

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Website*

Website adalah salah satu media yang banyak sekali digunakan oleh masyarakat pada era digital ini dikarenakan lebih praktis dan cepat untuk mencari berbagai macam informasi yang diinginkan. *Website* sendiri merupakan sebuah media digital yang berisi dari berbagai dokumen multimedia seperti teks, gambar, suara, animasi, dan video yang bisa diakses secara online dan dimanapun (Nurlailah & Wardani, 2023). Menurut Nur'aini et al. (2023), *Website* terbagi menjadi beberapa jenis disesuaikan berdasarkan masing-masing fungsinya. Yaitu sebagai sarana informasi, sebagai blog, dan sebagai fasilitas untuk melakukan transaksi jual beli.

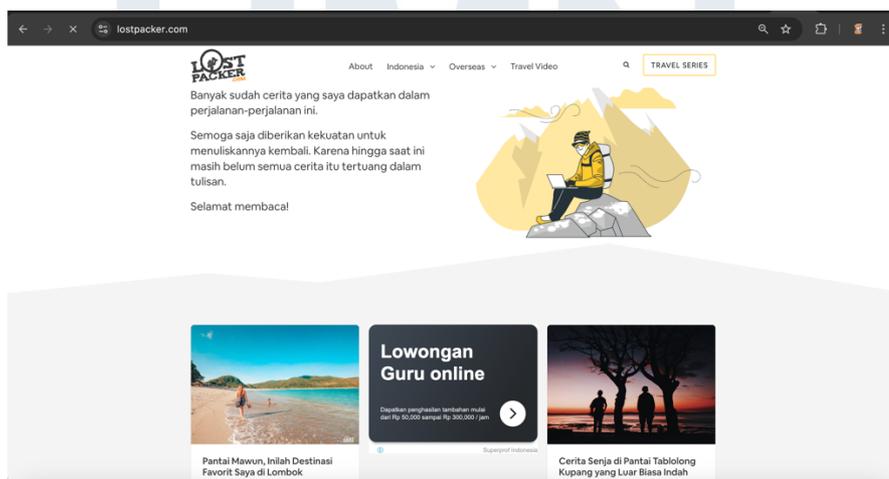
2.1.1 Jenis-Jenis *Website*

Disebutkan pada bagian sebelumnya bahwa jenis-jenis *website* menurut fungsinya terbagi menjadi tiga, yaitu, *website* sebagai sarana informasi, sebagai sarana blog, dan sebagai fasilitas untuk melakukan transaksi jual beli. Yang pertama, *website* sebagai sarana informasi memiliki tujuan utama untuk menyebarkan konten yang menarik dan bermanfaat bagi pengguna. Jenis *website* ini biasanya berfungsi sebagai sumber edukasi seperti materi pembelajaran, tutorial, tips & trik, profil perusahaan, dan pencarian berita terkini. Misalnya, suatu universitas memiliki *website* tersendiri yang berisi informasi seputar profil kampus, mulai dari sejarah singkat berdirinya kampus, rektor kampus, fakultas dan program studi apa saja yang dimiliki kampus tersebut, fasilitas apa saja yang dimiliki kampus tersebut, unit kegiatan mahasiswa apa saja yang tersedia pada kampus tersebut, info pendaftaran dan beasiswa, dan seterusnya.



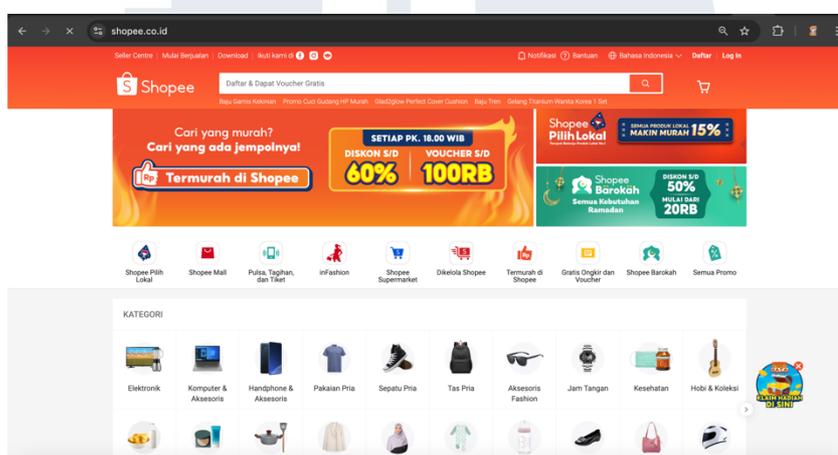
Gambar 2.1 Website Sebagai Sarana Informasi
 Sumber : <https://www.umn.ac.id/profil/>

Website sebagai blog juga sering disebut sebagai website pribadi atau sebagai jurnal pribadi yang bisa diakses secara online. Blog umumnya berisi konten berupa pengalaman pribadi, opini, atau kisah perjalanan pribadi/ seseorang. Misalnya, ada seseorang pengguna blog yang membuat konten berisi tentang travelling, membagikan pengalaman pribadinya mengenai tempat-tempat wisata yang sudah dia pernah kunjungi dan dipublikasikan sehingga siapapun yang mengunjungi website tersebut bisa membaca konten tersebut.



Gambar 2.2 Website Pribadi
 Sumber: <https://lostpacker.com/>

Website sebagai fasilitas transaksi jual beli berarti dipergunakan *website* sebagai toko *online* atau *e-commerce* dimana pengguna bisa mengakses *website* tersebut sebagai penjual atau pembeli dan melakukan transaksi dengan berjualan atau belanja secara *online* dengan menggunakan uang digital. Salah satu *website e-commerce* yang diketahui banyak orang adalah Shopee. Pengguna bisa mencari berbagai macam barang yang diinginkan, mulai dari makanan dan minuman, baju, aksesoris, sepatu, buku, peralatan elektronik, hingga menjual jasa layanan (seperti jasa desain, jasa edit, jasa ketik, hingga jasa sewa produk tertentu).



Gambar 2.3 *Website* Sebagai Fasilitas Transaksi
Sumber : <https://shopee.co.id/>

2.1.2 Elemen *Website*

Elemen *website* adalah kumpulan komponen-komponen yang membentuk suatu halaman *website* menjadi terlihat lebih indah dan dapat berfungsi dengan baik (Maturidi, 2023). Elemen *website* terbagi menjadi *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX). *User Interface* berfokus pada segi visual. Sedangkan *User Experience* (UX) berfokus pada desain navigasi *website*. Sebuah *website* harus mencakup elemen-elemen tersebut, karena elemen *website* akan sangat berpengaruh terhadap kenyamanan pengguna saat mengakses *website*. Menurut Somar Digital (2024), jika elemen yang dimiliki suatu *website* kurang seimbang atau tidak konsisten, maka dapat membuat

pengguna merasa kurang nyaman dan tidak betah. Sebaliknya, jika elemen dalam suatu *website* tersusun dengan rapi dan seimbang, maka pengguna akan merasa lebih nyaman saat mengakses website tersebut.

2.1.2.1 *User Interface (UI)*

Menurut Deacon (2020), *User Interface* adalah bagaimana seorang pengguna (user) akan berinteraksi dengan suatu media digital. Dengan kata lain, *User Interface* adalah tampilan visual dari suatu media digital. Jika dihubungkan dengan website, maka *User Interface* adalah tampilan visual keseluruhan dalam website. *User Interface* memiliki beberapa pertimbangan seperti konsistensi desain yang mencakup penggunaan warna, ukuran font, jenis font, style, dan gambar. Umumnya, ketidakkonsistenan suatu desain dapat membuat sebuah website menjadi tidak nyaman untuk dilihat dan terkesan rumit. *User Interface* juga sebaiknya menggunakan kata-kata yang jelas dan singkat agar seorang pengguna dapat langsung mengerti apa yang dimaksud dari kata-kata pada website tersebut. Apabila mencantumkan suatu link pada desain *User Interface*, maka link yang dicantumkan harus merupakan informasi yang valid dan konkrit.

Dapat disimpulkan bahwa *User Interface (UI)* merupakan bagian desain yang berfokus pada aspek visual dari media digital yang nantinya akan menentukan bagaimana pengguna berinteraksi dengan sebuah *website*. *User Interface* tidak hanya mencakup tampilan, tetapi juga elemen desain seperti warna, jenis dan ukuran huruf, gambar, serta gaya visual secara keseluruhan. Desain yang konsisten penting untuk menciptakan visual yang nyaman dilihat dan memudahkan pengguna dalam memahami informasi.

2.1.2.2 User Experience (UX)

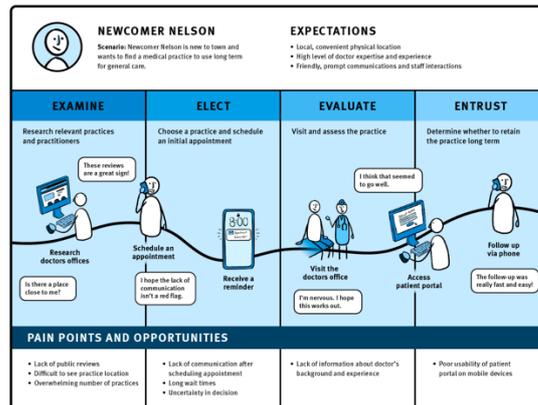
User Experience memiliki hubungan yang erat dengan *User Interface*. Jika yang dimaksud *User Interface* adalah tampilan visual secara keseluruhan suatu media digital, maka *User Experience* adalah skenario dari seorang pengguna saat menelusuri website yang digunakan. Jika dihubungkan pada *website*, maka *User Experience*, lebih menekankan bagaimana cara mendesain navigasi suatu website agar pengguna memiliki pengalaman yang menyenangkan atau memuaskan saat berinteraksi dengan suatu website (Deacon, 2020).

Saat mendesain *User Experience*, perlu diingat apa yang seorang pengguna inginkan. Karena pada dasarnya *User Experience* diciptakan agar pengguna dapat berinteraksi dengan nyaman. Misalnya, seorang desainer melakukan uji coba kepada beberapa pengguna untuk berinteraksi dengan *website* yang telah dirancang. Apabila mayoritas suara mengatakan ada bagian navigasi website yang harus diubah menjadi lebih sederhana, maka seorang desainer harus mendengarkannya dan segera memperbaiki desainnya. Sebaliknya, jika mayoritas suara mengatakan lebih nyaman dengan desain yang sedikit lebih kompleks, maka seorang desainer mempertahankan apa yang diinginkan pengguna sambil memperbaiki sedikit bagian saja tanpa mengubah total desain awal. Dapat disimpulkan bahwa *User Experience* berkaitan dengan alur, kenyamanan, dan kemudahan dalam menavigasi *website*. *User Experience* menekankan pentingnya memahami kebutuhan dan preferensi pengguna, sehingga dalam proses perancangannya dibutuhkan masukan dari pengguna langsung melalui uji coba.

2.1.2.3 User Journey Map

User Journey Mapping adalah sebuah metode untuk menggambarkan langkah-langkah yang diambil pengguna saat berinteraksi dengan media interaktif digital. Metode ini digunakan untuk

mengidentifikasi kebutuhan emosi, dan tujuan pengguna dalam alur penggunaan website. Oleh karena itu, *User Journey mapping* dilakukan untuk mendapatkan ide solusi atas permasalahan yang ada berdasarkan apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh pengguna (Narendra et al., 2023).

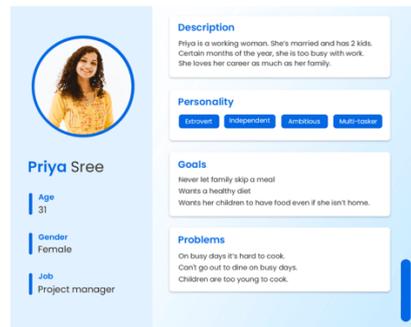


Gambar 2.4 User journey

Sumber : <https://www.nngroup.com/articles/user-journeys-vs-user-flows/>

2.1.2.4 User Persona

User persona adalah sebuah gambaran fiktif namun terasa nyata dari target audiens suatu produk. User persona terdiri dari beberapa bagian. Terdapat nama fiktif dan foto manusia asli yang merepresentasikan si pengguna yang dibuat dan juga deskripsi singkat tentang si pengguna. Kemudian, terdapat demografi yang mencakup usia, pekerjaan, pendidikan, lokasi tinggal. Kemudian, terdapat tujuan atau *goals*, motivasi, tantangan atau frustrasi, dan kepribadian (Vuong, 2022). Dengan demikian, user persona diciptakan agar dapat mengetahui dengan jelas siapa calon pengguna dari produk yang dirancang dan dapat memberikan solusinya untuk permasalahannya berdasarkan ciri-ciri kepribadian mereka dan apa saja kebutuhan mereka.

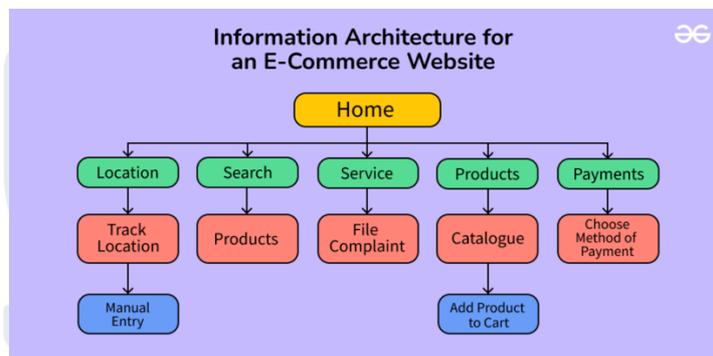


Gambar 2.5 User persona

Sumber : <https://www.hotjar.com/blog/user-personas/>

2.1.2.5 Information Architecture (IA)

Information architecture adalah proses mengatur dan menyusun berbagai macam informasi atau konten yang akan dimasukkan kedalam media digital (seperti website atau aplikasi). Information architecture dibuat agar saat seseorang mengakses website atau aplikasi tersebut dapat menemukan dan memahami informasi yang terkandung dengan mudah (Phuong, 2024). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa struktur information architecture yang baik dapat meningkatkan user experience menjadi lebih bagus karena navigasi yang tidak membingungkan.



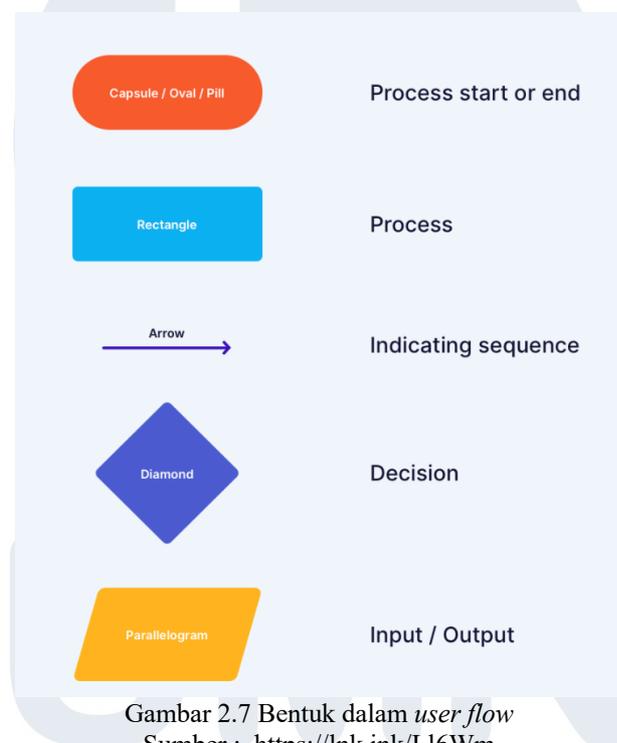
Gambar 2.6 Information architecture

Sumber : <https://www.geeksforgeeks.org/techtips/what-is-information-architecture-in-ux-design/>

2.1.2.6 User Flow

User flow adalah diagram yang menggambarkan alur yang akan diambil pengguna saat mengakses suatu website atau aplikasi untuk mencari informasi tertentu yang dibutuhkan. Pada user flow biasanya digambarkan dengan bentuk yang berbeda-beda agar dapat membedakan

makna setiap tindakan. Misalnya, bentuk persegi panjang dengan sudut yang tumpul memiliki makna yang menyatakan ‘awal’ dan ‘akhir’. Persegi panjang memiliki makna ‘halaman’ atau ‘layar’. Bentuk jaajr genjang merepresentasikan *input dan output*. Dan tanda panah merepresentasikan alur transisi dari satu tempat ke tempat lainnya (Vuong, 2022). Kesimpulannya, *user flow* ini berguna agar dapat memvisualisasikan alur navigasi suatu *website* atau aplikasi dengan rapi.

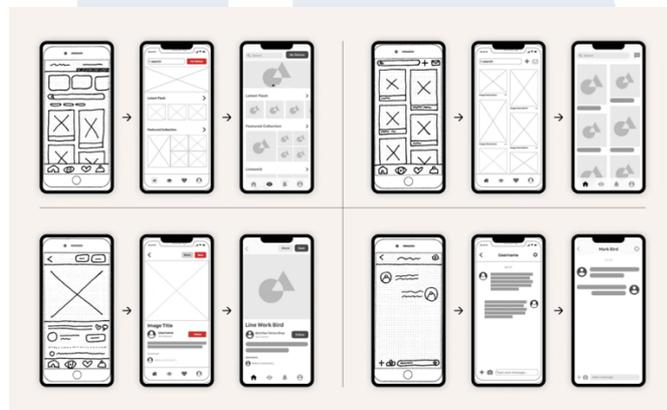


Gambar 2.7 Bentuk dalam *user flow*
Sumber : <https://lnk.ink/L16Wm>

2.1.2.7 Wireframe

Wireframe adalah sebuah sketsa atau kerangka awal dari user interface pada sebuah *website* atau aplikasi. *Wireframe* dibuat agar dapat memvisualisasikan struktur, tata letak, dan navigasi pada desain websote atau aplikasi yang akan dirancang. *Wireframe* terdiri dari *low fidelity* dan *high fidelity*. *Low fidelity* secara sederhana adalah sketsa paling paling kasar, dan biasanya digambarkan dengan sederhana. Pada *low fidelity*, aset

visual biasanya digambarkan dengan bentuk kotak, sedangkan tulisan dilambangkan dengan garis panjang. Sedangkan *high fidelity* adalah sketsa yang lebih detail dan dikembangkan dari *low fidelity*. Biasanya *high fidelity* memakan waktu yang lebih banyak dalam pembuatannya karena sudah dimasukkan aset-aset visual yang lengkap beserta dengan tulisan berisi informasi tertentu (Al-Ababneh, 2024). Kesimpulannya, *wireframe* adalah tahap mendesain tampilan *website* dari sketsa kasar hingga hasil akhir sebelum masuk proses *prototyping*.

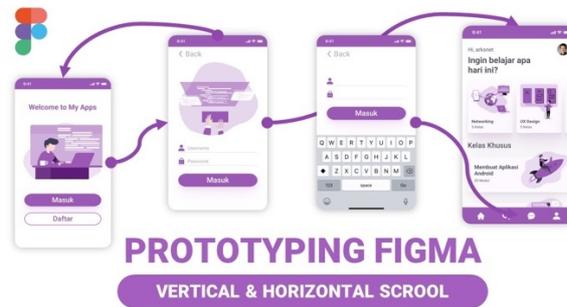


Gambar 2.8 *Wireframe*

Sumber : <https://medium.com/@uiuxindo/pdkt-sama-wireframe-yuk-psst-bonus-contoh-pembuatan-lho-f7144cf2900e>

2.1.2.8 *Prototype*

Prototype adalah simulasi interaktif dari suatu desain yang memungkinkan desainer dan pengguna dapat menguji *website* akan bekerja sebelum benar-benar dikembangkan secara teknis. Setelah desain tampilan sudah selesai pada tahap *wireframe*, dilanjutkan dengan tahap *prototype* dimana desainer akan menyambungkan satu elemen dengan elemen lainnya untuk membentuk simulasi interaktif pada perancangan yang dibuat. Kesimpulannya, tahap *prototype* ini adalah tahap membuat navigasi *website* dari satu elemen ke elemen lainnya, atau dari satu halaman *website*, ke halaman *website* lainnya.

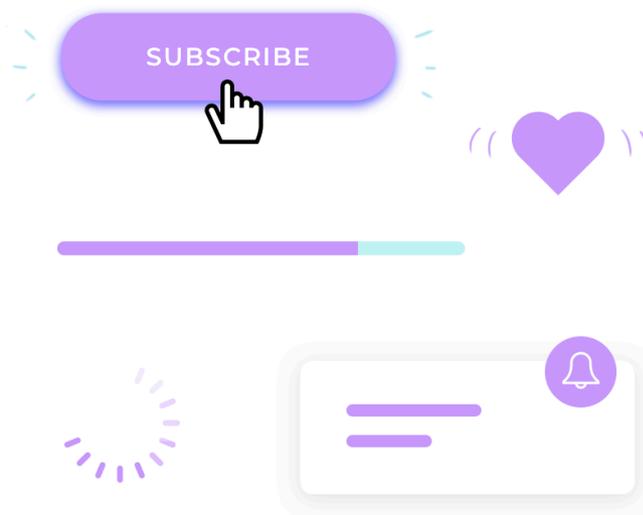


Gambar 2.9 *Prototype*

Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=_HNGF1QWF18

2.1.2.9 *Micro Interaction*

Micro interaction adalah salah satu bagian dari UI/ UX design berupa detail interaksi kecil dan spesifik yang merespons suatu aksi dari pengguna, memberi umpan balik visual, dan meningkatkan daya tarik serta kejelasan dalam menggunakan suatu fitur. *Micro interaction* bukanlah suatu fitur yang besar, namun dapat menciptakan pengalaman yang dapat menyenangkan hati pengguna (Saffer, 2013).



Gambar 2.10 Contoh *Micro Interaction*

Sumber : <https://www.justinmind.com/web-design/micro-interactions>

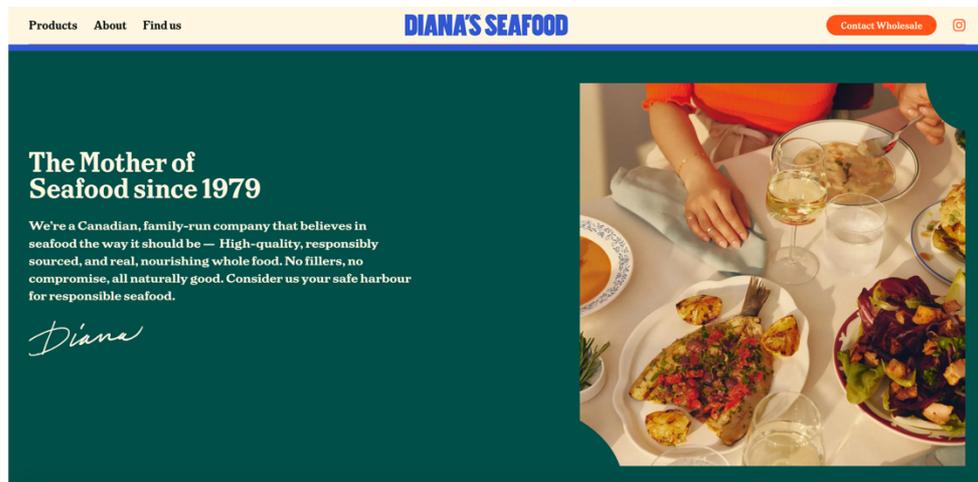
Animasi *loading* seperti *progress bar* dan *spinner* adalah salah satu contoh *micro interaction* yang paling sering ditemukan, hal tersebut terjadi pada saat pengguna sedang menunggu proses *submit* file atau sedang menunggu sistem bekerja. Selain itu ada juga *hover* pada tombol dimana ketika kursor diarahkan ke tombol, warnanya berubah atau muncul efek bayangan yang menandakan bisa diklik. Kemudian, ada juga notifikasi sukses atau error pada saat sedang melakukan transaksi secara digital. Dan efek *like* yang paling sering ditemukan pada media sosial dimana saat pengguna menyukai suatu konten, ikon hati berubah warna.

2.1.2.10 Tipografi

Tipografi adalah suatu ilmu yang mempelajari pemilihan dan penataan huruf pada ruang-ruang yang tersedia untuk menciptakan kesan tertentu agar dapat membantu pembaca mendapatkan kenyamanan dalam membaca teks semaksimal mungkin. Tipografi juga dikenal sebagai seni tipografi, yaitu membuat suatu karya atau desain dengan menggunakan huruf sebagai elemen utama (Kania, 2021). Tipografi terdiri dari beberapa elemen, yaitu huruf teks, huruf judul, font & typeface, hierarki, warna, dan jarak.

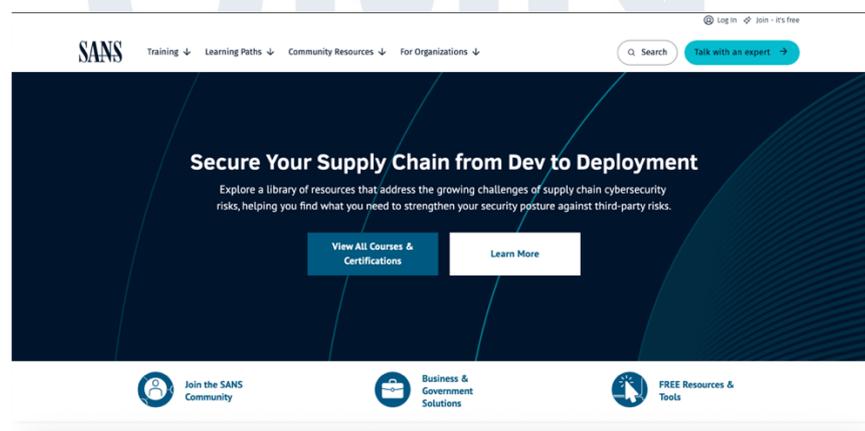
Huruf teks atau yang sering dikenal dengan *body text* adalah kumpulan kata-kata dan kalimat dalam suatu teks biasanya berisi suatu penjelasan. Sedangkan, huruf judul adalah bagian huruf atau kata-kata yang biasanya digunakan sebagai judul/ *heading* dalam suatu teks. Huruf judul umumnya memiliki desain yang lebih mencolok dan berbeda dari huruf teks. Font adalah kumpulan karakter suatu huruf dengan desain dan gaya yang seragam, sedangkan *typeface* adalah rancangan karakter dari sekumpulan huruf. Dalam tipografi, hierarki ditentukan dari kombinasi ukuran huruf dan warna huruf untuk menciptakan visual yang baik. Misalnya, ukuran judul harus lebih besar daripada huruf teks agar bisa mengetahui poin penting yang ingin ditunjukkan dan dapat diidentifikasi mana yang merupakan judul.

Valentino (2019), menyatakan jika *typeface* dapat dikategorikan kedalam beberapa jenis. Diantaranya adalah serif, sans serif, scripts, calligraphic, handwriting, blackletter, dan titling fonts.



Gambar 2.11 Font Serif
Sumber : <https://www.dianasseafood.com/?ref=lapaninja>

Typface serif adalah salah satu font yang populer dan banyak digunakan di berbagai media, dan memiliki karakteristik ada “kaki” atau lengkungan kecil pada tiap ujung huruf. Jenis typeface ini umumnya memberikan kesan klasik, formal, dan elegan. Beberapa contoh huruf serif yang populer adalah Times New Roman, Georgia, dan Garamond.



Gambar 2.12 Font Sans Serif
Sumber : <https://www.sans.org/apac/>

Sans serif memiliki arti “tanpa serif” (kata “sans” berasal dari bahasa Perancis yang berarti “tanpa”). Oleh karena itu, huruf serif tidak memiliki goresan atau “kaki” pada tiap ujung hurufnya. Sans serif memiliki popularitas yang tinggi karena kesederhanaannya serta sering dianggap memiliki kesan yang modern, bersih dan minimalis. Contoh huruf sans serif adalah Open Sans, Helvetica, dan Arial.



FORUM TITLING LIGHT MEDIUM BOLD

Gambar 2.13 Font Titling

Typeface titling fonts memiliki desain yang dirancang khusus untuk pengaturan judul atau tampilan. Titling berbeda dari jenis lain karena skala, proporsi, dan detail desainnya telah diubah agar terlihat terbaik pada ukuran yang lebih besar. Ini biasanya termasuk kontras berat dan proporsi yang sering lebih tebal.

2.1.2.11 Ilustrasi

Dalam sebuah desain website terdapat asset visual seperti ikon, foto, ataupun ilustrasi. Penggunaan ilustrasi dalam UI/UX seperti website untuk menyederhanakan dan membantu memperjelas suatu informasi dan juga meningkatkan daya tarik estetika situs web (Dewi et al., 2024).

Ilustrasi memiliki beberapa fungsi dalam suatu website, yaitu, menjadi daya Tarik yang berguna pada *home page* atau halaman utama untuk menarik perhatian pengguna saat mereka membuka situs. Selain itu ilustrasi dapat memperkuat identitas dan branding, dimana dapat mencerminkan gaya dan karakter dari brand yang ditampilkan. Melalui warna, gaya goresan, dan bentuk visual, ilustrasi mampu memperkuat citra perusahaan secara visual (Hanifa, 2022). Ilustrasi juga

memudahkan penyampaian informasi yang kompleks, misalnya, suatu informasi terkadang sulit dipahami jika hanya disampaikan lewat teks. Oleh karena itu, ilustrasi dapat membantu memvisualisasikan informasi tersebut agar lebih mudah dimengerti pengguna. Ilustrasi juga dapat membantu mengarahkan navigasi dan interaksi, dimana ilustrasi dapat berfungsi sebagai penunjuk arah atau bagian interaktif untuk membimbing pengguna ke bagian penting dalam situs.

Hajj (2022), menyebutkan ada berbagai jenis ilustrasi terutama dalam kategori ilustrasi yaitu *algorithmic art*, *fractal art*, *vector drawing*, *raster drawing*, *2D digital painting*, *3D digital painting*. *Algorithmic art* adalah seni yang pembuatannya menggunakan algoritma komputer dengan coding. *Fractal art* memiliki ciri khas dimana memiliki pola-pola rumit yang pengulangan pola yang sama. *Vector drawing* adalah jenis gambar yang tidak dipengaruhi oleh seberapa besar jumlah zoom karena memiliki resolusi yang tinggi. *2D digital painting* adalah gambar dua dimensi seperti gambar tradisional pada sebuah kertas, bedanya, pada gambar digital, melukis pada ‘kanvas’ digital. *3D digital painting* adalah sebuah ilustrasi yang diberi efek visual yang mendekati kesan ‘lebih nyata’.

2.1.2.12 Ikon

Ikon merupakan salah satu aset visual yang digunakan dalam sebuah perancangan desain UI/UX seperti website. Meski sama-sama berfungsi untuk mempermudah informasi seperti fungsi ilustrasi, ikon memiliki sedikit perbedaan dalam penggunaannya. Selain untuk mempermudah informasi dan menjadi bagian dari estetika suatu desain, ikon dirancang agar pengguna memahami fungsi sistem atau navigasi website dengan lebih cepat (Akhmedov, 2023). Misalnya, ikon lonceng pada sebuah website dikenal sebagai ikon untuk memberitahu pengguna adanya informasi tertentu yang terbaru.



Gambar 2.14 Macam-macam ikon

Sumber : <https://uxcel.com/blog/understanding-the-icons-in-ui-design>

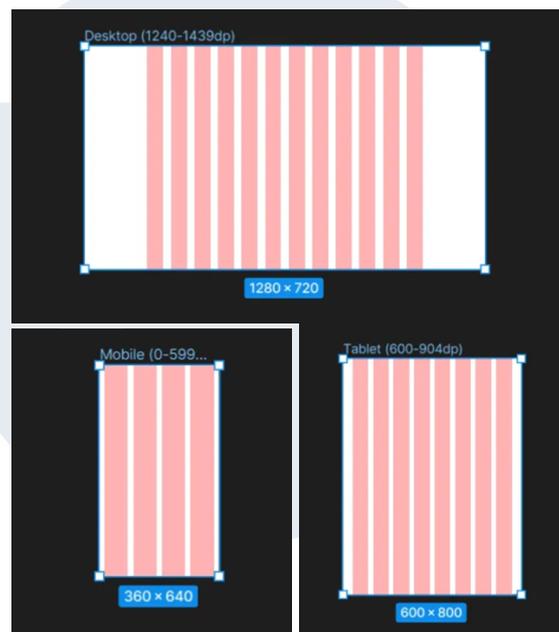
Ada beberapa jenis ikon, yang terdiri sebagai berikut. Pertama adalah navigational icon yang berfungsi untuk menunjukkan arah, menu, kembali, *home*, dan sebagainya. Lalu, functional icon yang menjalankan fungsi langsung seperti ikon *bookmark*, *favorite*, *save*, dan *share*. Selanjutnya, status ikon yang berfungsi menampilkan notifikasi, *error*, *loading*, dan pesan belum terkirim dalam sebuah chat. Terakhir, representative ikon berfungsi untuk membantu representasi sesuatu, misalnya ikon mobil pada aplikasi *ride sharing* seperti gojek yang mewakili salah satu kategori layanan transportasi.

2.1.2.13 Layout

Layout adalah bagian dari desain yang berfungsi untuk memandu pengguna dalam melihat aliran informasi atau konten yang terkandung dalam website tersebut. Lashin dan Helmy (2021), menekankan bahwa penting untuk mengatur layout yang konsisten agar memberikan reaksi positif bagi pengguna.

Layout juga membantu menyusun elemen visual agar memudahkan pemrosesan informasi dan interaksi pengguna (Santoso, 2022). Jika *website* tidak memiliki layout atau memiliki layout yang buruk maka akan berpengaruh besar terhadap user experience. Misalnya, konten

pada *website* bisa terlihat berantakan sehingga pengguna bingung menentukan mana saja konten yang penting (primer) hingga konten yang kurang penting (sekunder), kemudian navigasi menjadi sulit yang dapat membuat pengguna frustrasi, dan tidak ada hirarki informasi sebagai penanda bagian terpenting informasi pada konten di *website*.



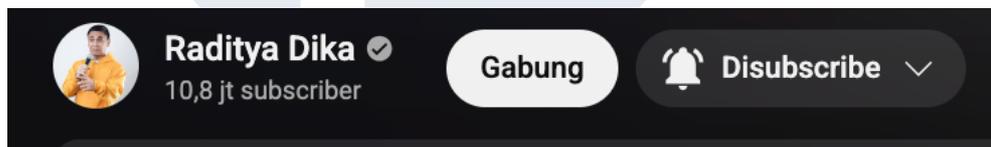
Gambar 2.15 Macam-macam Column Grid
Sumber : <https://11nq.com/LqEwz>

Untuk membuat *layout website* yang rapi dan teratur diperlukan sebuah grid, garis yang berfungsi sebagai kerangka dasar untuk mengatur dan menyelaraskan desain pada sebuah halaman web. *Grid* yang digunakan untuk website umumnya terdiri dari grid 12 kolom, 8 kolom, dan 4 kolom. *Grid* 12 kolom umumnya digunakan untuk desain website pada desktop seperti komputer dan laptop, *grid* 8 kolom umumnya digunakan untuk desain website pada tablet, dan *grid* 4 kolom umumnya digunakan untuk desain website pada perangkat mobile (Situmorang, 2024).

2.1.2.14 Warna

Warna dalam desain adalah elemen visual utama yang digunakan untuk menyampaikan makna, menciptakan suasana, membangun identitas, dan membimbing perhatian pengguna. Warna bukan hanya estetika, tapi juga alat komunikasi visual yang sangat kuat.

Menurut Priyono et al. (2020), warna dalam desain website juga memiliki beberapa fungsi, yaitu untuk mengarahkan fokus, membangun identitas merek, dan menyampaikan emosi atau nuansa, membantu navigasi. Dalam mengarahkan fokus, warna terang dan kontras dapat menarik perhatian pengguna terhadap elemen tertentu misalnya tombol pada “Gabung”, tombol subscribe/ unsubscribe, dan tombol lonceng pada youtube yang memungkinkan pengguna berpiknik bahwa warna yang berbeda itu merupakan sesuatu yang penting.



Gambar 2.16 Warna untuk mengarahkan fokus
Sumber : youtube Raditya Dika

Pada membangun identitas suatu merek, kombinasi warna yang konsisten dapat menjadi identitas visual yang mudah dikenali. Contohnya, kombinasi warna merah dan putih pada logo youtube dari tahun ke tahun yang nggak pernah berubah sehingga menjadi mudah dikenali hanya dari warna merah dan ikon “play” berwarna putih.



Gambar 2.17 Ikon Youtube

Warna juga dapat menyampaikan suatu emosi atau nuansa tertentu berdasarkan kombinasi warna yang digunakan. Misalnya warna

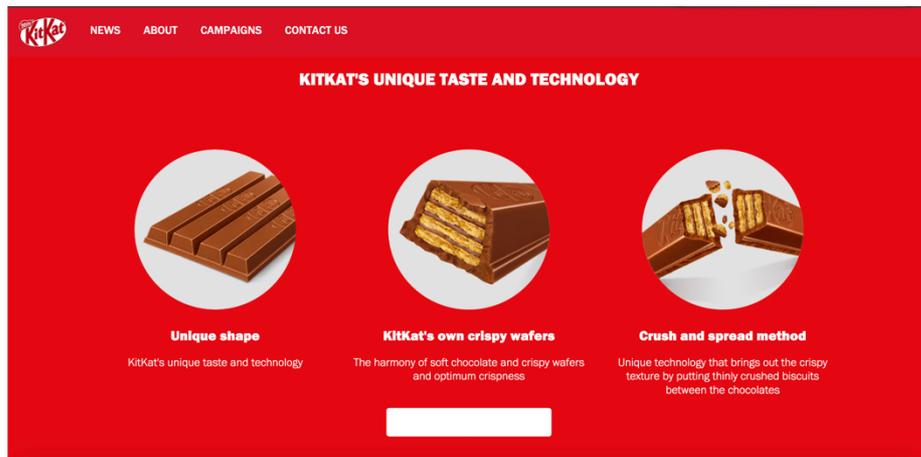
hijau cenderung digunakan pada desain yang memiliki makna kesehatan, warna merah cenderung diartikan sebagai semangat atau bahaya, hitam bisa diartikan sebagai elegan atau suram. Salah satu contoh penggunaan kombinasi warna yang dapat menghasilkan nuansa tertentu dapat dilihat pada website Kementerian Kesehatan.



Gambar 2.18 Website Kemkes
Sumber : <https://kemkes.go.id/id/home>

Pada *website* Kementerian Kesehatan, bisa dilihat warna yang digunakan didominasi oleh warna hijau dan putih. Berdasarkan filosofinya, warna hijau seringkali disamakan dengan dokter, rumah sakit, dan kesehatan. Serta warna putih sering disamakan dengan pakaian dokter seperti jas labnya, dan erat kaitannya dengan bersih.

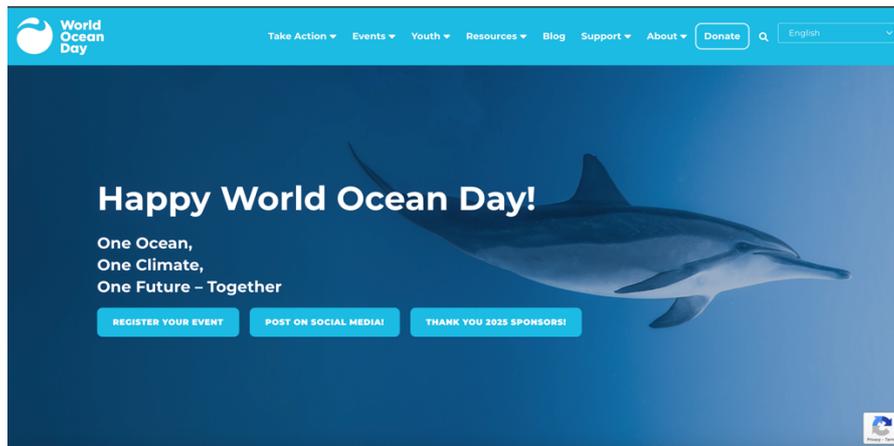
Pada buku berjudul "*The Complete Color Harmony*" dijelaskan lebih detail bahwa masing-masing warna memiliki makna dan arti tersendiri secara psikologi (Eiseman, 2017). Berikut adalah macam-macam filosofi warna secara psikologi.



Gambar 2.19 *Website* Kitkat
 Sumber : <https://www.kitkat.com/>

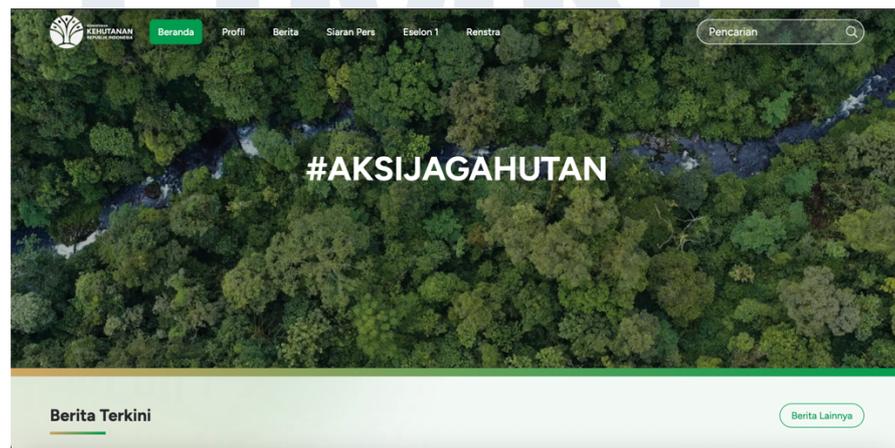
Merah adalah warna yang sangat berpengaruh dan menarik dalam jiwa manusia. Warna merah memiliki daya tarik yang kuat, merangsang selera makan, meningkatkan denyut nadi, kekuatan otot, dan tekanan darah, serta memicu adrenalin. Ketika melihat warna merah, reaksi manusia menjadi lebih cepat dan lebih kuat, karena warna ini berkaitan dengan api dan darah, yang penting untuk kehidupan namun juga berbahaya. Orang melihat warna merah sebagai simbol keberanian, cinta, atau revolusi. Warna merah juga memiliki variasi, seperti merah cabai yang hangat dan merah anggur yang lebih dalam, yang memberikan kesan berbeda seperti elegan. Merah muda adalah varian lebih lembut dari merah, menciptakan aura yang lebih romantis dan intim, dan juga dipandang sebagai sesuatu yang mencerminkan feminim.

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Gambar 2.20 Website World Ocean Day
Sumber : <https://worldoceanday.org/>

Warna biru menciptakan suasana yang dapat menenangkan pikiran. Biru dianggap warna paling sejuk yang membawa rasa damai, dan secara spiritual melambangkan inspirasi, kebenaran, dan iman. Dalam budaya, biru sering terlihat pada pakaian tokoh religius dan dewi-dewi. Ada variasi biru, seperti biru tua yang menunjukkan kekuatan dan keseriusan, serta biru cerah yang memberikan kesenangan. Denim adalah warna biru yang praktis dan dapat diandalkan. Biru adalah warna yang paling disukai di seluruh dunia, digunakan dalam merek dan situs web ternama.



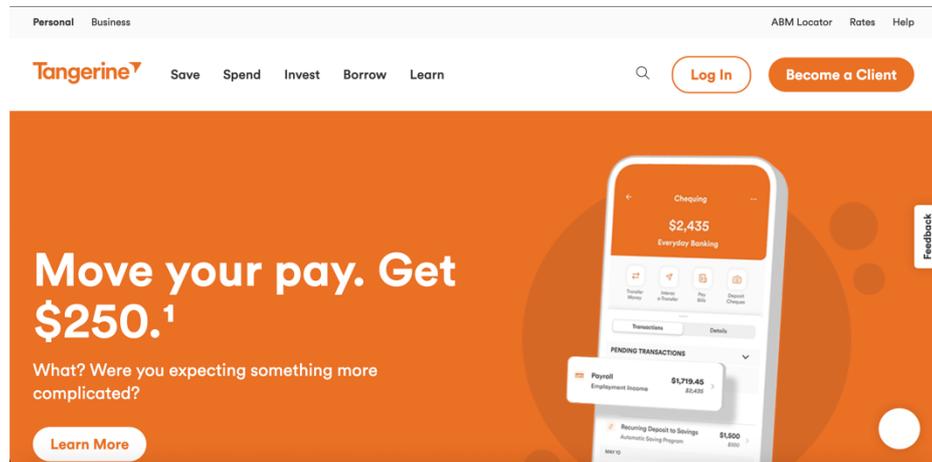
Gambar 2.21 Website Kementerian Kehutanan RI
Sumber : <https://kehutanan.go.id/>

Warna hijau mempunyai arti simbolis dalam gerakan lingkungan. Warna hijau kuning sering muncul di musim semi, mewakili pembaruan dan harapan. Mengelilingi diri dengan warna hijau baik untuk kesehatan, dan disarankan di rumah atau tempat kerja. Makanan hijau sangat baik untuk kesehatan, dan warna hijau dalam iklan menunjukkan produk alami. Namun, warna hijau juga memiliki sisi negatif, seperti kecemburuan dan racun yang pernah ada. Kini, hijau lebih bersifat positif, dengan makhluk-makhluk berwarna hijau dalam cerita modern yang cenderung lebih baik.



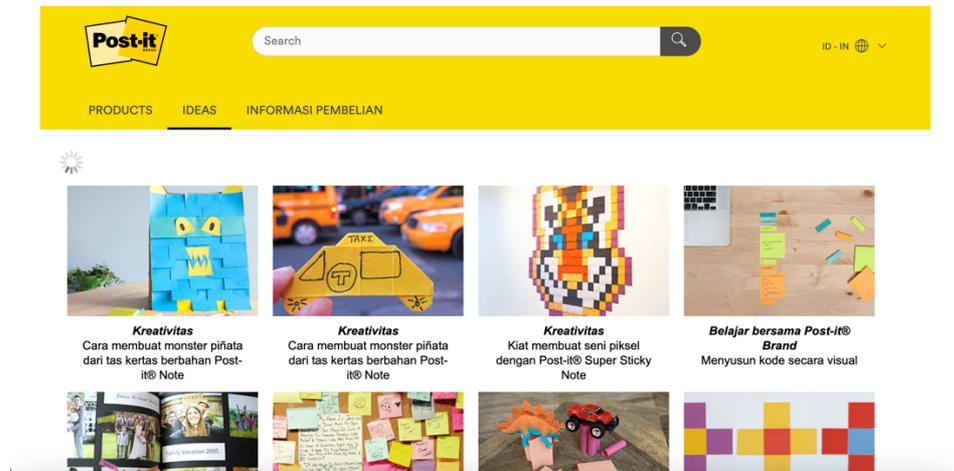
Gambar 2.22 Website Balenciaga
Sumber : <https://www.balenciaga.com/en-en>

Warna hitam dianggap selalu ada dalam mode dan desain, meskipun sering dikaitkan dengan aspek gelap. Warna hitam seringkali mencerminkan sisi paradoks dari kesedihan hingga keanggunan. Sementara pada satu sisi menyiratkan kontrol dan kegelapan, di sisi lain, warna ini merepresentasikan kekuatan dan kesempurnaan. Hitam banyak dipilih karena menunjukkan kecanggihan, terutama di dunia modern yang berteknologi tinggi. Ini adalah warna yang memberi kesan ramping dan stylish, membuatnya populer di kalangan orang-orang berkelas. Selain itu, warna hitam juga dianggap kuat dan penuh tujuan, memberikan kepercayaan diri bagi yang memakainya.



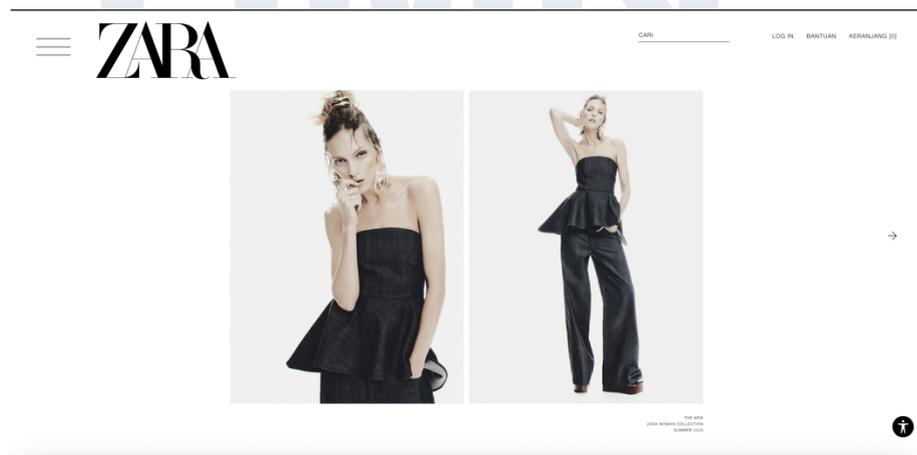
Gambar 2.23 Website Tangerine
Sumber : <https://www.tangerine.ca/en/personal>

Oranye adalah warna yang cerah, menarik perhatian, dan penuh kehangatan. Warna ini merupakan kombinasi dari merah yang dinamis dan kuning yang cerah, menciptakan suasana ramah dan interaksi sosial yang positif. Oranye dapat merangsang komunikasi, percakapan, dan bahkan selera makan. Warna ini membawa kesan kenangan bahagia terutama pada anak-anak dan remaja. Warna oranye dikenal sebagai warna terpanas, oranye selalu diasosiasikan dengan perasaan optimis, sinar matahari dan saat matahari terbenam. Oranye memiliki berbagai nuansa, dari yang cerah hingga yang lebih lembut seperti terakota dan merah karat. Warna tersebut sering diasosiasikan dengan musim gugur, membuat seseorang teringat pada perapian dan panen. Selain itu, bunga oranye selalu menarik dan menyemangati kita.



Gambar 2.24 Website Post-it
 Sumber : https://www.post-it.co.id/3M/in_ID/post-it-id/

Kuning adalah warna simbolis yang terkait dengan matahari, mewakili harapan, kebahagiaan, dan keceriaan. Warna ini dianggap ramah dan memberi energi, serta ceria. Secara psikologis, warna kuning melambangkan tantangan dan pencarian pengetahuan. Dalam psikologi Jung, kuning mewakili intuisi dan pencerahan, memperlihatkan keinginan untuk memahami lebih baik. Warna kuning pastel sering dianggap sebagai warna yang bersifat kekanak-kanakan, sedangkan kuning yang lebih kuat cenderung lebih ekspresif.

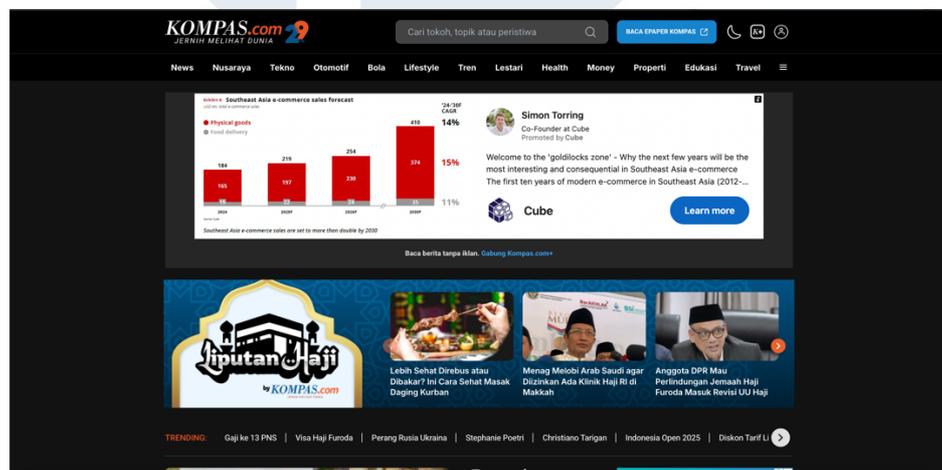


Gambar 2.25 Website Zara
 Sumber : <https://www.zara.com/id/>

Putih adalah warna yang sering dianggap sebagai simbol kebersihan dan kemurnian. Warna putih bisa terlihat seperti sesuatu yang ringan dan minimalis, dan kadang dianggap sebagai warna tanpa bobot. Selain itu, warna putih juga berhubungan dengan kepolosan dan kebaikan, serta digunakan dalam budaya untuk pengantin wanita dan simbol perdamaian. Namun, ketika putih digunakan secara berlebihan, dapat terasa dingin dan hampa.

2.1.2.15 Anatomi Website

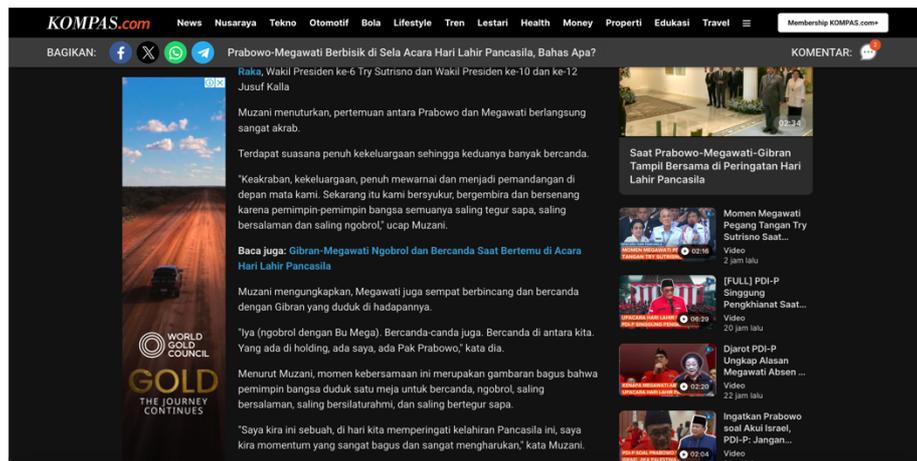
Dalam website, juga ada anatomi yang merujuk pada struktur atau bagian-bagian utama yang Menyusun suatu halaman website secara visual dan fungsional. Anatomi *website* umumnya terbagi menjadi *header*, *navigation*, *body/ content*, *sidebar*, *background*, dan *footer* (Miller, 2022).



Gambar 2.26 Halaman utama pada website
Sumber : website Kompas.com

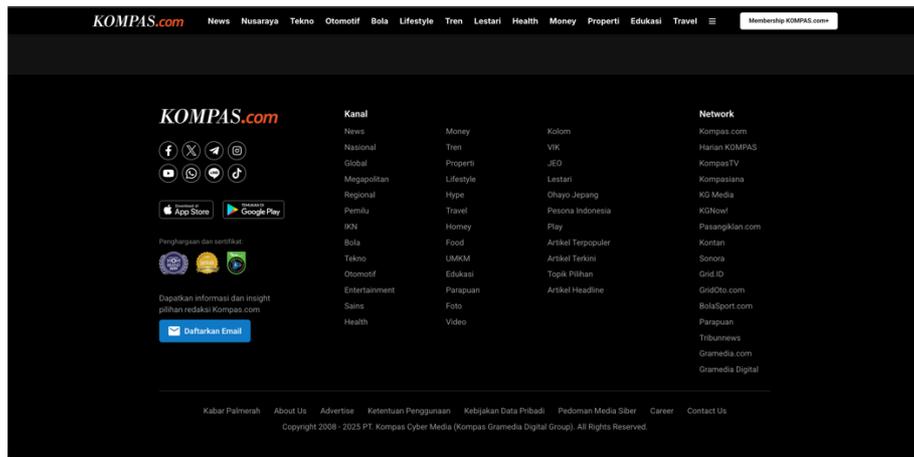
Header terletak pada bagian atas halaman website yang biasanya berisi logo/ nama *website*, menu konten, dan terkadang ada bagian log in, serta ikon-ikon tertentu seperti ikon pencarian dan ikon keranjang (khususnya pada *online shop*). *Navigation* adalah sistem yang membantu pengguna untuk berpindah halaman baik secara vertikal maupun

horizontal. *Body/ content* adalah area utama yang berisi konten seperti teks artikel, visual berupa foto atau ilustrasi, dan terdapat *hero section* yang merupakan bagian terbesar pada halaman utama sebagai headline.



Gambar 2.27 Sidebar pada website
Sumber : website Kompas.com

Sidebar adalah bagian panel samping yang berisi konten tambahan yang berhubungan dengan konten utama, misalnya dalam website artikel berita ada bagian “artikel terkait”. *Background* dapat digunakan untuk menambah kekayaan visual dengan menggunakan tekstur dan warna serta memberikan kesan tertentu kepada pengguna. Footer adalah bagian paling bawah pada suatu halaman website yang biasanya berisi tentang kontak, tautan penting, keterangan hak cipta, dan media sosial yang dimiliki web tersebut.



Gambar 2.28 *Footer* pada website
Sumber : website Kompas.com

2.2 Tari Tradisional Betawi

Menurut Miharja, Mulyana, dan Izzan (2019), tari Betawi bukan sekadar bentuk hiburan, tetapi juga sebagai ekspresi identitas budaya masyarakat Betawi. Mereka meneliti fenomenologi tari sebagai bagian dari identitas budaya lokal di Jakarta. Tari Cokek, misalnya, sering digunakan dalam perayaan sebagai simbol keberagaman budaya Betawi.

2.2.1 Jenis Tari Tradisional Betawi

Ada beberapa jenis tarian berdasarkan dengan fungsinya. Yaitu tarian pembuka, tarian penyambutan, dan tarian sebagai hiburan. Tari pembuka ditampilkan untuk mengawali acara atau pertunjukan seni, membangkitkan semangat dan menarik perhatian penonton, dan melambangkan tema atau makna dari acara yang akan berlangsung.

Tarian penyambutan ditampilkan untuk menyambut tamu atau tamu kehormatan dalam suatu acara dan melambangkan keramahan dan penghormatan terhadap tamu. Tarian Hiburan ditampilkan sebagai bentuk hiburan untuk masyarakat dalam berbagai acara. Biasanya bersifat lebih bebas dan tidak terikat aturan sakral dan bisa mengalami modifikasi atau pengaruh budaya luar.

2.2.2 Tari Kembang Kemayoran

Tari Kembang Kemayoran adalah Tari Kembang Kemayoran merupakan Tari Kreasi Garapan Suku Dinas Kebudayaan Jakarta Pusat, Tari Kembang Kemayoran ini terinspirasi dari spirit keberanian jawara kemayoran dan menggambarkan masyarakat kemayoran yang tangguh Tari kembang kemayoran memiliki gerakan yang dinamis mengusung gerak yang terinspirasi dari topeng betawi, cokek dan silat serta iringan musik perpaduan tradisional dan modern.

2.2.3 Gerakan Tari Kembang Kemayoran

Umumnya, tari betawi memiliki ciri khas gerakan yang mencerminkan perpaduan budaya Melayu, Arab, Tionghoa, dan Eropa. Gerakannya dinamis dan enerjik.

Pada tari Kembang kemayoran sendiri, gerakan yang digunakan merupakan gerakan tegas dan maskulin dan digabungkan dengan gerakan gemulai yang lebih terkesan feminim. Gerakan maskulin ini dapat dilihat dari unsur gerakan beladiri pencak silat. Sedangkan, gerakan yang terkesan feminim dapat dilihat dari gerakan geol yang berfokus pada pinggul.

2.2.4 Musik Tari Kembang Kemayoran

Seperti rata-rata tarian Betawi pada umumnya, alat musik yang digunakan untuk mengiringi tari Kembang Kemayoran adalah Gambang Keromong.

2.2.5 Kostum Penari Tari Kembang Kemayoran

Pada tarian betawi, umumnya kostum yang digunakan terdiri dari pakaian atau kebaya yang berwarna merah, emas, hijau, putih, dan hitam. Pada pakaian bagian bawah, biasanya menggunakan celana panjang atau kain batik,

dan disertai ikat pinggang. Pada perempuan, biasanya ditambahkan selendang atau penutup dada.

Pada kostum penari tari Kembang Kemayoran sendiri, pakaian yang digunakan memiliki warna kostum yang didominasi dengan warna orange/ jingga dan hitam. Pakaian atas berupa kemeja dengan warna jingga dan celana panjang warna hitam dengan ornamen emas pada bagian ujung celana. Lalu, terdapat kain batik khas betawi yang diikat dengan sabuk hitam yang dihiasi dengan ornamen bunga/ kembang. Kemudian, pada bagian dada digunakan penutup dada dengan warna hitam dan emas yang dihiasi dengan ornamen kembang. Kostum dilengkapi dengan kain selendang berwarna jingga yang diselipkan melalui ikat pinggang dengan kedua ujung selendang terbuka pada bagian samping penari.

2.3 Penelitian yang Relevan

Untuk memperkuat landasan penelitian dan menunjukkan adanya kebaruan dalam perancangan ini, dilakukan pengkajian penelitian yang relevan dengan topik perancangan yang sedang dilakukan. Penelitian-penelitian yang dipilih akan membahas poin-poin yang relevan dengan tujuan penelitian, metodologi yang digunakan, dan temuan yang dihasilkan.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	APLIKASI VIDEO TARI ANOMAN DALAM KONTEKS DRAMATARI WAYANG WONG BALE BATUR KAMASAN DI SANGGAR KANAKA ART BERBASIS WEBSITE	I Putu Suardi Saputra, Ni Luh Sustiawati, Rinto Widyarto	Membuat website yang berisikan informasi tentang drama tari Wayang Wong Bale	Website memiliki video, visual berupa foto, serta teks dalam penjelasan konten.
2.	IMPLEMENTASI EDUCATION GAMES TERHADAP PENINGKATAN MINAT BELAJAR SENI TARI	Pratika Tazkia, Ayo Sunaryo.	Mempelajari seni tari dari berbagai daerah untuk siswa	Siswa belajar sambil menggunakan kartu-kartu yang

			SMP secara interaktif	berisi kostum tari Indonesia sebagai bentuk visualisasi.
3.	PENGEMBANGAN ENSIKLOPEDIA KESENIAN BULELENG SEBAGAI MEDIA PEWARISAN SENI BERBASIS WEBSITE	I Putu Ardiyasa, I Kadek Edi Palguna, dan I Komang Agus Dharma Yoga	Membuat website profesional seputar kesenian Buleleng.	Website berupa ensiklopedia digital seputar kesenian Buleleng dari segi tarian, wayang, seni lukis, dan kesenian Buleleng lainnya.

Berdasarkan temuan dari penelitian terdahulu, penulis mendapatkan inspirasi dalam pembuatan media yang akan dirancang selanjutnya. Dimana, peneliti menyadari bahwa visualisasi adalah salah satu unsur yang penting dalam penyampaian suatu informasi, sehingga penulis berencana untuk membuat website yang selain memiliki informasi yang jelas, juga memiliki visualisasi dengan menggunakan ilustrasi.

UJMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA