (SDM) yang sadar akan teknologi serta mampu mengoptimalkan perkembangan internet di era digital (R. N. Anwar, Sabrina, & Cahyani, 2021; Selwyn, 2011). Maka dari itu penggunaan media digital dibutuhkan dalam proses promosi, sehingga pada jaman sekarang tidak sedikit dari perusahaan mulai mengembangkan perusahaannya dengan bantuan media digital.

2.1.2 Keunggulan media promosi digital

Dalam media promosi digital terdapat beberapa keunggulan dari adanya media promosi tersebut, dikarenakan adanya penerapan internet dan teknologi digital dalam tujuan pemasaran, hal ini yang disebut *Digital Marketing*, dalam perkembangan jaman yang sudah maju *digital marketing* tidak menyingkirkan cara tradisional yang digunakan dalam promosi (Chaffey & Chadwick, 2016, p.11) oleh karan itu tidak hanya bergantung pada kecangihan media namun adanya hal lain seperti:

2.1.2.1 Target pasar yang lebih tepat

Menggunakan media digital yang berbasis data, pengelola juga dapat mendapatkan data yang lebih akurat, dapat dilihat dari *behaviour* masyarakat, hingga perusahaan mendapatkan starategi marketing yang lebih tepat target dan efektif.

2.1.2.2 Pasar yang lebih luas

Pada dunia online, semua dapat diakses dan mengakses dari berbagai belahan dunia karna media digital bergerak dan terhubung dengan internet, karena jangkauan pasar yang lebih luas itu, memberikan *opportunity* bagi perusahaan untuk menggarap market yang lebih luas bermodalkan internet

2.1.2.3 *Visibilitas brand* yang jauh meningkat

Banyaknya media digital yang ada sekarang mampu membantu meningkatkan penjualan seperti contohnya google shoping, face book ads, instagram ads, twitter ads, youtube ads, marketplace, dan *endorsemen*. (Jatmiko agung, 2023) hal hal tersebut merupakan iklan berbayar yang dipasang dan dapat dimunculkan pada media media tersebut secara berkala sehingga publik dapat melihat secara langsung.

2.1.2.4 Dapat diakses tanpa batas

Media *online* memiliki kelebihan akses 24 jam dan tidak berhenti, menurut m target, hampir 24 jam selama 7 hari (dapat diakses setiap saat) media digital terhubung ke bagian wilayah di seluruh dunia.

2.2 Media interaktif digital

Media interaktif merupakan sebuah media yang menciptakan pengalaman berbasis komputer atau layar, media interaktif digital menjadi penghubung dan juga memfasilitasi pengguna sebagai media penghubung antara perangkat dan pengguna (Griffey, 2020). Dalam media digital interaktif terdapat perbedaan yang membedakan media digital interaktif dengan media serupa lainnya yaitu adalah *user interaction.* Salah satu contoh dalam penerapan media interaktif digital yang dipilih oleh penulis adalah perancangan *website*.

2.2.1 Perancangan media digital interaktif

Menurut Griffey (2020) terdapat beberapa dasar dalam melakukan perancangan media digital interaktif, diantaranya adalah:

1. **Mengetahui media yang akan digunakan**

   Mengetahui jenis media dapat membantu untuk memberikan pengalaman interaktif, oleh karena itu konten perlu

dipertimbangkan secara matang agar hasil yang diberikan dapat memuaskan pengguna.

2. *User experience design*

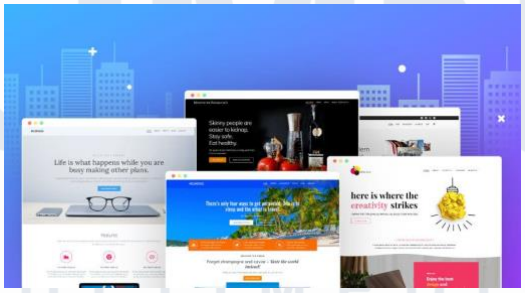
User experience design mampu membantu pengguna agar mudah menggunakan produk atau jasa yang dikenakan, dalam merancang media interaktif digital diperlukan kemampuan komunikasi yang baik agar pengguna memahami segi penggunaan media interaktif tersebut

3. *Coding*

Pada media interaktif digital yang serba cepat, sebagai dasar dari sebuah media digital, media interaktif dibangun menggunakan kode kode tertentu yang dapat menjadi acuan sebuah media digital.

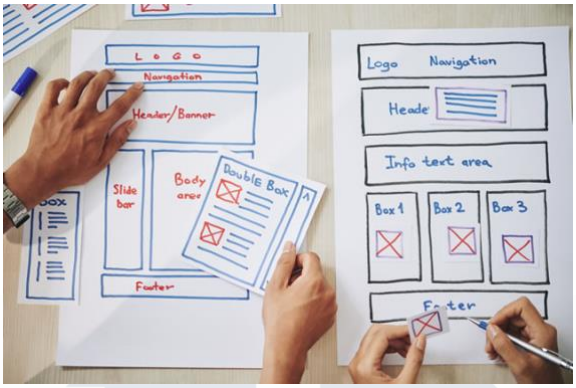
2.3 *Website*

Website adalah sebuah platform digital untuk memberikan informasi yang mampu diakses oleh semua orang dengan ketentuan yakni memiliki jaringan internet, banyaknya orang pada jaman yang sudah maju ini banyak orang yang mengakses segala sesuatu melalui internet, mengakibatkan *website* menjadi *platform* paling unggul dimana semua orang dapat mengakses dan menemukan data di internet.



Gambar 2.1 Komponen *Layout Website*
Sumber: https://colibriwp.com/website-layout-design-ideas

Sebuah *website* memiliki susunan komponen tertentu yang menjadi kerangka dasarnya. Komponen tersebut yang memberikan identitas dan menjadi anatomi dari suatu *website.* Komponen *website* terdiri dari (Beaird & George, 2014, 8-10):



Gambar 2.2 Komponen Website Container
Sumber: Https://Www.Exabytes.Co.Id/Blog/Komponen-Website/

2.3.1 Container

Container merupakan komponen yang pasti dimiliki oleh setiap halaman *website.* Komponen ini berfungsi sebagai tempat memuat konten *website.* Lebar dari *container* cukup fleksibel karena menyesuaikan dengan lebar perangkat yang digunakan ataupun lebar tetap.

2.3.2 Logo

Komponen logo memiliki fungsi sebagai identitas *website.* Keberadaan logo mampu meningkatkan pengenalan terhadap *website* yang sedang dikunjungi.

2.3.3 Navigasi

Navigation memiliki peran penting dalam kemudahan terhadap penjelajahan sebuah *website.* Pada umumnya, para pengguna mengharapkan penempatan navigasi berada pada bagian atas halaman untuk kemudahan.

2.3.4 Content

Konten pada sebuah *website* bisa beragam dari teks, foto, ilustrasi, dan video. Pengguna akan meninggalkan *website* tersebut jika mereka tidak menemukan konten yang sesuai dengan yang mereka cari. Oleh karena itu, penting bagi seroang desainer untuk merancang konten semenarik mungkin.

2.3.5 Footer

Footer berupa komponen yang diposisikan pada bawah halaman *website*. *Footer* memuan konten informasi kontak, berbagai informasi legal, pengalihan halaman dan *copyright. Footer* juga memberikan indikasi kepada pengguna bahwa mereka sudah berada di bagian paling bawah sebuah halaman *website*.

