

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Menurut Scannell, dalam bukunya yang berjudul “*Media and Communication*” media informasi merupakan sebuah sarana dan institusi yang memiliki fungsi untuk dapat menyampaikan pesan, ide dan informasi kepada masyarakat. Suatu media informasi dapat dikatakan sebagai alat teknis dan juga praktik sosial yang terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari manusia. Media informasi memiliki banyak sekali perantara dan berperan untuk menciptakan pengalaman bersama seperti melalui siaran berita, acara televisi, radio, koran dan lain sebagainya. Namun seiring perkembangan jaman, teknologi kian semakin hebat dan canggih sehingga yang sebelumnya menggunakan media informasi fisik sekarang dapat diterapkan kedalam teknologi yang mampu untuk memberikan informasi secara luas kepada masyarakat.

2.1.1 Teori Komunikasi dan Media

Menurut Scannel, informasi merupakan bentuk dari sebuah komunikasi kepada masyarakat melalui sebuah perantara yang disebut sebagai media. Media ini dapat menghubungkan antara teknologi dan masyarakat yang memfokuskan dalam konteks praktik sosial dan budaya. Komunikasi juga merupakan sebuah proses dialogis dimana terdapat hubungan timbal balik antara media dan *audiens* dikarenakan *audiens* juga memiliki peran untuk dapat menafsirkan dan memberikan makna pada konten media yang disediakan sehingga terkadang banyak sekali *audiens* yang memiliki sudut pandangan yang berbeda.

2.1.2 Teknologi dan Media

Teknologi dan media baru merupakan suatu bentuk perubahan dalam skala yang besar, yang tadinya hanya mencakup satu desa sekarang bisa sampai seluruh negara hal ini dikarenakan kemajuan dari teknologi digital yang semakin lama semakin berkembang (Scannell, 2020). Media

dan juga cara manusia berkomunikasi. Menurut perkembangan media informasi, terdapat media-media yang dapat menyebarkan informasi di tiap era yaitu sebagai berikut :

1. Era media tradisional

Pada era media tradisional, radio dan juga televisi merupakan suatu bentuk awal dari media massa yang memungkinkan komunikasi satu arah antara penyiar terhadap *audiens*.



Gambar 2.2 Radio dan televisi
Sumber : commons.com

2. Era digital

Pada era digital, munculnya sebuah perantara baru yaitu komputer, internet dan teknologi digital. Internet memberikan pengenalan baru dalam sejarah komunikasi yaitu *peer to peer* yang memungkinkan *audiens* untuk menjadi produsen sekaligus konsumen informasi. Kemudian terdapat ruang untuk berbagi informasi dengan cara yang lebih personal dan juga interaktif seperti yaitu *website*, medial sosial, *platform* dan juga *blog*. Hal ini dapat diakses melalui satu pintu saja yaitu melalui sebuah ponsel atau laptop sehingga memudahkab *audiens* untuk mengakses *platform* media digital.



Gambar 2.3 Platform digital
Sumber : Merchant.com

2.2 Teori UI/UX

Menurut Garrett, dalam bukunya yang berjudul “*The Elements Of User Experience*” terdapat dua komponen yang sangat penting ketika merancang sebuah produk atau media digital yaitu UI (*User Interface*) dan UX (*User Experience*). Kemudian terdapat strategi dalam merancang untuk mencapai tujuan, struktur dari perancangan fitur serta informasi, penentuan fungsi dan fitur, kerangka pada desain antar muka serta interaksi dan yang terakhir permukaan mulai dari tata letak, warna, tipografi, aspek visual dan lain sebagainya.

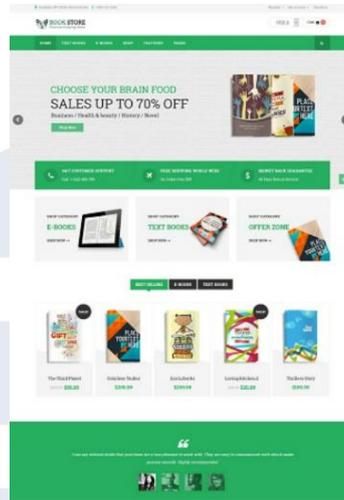


Gambar 2.4 UI/UX
Sumber : Inditech.com

2.2.1 Website

Menurut Garrett, *website* merupakan sebuah media interaktif yang memiliki fungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi, menyediakan layanan, atau menyambungkan antara pengguna dengan suatu produk. Namun tidak hanya sebagai alat informasi saja, sebuah *website* harus mampu dirancang dengan mempertimbangkan pengalaman

pengguna (*user experience*) dan visualisasi secara langsung (*user interface*) yaitu dengan cara menampilkan gambar, teks, animasi, dan interaksi lainnya untuk dapat menarik perhatian *audiens*.



Gambar 2.5 Website
Sumber : Velocity.com

Garrett menekankan bahwa *website* sebagai media digital dapat menjawab dan memenuhi kebutuhan pengguna dan dapat mencapai tujuan bisnis secara bersamaan. Website juga dinilai sebagai alat yang menghubungkan antara pengguna dengan organisasi yang mencapai pengalaman yang lebih efektif, intuitif, dan memuaskan. Website juga memiliki media interaktif salah satunya yaitu ketika melakukan navigasi antar halaman, berbelanja maupun mengisi sebuah formulir data diri sehingga terdapat sebuah interaksi dengan *audiens*.

2.2.2 UX (*User Experience*)

User Experience merupakan sebuah aspek yang mempengaruhi interaksi antar pengguna dengan produk atau media digital, seperti contoh ketika pengguna merasa familiar dalam menggunakan produk atau media digital karena pengguna sudah berinteraksi pada produk atau media digital yang serupa sehingga memiliki memori atau pengalaman yang mempengaruhi aspek *emosional* dan *fungsi* dalam menggunakannya.

2.2.3 UI (*User Interface*)

User Interface merupakan sebuah aspek yang menampilkan visual serta interaksi secara langsung antara pengguna dengan produk atau media digital, seperti contoh ketika pengguna melihat elemen-elemen visual dalam media *website* seperti tombol, ikon, warna, tipografi, tata letak yang mendukung untuk kemudahan akses terhadap informasi melalui sistem serta menarik secara visual.

