

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Media informasi adalah sarana yang digunakan untuk mengumpulkan dan menyusun kembali informasi agar menjadi sesuatu yang bermanfaat dan mudah dipahami bagi penerimanya. Komponen dalam strategi penyampaian pesan kepada pembelajar dapat berupa alat, materi, atau individu (Saurik, et al., 2022). Josep Turow (2019) mengatakan bahwa media informasi juga dapat diartikan sebagai wadah atau alat yang bertujuan untuk menyampaikan dan menciptakan pesan.

2.1.1 Jenis Media Informasi

Yohanes (2021) mengutip buku yang berjudul “An Introduction to Information Design” karya Coates & Ellison bahwa media informasi terdapat beberapa beberapa jenis, antara lain :

1. *Print-based Information Design*

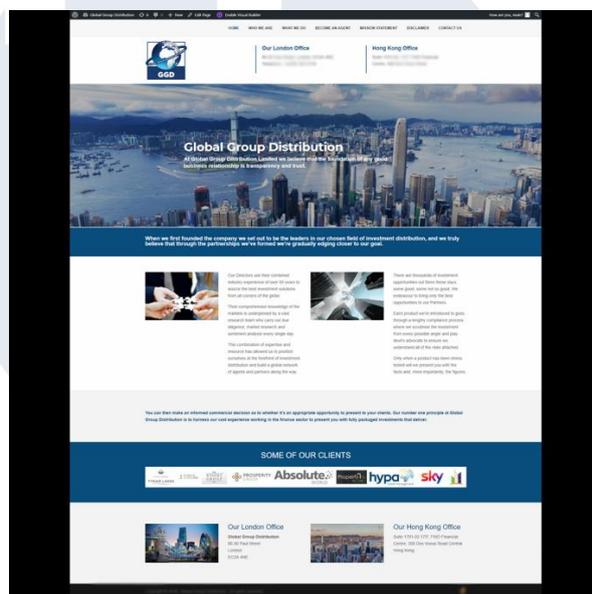
Media informasi cetak sangat bergantung dengan tampilan visualnya, tidak hanya terbatas pada diagram atau bagan, namun juga mencakup ilustrasi, fotografi, dan teks untuk menyampaikan pesan. Media cetak membutuhkan keterlibatan langsung dengan pengguna untuk melakukan navigasi dalam memahami informasi.



Gambar 2.1 Media Cetak
Sumber: <https://soerabaja45.co.id/...>

2. *Interactive Information Design*

Media informasi interaktif membutuhkan pendekatan yang berbeda dari media cetak. Dalam media interaktif, pengguna memiliki peran aktif dalam memilih dan menavigasi informasi yang disajikan. Media ini menawarkan solusi yang memungkinkan pengguna menerima pesan melalui berbagai cara, dengan navigasi yang dirancang oleh desainer agar pesan dapat tersampaikan secara jelas dan mudah.



Gambar 2.2 Media Interaktif
Sumber : <https://i.ebayimg.com/images/...>

3. *Environmental Information Design*

Faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam media informasi lingkungan adalah konteks dan visibilitas dari media tersebut. Media ini berkaitan dengan cara desainer menciptakan media yang mampu mengarahkan audiens, dengan mempertimbangkan keterbatasan fisik lingkungan dan kebutuhan masyarakat. Desainer harus melakukan analisis terhadap ruang dan merancang desain yang sesuai dengan bagaimana masyarakat memanfaatkan ruang tersebut.



Gambar 2.3 *Enviromental Information Design*
 Sumber : <https://djl.co.id/wp-content/...>

Menurut Braesel dan Karg (2021), media informasi terdiri dari beberapa jenis yaitu :

1. *Internet*

Internet adalah sebuah media informasi dalam bentuk elektronik yang paling sering diakses dan digunakan melalui smartphone, tablet, dan komputer. Internet menawarkan beberapa cara penyampaian informasi antara lain gambar, teks, video, berita, gaya, dan interaktif.

2. *Books*

Buku merupakan sebuah media informasi dalam bentuk media cetak yang saat ini dapat dipublikasikan secara online atau digital dan menjadi *e-book*. *E-book* ini dapat dibaca melalui smartphone, tablet, dan juga komputer. Beberapa kategori buku antara lain non fiksi, fiksi, buku teks, dan buku panduan.

3. *Social Media*

Media sosial merupakan media informasi dalam bentuk elektronik yang berbasis pada sebuah platform di internet. Media sosial biasanya mempublikasikan informasi berupa video, gambar, audio, dll. Media ini dapat diakses melalui smartphone, tablet, dan komputer.

2.1.2 Fungsi Media Informasi

Informasi memiliki peran yang besar bagi kehidupan masyarakat. Dalam menyampaikan informasi, diperlukan sarana untuk menyebarkannya.

Oleh sebab itu, dalam penyebaran informasi sangat dibutuhkan media sebagai wadah menyebarkan informasi kepada masyarakat. Selain itu, media informasi berfungsi sebagai pendukung keperluan masyarakat, yaitu dengan memberikan arahan, instruksi, peringatan, dan panduan untuk memudahkan aktivitas manusia. Sutanta mengungkapkan beberapa manfaat informasi, antara lain (Yohanes, 2021) :

1. Menambah wawasan dan pengetahuan pembaca untuk menjadikan sebuah bahan pertimbangan mendukung dalam proses pengambilan keputusan
2. Meminimalisir keraguan mengenai hal yang diketahui dalam pengambilan keputusan
3. Meminimalisir resiko kegagalan dalam pengambilan keputusan.
4. Meminimalisir variasi yang tidak dibutuhkan.
5. Menentukan standar keputusan dalam menetapkan sebuah tujuan.

2.2 Desain Grafis

Landa (2014) dalam buku yang berjudul *Graphic Design Solutions: Fifth Edition* menuliskan bahwa desain grafis adalah salah satu teknik penyampaian pesan kepada audiens melalui media visual. Desain grafis berperan sebagai media untuk memberikan suatu informasi, identitas, dan mempersuasi dengan tujuan untuk merubah perilaku seseorang (Bevis, 2022, h. 15-29).

2.2.1 Prinsip Desain

Pada saat melakukan perancangan, seorang desainer perlu memperhatikan prinsip-prinsip desain. Prinsip desain digunakan dalam perancangan dengan tujuan menciptakan desain yang baik dan menarik. Dalam buku karya Robin Landa yang berjudul *Graphic Design Solutions: Fifth Edition*, prinsip-prinsip desain adalah sebagai berikut (Bevis, 2022, h. 18-22):

2.2.1.1 Format

Format merupakan prinsip desain yang berperan sebagai ukuran atau batasan yang telah ditentukan untuk desain yang akan dirancang serta perbatasan luar dari sebuah desain. Format adalah jenis

media untuk menerapkan desain dan menjelaskan jenis sebuah proyek, seperti poster, iklan *mobile*, *billboard*, dan lain-lain. Format memiliki bentuk yang berbeda yang disesuaikan dengan proyek desain, seperti majalah berbentuk persegi panjang, *cover CD* berbentuk persegi, dan sebagainya (Landa, 2014; Bevis, 2022). Contoh penerapan format dalam promosi adalah penggunaan media cetak untuk menjangkau lingkungan yang kecil dan komunikasi digital untuk menjangkau lingkaran sosial yang lebih luas.

2.2.1.2 Keseimbangan

Keseimbangan merupakan pemerataan gambar untuk menciptakan stabilitas dan keharmonisan diantara seluruh elemen komposisi sehingga menghasilkan efek visual yang baik dan menarik. Keseimbangan terbagi menjadi tiga jenis yaitu keseimbangan asimetris, keseimbangan simetris, dan keseimbangan radial. Keseimbangan asimetris adalah pembagian bobot visual yang setara, akan tetapi tidak menimbulkan kesan cermin dua sisi. Kemudian, keseimbangan simetris adalah pembagian bobot visual yang setara di kedua sisi sumbu pusat. Sedangkan keseimbangan radial merupakan gabungan simetri horizontal dan vertical (Landa, 2014; Bevis, 2022).



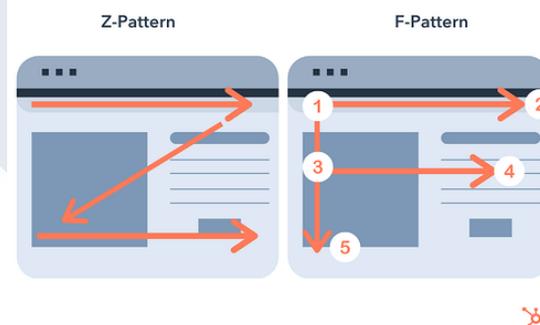
Gambar 2.4 Keseimbangan

Sumber : <https://scontent.fcgk43-1.fna.fbcdn.net/...>

2.2.1.3 Hirarki Visual

Hirarki visual merupakan prinsip utama dalam mengorganisir informasi dan memperjelas komunikasi sehingga dapat menjadi

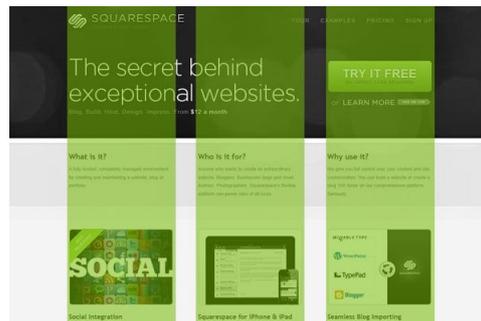
pedoman audiens dalam menerima sebuah informasi. Hirarki visual mengatur elemen visual berdasarkan emphasis atau penekanan. Emphasis merupakan salah satu bagian terpenting dari promosi, agar menarik perhatian audiens untuk mengingat iklan tersebut dan mencari informasi lebih lanjut terkait informasi yang sedang diperoleh. Emphasis atau penekanan merupakan penyusunan elemen visual menurut kepentingannya, menekankan beberapa elemen sehingga terdapat beberapa elemen yang lebih dominan. Emphasis dapat dilakukan melalui penggunaan isolasi bentuk, tata letak elemen, ukuran, kontras, arah, dan diagram (Landa, 2014; Bevis, 2022).



Gambar 2.5 Hirarki Visual
Sumber : <https://miro.medium.com/v2...>

2.2.1.5 Kesatuan

Kesatuan merupakan seluruh elemen visual dalam desain yang saling berkaitan dan membentuk komposisi yang utuh serta menjadi satu kesatuan. Saat disatukan, setiap elemen visual terlihat selaras, kohesi, dan melengkapi satu sama lain. Ketika audiens melihat suatu visual, audiens tidak memperhatikan setiap elemen grafisnya secara terpisah, melainkan melihatnya secara keseluruhan dan menilainya sebagai komposisi yang utuh (Landa, 2014; Bevis, 2022)



Gambar 2.6 Kesatuan

Sumber : <https://www.squarespace.com/>

2.2.1.6 Hukum Persepsi Visual

Hukum persepsi visual terdiri dari:

1. Similarity

Similarity adalah elemen yang dianggap sebagai satu *unity*/kesatuan karena memiliki kesamaan atau kemiripan.

2. Proximity

Proximity terbentuk dari elemen yang berdekatan satu dengan lainnya yang membentuk satu kesatuan.

3. Continuity

Continuity adalah elemen yang menyambungkan elemen-elemen sebelumnya sehingga menimbulkan kesan berkelanjutan.

4. Closure

Closure merupakan kecenderungan untuk menggabungkan berbagai elemen-elemen untuk membentuk suatu bentuk atau pola.

5. Common Fate

Common Fate adalah elemen yang terbentuk menjadi satu kesatuan jika bergerak ke arah yang sama.

6. Continuing Line

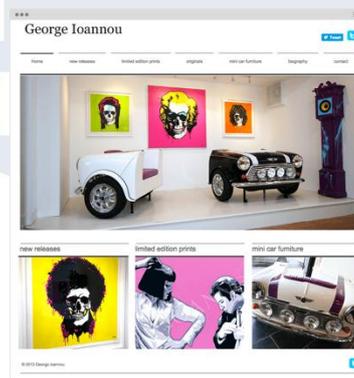
Continuing Line adalah elemen garis yang terdiri dari garis yang terputus namun membentuk sebuah garis yang menandakan sebuah gerakan atau alur.

2.2.2 Elemen Desain

Dalam buku karya Robin Landa yang berjudul *Graphic Design Solutions: Fifth Edition*, Landa menyatakan bahwa elemen desain terbagi menjadi empat bagian yaitu garis, bentuk, warna dan tekstur (Bevis, 2022, h. 15 -8).

2.2.2.1 Garis

Garis adalah elemen desain yang tercipta dari beberapa titik yang memanjang. Garis dapat berwujud lurus, melengkung atau bersudut pada satu arah. Elemen ini memiliki peranan dalam komposisi dan komunikasi. Garis dapat digunakan dalam promosi untuk menciptakan kesan yang dinamis dan menarik perhatian pada suatu informasi (Landa, 2014; Bevis, 2022).



Gambar 2.7 Elemen Garis pada Website
Sumber: [https://idseducation.com/wp-content/...](https://idseducation.com/wp-content/)

2.2.2.2 Bentuk

Bentuk merupakan kumpulan dari berbagai garis yang membentuk sebuah bentuk dua dimensi. Selain garis, bentuk dapat dibuat dari warna, ritme, dan tekstur. Bentuk memiliki tiga bentuk dasar yaitu segitiga, persegi, dan lingkaran. Ketiga bentuk dasar tersebut dapat membentuk sebuah bangun ruang seperti kubus, piramida, dan bola (Landa, 2014; Bevis, 2022).



Gambar 2.8 Elemen Bentuk pada Desain Website
Sumber: [https://i0.wp.com/ezy.co.id/...](https://i0.wp.com/ezy.co.id/)

2.2.2.3 Warna

Warna merupakan elemen desain yang terlihat melalui pantulan cahaya. Elemen desain ini memiliki peran dan kemampuan memprovokasi yang besar. Pada dasarnya, sistem operasi warna terbagi menjadi dua, yaitu RGB (Red, Blue, Green) yang digunakan untuk visual yang ditampilkan secara digital di layar komputer, dan CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black) untuk pencetakan fisik. Hal ini disebabkan oleh luasnya spektrum warna yang dapat direpresentasikan pada layar digital, namun adanya keterbatasan mata manusia untuk menangkap dan membedakan masing-masing warna tersebut. Oleh sebab itu, dalam membuat sebuah desain, desainer harus memperhatikan dan memahami penggunaan warna yang tepat untuk memastikan konsistensi karya desain di media cetak dan digital. Secara spesifik, warna terdiri dari beberapa elemen seperti *hue*, *value*, dan *saturation*. Hue merupakan nama dari sebuah warna, seperti warna biru, merah, kuning dan hijau. *Value* adalah tingkat keterangan dan gelapnya suatu warna, seperti hijau tua, hijau muda, dll. Sedangkan *Saturation* adalah tingkat kecerahan atau kepedaran sebuah warna (Landa, 2014; Bevis, 2022).



Gambar 2.9 Warna Addictive dan Warna Subtractive
Sumber: <https://cdnwpedutorenews.gramedia.net/...>

2.2.3 Psikologi Warna

Menurut Sutton (2020) pada buku *The Pocket Complete Color Harmony*, psikologi warna merujuk pada reaksi emosional yang dimiliki oleh manusia berdasarkan dari efek warna terhadap mata, sistem saraf, lingkungan, dan pengalaman hidup seseorang (h.142). Sutton juga menjelaskan terdapat beberapa warna yang memiliki warna psikologis, yaitu :

2.2.3.1 Warna Merah

Warna merah mengandung arti kegembiraan, menginspirasi, dan memberikan semangat kepada individu. Hal ini disebabkan oleh warna merah memiliki kemampuan untuk menarik perhatian dan merangsang sistem saraf otonom, sehingga dapat menimbulkan rasa gelisah sekaligus mendorong seseorang untuk mengambil keputusan dengan cepat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa warna merah adalah warna yang paling berkesan dibandingkan warna lainnya karena mampu membangkitkan emosi yang kuat (Sutton, 2020, h.145).



"The human brain starts working the moment you are born and never stop until you stand up ..."

Gambar 2.10 Warna Merah

2.2.3.2 Warna Biru

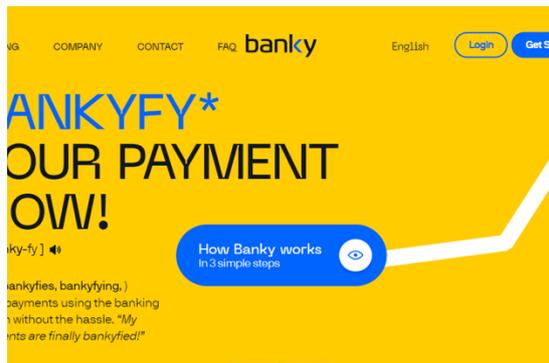
Menurut Sutton, warna biru merupakan warna yang paling banyak disukai karena warna biru dianggap warna yang menenangkan, kepercayaan, stabilitas, dan ketulusan (h.154-156).



Gambar 2.11 Warna Biru

2.2.3.3 Warna Kuning

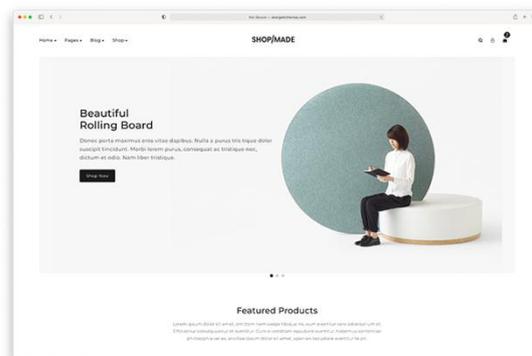
Sutton (2020, hlm. 146-147) mengungkapkan bahwa warna kuning secara langsung mampu untuk menerangi kehidupan seseorang, karena warna kuning termasuk warna yang paling bahagia. Selain warna kuning termasuk warna yang cerah, kuning memberikan kesan optimisme, kegembiraan, dan kenyamanan. Selain itu, Sutton (2020, hlm. 146) juga menyebutkan bahwa warna kuning sulit diabaikan memiliki visibilitasnya tinggi dan sangat *eye catching*.



Gambar 2.12 Warna Kuning

2.2.3.4 Warna Putih

Menurut Sutton, warna putih melambangkan kemurnian, kepolosan, kebajikan, dan kesetiaan. Sutton (2020, hlm. 167) juga menyebutkan bahwa warna putih menggambarkan kekosongan, kepolosan, dan kelembutan (h.167). Dengan menggambarkan kekosongan, warna putih ini dapat memberi ruang lapang pada sebuah desain.



Gambar 2.13 Warna Putih

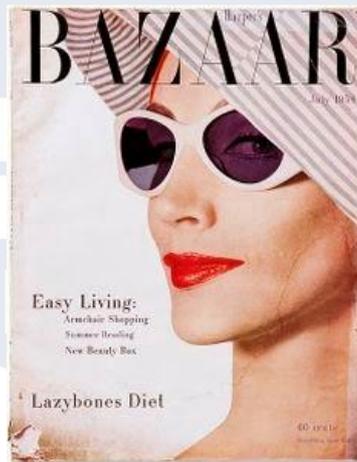
2.2.4 Tipografi

Robin Landa (2014) menyatakan bahwa tipografi merupakan komponen penting dari desain komunikasi visual, karena pemilihan dan pengaturan tipografi yang tepat dapat membangun desain menyampaikan pesan dengan cara yang tepat dan memiliki dampak terbesar pada audiens. Dalam memilih tipografi, penting untuk memahami target audiens dan karakteristik pesan yang ingin disampaikan sehingga pesan dapat tersampaikan

dengan baik melalui typeface yang digunakan. Typeface menjadi bagian terpenting dalam promosi guna menyampaikan pesan kepada target audiens yang tepat (Bevis, 2022, h. 23-26). Klasifikasi *typeface* terbagi menjadi beberapa jenis antara lain :

2.2.3.1 Modern

Modern merupakan typeface yang terbentuk pada akhir abad ke-18 dengan memiliki bentuk yang lebih geometris dan menonjolkan garis aksent vertikal yang tebal dan tipis menyerupai tulisan pena kaligrafi. Contohnya adalah Didot dan Bodoni.

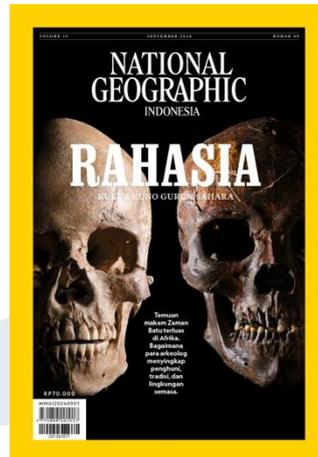


Gambar 2.14 Contoh Modern

Sumber: <https://blogger.googleusercontent.com/...>

2.2.3.2 Slab Serif

Slab serif merupakan jenis typeface yang muncul pada Revolusi Industri tahun 1800-an dengan memiliki karakteristik huruf yang *bold* dan besar. Contohnya adalah Bookman, Clarendon, Memphis (Rustan, 2023, h.95).



Gambar 2.15 Contoh *Slab Serif*
 Sumber: <https://www.youworkforthem.com/...>

2.2.3.3 Sans Serif

Sans serif merupakan typeface yang dikembangkan pada awal abad ke-19 yang tidak memiliki serif, namun beberapa dari typeface ini dikategorikan memiliki garis yang tebal dan tipis. Contohnya adalah Futura, Helvetica, Franklin Gothic, dan Grostesque.



Gambar 2.16 Contoh *Sans Serif*
 Sumber: <https://www.canva.com/p/templates/...>

2.2.5 Fotografi

Fotografi merupakan suatu metode atau proses untuk menghasilkan sebuah foto atau gambar dari sebuah objek dengan cara merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang sensitif cahaya

(Suryawan, 2020, h.533). Menurut Benjamin dan Leslie dalam buku berjudul *On Photography* Walter Benjamin, fotografi dapat merepresentasikan subjek baru kepada masyarakat. Selain itu, fotografi juga dapat menciptakan efek sosial, memancing esensi dan pertanyaan mengenai realitas serta realisme (Nugroho, 2023, h.30).

2.2.4.1 Komposisi Fotografi

Komposisi fotografi adalah susunan objek yang berkomunikasi dengan audiens. Komposisi ini diatur sedemikian rupa agar objek utama terlihat jelas dan pandangan audiens dapat diarahkan dengan baik saat melihat foto (Wiguna, 2023, h.26).

A. Rule of Third

Komposisi yang dihasilkan dari pembagian foto menjadi tiga bagian menggunakan garis-garis, menempatkan objek pada garis atau titik perpotongan rule of thirds, sehingga objek tampak lebih menonjol.



Gambar 2.17 Rule of Third Composition
Sumber : <https://store.bandccamera.com/...>

B. Diagonal Composition

Komposisi gambar yang mengandung elemen diagonal, atau susunan objeknya menciptakan efek diagonal yang terlihat oleh mata audiens.



Gambar 2.18 *Diagonal Composition*

Sumber : <https://approval.studio/wp-content/uploads/2020/07/branding-story-of-adidas.jpg>

2.2.4.2 Fotografi dalam Desain Komunikasi Visual

Fotografi dalam bidang Desain Komunikasi Visual (DKV) biasanya digunakan untuk keperluan produksi berbagai media promosi dan informasi, seperti brosur, iklan, koran, majalah, booklet, dan lainnya (Kamal, 2019, h.1). Penggunaan fotografi dalam media-media tersebut bertujuan untuk menyampaikan pesan visual yang menarik dan efektif. Selain itu, fotografi memegang peran penting sebagai elemen pendukung dalam DKV karena mampu membantu mengkomunikasikan produk atau jasa secara lebih jelas dan informatif kepada audiens yang ditargetkan. Melalui gambar yang dihasilkan, fotografi mampu menciptakan daya tarik visual yang dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan atau brand kepada masyarakat luas, sehingga memperbesar peluang terjadinya interaksi dan respon dari khayalak sasaran. Fotografi juga memungkinkan untuk menampilkan detail produk secara spesifik, memberikan kesan emosional, serta membangun citra yang sesuai dengan strategi komunikasi visual yang telah direncanakan.

2.2.6 Digital Imaging

Menurut Hidayatullah (2020), *Digital Imaging* merupakan proses pengolahan visual yang melibatkan pengeditan atau *retouching*, serta penyesuaian bentuk dan warna dengan menggunakan platform yang

mendukung proses *digital imaging*. Materi yang digunakan dalam proses ini dapat berupa sketsa, *digital point*, atau foto (Hidayatullah, 2020, h.18). Digital imaging termasuk dalam teknik memanipulasi foto dengan menambahkan atau menghapus bagian tertentu dari sebuah foto untuk menciptakan suatu adegan yang lebih dinamis (Lisawati & Sakre, 2022, h.30).



Gambar 2.19 *Digital Imaging*

Sumber : <https://blogger.googleusercontent.com/...>

2.2.7 Ilustrasi

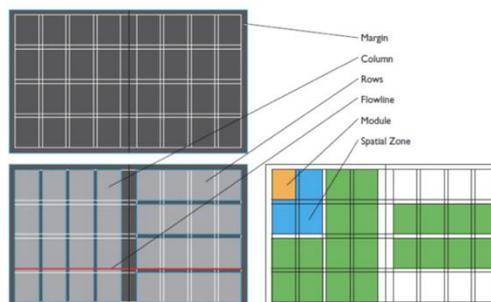
Menurut Male (2017), ilustrasi berfungsi untuk menyampaikan pesan yang kontekstual sesuai dengan berbagai tujuan atau kebutuhan. Sebuah gambar tidak dapat dianggap sebagai ilustrasi jika tidak memiliki konteks yang mendukungnya. Ilustrasi dapat berpengaruh dalam memberi informasi atau didikan, persuasi, hiburan, ataupun cerita. Male (2017) mengungkapkan salah satu peran ilustrasi yaitu untuk dokumentasi, intruksi, dan referensi. Dengan adanya ilustrasi, suatu informasi mudah untuk dipahami karena disajikan dalam bentuk visual.



Gambar 2.20 Contoh Ilustrasi
 Sumber : [http://www.suriantorustan.com/...](http://www.suriantorustan.com/)

2.2.8 Grid

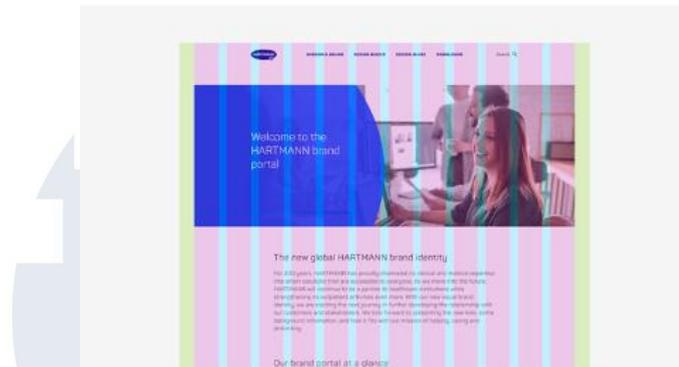
Menurut Muller-Brockmann, *grid* memiliki beberapa jenis, yaitu *single-column grid*, *multicolumn grids*, dan *modular grid*. *Grid* melandasi struktur brosur, majalah, buku, dll. Segala elemen visual termasuk tipografi dan visual seperti grafik, ilustrasi, dan fotografi pada halaman majalah, buku, dan koran cetak, dan media digital selalu diatur dalam *grid* (Muller-Brockmann, 2023, h.10).



Gambar 2.21 Anatomi *Grid*
 Sumber: Bevis, 2022

2.2.6.1 Multicoloumn Grid

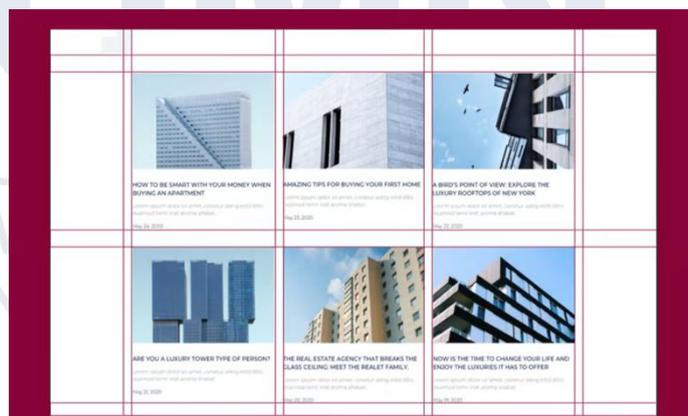
Multicolumn grid adalah jenis grid yang tersusun atas dua kolom dalam satu lembar halaman dengan ukuran yang dapat disesuaikan. Grid ini dapat diterapkan dalam sebuah media promosi, website, dan lain-lain.



Gambar 2.22 *Multicoloumn Grid*
Sumber: <https://veerle.duoh.com/inspiration>

2.2.6.2 Modular Grid

Modular Grid merupakan jenis grid yang tersusun atas beberapa modul yang terbentuk dari garis kolom dan baris. Grid ini digunakan dengan tujuan untuk mengelompokkan atau memisahkan antara tulisan dan gambar.



Gambar 2.23 *Modular Grid*
Sumber: <https://kijo.co.uk/wp-content/uploads/2024/07/Modular-Grids.jpg>

2.3 Website

Website adalah kumpulan berbagai informasi yang terdiri dari halaman-halaman web yang terhubung satu sama lain. Menurut Maharani et al., (2021), website berfungsi untuk menyatukan berbagai informasi menjadi satu dan dapat meningkatkan kredibilitas suatu perusahaan. Website ini biasanya disediakan oleh individu, kelompok, ataupun organisasi. Situs web atau website yang baik memiliki tampilan visual yang menarik dan berfungsi sesuai kebutuhan user (Rochmawati, 2019). Nielsen dan Molich mengatakan bahwa website dapat dikatakan efektif apabila website dapat dengan mudah dipelajari, digunakan, dimengerti, serta memberikan kepuasan bagi penggunanya (Effenmeita, 2023). Pada masa kini, website dapat diakses berbagai jenis perangkat, sebagian besar dirancang responsif, memungkinkan tata letak dan kontennya untuk menyesuaikan dengan perangkat pengguna.

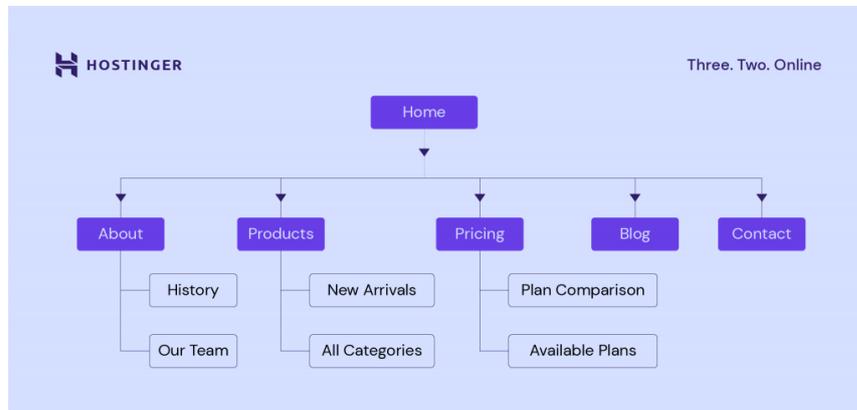
2.3.1 UI/UX

Menurut Malewicz (2020), User Interface atau UI merupakan tampilan visual dari produk digital yang umumnya dapat ditemui di aplikasi dan situs web. UI berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan pengguna dengan berbagai fitur yang tersedia dalam aplikasi atau situs web. Melalui kombinasi elemen seperti teks, bentuk, grafik, dan foto, User Interface membantu pengguna mencapai tujuannya dengan cara yang efektif. Tampilan antarmuka atau interface terdiri dari beberapa komponen visual termasuk grid, tata letak, jenis huruf, warna, dan animasi yang dapat dilihat oleh pengunjung website. Seorang desainer UI bertujuan untuk menciptakan tampilan visual yang mampu mengkomunikasikan produk kepada target penggunanya. Desain visual yang dihasilkan harus memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi, kegunaan, dan bebas dari gangguan visual yang mengganggu (h. 16).

2.3.2 Sitemap

Sitemap adalah representasi keseluruhan dari hirarki dan struktur menu di dalam sebuah website. Suryawan mengutip dari Lal bahwa audiens

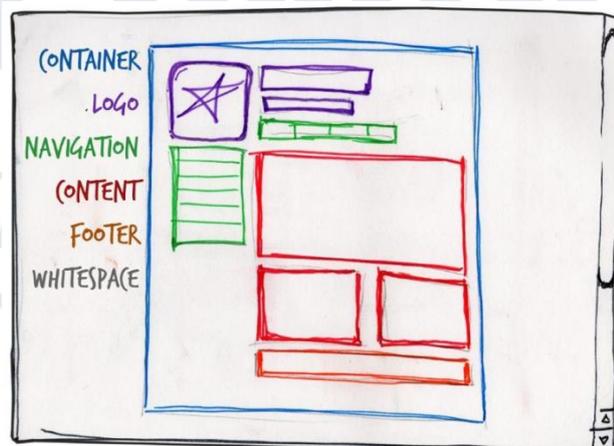
memerlukan sitemap untuk melakukan pencarian spesifik, termasuk saat menggunakan mesin pencari (Suryawan, 2023).



Gambar 2.24 Sitemap
Sumber : <https://www.hostinger.co.id/tutorial/...>

2.3.3 Anatomi Website

Menurut Beaird (2020), dalam merancang sebuah website perlu adanya keseimbangan antara fungsionalitas dan keindahan. Kegunaan atau fungsionalitas mencakup seberapa mudah website digunakan, seberapa cepat informasi didapatkan dan seberapa efektif website dapat membantu audiens dalam mencapai informasi yang diinginkan. Sedangkan keindahan dapat mencakup artistik dan aspek-aspek visual yang digunakan.



Gambar 2.25 Anatomi Website
Sumber: Beaird & George (2020)

2.3.3.1 Container

Container merupakan elemen yang berfungsi sebagai kerangka untuk mengatur dan menyusun berbagai elemen konten, baik teks maupun gambar. Dengan adanya container, tampilan website menjadi lebih terstruktur, menarik, dan mudah dinavigasi oleh pengunjung. Container juga berperan penting dalam menciptakan hirarki visual yang jelas dan membantu pengunjung dengan cepat menemukan informasi yang dibutuhkan.

2.3.3.2 Logo

Logo merupakan identitas perusahaan atau organisasi yang letaknya pada bagian paling atas di setiap sisi halaman web yang memiliki tujuan sebagai brand recognition. Brand recognition ini bertujuan agar ketika user mengunjungi halaman website dapat terus mengingatkan mereka bahwa mereka sedang berada di halaman website yang satu.

2.3.3.3 Navigation

Navigasi bertujuan untuk menjadi pedoman navigasi user saat mengunjungi halaman website. Navigasi biasanya terletak di sisi kanan atas halaman website.

2.3.3.4 Content

Konten halaman website terdiri dari teks, gambar, maupun video. Dalam website, konten utama harus menjadi titik fokus atau emphasis dari sebuah desain agar audiens dapat menemukan informasi yang dibutuhkan.

2.3.3.5 Footer

Footer merupakan bagian paling bawah suatu halaman website yang terdiri dari copyright, kontak, tautan dari konten yang disajikan di halaman website, serta informasi legal.

2.3.3.6 Whitespace

Whitespace adalah area kosong yang disengaja pada halaman website. Ruang kosong ini bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan

pengguna dalam mengakses informasi. Selain itu, whitespace berfungsi sebagai pembatas visual yang membantu mengorganisir konten dan memberikan waktu bagi mata untuk beristirahat, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan lebih efektif.

2.3.4 Media Interaktif

Menurut Griffey (2020) Media interaktif merupakan media informasi yang berfokus pada pengalaman pengguna. Media interaktif memiliki komponen visual yang besar, sehingga keterampilan komunikasi visual sangat diperlukan untuk memastikan pengguna memahami aplikasi serta cara menggunakannya. Dalam proses perancangan media interaktif harus berlandaskan dengan kebutuhan pengguna agar media relevan di kalangan masyarakat (h.3-5).

2.3.5 Homepage

Homepage adalah halaman pertama yang dilihat oleh audiens ketika membuka website dan berfungsi sebagai penyambut audiens dengan menampilkan informasi utama yang terpenting serta layanan yang menarik perhatian. Dalam perancangan *homepage*, penting untuk memperhatikan hirarki visual khususnya desain yang berfokus pada pengguna. Selain itu, konten pada homepage harus mudah dipahami dengan menyajikan konten yang sederhana, jelas, dan menghindari penulisan dalam huruf kapital (Suryawan, 2023).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.26 Homepage

Sumber : <https://www.hubspot.com/hs-fs/...>

2.3.6 Mobile Website

Herlambang (2023) mengutip dari buku Digital Essential bahwa ketika merancang mobile website penting untuk menggunakan navigasi yang sederhana dan dibatasi hanya sampai 3 level. Pada mobile website, biasanya jenis layout yang digunakan adalah single-column yang terbagi menjadi tiga bagian yaitu pada bagian atas terdapat notifikasi, konten di bagian tengah, dan input pada bagian bawah. Pada penyajian informasi diatur secara vertikal dan dapat di scroll kebawah dengan mengoptimalkan pengelompokan informasi. Dalam meningkatkan user experience, perancang perlu memilih kata-kata yang sederhana untuk link dan tombol, serta memastikan tombol memiliki ukuran yang tepat sehingga mudah disentuh. Interaksi yang diterapkan harus singkat, fokus, dan memerlukan input seminimal mungkin.

2.3.7 E-Book

E-book atau buku digital adalah sebuah media publikasi digital yang terdiri dari gambar, teks, maupun suara yang dapat dibaca oleh komputer maupun alat perangkat lainnya seperti smartphome, tablet, dan android (Mentari et al., 2018, h.131). Menurut Widodo, e-book merupakan versi digital dari buku cetak. Buku cetak terdiri dari berbagai kumpulan kertas yang disatukan serta

berisi teks dan gambar, sedangkan e-book terdiri dari informasi digital yang juga dapat berbentuk teks atau gambar (Makdis, 2020, h.80).

Menurut Rahman et al (2020), Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia memberikan solusi berupa buku elektronik atau E-Book dalam mengatasi mahalannya anggaran cetak buku dan untuk mengurangi penggunaan kertas sebagai bahan baku dalam percetakan. Library Online Books Guides (2023) mengutip bahwa terdapat salah satu jenis format yang sering digunakan dalam e-book yaitu PDF. PDF merupakan jenis format yang sering digunakan. Format ini dikembangkan oleh adobe dan sudah didukung oleh berbagai platform Ereaders.

2.3.8 Media Sosial

Media sosial merupakan platform online yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri, berbagi informasi, dan membangun jaringan sosial dengan pengguna lain. Melalui media sosial, pengguna dapat berinteraksi, berkolaborasi, serta menemukan informasi yang diinginkan (Dinda & Reni, 2019). Menurut para ahli, media sosial terbukti dapat memenuhi kebutuhan informasi konsumen melalui konten yang beragam. Media sosial menawarkan konten informasi yang spesifik, faktual, bersifat non-komersial, serta dapat memperluas jangkauan informasi pengguna (Harahap & Adeni, 2020, h.17). Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai jembatan, menghubungkan konsumen dengan beragam informasi yang mungkin sulit ditemukan melalui media cetak maupun elektronik lainnya. Platform ini menawarkan cara yang efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan informasi konsumen di era digital.

Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk pola perilaku dan berbagai aspek dalam kehidupan manusia. Berikut adalah fungsi media sosial antara lain (Purbohastuti, 2017, h.215):

2.3.8.1 Memperluas Interaksi Sosial

Media sosial merupakan media yang memanfaatkan teknologi internet dan web untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan

intensitas interaksi antar manusia. Fungsi ini memungkinkan pengguna untuk berkoneksi, berkomunikasi, berbagi informasi tanpa adanya batasan geografis dan sosial, serta menciptakan ruangan virtual yang dapat memfasilitasi pertukaran ide dan pengalaman secara global.

2.3.8.2 Mentranformasi Praktik Komunikasi Searah

Media sosial telah mengubah praktik komunikasi yang bersifat satu (one to many) menjadi praktik komunikasi dua arah (many to many). Media sosial membuat komunikasi menjadi lebih terbuka dan melibatkan banyak orang.

2.3.8.3 Demokratisasi Pengetahuan dan Informasi

Media sosial telah mendemokratisasi akses pengetahuan dan informasi. Setiap pengguna dapat memiliki kesempatan bersuara dan berkontribusi dalam menciptakan serta menyebarkan pengetahuan.

2.4 Lembaga Kursus Bahasa Inggris

Dalam sistem pendidikan Indonesia, bahasa Inggris sejak lama telah diakui sebagai salah satu mata pelajaran penting. Pengakuan resmi terhadap bahasa Inggris sebagai bahasa asing pertama di Indonesia dimulai sejak Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Sanusi Hardjadinata, mengeluarkan Surat Keputusan nomor 096/1967 pada 12 Desember 1967 (Putera & Aisyah, 2022). Walaupun bukan bahasa kerja resmi, bahasa Inggris merupakan salah satu bahasa asing yang diajarkan di banyak sekolah negeri. Masyarakat Indonesia cenderung terbuka terhadap bahasa Inggris sebagai bahasa ketiga, setelah bahasa Indonesia dan bahasa daerah (h.49).

Pada jurnal karya Putera & Aisyah (2022) menyatakan bahwa masyarakat Indonesia saat ini semakin menyadari pentingnya bahasa Inggris untuk masa depan. Berbagai kalangan, mulai dari akademisi, birokrasi, hingga politisi, berupaya mendorong masyarakat untuk menguasai bahasa Inggris sebagai bahasa kedua. Banyak upaya yang dilakukan agar semakin banyak masyarakat Indonesia mampu menguasai bahasa Inggris, baik secara pasif maupun aktif. Platform-platform pembelajaran bahasa Inggris kini tersedia secara luas untuk publik.

Antusiasme masyarakat ini tidak hanya terbatas pada platform digital, tetapi juga terlihat dari pesatnya pertumbuhan lembaga kursus bahasa Inggris di seluruh Indonesia. Selain diajarkan di sekolah formal, bahasa Inggris juga banyak dipelajari di lembaga nonformal. Kursus bahasa Inggris semakin populer di berbagai wilayah, dengan pilihan program yang beragam, mulai dari kelas reguler hingga kelas persiapan *Test of English as a Foreign Language* (TOEFL) dan *International English Language Testing System* (IELTS) (h.49).

2.4.1 IELTS

International English Language Testing System (IELTS) adalah tes kemampuan bahasa Inggris yang diakui secara internasional dan dirancang khusus dengan suatu penilaian yang adil untuk menguji kemampuan seseorang dalam berbahasa Inggris (Hotcourses Indonesia, 2023). Tes ini memberikan kesempatan untuk menunjukkan kemampuan listening, reading, writing, dan speaking. IELTS menggunakan bahasa Inggris British dalam hal pilihan kata dan pengejaan. IELTS digunakan oleh ratusan institusi akademik sebagai satu persyaratan untuk dapat mengikuti programnya terutama di Inggris, Amerika Serikat, Australia, Irlandia, Jerman, Belanda, Singapura, Malaysia, dan Selandia Baru (Setyowati, 2019, h.127).

2.4.2 TOEFL

Test of English as a Foreign Language (TOEFL) adalah tes kemampuan Bahasa Inggris yang dikembangkan oleh ETS atau *Educational Testing Service*. ETS merupakan sebuah lembaga yang berbasis di Amerika Serikat. Tes TOEFL ini menjadi syarat penting untuk masuk ke hampir semua universitas di Amerika Serikat dan Kanada, serta semakin sering digunakan oleh universitas di Eropa dan Australia. Tes ini berlaku untuk program *undergraduate* maupun *graduate* (EF, n.d).

2.5 Penelitian yang Relevan

Untuk memperkuat landasan penelitian dan menunjukkan kebaruan penelitian ini, penting untuk mengkaji penelitian terdahulu yang relevan dengan

topik yang dibahas yaitu perancangan website. Dalam sub bab ini, akan diulas beberapa penelitian terdahulu yang secara signifikan berkontribusi terhadap perancangan website. Penelitian-penelitian ini akan dianalisis berdasarkan kesesuaiannya dengan tujuan penelitian ini, tema yang diangkat dan *output* yang dihasilkan.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Output	Kebaruan
1.	Perancangan Website Company Profile Mattebox Visualworks untuk Filmmaker	Taufiqulhakim, A. I	- Website - Instagram <i>feeds & story</i> - Youtube Ads	Merancang website untuk perusahaan yang bergerak pembuatan konten visual yang inovatif dan kreatif dengan target audiens berusia 30 – 50 tahun.
2.	Perancangan Media Informasi Produk B2C PT. Widodo Makmur Perkasa	Amandadewi, L	- Website - Instagram Feeds & Story - Banner	Merancang website untuk perusahaan holding yang bergerak di sector pengolahan makanan berbasis daging dengan target audiens berusia 35 tahun.
3.	Perancangan Aplikasi Media Informasi Lembaga Kursus Berbasis Web	Panjaitan, M. I., & Matondang, Z. A	Aplikasi	Merancang platform berbasis web yang menampilkan berbagai lembaga kursus untuk mempermudah masyarakat dalam mencari informasi mengenai kursus.