2.3.6 White space

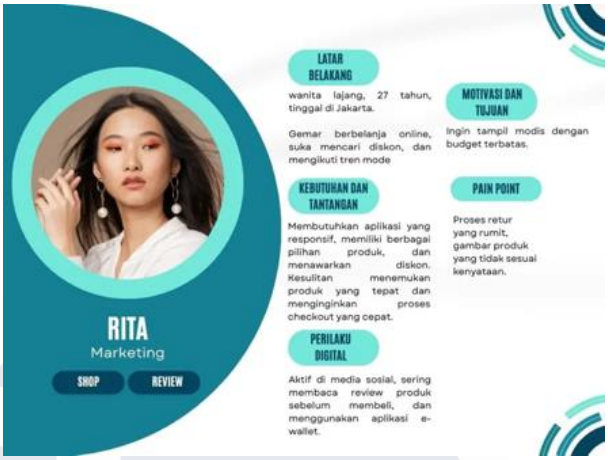
Dalam sebuah desain, *whitespace* biasanya merujuk pada sebuah area kosong. Area kosong tidak kalah penting dengan muatan konten dalam sebuah *website.* Fungsinya adalah untuk memberikan jeda atau ruang nafas kepada pengguna supaya tidak kecapekan dalam memproses informasi yang banyak sekaligus.

2.4 Metode perancangan *website*

Tahap pertama dalam melakukan sebuah perancangan adalah membuat sebuah rencana terlebih dahulu. Jika proyek dimulai dengan sebuah rencana yang baik, maka tingkat keberhasilan akan tinggi. Tahap ini merupakan tahap yang cukup penting di dalam proses pengembangan perancangan. Rencana yang disusun tergantung pada jenis perancangan. Apabila berupa *website* maka ada beberapa aspek yang dibutuhkan untuk direncanakan seperti (Griffey, 2020, hal 59-60):

1. User Persona

User persona merupakan karakter fiksi yang dibuat berdasarkan hasil riset terhadap market research yang dilakukan. *User persona* digunakan untuk membantu desainer mengenali lebih dalam penggunanya supaya dia bisa merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan.

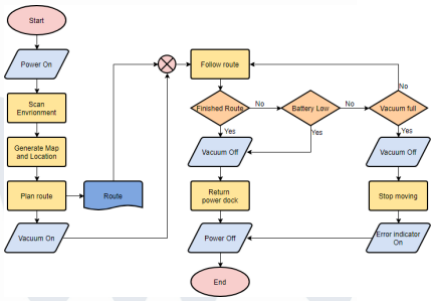


Gambar 2. 3 Contoh *User Person*

Sumber: https://dibimbing.id/ contoh-user-persona

Setelah mendapat *user persona*, dokumen tersebut dapat digunakan untuk melanjutkan merancang sebuah *user journey*. Yaitu dokumen yang mencantumkan perjalanan pengguna dalam menggunakan perancangan penulis.

2. Flowchart



Gambar 2. 4 Contoh *Flowchart*

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

Flowchart merupakan sebuah representasi visual dari struktur aplikasi dan *website*. Susunannya berupa kotak yang berisikan teks yang merepresentasikan aksi maupun perjalanan navigasi secara kasar dan teks. Kotak-kotak tersebut dihubungkan dengan garis untuk merepresentasikan perjalanan yang akan terjadi.

3. *Wireframe*

Gambar 2.5 Contoh *Wireframes*

Sumber: https://skillcrush.com/blog/website-wireframe/

Wireframe merupakan sebuah *blueprint* dimana konten dan interaktivitas perancangan ditampilkan. Pada umumnya *wireframe* bersifat *low fidelity* atau rendah akan akurasi desain. Biasanya tidak berwarna serta mencantumkan informasi yang mendasar saja. Dalam merancang sebuah wireframe kita membutuhkan suatu dokumen yang bernama *information architecture. Information architecture* merupakan susunan peta dari halaman perancangan *website* dan aplikasi.

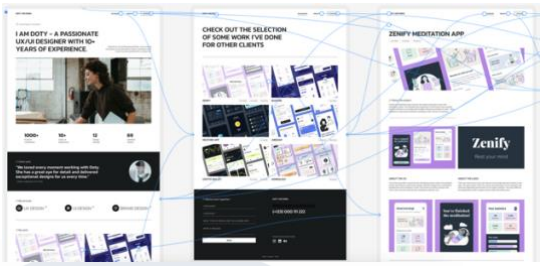
4. *Interface design*

Gambar 2.6 Contoh Interface Desain

Sumber: Https://Gomedia.Com/Services/User-Interface-Design/

Interface design adalah perancangan *mockup* atau desain *high-fidelity* dari perancangan. Proses *interface design* melibatkan pemilihan warna, tulisan, perancangan *icon*, dan segala sesuatu yang memberikan presisi desain akurat.

5. Prototype



Gambar 2.7 Contoh *Prototyping*

Sumber: https://uizard.io/blog/how-to-design-a-website-prototype/

Prototype merupakan tahap terakhir dari proses perancangan ini. Karya dapat diinteraksikan namun belum sempurna. *Prototype* merupakan karya yang ditunjukkan untuk memastikan perancangan berjalan kea rah yang disesuaikan.

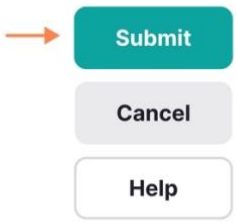
2.4 User Interface

User interface atau yang di kenal dengan *UI* merupakan tampilan utama dimana menyajikan bentuk visual yang ditujukan pada *user* agar dapat menikmati tampilan yang diberikan. Contohnya, warnanya nyaman dilihat, tidak terlalu banyak elemen grafis, dan banyak lainnya sesuai dengan elemen visual yang ada.

2.4.1 Elemen *User interface*

Pada tahapan merancang *User Interface* terdapat beberapa elemen utama yang dapat digunakan dalam merancang *website* atau aplikasi, diantaranya adalah (Acharya,2021,pp.48-161):

2.4.1.1 Button



Gambar 2.8 Contoh *Button*

Sumber: https://app.uxcel.com/courses/ui-components-n-patterns/types-344

Button merupakan suatu elemen interaktif untuk melakukan suatu tindakan, *button* dapat ditekan yang akan berpengaruh sesuai dengan apa yang user tekan, *button* dirancang dan memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan produk dan pengguna. Pada perancangan button, menurut teori Gestalt terbagi menjadi 4 teori utama, diantaranya adalah:

1. ***Focal Point***

   Dalam prinsip ini menandakan bahwa, dimana saat adanya tombol yang lebih menonjol, akan membantu menjadi pusat perhatian.

2. ***Similarity***

   Pada prinsip kesamaan dalam teori Gestalt, elemen-elemen visual yang dibuat dan memiliki kemiripan akan dikelompokkan menjadi sebuah kesatuan.

3. ***Closure***

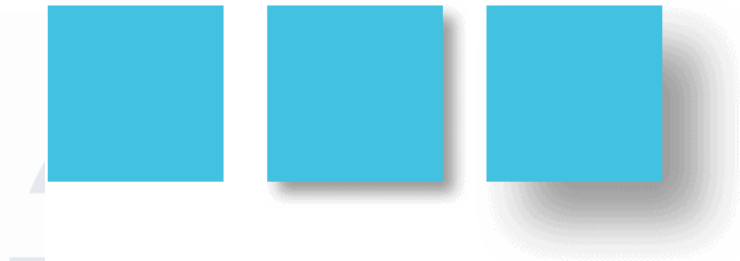
   Menurut *law of closure* kemampuan otak merupakan salah satu cara kita dapat memproses dan memahami gambar yang tidak utuh atau terpecah-pecah agar secara otomatis melengkapi bagian yang hilang. Prinsip ini menyatakan bahwa otak kita mampu mengisi kekosongan dalam sebuah gambar hingga kita dapat melihatnya sebagai bentuk yang sempurna. Dengan kata lain, meskipun elemen desain atau gambar tidak disajikan secara keseluruhan, kita tetap mampu mengenalinya sebagai objek yang utuh .

4. ***Proximity***

   Prinsip kedekatan atau *Proximity* dalam Teori Gestalt menjelaskan bahwa elemen-elemen yang diletakkan berdekatan cenderung dianggap sebagai bagian dari satu kelompok. Prinsip ini sangat berguna

untuk mengatur tata letak dan menavigasi lebih sesuai. Dengan adanya penempatan elemen yang berdekatan, pengguna dapat lebih mudah menemukan dan mengakses informasi yang mereka butuhkankan.

2.4.1.2 Shadow (drop shadow)

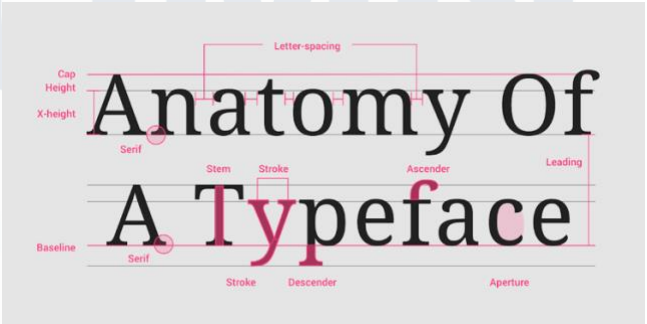


Gambar 2.9 Contoh *Drop Shadow*

Sumber: https://blog.churchart.com/how-to-add-a-drop-shadow-to-an-image/

Drop shadow atau peletakan bayangan, adalah elemen desain *UI* yang memberikan kesan penjelas bahwa suatu objek memiliki dimensi dan terangkat diatas objek di bawahnya.menurut Luke Wroblewski pada teori hirarki visual, ada fungsi drop shadow pada elemen UI, aykni mampu memberikan kedalaman pada elemen UI, dan juga memisahkan lapisan UI, seperti contohnya menu dan bagian button,dan juga lainnya.

2.4.1.3 Typography



Gambar 2.10 *Typography*

Sumber: https://m2.material.io/design/typography/understanding-typography.html

Typography atau elemen yang berhubungan dengan tulisan yang dikembangkann secara visual sehingga audiens dapat tertarik

dengan tampilan visual. Dengan adanya pemilihan *font* yang baik dan tepat, dapat membantu tampilan memiliki nuansa tersendiri dan juga menarik. Pada elemen *typography* dibagi menjadi dua bagian yaitu *Typeface* dan juga font. *Typeface* sendiri merupakan tampilan kumpulan atau koleksi dari jenis penulisan. Sedangkan *font* adalah variasi dari jenis huruf, terdiri dari berat, lebar, dan gaya.

Terdapat beberapa kategori tipografi berdasarkan buku *Graphic Design Solutions* (Landa, 2019, hlm 39) antara lain:

1. *Old Style*

   Old style ini merupakan bagian dari *serif* dan memiliki karakteristik huruf yang bentuknya lebih halus perubahan dari garis tebal ke tipisnya dibandingkan dengan humanist *serif*. Contoh dari font *old style* ini diantaranya yaitu Galliard, Berling, dan Aldus Nova.

2. *Transitional*

   *Type transitiona*l ini memiliki karakteristik huruf yang lebih melengkung pada bagian pertambahan atau perpotongan *serif.* Jenis serif ini terlihat lebih mekanikal dalam struktur garis tebal ke tipisnya. Contoh dari *font transitional serif* ini diantaranya yaitu Baskerville, Century, Whitman, dan Bonesana.

3. *Modern*

   Tipografi *modern* ini merupakan bagian dari *serif* yang memiliki bentuk yang lebih geometris dibandingkan dengan *old style*. Karakteristik dari *modern typeface* ini adalah bentuk yang simetris, adanya kontras yang jelas antara garis tebal dan tipisnya serta adanya *vertical stress.*

4. *Slab Serif*

   Slab serif merupakan bagian dari *type serif* yang sudah dikenalkan sejak awal abad ke – 19. Karakteristik dari *slab serif* ini ialah memiliki *serif* yang sangat berat dan tebal

seperti sebuah lempeng atau papan. Contoh dari *slab serif* ini diantaranya adalah Memphis, ITC Lubalin Graph, Clarendon, Bookman, dan *American Typewriter*

5. *Sans serif*

Sans serif ini merupakan jenis tipografi yang dapat dikenal dengan ciri khasnya yang tidak memiliki *serif*. *sans serif* ini sudah dikenalkan sejak awal abad ke 19 dan memiliki beberapa sub kategori yaitu *Humanist, Geometric*, dan lainnya. Contoh dari tipografi sans serif adalah Helvetica, Futura, dan Univers.

6. *Gothic*

Tipografi jenis *gothic* ini dikenal juga sebagai *Blackletter* yang dibuat berdasarkan referensi dari *letterform Medieval Manuscript* pada awal abad ke 13 hingga 15. *Gothic* memiliki karakteristik *stroke* yang berat dan huruf yang padat dengan beberapa lengkungan. Contoh dari tipografi Gothic adalah Textura, Schwabacher, Fraktur, dan Rotunda.

7. *Script*

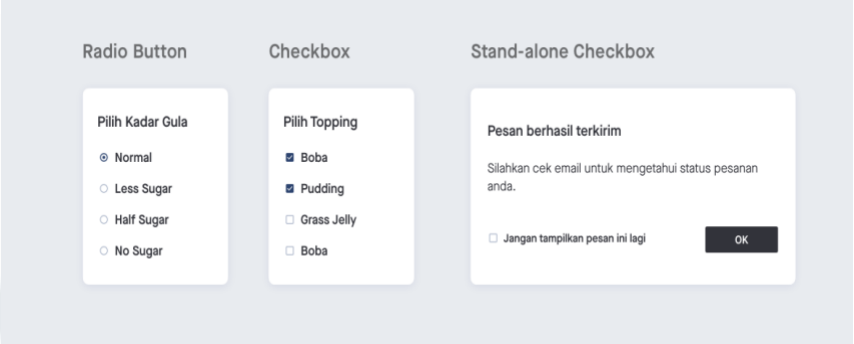
Script merupakan jenis tipografi yang paling menyerupai tulisan yang ditulis tangan dengan pena berujung runcing, pena fleksibel, kuas, atau pensil. Karakteristik script adalah masing-masing hurufnya sering kali miring dan tersambung. Contoh dari jenis ini diantaranya adalah Snell Roundhand Script, Brush Script, Shelley Allegro Script.

8. *Display*

Jenis tipografi *display* ini memiliki karakteristik bentuk yang lebih rumit, didekorasi, ataupun yang dibuat khusus sehingga jatuh ke kategori yang lain. Tipografi *display* seringkali digunakan sebagai judul atau kepala

berita yang lebih mengutamakan desain dibandingkan keterbacaannya.

2.4.1.4 Forms

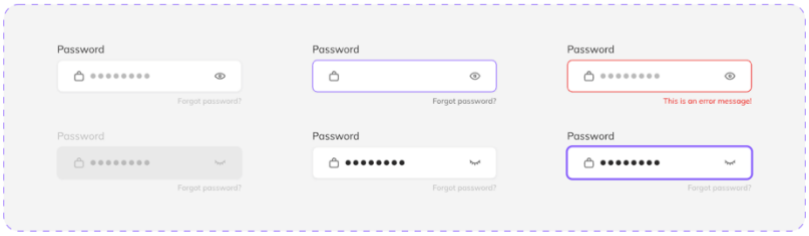


Gambar 2.11 Contoh *Elemenform*

Sumber: Https://Medium.Com

Elemen desain forms merupakan elemen desain yang dimana pengguna dapat melakukan interaksi dengan produk digital. Contoh forms adalah saat penggna melakukan pembelian, pendaftaran, mengisi detail, pembayaran, dan berbagai hal lainnya secara digital,. Dalam form terdapat beberapa elemen utama di dalamnya, seperti, *input*, *dropdown*, *text area*, *radio buttons*, *checkboxes*, dan *button*.

2.4.1.5 Text Field



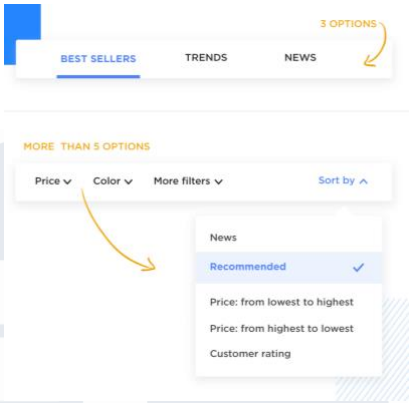
Gambar 2.12 Contoh *Text Field*

Sumber: *https://www.uinkits.com/components/input-text-ui-element*

Text field merupakan sebuah komponen yang di dalamnya terdiri dari komponen komponen umum yang dapat menjadi acuan secara visual di bidang bidang lain. Komponen

tersebut digunakan sebagai penulisan untuk teks sederhana, penyimpanan data (isi nama, nomor, password, dan lainnya).

2.4.1.6 Dropdown

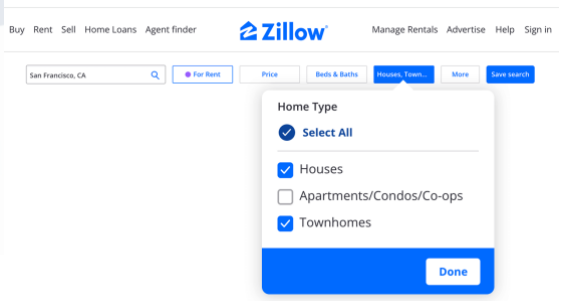


Gambar 2.13 Contoh *Dropdown*

Sumber: https://www.justinmind.com/blog/drop-down-list-design/

Drop down merupakan elemen yang biasanya mengharuskan user memilih dan di dalamnya menawarkan opsi atau pilihan bagi *user* untuk memilih salah satu diantaranya, dalam *drop down* terdapat elemen desain yang membantu mengarahkan user seperti tanda panah ke bawah yang menunjukan bahwa terdapat *more option* bagi *user*, umumnya komponen ini terdapat di sebelah kanan kecil yang membantu pengguna agar lebih mudah memilih.

2.4.1.7 Checkboxes

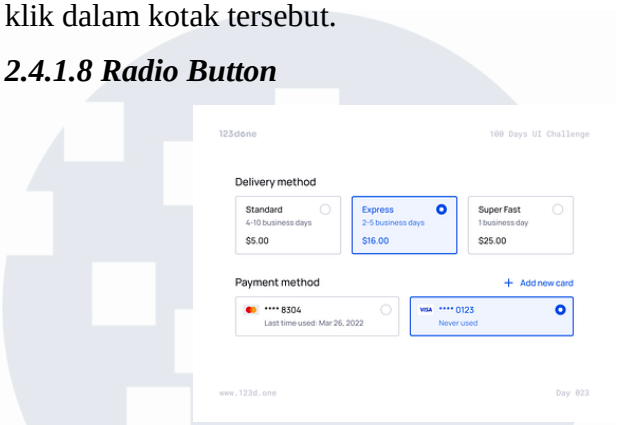


Gambar 2.14 Contoh *Checkboxes*

Sumber: https://www.justinmind.com/blog/drop-down-list-design/

Elemen *Checkbox* merupakan sebuah elemen pembantu dalam *UI* desain, elemen ini menampilkan umumnya sebuah kotak kecil yang ditampilkan berbeda beda sesuai dengan kegunaan. Kotak yang terdapat dalam *checkbox* memiliki dua status seperti dicentang ataupun tidak dicentang saat melakukan klik dalam kotak tersebut.

2.4.1.8 Radio Button

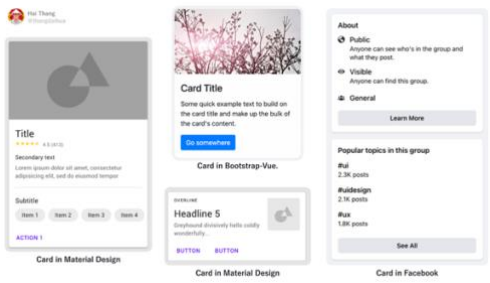


Gambar 2.15 Contoh *Radio Button*

Sumber: https://dribbble.com/tags/radio-button

Radio button memiliki tampilan yang sedikit sejenis dengan checkbox, yang dimana kita dapat berinteraksi jika di klik. Sedikit berbeda dengan *check box*, *radio button* menampilkan elemen lingkaran kecil yang di dalamnya juga terdapat lingkaran kecil dengan warna yang lebih kontras dibandingkan lainnya. Cara radio *button* berinteraksi adalah dengan memencet akan muncul warna kontras yang menandakan bahwa itulah yang pengguna pilih.

2.4.1.9 Cards

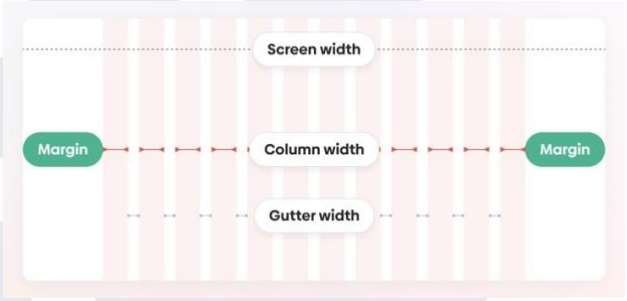


Gambar 2.16 Elemen *Cards UI Design*

Sumber: https://medium.com/design-bootcamp

Elemen *cards* merupakan sebuah elemen yang cukup sering digunakan, dinamakan *cards* dikarenakan berbentuk seperti kart yang di dalamnya terdapat desain dengan bantuan *support drop shadow* sehingga memberikan kesan berdimensi. Elemen *cards* biasanya digunakan untuk pengguna jika ingin mempelajari lebih lanjut tentang detailnya.

2.4.1.10 Grids & Layout



Gambar 2.17 Contoh *Grids & Layout*

Sumber: https://supercharge.design/

Grid adalah sebuah struktur utama desain agar terlihat jauh lebih rapih, grid berstruktur garis garis hal ini membantu menjaga letak atau layout agar tetap sama disetiap sisinya. Pada unsur visual *UI, grid* sangat berpengaruh juga untuk pola bagi sebuah desain. Elemen desain memiliki tiga hal utama yakni; *column, gutters,* dan margins. *Column* merupakan grid utama yang dibangun, *gutters* merupakan ruangan *negative* yang terdapat antar kolom, dan *margins* merupakan ukuran dari luas antara kolom luar dan *frame* yang ada.

Grid selain memiliki elemen *grids* didalamnya juga memiliki lima jenis jenis sesuai fungsinya, diantaranya adalah;

1. ***Column grid***

   Column grid digunakan dalam grid untuk mengatur konten secara *vertical* agar memiliki ukuran dan jarak yang sama. Ukuran *gutters* pada *column grid* dibuat dengan menentukan beberapa kolom yang ingin

dibuat. Kegunaan dari *gutters* adalah membantu agar desain menjadi konsisten.

2. Modular grid

Dalam pembuatan media interaktif terdapat konten yang diberikan, konten yang dibuat dibantu dengan adanya *modular grid* yang digunakan untuk mengatur konten dalam bentuk *grid* kotak. *Grid* tersebut digunakan dalam maksud mengatur isi konten dan juga membentuk ruang (secara *vertical dan horizontal).*

3. Baseline grid

Baseline grid digunakan oleh desainer UI untuk menempatkan teks dengan panduan bais ketinggian. hal yang perlu dipertimbangkan adalah saat desainer mendesain litas *platform,* dengan guna mengatur tipografi tetap konsisten. *Grid* modular terdiri dari garis *horizontal* yang ditengahnya memiliki *gap* dengan ketinggian yang sama sebagai pembatas.

4. Responsive

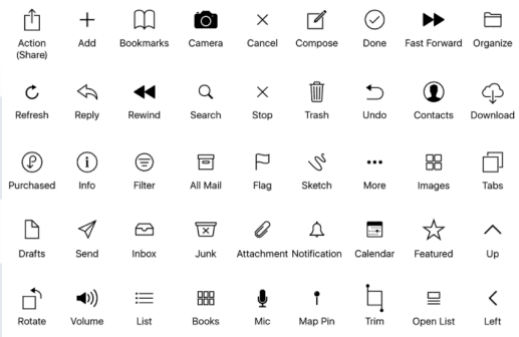
Grid responsive merupakan *grid* yang dapat diubah sesuai dengan ukuran media yang digunakan, *grid* ini dapat secara fleksibel berganti sesuai dengan media yang *user* gunakan. *Grid* yang *responsive* didesain hanya sekali dan dapat berfungsi di semua ukuran *layer.*

5. Fixed

Fixed merupakan kebalikan dengan *responsive, fixed* menggunakan *grid* yang tidak dapat diubah meskipun menggunakan layer dalam ukuran berapapun gridnya akan tetap sama, yang membedakan hanyalah

ruang yang terbentuk karena adanya perbedaan ukuran yang disebut dengan *whitespace.*

2.4.1.11 Icons

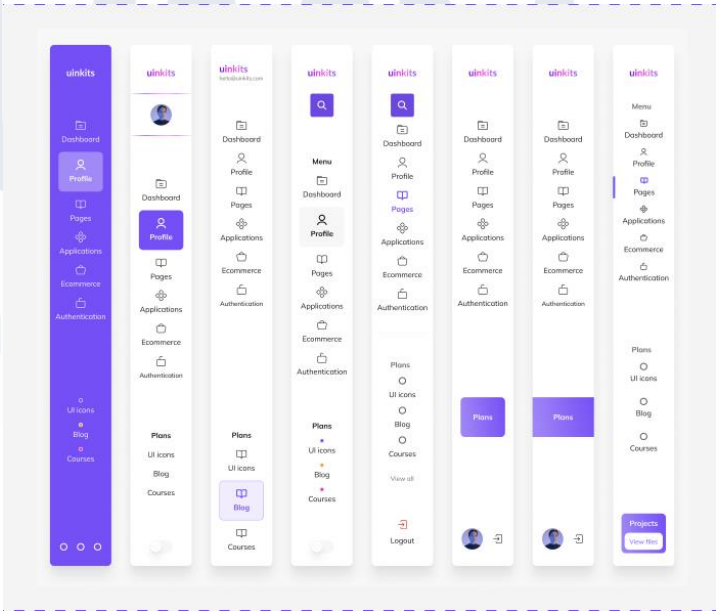


Gambar 2.18 Contoh *Icon*

Sumber: https://365webresources.com/free-ios-line-icon-sets/

Icon merupakan elemen yang sering ditemukan dalam UI *desain, icons* merupakan elemen penting yang berbentuk *pictogram kecil* dengan adanya *symbol* ataupun tidak dengan *symbol, symbol* yang terdapat dalam ikon dapat mewakilkan fungsinya.

2.4.1.12 Navigations

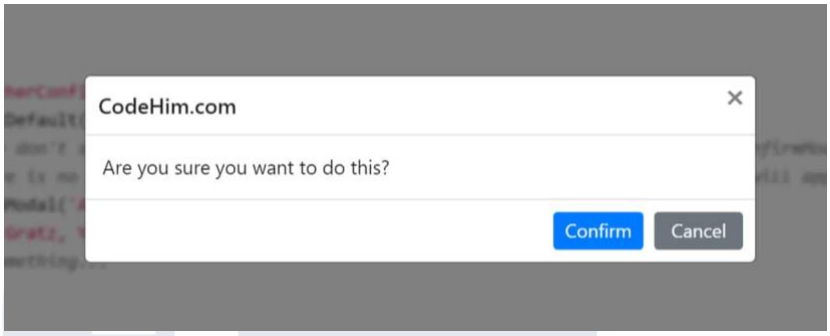


Gambar 2.19 Contoh *Navigation Bar*

Sumber: https://www.uinkits.com/components/navigation-rail-ui-element

Navigations atau navigasi adalah sebuah elemen yang dapat mempermudah pengguna dalam mengakses tampilan UI, hal ini sangat penting dalam UI desain sehingga pengguna dapat mengetahui tanpa harus diberi tahu.

2.4.1.13 Pop – up

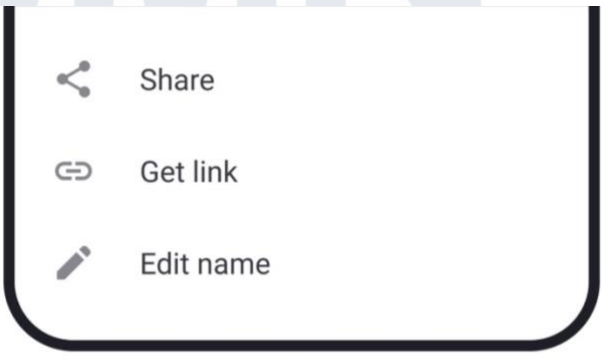


Gambar 2.20 Contoh *Pop-up bar*

Sumber: https://codehim.com/modal/

Pop – up adalah sebuah elemen yang berisi menu atau dialog kepada pengguna, biasa berisi pesan seperti error, notifikasi, dan lainnya. Pada elemen *Pop – up* terdapat beberapa tombol untuk mempermudah pengguna seperti tombol confirm dan x untuk exit dikarenakan pop up button tersebut muncul secara tiba tiba dan memenuhi seluruh isi layar dan difungsikan sebagai fokus utama yang ingin ditonjolkan.

2.4.1.14 Action Sheet

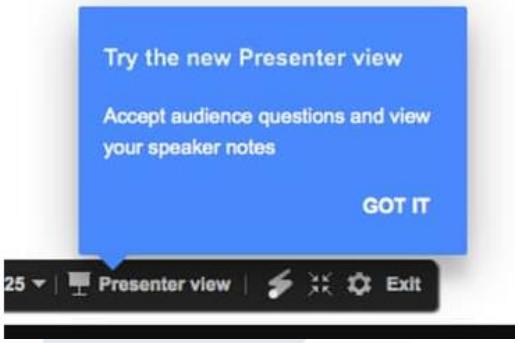


Gambar 2.21 Contoh *Action Sheet*

Sumber: https://app.uxcel.com/courses/ui-components-n-patterns/

Action sheet merupakan tampilan yang digunakan saat pengguna diharuskan memilih suatu pilihan dalam banyaknya pilihan, saat pengguna memilih akan ad beberapa bentuk yang terletak di beberapa bagian dalam tampilan, di tengah maupun pada bagian bawah dan biasanya pada tampilan ini pengguna diharuskan melakukan konfirmasi agar dapat sekaligus menuju ke pilihan akhir.

2.4.1.15 Tool Tip

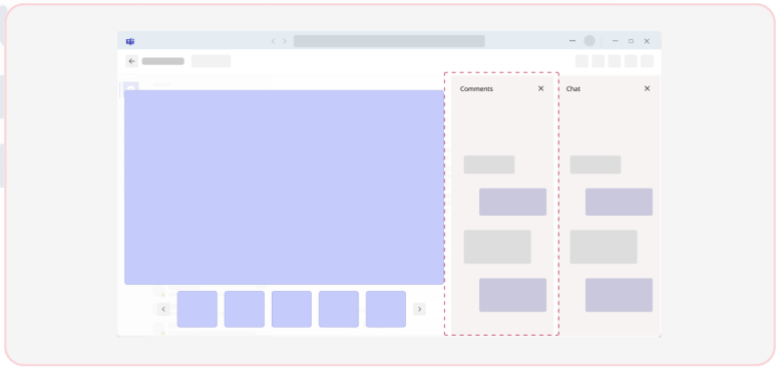


Gambar 2.22 Contoh *Tool Tip*

Sumber: https://glints.com/id/lowongan/tooltip-adalah/

Tool tip merupakan elemen UI yang sering ditemui namun tidak memiliki bentuk yang begitu menonjol, bentuknya cenderung lebih kecil dibandingkan *tool* lainnya dikarenkan hal berikut merupakan informasi tambahan yang dirasa oleh desainer akan kurang dimengerti oleh *user*.

2.4.1.16 Lightbox



Gambar 2.23 Contoh Elemen *Light Box*

Sumber: https://learn.microsoft.com/en

Lightbox adalah elemen yang menampilkan elemen elemen foto atau berbentuk seperti foto galeri di dalamnya dalam elemen ini biasanya dapat menampilkan foto yang lebih besar karena memang dikususkan untuk menonjolkan tampilan foto.

2.4.1.17 Colors

Color atau cahaya merupakan elemen visual UI yang memepengaruhi tampilan UI menarik ataupun tidak. Warna sendiri merupakan sebuah deskripsi dari pantulan cahaya yang memantul menghasilkan cahaya. Saat adanya cahaya putih yang memantul ke prisma, proses ini akan memecah menjadi warna berbeda – beda yang dapat kita lihat perbedaannya. Warna memiliki ke dua tampilan berbeda sesuai dengan media apa yang digunakan, pada media layar digital warna yang dominan digunakan yaitu RGB (*red, green, blue*) dan untuk tampilan media cetak biasanya menggunakan pengaturan warna CMYK (*cyan, magenta, yellow, and key).*

Dalam prinsip warna pada UI desain memiliki beberapa teori warna yang digunakan menurut teori Landa, antara lain:

1. Komplementer

   Warna komplementer adalah warna yang memiliki letak yang saling berhadapan di dalam *color wheel.* Warna yang bertolak belakang ini memiliki kontras yang kuat sehingga dapat membantu membuat warna desain lebih mencolok. Contoh dari warna komplementer adalah biru dan oren.

2. Split Komplementer

   Warna split komplementer mirip dengan komplementer yang memiliki letak berhadapan namun ditambah lagi warna salahsatu sebelah komplementernya. Misalnya pada warna biru dan oren

maka dapat menjadi biru dengan oren-kuning atau biru dengan merah-oren.

3. Analogus

Warna analogus adalah warna yang memiliki letak bersebelahan pada *color wheel.* Contoh dari warna analogus adalah hijaukuning-oren dan biru-ungu-merah.

4. Monokromatik

Warna monokromatik adalah warna yang hanya terdiri dari satu jenis *hue* atau warna. Penggunaan satu warna ini dapat mempuat hasil karya lebih simpel dan dapat juga divariasikan sesuai gelap terangnya supaya tidak terlihat polos.

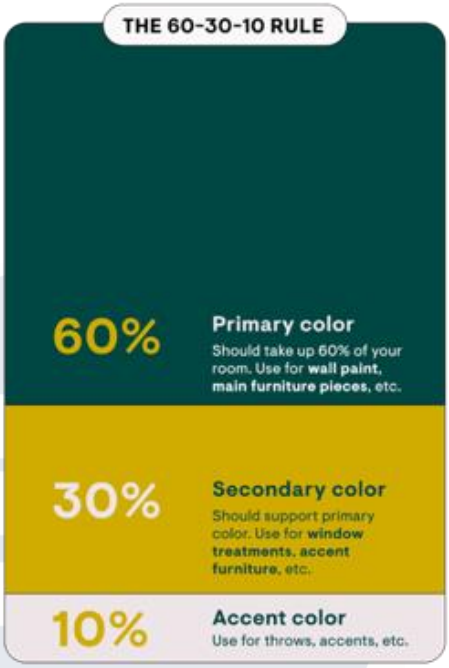
5. Triadik

Warna triadik mengacu pada tiga warna yang memiliki jarak yang sama satu sama lain pada *color wheel* sehingga membentuk sebuah segitiga. Contoh dari warna triadic adalah ungu-orenhijau dan juga merah-kuning-biru.

6. Tetradik

Warna tetradrik ini menggunakan konsep warna komplementer namun terbagi menjadi dua pasangan warna yang berdekatan pada color wheel sehingga totalnya terdapat empat warna yang membentuk seperti persegi panjang. Contoh dari warna tetradik adalah hijau-biru dan merah-oren.

Dalam penggunaan teori warna dalam membuat *color palette,* dari warna yang dipilih perlu dibuat keseimbangan. Solusi terbaik adalah mengikuti rasio warna yaitu 60/30/10 atau teori *Golden Ratio* jika produk yang ditampilkan merupakan produk digital.



Gambar 2.24 *60-30-10 rule*

Sumber: https://www.housebeautiful.com/ color-rule-60-30-10

Warna *primer* adalah warna utama, segala warna dan shade yang akan digunakan, warna yang dipilih harus cocok untuk digunakan agar *background* dan elemen lainnya diluar warna primer memiliki kualitas atau intensita lebih rendah untuk dilihat terlebih dahulu oleh user. Warna *primer* digunakan untuk sekitar 60% dari desain yang dibuat. Warna *secondary* dapat digunakan untuk objek yang diinginkan untuk mempunyai hirarki visual yang lebih tinggi. Warna ini harus dapat terlihat jelas, dan batasi penggunaan warna ini sekitar 30% dari desain. Warna accent digunakan untuk fungsi *call-to action* (CTA). Warna yang digunakan pada CTA, adalah 10% dari desain untuk menjadi *highlight* bagi elemen yang penting tersebut (hlm.120).

2.4.1.18 Gradient

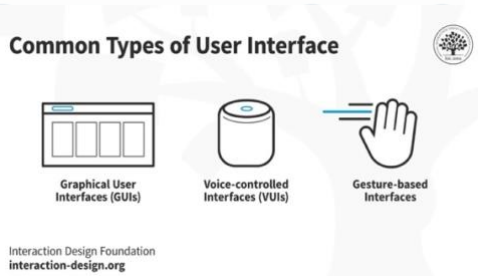
Gambar 2.25 Contoh aset *Gradient*

Sumber: https://assetstore.unity.com/packages/tools/gui/ui-gradient-effect

Tenik gradien merupakan Teknik warna percampuran yang saling bercampur satu sama lain, Teknik *gradient* ini digunakan oleh desainer UI sebagai opsi untk warna yang lebih beragam sehingga memiliki kesan colorfull

2.4.2 Format *User Interface*

Menurut pernyataan dari *Interaction Design Foundation*, dalam *user interface design*, memiliki beberapa jenis format yang memungkinkan pengguna untuk mengakses. Beberapa jenis format yang dapat diakses diantaranya adalah:



Gambar 2.26 Tipe *User Interface*

Sumber: https://www.interaction-design.org

1. *Graphical user interfaces* (GUI)

Dalam format Graphic user interface, format ini berfokus agar pengguna dapat berinteraksi secara langsung dengan representasi visual yang disediakan guna berintaraksi dengan control panel digital. Salah

satu contoh dari GUI adalah layar komputer yang digunakan oleh pengguna.

2. *Voice-controlled user interfaces* (VUI)

Dalam format *Voice-controlled user interfaces*, sesuai dengan Namanya yang berhubungan dengan voice atau suara, para pengguna dapat berinteraksi dengan media suara. Pada perkembangan jaman kita dapat menemukan hal tersebut dalam ponsel kita, contoh media yang sering ditemukan yaitu, SIRI, Halo Google, Alexa, dan beberapa vitur *audio source bar*.

3. Gesture-based interfaces.

Format Gesture based interface merupakan format penggunaan badan dan gerakan yang sesuai untuk mengatur navigasi, pengguna diwajibkan mengerakan hampir seluruh anggota tubuh tertentu yang kemudian dideteksi oleh sensor sehingga manusia dapat berinteraksi langsung. Contoh dari format gesture ini adalah Virtual reality (VR).

2.4.3 Prinsip User Interface

Suatu sistem harus memiliki tampilan yang mampu mencerminkan kapabilitas dan merespon kebutuhan pengguna. Tampilan yang baik mencakup tampilannya yang fungsional dan mempermudah pekerjaan hingga memberikan rasa mencapai suatu pencapaian. User Interface memiliki prinsip umum yang fundamental untuk diimplementasikan pada sebuah interface yang efektif (Galitz. 2007, hal. 44-45).

2.4.3.1 Accessibility

Karakteristik pada sistem yang harus mudah digunakan oleh orang banyak tanpa perlu melakukan proses modifikasi lanjutan.

2.4.3.2 Aesthetically pleasing

Prinsip dimana suatu sistem menampilkan tampilan visual yang menarik serta informasi yang jelas sehingga mampu memberikan rasa kenyamanan. Apabila sebuah tampilan visual tidak menarik

maupun fungsional, pengguna tidak bisa menyerap informasi yang disajikan dengan baik.

2.4.3.3 Availability

Prinsip sistem yang memungkinkan setiap aspeknya tersedia pada kondisi apa saja tanpa membatasi mode.

2.4.3.4 Clarity

Kejelasan tampilan visual dari sebuah interface harus mudah dipahami sehingga tidak menimbulkan kebingungan pengguna.

2.4.3.5 Configurability

Configurability adalah kemudahan dalam modifikasi sistem yang sesuai dengen preferensi atau kebutuhan dari pengguna. Kemudahan tersebut disajikan dalam bentuk memberikan kendali yang mudah dipahami.

2.4.3.6 Consistency

Konsistensi dalam desain meliputi keseragaman terhadap visual, penataan, dan interaksi dengan penggunanya. Oleh karena itu, pengguna tidak perlu mempelajari hal baru lagi. Konsistensi dapat dicapai dengan bantuan menggunakan *guidelines*.

2.4.3.7 Control

Kebebasan pengguna dalam melakukan suatu aktivitas atau pengalaman tanpa adanya batasan sistem. Kekurangan terhadap kebebasan pengendalian pengguna mampu menghambat proses pengalaman penggunaan suatu sistem.

2.4.3.8 Directness

Sebuah aksi harus bisa dilakukan secara langsung. Demikian juga ketersediaan alternatif yang jelas dalam melakukan aksi dan kemudahan dalam akses.

2.4.3.9 Efficiency

Gerakan mata dan tangan diminimalisir sebisa mungkin. Gerakan-gerakan tersebut diusahakan mampu melakukan aksi terhadap sistem dengan mudah dari segi navigasi dan transisi.

2.4.3.10 Familiarity

Penyampaian informasi yang dilakukan sebisa mungkin tidak asing bagi para pengguna. Keakraban konsep mampu meningkatkan kecepatan produktivitas.

2.4.3.11 Forgiveness

Kemampuan dalam memberikan kesempatan kepada pengguna untuk belajarr melalui kesalahannya. Jika sistem yang dirancang terlalu sensitif maupun kritis, hal tersebut dapat mematah semangat pengguna dalam pembelajarannya. Demikian hal tersebut dapat memperlambat produktivitas.

2.4.3.12 Immersion

Kondisi mental dimana tingkat konsentrasinya cukup intens seolah-olah pengguna masuk ke dunia sistem tersebut. Imersi dapat dicapai dengan mnyediakan goal yang jelas, kuasa atas pengendalian sistem, dan feedback. Selain itu, ada beberapa hal yang bisa diminmalisir juga yaitu informasi visual dan audio pada interface yang tersedia.

2.4.3.13 Obviousness

Kemudahan dalam dipelajari dan dipahami dari sebuah sistem. Objek yang digunakan harus bersifat intuitif dan bisa diidentifikasi. Dengan begitu pengguna tahu bagaimana cara berinteraksi secara jelas.

2.4.3.14 Operability

Operability merupakan aspek yang memastikan sebuah sistem bisa dipakai oleh semua orang tanpa dibatasi oleh kemampuan fisik. Operability membutuhkan desain yang cocok dengan teknologi pendamping.

2.4.3.15 Predictability

Penawaran sistem bisa mengantisipasi ekspetasi pengguna melalui penyediaan kejelasan kegiatan beserta elemen visual.

Hal tersebut bertujuan untuk meminimalisir kemungkinan kesalahan yang berpotensi menghambat produktivitas.

2.4.3.16 Recovery

Sistem yang menawarkan solusi mengembalikan pekerjaan pengguna baik itu yang hampir hilang maupun bukan. Bentuk pemulihan yang sering ditemui adalah tombol undo.

2.4.3.17 Responsiveness

Respon yang diberikan sebagia bentuk feedback terhadap kebutuhan pengguna. Kebutuhan pengguna mesti dijawab dengan cepat, Bentuk respon bisa berupa visual, tekstual, maupun audio.

2.4.3.18 Safety

Membantu pengguna mengurangi terjadinya kesalahan akibat keterbatasan daya ingat manusia. Dan juga melindungi data yang dimiliki oleh beberapa orang sehingga data tidak jatuh pada pihak tidak bertangung jawab.

2.4.3.19 Simplicity

Menyediakna tampilan yang sederhana namun mudah dimengerti oleh semua orang. Ada beberapa hal yang bisa diterapkan untuk memperoleh Simplicity diantaranyayaitu menyediakan fitur yang dibutuhkan secara umum, memberikan visual hirarki, konsisten, dan tidak memberi elemen berlebih.

2.4.3.20 Transparancy

Kenyamanan yang diberikan kepada pengguna supaya bisa konsentrasi kepada aktivitas yang dilakukan. Aktivitas yang dilakukan sebisa mungkin minim gangguan dari mekanisme tampilan sistem.

2.4.3.21 Visibility

Kapabilitas dalam memberikan gambaran dari status sistem secara jelas. *Visibility* dapat dikembangkan melalui sensitivitas konteks dan hirarki organisasi. Derajat visibilitas dari sebuah informasi

bersama elemennya sebaiknya berjalan sejajar sesuai dengan relevansinya

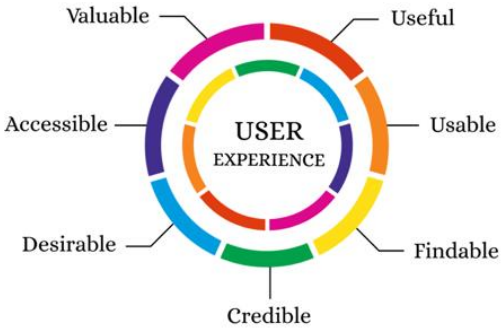
2.5 *User experience*

User Experience, dilansir dari penelitian Wasil (2020), merupakan bidang yang keseluruhannya meliputi perencanaan, riset, *wireframing*, desain, dan pembuatan prototipe produk yang menitik beratkan pada pengalaman penggunanya. Selain itu, dijelaskan juga bahwa desain visual yang menarik bukan merupakan satu-satunya hal yang ditonjolkan oleh UX. Sebaliknya, pengalaman yang menyenangkan, penggunaan yang mudah, serta pemenuhan kebutuhan serta keinginan pengguna. Dalam penerapannya, secara teori, diperlukan *tips & trick* sekaligus penggunaan alat – alat modern yang memadai dalam industri, guna meningkatkan kualitas dan menjamin kepuasan penggunanya.

Menurut Ruslan (2020), teori UX memiliki peranan penting dalam memberikan landasan pengembangan media interaktif dalam konteks meningkatkan kualitas brand image suatu perusahaan secara bertahap. Secara tak langsung, hal ini menjadikan kolaborasi antara teori UX dan perancangan media interaktif menjadi teramat sangat penting dalam proses menciptakan produk digital yang sukses. Dimana, berdasarkan gambaran tersebut, penggunaan Teori User Experience dapat dengan mudah dikatakan sebagai landasan utama dalam merancang media interaktif. Lalu, elemen penting lainnya dalam memuaskan pengalaman pengguna selain aspek praktis seperti desain grafis dan interaksi, ialah perhitungan aspek psikologis, berupa emosi, persepsi, dan preferensi pengguna (Angela, 2022).

2.5.1 Prinsip UX Desain

Dalam perancangan UX *design*, terdapat beberapa prinsip yang digunakan sebagai acuan yang menurut *International Design School* (IDS), (2024) terdapat beberapa prinsip UX yang terdiri dari:



Gambar 2.27 *UX Strategy*
Sumber: https://idseducation.com/International Design School (IDS) (2024)

2.5.1.1 Valuable

Pada prinsip pertama *valuable*, adalah desain UX yang dibuat harus memiliki manfaat yang ditawarkan bagi penggunanya yakni menawarkan solusi yang sesuai bagi masalah atau kebutuhan *user*.

2.5.1.2 Useful

Useful merupakan sebuah prinsip UX yang berhubungan dengan kegunaan adalah prinsip *UX* dimana desain perlu bersifat fungsional, dalam kata lain produk atau jasa yang ditawarkan harus memenuhi tujuan pengguna dengan baik.

2.5.1.3 Accessible

UX segala halnya harus dapat dijangkau kapanpun dimanapun oleh semua target pengguna, dalam hal ini juga tidak menutup kemungkinan untuk orang dengan keterbatasan fisik atau kognitif. Prinsip aksesibilitas ini harus memastikan bahwa semua orang dapat menggunakan tanpa adanya hambatan.

2.5.1.4 Usability

Usability merupakan prinsip desain dalam segi penggunaan produk atau jasa, usability bertujuan agar

duatu produk atau layanan dirancang dengan tujuan semua orang bisa menggunakan tanpa adanya kesulitan atau kebingungan yang berlebihan. Dalam prinsip udability ini hal utama yang ditekankan adalah kejelasan, navigasi, dan interaksi yang dibuat efisien guna memastikan pengguna dapat berinteraksi dengan baik.

2.5.1.5 Desirable

Desirable merupakan sebuah prinsip yang berlandaskan pengalaman bagi *user*, pada prinsip ini UX desainer bertugas untuk menciptakan pengalaman menarik sehingga memikat pengguna agar menggunakan produk yang ditawarkan. elemen utama dalam prinsip desirable adalah prinsip estetika visual, efek – efek kusus, dan penggalaman yang mampu membangkitkan emosi positif. Hal ini bertujuan meningkatkan daya tarik calon pengguna.

2.5.1.6 Credible

Dalam prinsip *credible,* desain UX diciptakan untuk membangun kepercayaan antara perusahaan dan juga pengguna, oleh karena itu dalam prinsip *UX* harus menyediakan informasi yang akurat, transparan, dan juga dapat dipercaya.

2.5.1.7 Findable

Prinsip *Findable* berpacu pada kemudahan dalam mengakses suatu desain UX, dalam prinsip ini produk atau layanan harus mudah diakses oleh semua orang, dimanapun dan kapanpun, baik dalam segi mesin pencarian, navigasi internal, atau dengan metode lainnya. Semakin mudah suatu produk ditemukan pengguna akan melirik terlebih dahulu sehingga menambahkan nilai jual dari suatu produk.

2.6 Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan merupkan studi literatur yang merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan riset, pencarian data, fakta, berita dan sumber sumber tertentu hal ini dinyatakan relevan diakrenakan sumber yang dipakai berupa karya ilmiah seperti jurnal nasional, jurnal internasional,

Tabel 2.1 penelitian relevan

No	Judul	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Perancangan Media Promosi Fashion Designer Fonny Tunggal Melalui Media Fashion *Photography* di PT. STUDIO EMPAT TUJUH	Santoso, Reynard (2019)	Fotografi Model	*photography*, *editing*, dan juga *videography* untuk industri *fashion* dan model yang jarang dihadapkan langsung di kampus.
2	Perancangan User Interface dan Media Promosi pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk.	Dhia Ramadhan, Nadhif (2023)	Aplikasi Promosi	Karena BSI, kerap berinovasi dengan teknologi, maka produk-produk BSI, khususnya produk berjenis trade and value chain sudah mengandalkan web dan aplikasi mobile, untuk kegiatan operasionalnya, sehingga dapat mempermudah Nasabahnya juga.
3	Perancangan Website sebagai Media Promosi Coterie	Heraldi, Catherine (2023)	*Website*	Media promosi Coterie berupa website sebagai media utama dan Instagram *ads* sebagai media sekunder