2.2.3.1 GUI (*Graphical User Interface*)

Menurut Garrett, walaupun tidak secara spesifik menyebutkan tentang GUI (*Graphical User Interface*), akan tetapi terdapat beberapa konsep yang dijelaskan oleh Garrett tentang GUI yaitu merupakan sebuah antarmuka visual yang berfungsi sebagai lapisan permukaan dari pengalaman pengguna, yang menghubungkan pengguna dengan suatu fungsi, struktur dan strategi dalam sebuah produk digital.

2.2.3.2 Jenis GUI (*Graphical User Interface*)

GUI memiliki berbagai macam jenis dalam antarmuka visualnya yaitu berdasarkan gaya interaksi, platform yang digunakan dan tujuan penggunaannya. Berikut ini merupakan jenis-jenis dari GUI :

1. GUI berbasis *dekstop*

GUI berbasis *dekstop* merupakan sebuah antarmuka yang dirancang untuk aplikasi pada layar sebuah komputer *dekstop* atau laptop. Biasanya GUI yang berbasis *dekstop* memiliki elemen seperti *windows*, *menu*, tombol dan ikon dengan dukungan yang *multitasking* dengan sistem operasi seperti Windows, MacOS, dan Linux.

2. GUI berbasis *web*

GUI berbasis *web* merupakan sebuah antarmuka yang digunakan dalam aplikasi atau situs *web* dan dapat diakses melalui sebuah *browser* yang membutuhkan jaringan internet. Untuk GUI yang berbasis *web* biasanya memiliki desain yang responsif untuk berbagai ukuran layar, kemudian menggunakan elemen HTML, CSS, dan JavaScript untuk interaktivitas. Salah satu contohnya yaitu seperti Gmail, Google Docs, Amazon dan lain sebagainya.

3. GUI berbasis *mobile*

GUI berbasis *mobile* merupakan sebuah antarmuka yang dirancang secara khusus untuk perangkat *mobile* seperti handphone dan tablet. Untuk GUI berbasis *mobile* memiliki fokus pada navigasi berbasis sentuhan (*touchscreen*), kemudian memiliki elemen yang lebih besar untuk memudahkan interaksi secara fisik dengan jari, kemudian mendukung *gesture* seperti *swipe*, *drag* dan *pinch*. Salah satu contohnya yaitu seperti aplikasi yang berada di android yaitu Instagram, Whatsapp, Tiktok.

2.2.4 Strategi

Menurut Garrett, ada beberapa tahapan dalam merancang suatu produk atau media digital. Dalam tahap pertama terdapat strategi untuk menentukan UX yang fokus pada tujuan perancangan untuk memenuhi kebutuhan pengguna terhadap media digital yang digunakan mulai dari segi manfaatnya untuk pengguna, mengapa menciptakan media digital tersebut, bagaimana media tersebut dapat menambah nilai tambah bagi organisasi.

1. Tujuan dan Pengguna

Dalam membuat sebuah produk atau media digital, hal pertama yang harus diperhatikan adalah tujuan serta target yang ingin dituju. Bagi suatu perusahaan dan organisasi, mereka mempunyai visi dan misi untuk mencapai *goals* yang diinginkan dengan memberikan peningkatan rasa kepuasan bagi para penggunanya, meningkatkan pelayanan dan juga media, sehingga kita harus memahami kebutuhan dan tujuan dari pengguna.

2. Kebutuhan Pengguna

Kebutuhan pengguna harus didasari oleh data yang konkret dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, untuk itu perlu diperlukan penelitian terhadap pandangan dan pemahaman dari pengguna. Jesse merekomendasikan metode kualitatif berupa survei dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan yang biasa dihadapi oleh pengguna dan solusi yang mereka inginkan.

3. Riset dan Validasi

Dalam melakukan perancangan harus diawali dengan riset. Mulai dari riset pengguna dan organisasi agar memahami keadaan lapangan dan lingkungan, permasalahan serta kendala yang sedang dialami, analisa pesaing, dan peluang dari program atau produk organisasi. Riset data yang sudah terkumpul menjadikan dasar untuk menyusun solusi perancangan yang ditawarkan.

2.2.5 Lingkup

Pada tahap lingkup atau *scope*, perancangan akan fokus terhadap fitur-fitur dan fungsionalitas produk atau media digital. Setelah menentukan strategi dan implementasi, fungsi dari lingkup untuk penghubung ke visi besar dari organisasi.

1. Fitur dan Fungsional

Lingkup dari perancangan harus mendukung tujuan dari organisasi dan juga sesuai dengan kebutuhan dari pengguna, sehingga hal yang harus diperhatikan adalah fitur yang harus dimasukkan dan bagaimana fitur tersebut dapat bekerja dengan baik.

2. Prioritas Fitur

Terdapat beberapa fitur yang harus fokus dan diprioritaskan, terkadang bila membuat fitur baru maka tidak akan memberikan tekanan bagi para pengguna yang sudah sering memakai fitur dan mengetahui tata letak fitur tersebut dengan mudah.

3. Konten

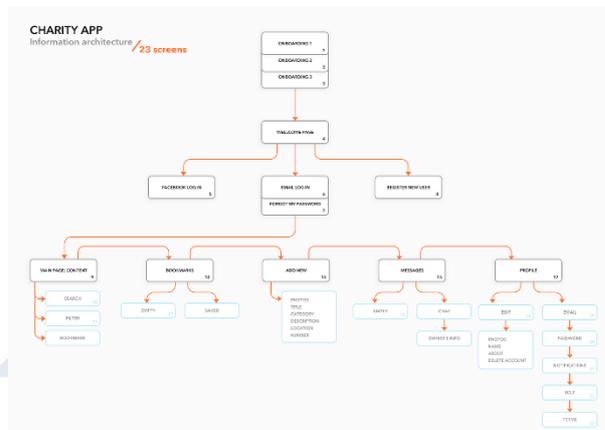
Dalam pembuatan konten seperti artikel, foto, video dan lain sebagainya, harus selaras dengan kebutuhan pengguna dan mendukung tujuan dari organisasi.

2.2.6 Struktur

Pada tahap ketiga ini yaitu struktur adalah proses perancangan UX yang menciptakan kerangka kerja untuk pengalaman pengguna. Pada Tahapan ini menyediakan informasi dan interaksi dalam media atau produk agar mempermudah akses pengguna.

1. Arsitektur Informasi

Perancangan arsitektur informasi sangat penting dalam membuat sebuah media atau produk digital. Informasi dan konten harus dibuat untuk memudahkan pengguna dalam mengakses kebutuhan yang mereka perlukan. Struktur ini terdiri dari informasi, kategori *menu*, dan penataan dalam hirarki konten.



Gambar 2.6 Arsitektur informasi
Sumber : Medium.com

2. Desain Interaksi

Pada desain interaksi mencakup fitur dan fungsi dari media digital atau produk yang digunakan oleh pengguna. Dalam merancang desain interaksi hal yang harus diperhatikan adalah alur pengguna atau *user flow* sehingga setiap tindakan yang diambil akan mengarah ke hasil yang ingin dituju.

3. Konsistensi dan Efisiensi

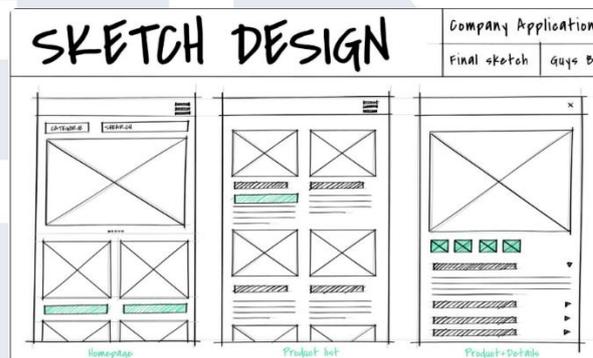
Pada tahap konsistensi dan efisiensi, para pengguna harus mendapatkan pengalaman yang baik dan efektif untuk meningkatkan interaktivitas dari media atau produk digital, benefit tersebut akan menjadi acuan untuk memperbaiki tingkat desain dan fitur-fitur yang dihasilkan.



Gambar 2.7 Desain konsisten
Sumber : Dibimbing.id

4. Wireframe

Pada tahap terakhir, terdapat perancangan tata letak halaman yang berfungsi sebagai gambaran kasar dari media atau produk digital yang bisa di sebut juga sebagai *wireframe*. *Wireframe* ini dapat membantu memberikan gambaran terhadap tata letak elemen-elemen pada desain dan juga penataan fitur dan tombol pada media dan produk digital.



Gambar 2.8 Wireframe

Sumber : Arkatama.id

2.2.7 Kerangka

Pada tahap keempat terdapat kerangka atau *skeleton* yang membahas tentang proses dari representasi visual dasar dari struktur media atau produk digital. Kerangka ini menjelaskan bagaimana navigasi, elemen interaktif dan konten dapat saling terhubung dan bekerja dengan baik.

1. Tata Letak Visual dan Halaman

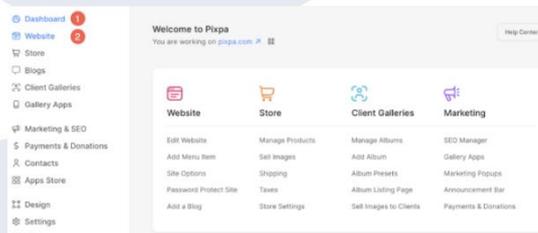
Dalam menyusun kerangka elemen pada halaman, menentukan tata letak dan pengelompokan informasi mulai dari tombol, gambar, teks, navigasi dan elemen interaktif lainnya harus dapat diakses dengan mudah oleh penggunaannya.



Gambar 2.9 Tata letak visual
Sumber : Indocenter.co.id

2. Desain Navigasi

Dalam tahap navigasi desain, perancangan harus menyediakan pengguna untuk menemukan informasi atau fitur yang dibutuhkan. Seperti tautan, *menu*, dan tombol yang akan mengarahkan ke halaman berikutnya sesuai dengan tombol atau *menu* yang diakses.



Gambar 2.10 Desain navigasi
Sumber : Helppixpa.com

3. Kontrol Antarmuka

Desain dalam kontrol antarmuka harus dipertegas dan dapat dipahami dengan mudah seperti dari tombol, *icon*, simbol dan lain sebagainya sehingga pengguna dapat berinteraksi dengan media atau produk.



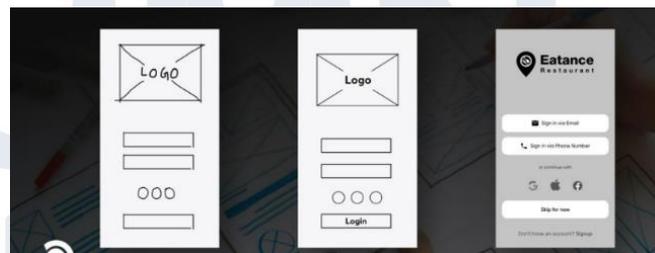
Gambar 2.11 *Icon* dan simbol
Sumber : Binus.ac.id

4. Hierarki visual

Dalam hierarki visual yang dimaksud adalah untuk membantu pengguna dalam pemahaman informasi dalam tiap halaman, informasi utama harus ditonjolkan sehingga tujuan dari pengguna dapat cepat untuk terpenuhi.

5. *Wireframe* dan *Prototype*

Untuk *wireframe* serta *prototype* awal berperan untuk mendapatkan gambaran pada desainer untuk memperlihatkan representasi visual berupa tata letak halaman dan interaksi dasar sehingga memastikan untuk memperbaiki dan mengembangkan produk atau media. Untuk itu terdapat 3 tahapan yaitu berupa dari garis, kemudian hitam dan putih dan yang terakhir finalisasi.



Gambar 2.12 *Wireframe* dan *Prototype*
Sumber : Evincedev.com

2.2.8 Permukaan

Dalam tahapan terakhir terdapat permukaan atau bisa disebut juga sebagai *surface*, dan fokus utama adalah tampilan visual dalam media atau produk. Tampilan dalam visual ini terkait warna, ikon, tipografi, bentuk dan elemen desain lainnya yang menciptakan estetika dalam merancang media atau produk.

1. Desain Visual

Desain visual merupakan hal yang terpenting untuk memberikan kesan pertama dan persepsi yang kuat bagi para pengguna ketika mengakses media atau produk untuk pertama kalinya. Elemen visual seperti warna, ikon, dan tipografi harus selaras dan mencerminkan identitas dari organisasi.

2. Konsistensi Visual

Dalam konsistensi visual, dibutuhkan tampilan media atau produk yang harmonis yang tidak membingungkan bagi pengguna. Tiap elemen desain harus diselaraskan dan tata letak konten sampai tombol harus terorganisir dengan baik untuk meningkatkan rasa kepercayaan bagi para pengguna.

3. Kontras

Kontras sangat penting untuk menonjolkan tombol atau konten utama dari media atau produk sehingga menarik perhatian pengguna untuk memperhatikan dan memahami prioritas informasi.



Gambar 2.13 Kontras

Sumber : Orchacreative.com

4. Flat ilustrasi

Pada buku ini tidak membahas secara spesifik tentang *flat* ilustrasi namun dalam hal ini berkaitan dengan permukaan dan estetika visual dalam sebuah perancangan produk atau media visual, hal tersebut dapat memberikan arahan bagi para pengguna dengan kesederhanaan dalam membentuk sebuah karakteristik dan juga ciri-ciri dari ilustrasi yang digambarkan. *Flat* desain juga dapat memiliki karakteristik yang minimalis, sederhana, bersifat

2 dimensi, dapat memberikan rasa emosional bagi yang melihat visualnya dan penggunaan warna yang cerah.



Gambar 2.14 *Flat* ilustrasi
Sumber : Gamelab.id

5. *Feedback*

Ketika perancangan sudah memasuki *fase* dimana pengguna dapat memberikan umpan balik terhadap interaksi dari media atau produk yang digunakan, seperti perubahan warna pada tombol ketika ditekan. Maka fase ini dapat membantu untuk memahami pengguna dalam tindakan apa yang mereka lakukan dan pengalaman yang sering mereka temukan dalam tiap media atau produk.

6. Keterbacaan dan Keterjangkauan

Keterbacaan dan keterjangkauan sangat penting ketika kita merancang sebuah *desain*, mulai dari ukuran teks, jarak, *font*, dan tata letak yang nyaman untuk dilihat dan digunakan oleh pengguna. Tentunya keterbacaan harus dirancang agar seluruh pengguna dapat mengaksesnya sehingga tidak salah untuk memahami informasi yang diberikan.



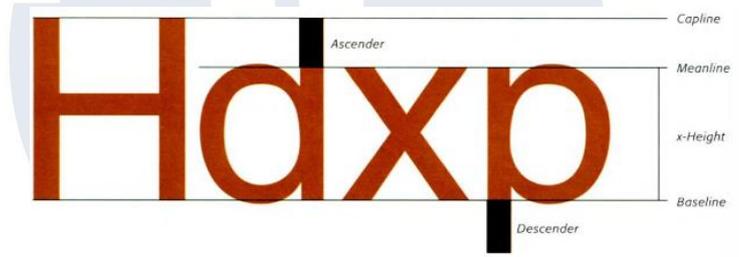
Gambar 2.15 *Whitespace*
Sumber : Justinmind.com

2.3 Teori Tipografi

Tipografi menurut Danton dalam bukunya yang berjudul “*Tipografi dalam desain grafis*” adalah sebuah elemen dasar yang umumnya digunakan sebagai bentuk dari komunikasi untuk penyampaian informasi dengan nilai *funksional* serta *estetika*, dan mampu memberikan kesan dalam visual.

2.3.1 Anatomi huruf

Anatomi pada huruf merupakan suatu bentuk struktur dasar pada huruf. Hal ini dapat membantu kita untuk lebih mengenal sifat dan karakteristik dari setiap jenis pada huruf.



Gambar 2.16 Anatomi pada huruf
Sumber : Danton (2015)

Baseline merupakan sebuah garis lurus *horizontal* yang menjadi batasan dari bagian terbawah dari setiap huruf yang besar.

1. *Capline*

Capline merupakan sebuah garis lurus horizontal yang menjadi batasan dari bagian teratas dari setiap huruf yang besar.

2. *Meanline*

Meanline merupakan sebuah garis lurus horizontal yang menjadi batasan dari bagian teratas dan badan setiap huruf yang kecil.

3. *X-Height*

X-height merupakan sebuah jarak ketinggian dari *baseline* sampai dalam *meanline*. *X-height* sendiri merupakan tinggi dari badan huruf yang paling kecil. Cara paling mudah untuk mengukur ketinggian huruf kecil adalah dengan menggunakan huruf 'x'.

4. *Ascender*

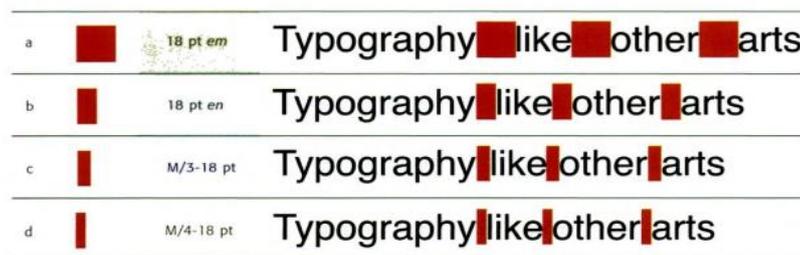
Ascender merupakan sebuah bagian dari huruf yang kecil dengan posisi yang tepat berada di tengah-tengah meanline dan *capline*.

5. *Descender*

Descender merupakan sebuah bagian dari huruf yang kecil dengan posisi yang berada tepat dibawah baseline.

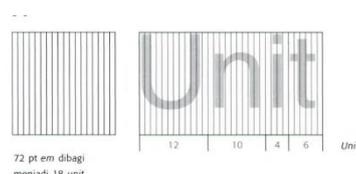
2.3.2 Jarak tipografi

Jarak merupakan sebuah istilah berupa interval antarelemen tipografi yang mencakup antara huruf atau yang disebut sebagai *kerning*, jarak antar kata atau yang disebut sebagai *word spacing* serta jarak antar baris atau yang biasa disebut sebagai *leading*.



Gambar 2.17 Jarak antar kata
Sumber : Danton (2015)

Jarak antarkata yang digunakan sebagai pengukuran ruang jarak antarkata adalah penyisipan potongan metal yang diletakan melalui huruf yang satu dengan yang lainnya. Potongan ini disebut juga sebagai *quad*. *Quad* berbentuk seperti persegi empat uang merupakan kotak sebesar ukuran huruf, *quad* ini memiliki satuan yang disebut em dan ukuran setengah dari *em* adalah *en*. Huruf dengan ukuran 10 *pt* maka em-quadnya berukuran sebesar 10 *pt* x 10 *pt*.



Gambar 2.18 Jarak antar huruf
Sumber : Danton (2015)

Pengukuran jarak antarhuruf dihitung dengan sistem *unit*. sehingga *unit* memiliki nilai yang berbeda-beda tergantung pada sistem yang digunakan. *Em* berupa sebuah kotak seukuran besarnya huruf, dan apa bila kotak ini dibagi menjadi beberapa segmen, maka setiap segmen ini disebut juga sebagai unit. Sebuah huruf U dapat memiliki lebar sekitar 12 *unit*, dan sementara t dapat memiliki lebar sebesar 6 unit.

2.3.3 Jenis Huruf

Menurut danton, huruf memiliki beberapa jenis dan karakteristiknya masing-masing, sehingga bagi para desainer dapat menyesuaikan pemilihan huruf untuk desain yang ingin dirancang. Huruf terbagi menjadi beberapa kategori yang memiliki karakteristik dimasing-masing bentuk dan garisnya.

1. *Serif*

Huruf *serif* merupakan sebuah huruf yang memiliki kesan yang klasik, formal dan elegan dengan garis kecil di ujung karakteristik hurufnya. Huruf ini sangat umum digunakan sebagai media cetak , huruf ini memiliki beberapa kategori yaitu *Old Style*, *Traditional*, dan *Modern* yang mempunyai karakteristik masing-masing. Salah satu contoh dari huruf *serif* adalah *Times New Roman* dan *Georgia*.



Gambar 2.19 Huruf *Serif*
Sumber : Desainstudio.com

2. *Sans Serif*

Huruf *sans serif* merupakan huruf yang memiliki kesan yang bersih, *modern*, *minimalis*, dan sederhana yang tidak memiliki garis kecil di ujungnya. Huruf ini sangat umum digunakan di media digital karena keterbacaannya yang sangat

mudah. Media digital seperti *website* dan *aplikasi*, di dominasi oleh huruf *sans serif* dikarenakan hurufnya yang cocok serta *modern*. Salah satu contoh dari huruf *sans serif* adalah *arial*, *lato* dan *helvetica*.



This is a
sans serif
font.

Gambar 2.20 Huruf *Sans Serif*
Sumber : Postprepress.com

3. *Slab Serif*

Huruf *slab serif* merupakan huruf yang memiliki kesan yang berani, kuat, menonjol dan juga kokoh, hal ini dikarenakan karakteristik dari huruf ini yaitu tebal dan juga tegas. Umumnya huruf ini digunakan sebagai headline atau poster yang memberikan nuansa *retro* atau *vintage*. Salah satu contoh dari huruf *slab serif* adalah *rockwell* dan *courier*.



Slab Serif

TYPOGRAPHY SERIES

Gambar 2.21 Huruf *slab serif*
Sumber : Threerooms.com

4. *Script*

Huruf *script* merupakan huruf yang memiliki kesan artistik, elegan dan personal dengan karakteristik aliran garis yang mengalir. Huruf ini umumnya digunakan sebagai desain *dekoratif*, kartu ucapan, undangan pernikahan, desain logo yang memiliki kesan unik dan juga *artistik*. Salah satu contoh dari huruf *script* adalah *brush script* dan *lobster*.



Gambar 2.22 Huruf script
Sumber : Befonts.com

5. *Monospaced*

Huruf *monospaced* merupakan huruf yang memiliki kesan terorganisir dengan lebar dan panjang huruf yang seragam, *fungsional* serta *retro*. Huruf ini umumnya digunakan untuk bahasa pemrograman, mesin tik, dan kode. Salah satu contoh dari huruf *monospace* adalah *courier* dan *consolas*.



Gambar 2.23 Huruf *monospaced*
Sumber : Canonical.com

6. Tipografi Lato

Lato merupakan tipografi dari huruf *sans serif* yang diciptakan oleh Łukasz Dziedzic pada tahun 2010. *Lato* memiliki arti sebagai “musim panas” dalam bahasa Polandia, yang memberikan penggambaran bersih, modern serta mudah untuk dibaca. Berikut ini merupakan gambar dari huruf *Lato*.



Gambar 2.24 Tipografi *Lato*
Sumber : Fontquirrel.com

Terlihat pada gambar diatas, huruf *lato* memiliki karakteristik yang bersih, modern, minimalis dan mudah untuk

dibaca. Kemudian selanjutnya *x-height* yang memiliki proporsi yang harmonis dan cukup tinggi sehingga mudah untuk dibaca pada ukuran *font* yang kecil. Kemudian huruf lato juga cocok untuk dipakai dalam layar karena tampilannya yang tegas, tajam dan juga bersih.

2.4 Teori Warna

Dalam sebuah buku yang berjudul “*Color: A Workshop for Artists and Designers*”, Warna merupakan sebuah gelombang cahaya yang masuk kedalam pikiran kita sehingga mempengaruhi otak dan mengidentifikasi cahaya sehingga menghasilkan rasa emosional serta persepsi (David, 2004).

2.4.1 Roda Warna

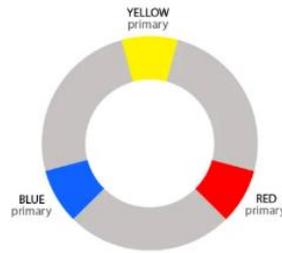
Roda warna merupakan sebuah diagram lingkaran yang disusun secara sistematis untuk menggambarkan representasi visual dalam hubungan antara warna-warna primer, sekunder serta tersier (David, 2004).



Gambar 2.25 Roda warna
Sumber : Ozzakonveksi.com

1. Warna Primer

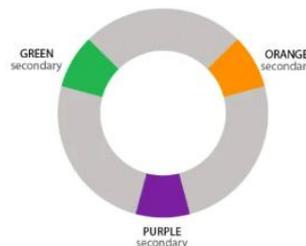
Warna primer merupakan sebuah warna dasar yang tidak bisa dihasilkan dari campuran warna-warna yang terdiri dari warna merah, biru, kuning. Warna primer ini merupakan sebuah dasar untuk menciptakan warna lain seperti sekunder dan tersier yang konsepnya mencampurkan dan menggabungkan warna ini.



Gambar 2.26 Warna primer
Sumber : Ozzakonveksi.com

2. Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan sebuah warna yang terbentuk antara perpaduan antara dua warna primer dengan perbandingan yang sama. Warna sekunder terdiri dari warna hijau yang merupakan perpaduan dari warna kuning dan biru, ungu yang merupakan perpaduan dari warna merah dan biru serta oranye merupakan perpaduan dari warna merah dan kuning. Dengan adanya warna sekunder ini dapat menciptakan warna yang harmoni serta kontras sehingga dapat membantu para desainer untuk menciptakan kombinasi dalam warna.

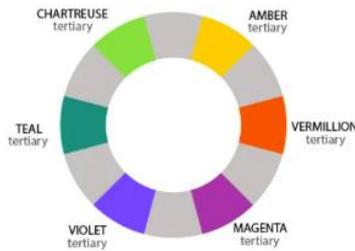


Gambar 2.27 Warna sekunder
Sumber : Ozzakonveksi.com

3. Warna Tersier

Warna tersier merupakan sebuah warna yang terbentuk antara perpaduan warna sekunder dan warna primer yang memiliki pendekatan pada roda warna. Warna tersier cenderung memiliki gradasi yang lebih kompleks serta halus sehingga nyaman untuk digunakan oleh desainer. Warna tersier terdiri dari merah-oranye, biru-ungu, dan kuning-hijau. Warna tersier ini

biasanya digunakan oleh para desainer untuk menciptakan visualisasi gambar yang terkesan memiliki warna yang beragam dan memiliki makna yang mendalam.



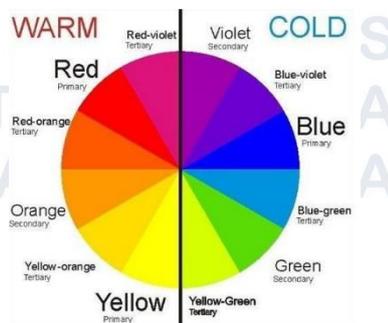
Gambar 2.28 Warna tersier
Sumber : Ozzakonveksi.com

2.4.2 Psikologi Warna

Warna memiliki kekuatan psikologi yang tinggi sehingga dapat mempengaruhi pemikiran manusia serta mood mulai dari emosional, perasaan, dan juga persepsi. Sehingga hal ini sangat penting untuk terciptanya desain yang menarik perhatian serta memikat orang lain jadi pesan yang ingin disampaikan sudah tersampaikan melalui perasaan dan rasa emosional (David, 2004).

1. Suhu Warna

Suhu warna merupakan suatu skala yang mengukur tingkat hangat atau dinginnya warna dari suatu sumber. Mulai dari warna merah yang hangat dan juga warna dingin seperti warna biru.



Gambar 2.29 Suhu warna
Sumber : Jasalogo.id

a. Warna hangat

Warna hangat merupakan sebuah warna yang memunculkan perasaan kehangatan dan rasa antusias. Warna hangat antara lain yaitu merah, oranye dan kuning.

1. Warna merah dilambangkan sebagai kekuatan, semangat, bahaya dan juga hasrat yang bergairah.
2. Warna oranye dilambangkan sebagai sebuah rasa gembira, ramah, kesehatan dan segala bentuk hal yang positif.
3. Warna kuning dilambangkan sebagai sebuah rasa keceriaan atau optimisme.

b. Warna dingin

Warna dingin merupakan sebuah warna yang memunculkan perasaan sejuk, *fresh*, ketenangan dan stabilitas. Warna dingin antara lain yaitu hijau, biru dan ungu.

1. Warna hijau dilambangkan sebagai warna yang berhubungan dengan alam dan hutan serta bentuk kesehatan alami.
2. Warna biru dilambangkan sebagai warna yang dapat memberikan rasa tenang dan damai seperti lautan yang sangat luas.
3. Warna ungu dilambangkan sebagai warna yang dapat memberikan rasa misterius, berhubungan dengan hal sihir, dan romansa.

c. Warna menurut kepercayaan

Sebuah warna menurut beberapa budaya memiliki banyak arti yang berbeda- beda, salah satunya warna putih yang pada umumnya melambangkan kesucian dan

perdamaian kemudian warna hitam yang umumnya melambangkan kematian dan kejahatan.

2.5 Teori Grid

Menurut Samara, dalam bukunya yang berjudul “*Making and Breaking the Grid*” *grid* merupakan sebuah alat bantu untuk kerangka kerja visual yang digunakan untuk mengatur elemen-elemen desain dalam tata letak agar lebih terstruktur dan juga terorganisir dengan konsisten. *Grid* sendiri terdiri dari garis *vertikal* dan juga *horizontal* yang membantu dalam menyusun konten dari tiap sisi. Namun nyatanya *grid* berfungsi sebagai panduan tidak untuk aturan yang mutlak yang memberikan kebebasan dalam mendesain.

2.5.1 Jenis-jenis Grid

Menurut Samara, *grid* terbagi dalam berbagai macam jenis dalam penggunaannya dan memiliki perbedaan untuk karakteristiknya, yaitu sebagai berikut :

1. *Manuscript Grid (Grid Naskah)*

Manuscript grid adalah *grid* yang paling sederhana diantara lainnya, terdiri dari satu kolom besar yang mencakup seluruh lebar halaman dan kemudian digunakan untuk tata letak teks yang panjang.



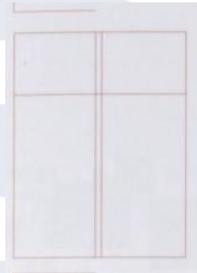
Gambar 2.30 *Manuscript grid*
Sumber : Samara (2023)

Karakteristik dalam *manuscript grid* biasanya menggunakan *margin* yang lebar dan konten disusun dalam bentuk blok yang terstruktur, untuk penggunaan *manuscript*

sendiri biasanya dipakai dalam buku, *esai*, dan juga dokumen yang panjang seperti laporan dan novel.

2. *Column Grid (Grid kolom)*

Selanjutnya terdapat *column grid* yang merupakan *grid* dengan dua atau lebih kolom yang membagi tata letak menjadi area yang vertikal.

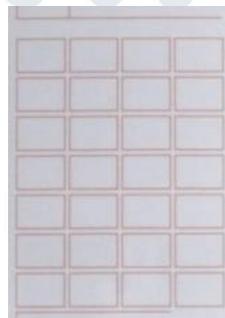


Gambar 2.31 *Column grid*
Sumber : Samara (2023)

Karakteristik dalam *column grid* yaitu *grid* ini memiliki ukuran kolom yang bisa sama dan juga berbeda untuk menambahkan variasi dan elemen pada konten dapat diatur dalam satu atau beberapa kolom, biasanya *grid* ini dipakai pada majalah, surat kabar, brosur serta *website*.

3. *Modular Grid*

Selanjutnya terdapat *modular grid* yang merupakan *grid* yang terdiri dari kotak-kotak dalam kolom dan baris yang membentuk *unit modular*.



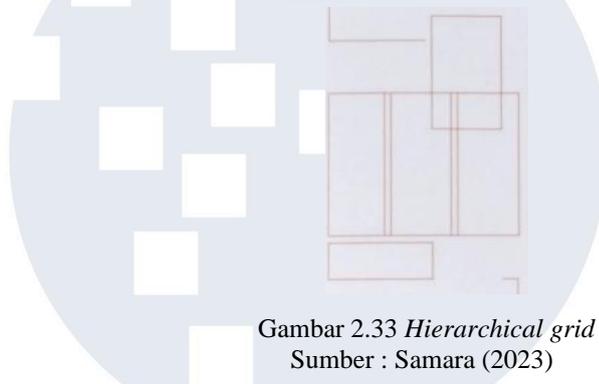
Gambar 2.32 *Modular Grid*
Sumber : Samara (2023)

Karakteristik dalam *modular grid* ini menggunakan garis yang horizontal maupun vertikal untuk menciptakan *unit*

yang sama dan juga sangat fleksibel untuk menampung elemen konten dengan berbagai ukuran, biasanya *grid* ini dipakai untuk desain *web* responsif, *dashboard aplikasi*, poster dan juga katalog untuk produk.

4. *Hierarchical Grid*

Hierarchical grid merupakan yang tidak sama dan dibuat berdasarkan hierarki informasi atau kebutuhan konten sehingga dapat dikatakan lebih fleksibel.



Gambar 2.33 *Hierarchical grid*
Sumber : Samara (2023)

Karakteristik dalam grid ini adalah mengikuti struktur kolom dan *modular* yang ketat kemudian elemen disusun berdasarkan suatu konteks dan juga prioritas *highlight* yang terpenting, biasanya penggunaan grid ini dipakai untuk *website*, aplikasi *mobile* dan poster kreatif.

5. *Pixel Grid*

Pixel grid merupakan sebuah *grid* yang berbasis piksel yang digunakan untuk desain digital terutama untuk ikon atau ilustrasi *pixel art*.



Gambar 2.34 *Pixel grid*
Sumber : Samara (2023)

2.6 Teori Fotografi

Menurut Peterson, dalam bukunya yang berjudul “*Understanding Digital Photography*” fotografi merupakan sebuah seni dan keterampilan yang melibatkan pemahaman teknis serta kreatifitas dalam menangkap momentum sebuah gambar yang memberikan kesan visual yang menyentuh secara emosional. Fotografi itu sendiri merupakan perpaduan antara teknik dan juga seni, oleh karena itu fotografi terdapat sebuah aspek-aspek dan juga elemen dasar dalam pengambilan fotografi.

2.6.1 Eksposur

Eksposur merupakan seberapa banyak cahaya yang diterima dalam sensor kamera untuk menghasilkan foto. Eksposur digunakan untuk mendapatkan gambar yang lebih jelas, tajam dan dengan warna yang lebih baik dan juga cerah. Eksposur memiliki tiga elemen yaitu sebagai berikut :



Gambar 2.35 Eksposur
Sumber : Peterson (2005)

1. *Aperture*

Aperture merupakan sebuah lubang pada lensa yang mengontrol jumlah cahaya yang memasuki kamera. Ketika membuka bukaan besar ($f/2.8$) maka semakin banyak cahaya dari foto yang akan masuk. *Aperture* ini juga mempengaruhi efek *depth of field* yaitu subjek utama yang lebih tajam dengan latar belakang yang buram/bokeh.

2. *Shutter Speed*

Dalam sebuah fotografi, *shutter speed* mempunyai peran untuk mengontrol seberapa lama sensor kamera untuk terbuka dan menerima cahaya yang masuk.

3. *ISO*

ISO digunakan untuk mengukur sensitivitas sensor pada kamera terhadap cahaya. Jika ISO rendah maka cocok pada kondisi dengan lingkungan cahaya yang terang, sementara jika ISO tinggi lebih cocok digunakan ketika kondisi cahaya yang rendah.

2.6.2 Komposisi

Komposisi merupakan sebuah seni untuk mengatur elemen-elemen pada gambar untuk menciptakan hasil visual yang lebih menarik, seimbang dan mudah untuk dipahami oleh *audiens*. Jika sebuah foto ditangkap dengan ketersengajaan, maka kita memerlukan agar memfokuskan terhadap subjek utama sehingga menciptakan keseimbangan pada visual dalam gambar.

1. *Rule of thirds*

Pada *rule of thirds*, foto terbagi menjadi tiga bagian yang sama secara vertikal dan horizontal, sehingga hal yang diperlukan adalah dengan menaruh subjek atau objek yang difokuskan pada sepanjang garis dan titik pertemuan garis-garis.



Gambar 2.36 *Rule of thirds*
Sumber : Doss.co.id

2. *Leading Lines*

Selanjutnya untuk *leading lines*, menggunakan garis-garis dalam gambar seperti aliran air untuk mengarahkan visualisasi *audiens* terhadap subjek utama.



Gambar 2.37 *Leading lines*
Sumber : Erickimphotography.com

3. *Framing*

Framing menciptakan sebuah bingkai pada foto dan menggunakan elemen-elemen tersebut pada sekitar subjek yang menjadi pusat perhatian. Hal ini dapat membantu untuk menyoroti subjek dan memberikan konteks yang lebih mendalam pada sebuah gambar.



Gambar 2.38 *Framing*
Sumber : Widewalls.com

4. Simetris dan Asimetris

Simetris merupakan sebuah keseimbangan dalam menempatkan elemen-elemen secara sama di kedua sisi garis pada pusat gambar sehingga dapat dikatakan bahwa simetris memberikan rasa keteraturan dan harmoni, sementara asimetris merupakan ketidakseimbangan untuk menciptakan ketegangan dan dinamika.

5. *Negative Space*

Negative space merupakan sebuah ruang kosong pada sekitar subjek untuk menciptakan kontras yang memikat perhatian *audiens* dan membuat subjek utama lebih menonjol dan unggul dalam segi kejelasan.



Gambar 2.39 *Negative space*
Sumber : Denkapratama.com

2.7 Profil Organisasi

Organisasi Ga Vesaka Sukham merupakan sebuah organisasi yang diciptakan oleh Joliana bersama dengan muda-mudi Indonesia pada tahun 2016, pada awal terbuatnya organisasi ini ketika Joliana dan muda-mudi Indonesia melihat ketimpangan sosial di desa mereka yang sangat memprihatinkan seperti salah satunya ada orang tua yang tinggal sebatang kara didalam gubuk yang sudah tua. Dikarenakan moral dan berdasarkan ajaran agama *buddhisme* untuk menolong orang lain adalah suatu perbuatan yang baik, maka mereka memulai untuk memikirkan cara untuk membantu mereka dengan menggelang sebuah dana amal kemudian membuatkan sebuah paket sembako yang berisikan indomie, minyak, gula, beras, teh, kopi dan lain sebagainya untuk dibagikan kepada masyarakat-masyarakat yang membutuhkan. Semakin lama kegiatan dan aktifitas mereka semakin bertambah pesat dan jumlah anggota mereka semakin banyak mulai dari donatur dan relawan, karena hal itu semakin banyak masyarakat dan desa yang dibantu oleh organisasi Ga Vesaka Sukham. Organisasi ini berfokus pada wilayah kabupaten Tangerang di Teluknaga, menurut sumber dapat dikatakan bahwa rata-rata pendapatan masyarakat di wilayah tersebut masih tergolong cukup rendah dengan lapangan kerja dan pertumbuhan penduduk yang tidak sinkron.



Gambar 2.40 Logo Ga Vesaka Sukham

Sumber : Gavesakasukham

Dapat dilihat pada gambar diatas, logo yang digunakan oleh organisasi Ga Vesaka Sukham memiliki unsur tangan dan juga bunga teratai. Dalam agama *buddhisme* bunga teratai bisa diartikan sebagai simbol kemurnian, kesetiaan, pencerahan dan simbol kebangkitan sang buddha, kemudian kedua tangan yang terbuka melambangkan peduli dan cinta kasih ketika kita memberi dengan sepenuh hati dan tidak ada keraguan sama sekali ketika menolong orang lain. Selanjutnya nama dari Ga Vesaka Sukham memiliki makna yaitu “merasa nyaman/aman” sehingga dapat dikatakan bahwa seseorang akan merasa nyaman dan aman apabila berhubungan dengan organisasi Ga Vesaka Sukham.

2.8 Sistem Donasi

Organisasi ini memiliki berbagai macam program salah satunya yang paling utama yaitu membagikan sembako. Dalam membagikan sembako, organisasi melakukan sebuah survei dalam sebuah desa yang sudah diinformasikan oleh tim humas sebagai salah satu dari target dengan desa yang membutuhkan. Selanjutnya melihat-lihat dan mendokumentasi keadaan sekitar kemudian bekerjasama dengan rt/rw setempat untuk mendapatkan data dari masyarakat yang memang membutuhkan bantuan. Selanjutnya organisasi memulai untuk merancang sebuah banner yang akan dibagikan dalam sosial media dengan jumlah dari dalon masyarakat yang menerima dana beserta dana yang dibutuhkan. Dengan melihat banner tersebut, calon donatur akan memulai untuk memberikan donasinya berupa sumbangan dana ataupun material lainnya seperti baju, tas, sepatu dan lain sebagainya. Selanjutnya organisasi mengatur jadwal dan menginformasikan kepada seluruh anggota untuk mempersiapkan kegiatan bakti sosial dan menentukan hari

Sebagai NGO, organisasi Ga Vesaka Sukham memiliki rencana untuk mengembangkan organisasi ini untuk lebih besar dan dapat menjangkau dengan lingkup yang besar sehingga pengaruh dari organisasi ini untuk menolong dan mendukung masyarakat menjadi lebih besar. Hal tersebut dapat diperoleh ketika relawan semakin banyak mengikuti organisasi ini sehingga tenaga kerja yang dibutuhkan semakin banyak dan lebih membantu banyak masyarakat, kemudian kepercayaan dan dukungan dari donatur juga mempengaruhi proses serta kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

2.9 Penelitian yang Relevan

Dalam rangka mengesahkan topik penelitian yang diangkat dan membawa kebenaran dalam perancangan *website*, dilakukan penelitian studi yang relevan untuk menjadi sebuah acuan serta penguatan teori peneliti yang diambil, serta terdapat unsur kebaruan dari penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Perancangan user interface aplikasi e-anjal untuk komunitas anak jalanan	Yuni widiastiwi, ati zaidiah, intan hesti indriana	Membuat sebuah <i>interface</i> berupa aplikasi digital untuk mempermudah proses komunikasi	Adanya fitur forum diskusi pada website sehingga sesama anggota bisa saling berkomunikasi.
2	Penerapan metode user centered design pada pembangunan sistem komunikasi relawan komunitas pendidikan dan komunitas sosial di Palembang	Fahmi Ajismanto	Pembuatan <i>website</i> yang mempermudah prosedur pengolahan data menjadi lebih efektif, media komunikasi serta pusat informasi.	Adanya fitur interaktifitas sehingga membuat <i>website</i> lebih menarik.

3	Perancangan sistem informasi dan donasi al mumtaz peduli pontianak berbasis <i>website</i>	Muhammad Khairil Apriansyah dan Abdurahman Fauzi	Memberikan informasi seputar organisasi dan kegiatan berbasis <i>website</i> .	Membagikan cerita inspiratif yang menghasilkan rasa emosional.
---	--------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA