

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Media informasi merupakan alat untuk menyampaikan pesan kepada suatu kelompok atau individu. Pesan tersebut dapat berupa data ataupun berita. Penyampaian pesan dari media informasi dapat berupa visual, audio, maupun tulisan, tergantung pada target yang dituju (Uthama & Saefulrahman, 2021, hlm. 157). Media informasi biasanya dapat berupa poster, koran, majalah, buku, siaran radio, berita televisi, *website*, artikel *digital*, dan *e-book*. Melihat perkembangan era *digital* yang semakin canggih, pembaca media informasi harus waspada terhadap kredibilitas dari informasi yang disebarakan (Uthama & Saefulrahman, 2021, hlm. 157). Oleh karena itu, diperlukan suatu aspek yang dapat meningkatkan kredibilitas informasi dalam suatu media, sehingga pembaca dapat menyaring informasi yang disebarakan melalui media elektronik.

2.1.1 Tujuan Media Informasi

Tujuan utama media informasi adalah untuk menyampaikan pesan maupun pengetahuan kepada pengguna. Media ini berfungsi untuk memberikan edukasi dengan menyajikan informasi terkait topik tertentu. Selain itu, media informasi juga berguna untuk memberikan hiburan, serta memfasilitasi komunikasi dalam masyarakat. Dengan kemampuannya yang luas, media informasi menjadi salah satu alat penting dalam membentuk pemahaman dan kesadaran sosial (Uthama & Saefulrahman, 2021, hlm 157).

2.1.2 Jenis Media Informasi

Seiring perkembangan zaman, media informasi dapat dibedakan menjadi media cetak dan media *digital*. Media cetak sendiri sudah ada sejak dahulu, sedangkan media *digital* baru berkembang setelah adanya perangkat elektronik (Made Suyasa & Sedana, 2020, hlm 57). Oleh karena itu, penulis menjelaskan media informasi menjadi media cetak dan media *digital*.

2.1.2.1 Media Cetak

Media cetak merupakan perantara yang bertugas mengirimkan pesan dari penulis kepada pengguna media dalam bentuk informasi yang dicetak pada kertas. (Made Suyasa & Sedana, 2020, hlm 58). Media cetak yang pada prosesnya dicetak pada sebuah objek fisik membuat media cetak berbeda dengan media *digital*. Saat ini penggunaan media cetak semakin menurun karena semakin berkembangnya teknologi yang membuat penggunaanya beralih dari media cetak ke media *digital*.



Gambar 2.1 Media Cetak

Sumber: <https://www.beritasatu.com/ekonomi...>

2.1.2.2 Media Digital

Media *digital* merupakan media yang dibuat dalam sebuah sistem perangkat elektronik seperti komputer, *smartphone*, atau tablet. Media ini mencakup berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, audio, dan video, yang disampaikan melalui *platform digital* seperti *website*, media sosial, dan aplikasi. Keunggulan media *digital* terletak pada kemudahan distribusi, interaktivitas, dan aksesibilitasnya, memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi secara aktif dalam konsumsi maupun produksi informasi.



Gambar 2.2 Media Digital
Sumber: <https://en.antaranews.com/news...>

2.1.2.3 Perangkat Elektronik

Penggunaan media elektronik di kalangan remaja saat ini meningkat secara signifikan sebesar 85% (Nurwijayanti dkk., 2025, hlm. 50). Kecenderungan remaja dalam memilih *platform* juga berubah seiring berjalannya waktu. Menurut Aulia dkk., (2024, hlm. 64), remaja lebih sering membuka *smartphone* dibandingkan buku fisik, sehingga dapat terlihat bahwa tingkat ketertarikan remaja untuk membaca dan memperdalam suatu *platform* informasi menggunakan *smartphone* lebih tinggi dibandingkan dengan *platform* informasi berupa benda fisik.

A. *Smartphone*

Smartphone merupakan perangkat elektronik yang berkembang seiring berjalannya waktu. Semakin canggih teknologi, perkembangan sistem pada *smartphone* juga berubah. Jika dahulu telepon genggam hanya digunakan untuk berkomunikasi, saat ini hal tersebut sudah berkembang menjadi fitur-fitur baru (Rimbawati, 2023, hlm. 17836). Namun, jika *smartphone* digunakan secara intensif dan berlebihan dapat berdampak pada kesejahteraan psikologis pengguna.



Gambar 2.3 *Smartphone*
Sumber: <https://www.gizchina.com...>

B. Komputer

Seiring perkembangan teknologi, komputer telah menjadi hal yang lumrah dalam kehidupan sehari-hari karena sudah biasa digunakan untuk komunikasi, pekerjaan, hiburan, dan pendidikan (Mustaridi, 2020, hlm. 200). Komputer sendiri adalah perangkat elektronik yang pengaturan sistem untuk melaksanakan serangkaian operasi secara otomatis. Komputer modern mampu menjalankan berbagai program yang memungkinkan penggunaannya melakukan berbagai hal.



Gambar 2.4 *Komputer*
Sumber: <https://www.perumperindo...>

C. *Laptop*

Laptop, atau komputer jinjing, adalah komputer portabel yang mengintegrasikan layar, *keyboard*, dan komponen

internal dalam satu perangkat (Nugraha dkk., 2023, hlm. 40). Kelebihan tersebut memungkinkan mobilitas dan fleksibilitas bagi pengguna. Saat ini, *laptop* seringkali digunakan masyarakat untuk bekerja, belajar, bermain, dan lainnya karena dapat dibawa dan lebih praktis dibandingkan dengan komputer biasa. Laptop juga dapat dikategorikan menjadi perangkat yang cukup formal dan lebih sering digunakan untuk hal pekerjaan (Unthari dkk., 2022, hlm. 43).



Gambar 2.5 *Laptop*
Sumber: <https://dibimbing.id...>

Perangkat elektronik seringkali digunakan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan remaja. Melalui penjabaran diatas, penulis mengetahui bahwa dalam kehidupan remaja, mereka menggunakan media elektronik untuk berbagai hal seperti belajar dan hiburan. Di dalam media elektronik, seseorang dapat mengakses berbagai hal seperti sosial media, *website*, artikel, dan lainnya.

Pemilihan jenis media elektronik harus disesuaikan dengan target audiens yang dituju. Hal tersebut dikarenakan efektifitas dari penggunaan media berpengaruh dengan ketertarikan pengguna terhadap isi informasi. Terdapat dua jenis media informasi yaitu media cetak dan media *digital*. Untuk memberikan media cetak kepada orang, diperlukan kertas atau bahan serupa sebagai media, sedangkan untuk media *digital*, terdapat beberapa perangkat elektronik seperti *smartphone*, komputer, dan *laptop*.

2.2 Website

Website merupakan salah satu media *digital* yang dapat dijadikan sebagai sarana informasi. *Website* dapat diakses menggunakan perangkat elektronik seperti *smartphone*, komputer, maupun *laptop*, sehingga tingkat kemudahan untuk mengakses terbilang cukup mudah. Menurut (Rozan Fajri Irfani, 2023, hlm 2084) *website* merupakan media informasi yang bersifat dua arah yang memiliki beberapa halaman. Dalam mengembangkan media interaktif seperti *website*, dibutuhkan pemahaman terkait prinsip *UI/UX* beserta elemen-elemennya.



Gambar 2.6 Website

Sumber: <https://badoystudio.com/pengertian...>

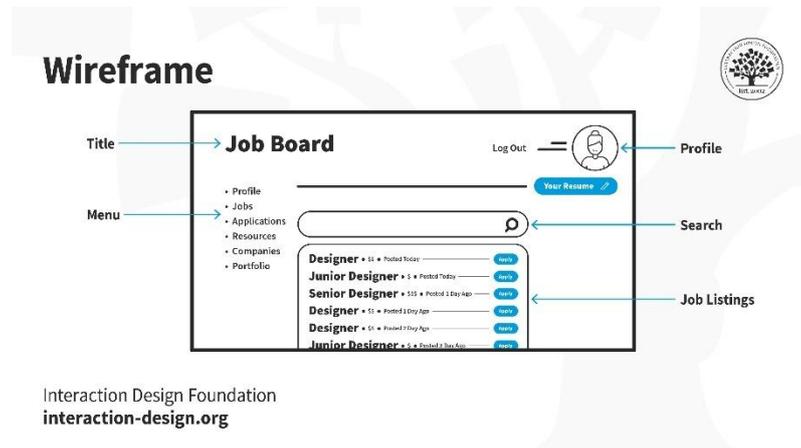
2.2.1 User Interface pada Website

Proses perancangan *website* memiliki hubungan yang erat dengan *User Interface (UI)*. Menurut (Rozan Fajri Irfani, 2023, hlm 2084), *UI* merupakan sebuah visual yang menampilkan sebuah produk dan menghubungkannya ke pengguna. Pengguna biasanya lebih nyaman dengan tampilan visual *User Interface* yang menarik. *UI* merupakan suatu sistem yang berhubungan dengan visual dari sebuah *website* dan visual tersebut sangat mempengaruhi ketertarikan pengguna terhadap isi dari *website* tersebut (Salsa Bila & Rosa Indah, 2023, hlm. 746). Terdapat elemen-elemen desain yang dapat digunakan untuk memaksimalkan tampilan *UI* seperti *color*, *typography*, ikon, *layout*, dan *button*.

2.2.1.1 Wireframe

Wireframe merupakan alat bantu yang membantu tidak hanya desainer tetapi juga Developer *website* dalam membuat interaksi

(Wireframes, 2025). Dalam hal ini, *wireframe* dapat juga disebut seperti blueprint yang menempatkan visual *website* serta urutan *flow* dari satu halaman ke halaman lainnya.



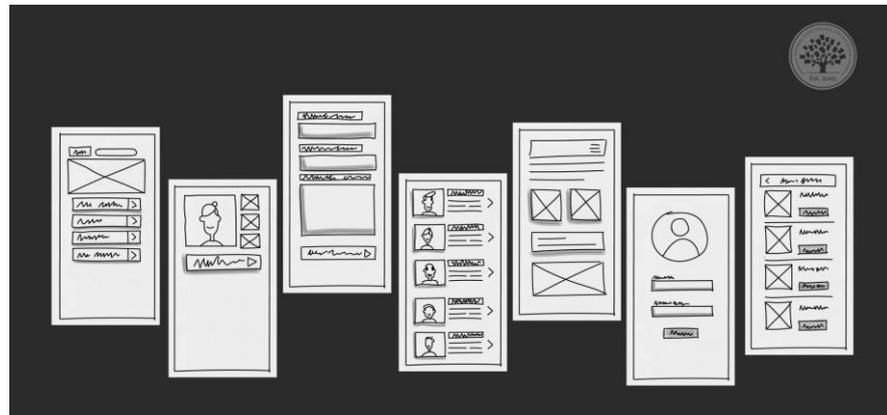
Gambar 2.7 Wireframe
Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

Terdapat cara membuat *wireframe* yang efektif dalam sebuah *website*, dimana desainer harus membuat *list* dari elemen yang paling penting dan membuat *information architecture*, kemudian desainer dapat melanjutkan dengan membagi section ke dalam beberapa bagian. *Grid* menjadi alat bantu yang baik dalam proses pembuatan *wireframe* sehingga pembagian jarak dapat terlihat dengan baik. Jika membuat *website*, desainer dapat memulai dari pembuatan *mobile website* terlebih dahulu yang nantinya akan dilebarkan lagi menjadi *desktop* yang cakupan layarnya lebih luas. Detil dari ukuran sangat penting dalam membuat *wireframe*, oleh karena itu ukuran dari *typography*, icon, dan elemen desain lainnya harus seimbang. Jika diperlukan, anotasi dapat menjadi solusi untuk memperjelas arah frame yang akan dipindahkan ke halaman lainnya (Wireframes, 2025).

2.2.1.2 Low Fidelity

Low fidelity merupakan tahapan awal untuk membuat *UI/UX website*. Dalam tahap ini, desainer akan membuat kerangka gambaran dari sebuah desain *website* yang nantinya akan diubah menjadi tahap

high fidelity. Tujuan dari pembuatan *low fidelity* adalah untuk memberikan gambaran kepada desainer terkait kegunaan *flow* dan memahami efektivitas pengguna yang akan menggunakan *website*.



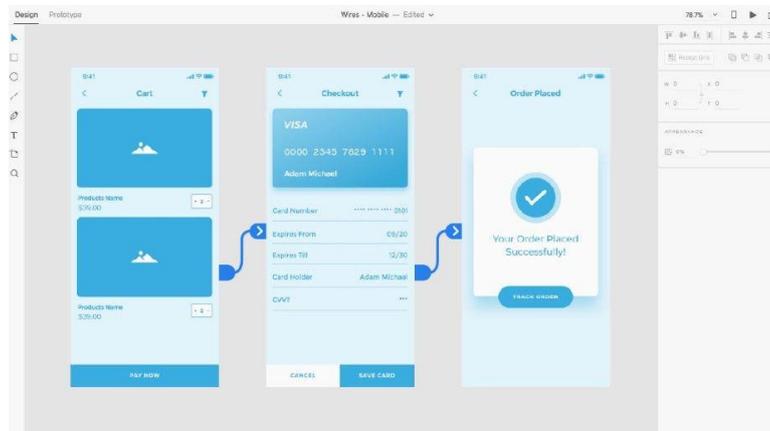
Gambar 2.8 *Low Fidelity*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

Dalam membuat *low fidelity website*, terdapat berbagai macam kerangka yang dapat dibuat oleh desainer seperti sketsa dan *digital wireframes*. Sketsa untuk membuat *low fidelity prototype* ini dapat dibuat secara *digital* maupun fisik. Sketsa *low fidelity* cenderung dibuat dengan garis abstrak sesuai coretan tangan. Terdapat juga *low fidelity prototype* untuk *website* yang dibuat menggunakan *digital wireframes*. Dalam pembuatannya, desainer akan membuat kerangka *low fidelity* menggunakan beberapa bentuk menggunakan *platform digital* dengan ukuran yang berbeda sesuai dengan kebutuhan.

2.2.1.3 *High Fidelity*

High fidelity merupakan tahap lanjutan setelah dilakukannya tahap *low fidelity*. Fokus yang diberikan dalam tahap ini bukan lagi kegunaan, tetapi lebih fokus kepada visualisasi dari produk, dalam hal ini adalah *website* (*High-Fidelity Prototypes*, 2018).



Gambar 2.9 High Fidelity

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

Tahapan *prototyping high fidelity* ini biasanya digunakan untuk melakukan salah satu tahap *Design Thinking* yaitu tahap *testing* kepada pengguna *website*. Perpaduan dari tahap *low fidelity* dan *high fidelity* yang sudah menggabungkan antara kegunaan serta visual, dapat digunakan desainer untuk mengevaluasi pengalaman pengguna saat desainer melakukan *testing*.

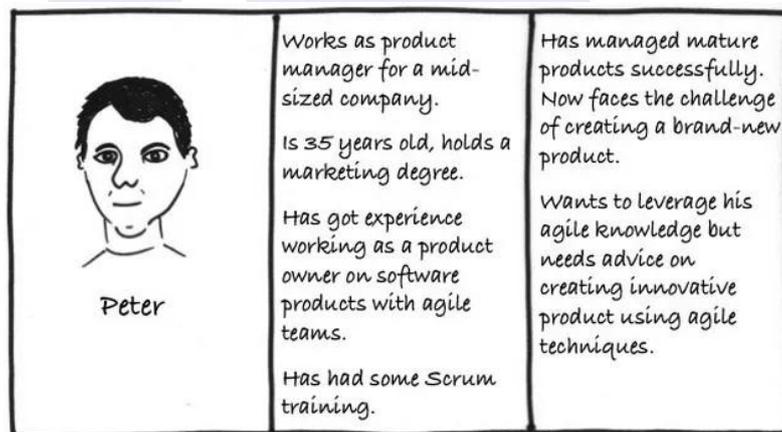
Melalui penjelasan tersebut dapat diketahui perancangan *UI* pada *website* memerlukan beberapa tahapan yaitu *wireframing* yang dibuat dalam bentuk kabel-kabel untuk menentukan alur, dilanjutkan dengan tahapan *low fidelity* yang dibuat untuk menentukan penempatan bagian tanpa harus memikirkan aset, dan terakhir dilanjutkan dengan tahapan *high fidelity* yang merupakan tahap final dari perancangan *UI website*.

2.2.2 User Experience pada Website

User Experience (UX) merupakan sebuah sistem yang tidak dapat dipisahkan dari *User Interface* (Salsa Bila & Rosa Indah, 2023). Jika dalam pembuatan sebuah *website UI* berhubungan dengan tampilan visual, *UX* disini bertugas untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi pengguna *website*. *UX* berkaitan dengan beberapa prinsip yang menunjang kenyamanan pengguna seperti kegunaan, daya tarik, aksesibilitas, kredibilitas, kemudahan, dan nilai.

2.2.2.1 User persona

Persona adalah representasi fiktif dari pengguna ideal berdasarkan riset nyata, yang membantu desainer memahami kebutuhan, tujuan, dan perilaku *target audience* (*Personas – A Simple Introduction*, 2024). Dengan menggunakan persona, tim pengembang dapat menciptakan pengalaman yang lebih sesuai dengan ekspektasi pengguna, menghindari asumsi subjektif, dan memastikan desain yang lebih terarah.



Gambar 2.10 User Persona

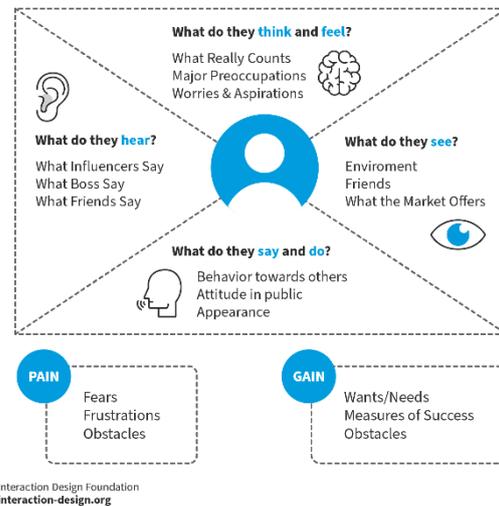
Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

Persona biasanya mencakup informasi demografis, motivasi, frustrasi, serta kebiasaan pengguna, yang semuanya dikumpulkan melalui wawancara, survei, atau data analitik. Penggunaan persona yang efektif dalam proses desain dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan menghasilkan produk yang lebih relevan serta bermanfaat.

2.2.2.2 Empathy map

Empathy map adalah alat visual yang digunakan dalam desain pengalaman pengguna untuk memahami secara mendalam kebutuhan, perasaan, dan perilaku pengguna (*Empathy Map – Why and How to Use It*, 2025). *Empathy map* biasanya terbagi menjadi beberapa kuadran yang mewakili apa yang pengguna pikirkan, rasakan, katakan, dan lakukan.

Empathy Map



Gambar 2.11 *Empathy Map*

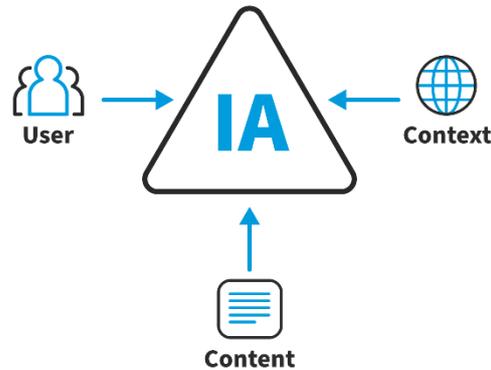
Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

Dengan memetakan aspek-aspek ini, desainer dapat memperoleh wawasan *holistik* tentang pengalaman pengguna, yang membantu dalam menciptakan solusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Penggunaan *empathy map* juga memfasilitasi pemahaman bersama dalam tim desain, memastikan bahwa semua anggota memiliki perspektif yang sama mengenai pengguna target.

2.2.2.3 *Information architecture*

Information architecture adalah cara membuat sebuah informasi menjadi lebih mudah dicari dan dipahami. Pembuatan *Information architecture* harus berdasarkan user (pengguna), konten, dan konteks (*Information Architecture (IA)*, 2025). Analisis yang dilakukan adalah mengetahui calon pengguna, apa yang akan didapatkan, dan ekspektasi apa yang pengguna miliki terhadap *website*. Sedangkan untuk konten, desainer harus memahami informasi yang diberikan serta relevansi dengan pengguna.

Information Architecture (IA)



Interaction Design Foundation
[interaction-design.org](https://www.interaction-design.org)

Gambar 2.12 *Information Architecture*
Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

Konteks dalam *information architecture* berperan dalam mengetahui dimana, kapan, siapa, serta bagaimana pengguna akan menemukan dan membutuhkan informasi dari konten *website*. Desainer akan mulai mencari tahu apa kebutuhan dan alasan pengguna menggunakan *website*. Kemudian desainer akan membuat sebuah *information architecture* sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Berdasarkan penjelasan dan poin tersebut, maka proses pembuatan UX pada *website* memerlukan beberapa tahapan mulai dari tahapan membuat user persona, dilanjutkan dengan pembuatan empathy map, dan ditutup dengan pembuatan information architecture dari *website* itu sendiri.

2.2.3 Prinsip Desain pada *Website*

Prinsip desain pada *website* mencakup konsistensi, hirarki, dan personality (*Design Principles*, 2024). Prinsip tersebut bertujuan untuk memaksimalkan pengalaman pengguna dalam menggunakan *website*. Konsistensi dalam warna, font, dan navigasi membantu pengguna memahami struktur situs dengan mudah (Mads Soegaard, 2021). Tata letak harus seimbang dan sesuai dengan hirarki agar tidak terlalu padat atau kosong (*Visual Hierarchy*, 2024). Personality pada *website* berhubungan dengan kepribadian

seseorang, sehingga desain dan kegunaan yang diberikan harus sesuai dengan sifat maupun kepribadian target pengguna (*Emotional Design (ED)*, 2024).

2.2.3.1 Konsistensi

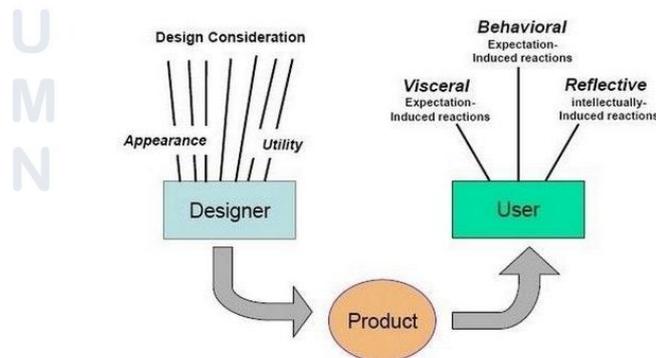
Konsistensi merupakan sikap fokus pada suatu pernyataan atau tindakan. Dalam konteks DKV, konsistensi adalah sikap seseorang yang mempertahankan kesatuan dan keseragaman, sehingga sebuah desain dapat dirancang dengan baik (Cheng & Shanat, 2020). Dalam konsistensi terdapat beberapa elemen desain seperti warna, *typography*, *layout*, dan ukuran (Mads Soegaard, 2021).

2.2.3.2 Hierarki

Hierarki merupakan susunan beberapa bagian dari yang paling tinggi/penting hingga paling rendah. Dalam desain, terdapat hierarki visual yang disusun berdasarkan tingkat kepentingan suatu informasi (Cheng & Shanat, 2020). Tujuan adanya hierarki adalah untuk menonjolkan informasi tertentu sesuai dengan kebutuhannya (*Visual Hierarchy*, 2024). Dalam hierarki terdapat beberapa elemen yang berhubungan seperti posisi, ukuran, warna, dan *proximity*.

2.2.3.3 Personality

Personality merupakan sifat atau kepribadian seseorang yang dinilai berdasarkan tindakan atau perilaku sehari-hari. Dalam hal desain, *personality* merujuk pada preferensi visual dan kegunaan yang disesuaikan dengan kepribadian pengguna suatu produk.



Gambar 2.13 *Emotional Design* Don Norman
Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

Di dalam *personality* ini, terdapat beberapa teori yang disebutkan oleh Don Norman. Teori tersebut menyebutkan beberapa kebiasaan manusia untuk menilai suatu produk yang digunakan (Cheng & Shanat, 2020, hlm. 23). Kebiasaan tersebut masuk ke dalam tingkatan teori *Emotional Design*, dimana didalamnya terdapat *visceral*, *behavioral*, dan *reflective*.

A. *Visceral*

Menurut Donald. A, Norman, *visceral* merupakan tingkat pertama dari teori *emotional design* yang berhubungan dengan kesan awal atau reaksi pengguna terhadap tampilan visual dari sebuah desain produk (Cheng & Shanat, 2020, p. 23-24). Tingkat awal ini cukup penting karena akan mempengaruhi interaksi setelahnya (*Emotional Design (ED)*, 2024).

B. *Behavioral*

Tingkat kedua emosi seseorang dapat dinilai dari tahap *behavioral*. Dalam tahap ini, pengguna mencoba menggunakan interaktivitas yang diberikan produk mulai dari klik, *scroll*, maupun meninggalkan produk (*Emotional Design (ED)*, 2024). Penilaian *behavioral* ini berguna untuk mengetahui preferensi dan hambatan pengguna, sehingga desainer dapat memberikan perbaikan desain sesuai dengan evaluasi pengguna (Cheng & Shanat, 2020, hlm. 23–24).

C. *Reflective*

Tahapan terakhir *emotional design* Don Norman adalah tahap *reflective*. Dalam tahap ini, pengguna menentukan kepuasan emosional mereka setelah menggunakan produk dan menilai apakah produk tersebut memberikan kesan yang bermakna atau tidak (Cheng & Shanat, 2020, hlm. 23–24). Pengguna juga dapat menilai apakah produk layak untuk direkomendasikan kepada orang lain atau tidak.

Teori *Emotional Design* yang dijelaskan oleh Don Norman terdiri dari tiga tahap yakni *visceral*, *behavioral*, dan *reflective*. *Visceral* berhubungan dengan kesan awal pengguna terhadap produk yang ditawarkan, sedangkan *behavioral* adalah tahapan terkait sikap pengguna saat mencoba produk. Tahap terakhir yaitu *reflective* berhubungan dengan kepuasan pengguna terhadap produk tersebut dan apakah mereka akan merekomendasikan produk ke orang lain atau tidak. Tahapan *Emotional Design* ini dapat berguna dalam perancangan penulis untuk menilai produk berdasarkan pandangan pengguna terhadap produk.

2.2.3.4 Kegunaan

Menurut Rangga Wiwesa (2021) kegunaan adalah aspek penting dalam *UX* yang mencerminkan pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan produk atau layanan. Hal ini melibatkan persepsi subjektif pengguna terhadap kemudahan dan kenyamanan interaksi, yang dipengaruhi oleh desain antarmuka pengguna (*UI*) sebagai penghubung antara pengguna dan sistem informasi.

2.2.3.5 Daya Tarik

Daya tarik (*attractiveness*) adalah salah satu dimensi penting dalam evaluasi pengalaman pengguna (Rangga Wiwesa, 2021). Menurutnya daya tarik mencakup persepsi keseluruhan pengguna terhadap estetika, kemudahan, dan kenyamanan saat menggunakan produk *digital* seperti *website*.

2.2.3.6 Aksesibilitas

Aksesibilitas dalam *UX* (*User Experience*) *website* merupakan akses seorang atau sekelompok pengguna dengan *website*, termasuk pengguna dengan disabilitas atau dengan keterbatasan tertentu. Tujuan utama aksesibilitas adalah memastikan bahwa setiap individu dapat mengakses dan berinteraksi dengan konten serta fitur *website* dengan mudah (Rangga Wiwesa, 2021).

2.2.3.7 Kredibilitas

Kredibilitas *website* mencakup kemampuan untuk memberikan informasi yang akurat, relevan, dan dapat dipercaya. Menurut penelitian, kredibilitas sering diukur melalui beberapa aspek seperti kualitas informasi, desain visual, dan pengalaman pengguna secara keseluruhan (Rangga Wiwesa, 2021). Elemen-elemen ini harus mendukung kepercayaan pengguna terhadap layanan atau produk yang ditawarkan oleh *website*.

2.2.3.8 Kemudahan

Kemudahan adalah kemampuan sebuah *website* untuk mendukung pengguna dalam memberikan informasi dengan efektif dan efisien. Hal ini melibatkan *User Interface* yang baik, navigasi yang jelas, serta penyajian informasi yang mudah dipahami. *UI* yang baik akan membantu pengguna memahami cara kerja sistem tanpa kebingungan (Salsa Bila & Rosa Indah, 2023). Maka dari itu, untuk menyusun kemudahan tersebut dibutuhkan proses perancangan dengan membuat *Information Architecture*.

2.2.3.9 Nilai

Nilai *UX* pada *website* melibatkan kemudahan navigasi, kejelasan informasi, kecepatan akses, serta rasa aman dan percaya yang dirasakan pengguna. Nilai dapat berpengaruh besar terhadap loyalitas pengguna *website* (Rangga Wiwesa, 2021). *Website* yang memberikan nilai tinggi memungkinkan pengguna menyelesaikan tugas mereka dengan efisien dan memberikan kesan positif terhadap organisasi yang menyediakan layanan tersebut (Salsa Bila & Rosa Indah, 2023).

2.2.3.10 Affordance

Affordance pada *website* merupakan alat yang berguna untuk memberikan arahan terhadap pengguna terkait cara penggunaan media interaktif (*Affordances*, 2016). Dalam hal ini, biasanya *affordance* digunakan untuk memberi petunjuk bahwa sebuah visual dapat ditekan

atau tidak. Biasanya prinsip *affordance* ini digunakan dalam pembuatan desain interaktif seperti *website* atau aplikasi.

Prinsip desain pada *website* dapat membantu pengalaman pengguna agar lebih memahami dan nyaman dengan *website* itu sendiri. Prinsip desain berdasarkan Design Principles memiliki prinsip konsistensi, hirarki, dan *personality*. Dalam teori *personality* terdapat pengalaman pengguna berdasarkan emosionalnya yaitu dengan melihat *visceral*, *behavioral*, dan *reflective*-nya. Sedangkan prinsip desain lainnya yang umum digunakan adalah prinsip berdasarkan kegunaan, daya tarik, aksesibilitas, kredibilitas, kemudahan, nilai, dan *affordances*.

2.2.4 Elemen Desain pada Website

Dalam sebuah *website*, terdapat elemen-elemen pendukung untuk memaksimalkan kinerja *UI/UX*. Elemen *UI* menurut Frost (2016) dalam bukunya yang berjudul Atomic Design dapat dibagi menjadi *atoms*, *molecules*, *organism*, *template*, dan *pages*. *Atoms* merupakan elemen terkecil dari elemen lainnya, sehingga elemen atom tidak dapat dipisahkan seperti warna, *typography* dan ikon (Frost, 2016). Sedangkan *molecules* adalah gabungan dari beberapa atom yang menjadi kesatuan kecil. Terdapat beberapa contoh yang dapat disebut dengan *molecules* yaitu *header*, *menu*, dan *navigation bar* (Frost, 2016). *Organism* merupakan gabungan dari beberapa *molecules* dan membentuk sebuah bagian (Frost, 2016). Contohnya adalah *navigation* menu yang memiliki beberapa ikon di dalamnya. *Template* merupakan gabungan dari *organism* dengan tata letak yang sudah teratur (Frost, 2016). *Template* berhubungan dengan tata letak yang biasanya kita ketahui dengan nama *layout*, *grid*, dan *column*. *Pages* merupakan *template* yang digabungkan satu dengan yang lainnya menjadi kesatuan beberapa *template* (Frost, 2016). Tujuan adanya *pages* adalah agar pengguna dapat memiliki beberapa konten dengan mengganti halaman dari *website*.

2.2.4.1 Color

Larasati dkk. (2023) menyatakan bahwa, warna adalah elemen penting dalam kehidupan sehari-hari, karena dapat mempengaruhi psikologi seseorang. Warna sendiri memiliki banyak sekali penjelasan teori dimana di dalam *color theory* terdapat penjelasan terkait *properties of color*, *color scheme*, *psychology of color*, dan *color roles* (Color Harmony, 2024).

A. Color Theory

Dalam *color theory*, sistem pengelompokan warna dapat dibagi berdasarkan propertiesnya yaitu *hue* (warna), *value* (kecerahan), dan *saturation* (kejenuhan) yang membantu dalam analisis dan pemilihan warna. Selain itu terdapat juga *color scheme* yang di dalamnya terbagi menjadi *monochrome*, dan *split complimentary*. Kemudian ada *psychology of color* dimana setiap warna dapat dibedakan berdasarkan emosionalnya, dan *color roles* yang memberikan pengertian bahwa setiap warna identik dengan kejadian tertentu (Color Harmony, 2024).

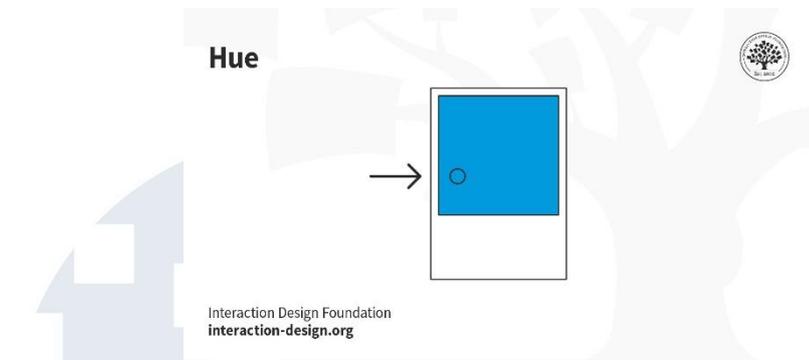
1. Properties of Color

Properti warna merupakan karakteristik dari berbagai macam warna yang digunakan pada sebuah desain (Color Harmony, 2024). Terdapat tiga jenis properti utama dalam warna yakni *hue* (rona), *value* (kecerahan), dan *saturation* (kejenuhan).

a. Hue

Hue merupakan sebuah alat pewarnaan yang biasanya dipresentasikan dengan lingkaran warna yang didalamnya terdapat beberapa warna seperti merah, kuning, biru, hijau dan warna lain yang terdapat dalam *spectrum* cahaya. Pilihan warna *hue* tersebut

memberikan kesan dan nuansa yang berbeda sesuai dengan kebutuhan (Pramudiya dkk., 2024).

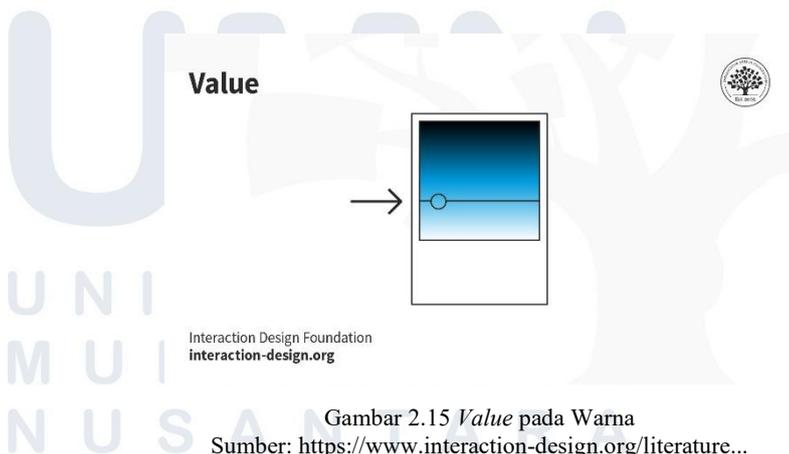


Gambar 2.14 *Hue* pada Warna

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

b. *Value*

Value berhubungan dengan terang dan gelapnya suatu warna, sehingga *value* disebut juga dengan tingkat kecerahan dari warna suatu objek. Semakin tinggi *value*, maka tingkat kecerahannya akan semakin cerah (Pramudiya dkk., 2024).



Gambar 2.15 *Value* pada Warna

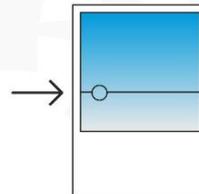
Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

c. *Saturation*

Saturation merupakan komponen warna terakhir yang berhubungan dengan tingkat kejenuhan warna. Semakin tinggi *saturation*, maka warna yang diperlihatkan akan semakin banyak/jenuh, sebaliknya

jika *saturation* rendah, maka warna yang dihasilkan cenderung minim dan terlihat abu-abu (Pramudiya dkk., 2024).

Saturation



Interaction Design Foundation
interaction-design.org

Gambar 2.16 *Saturation* pada Warna

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

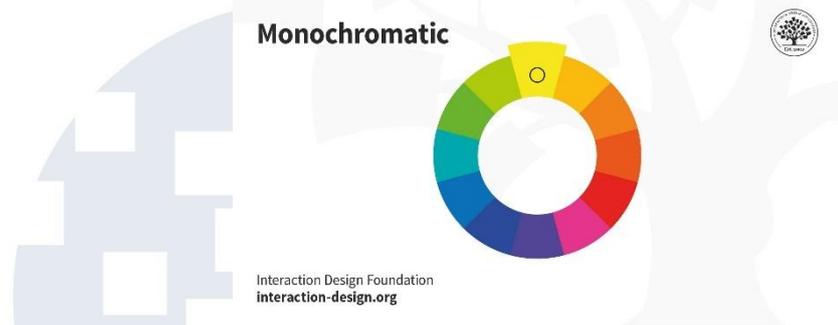
Melalui penjabaran *hue*, *value*, dan *saturation* diatas, dapat diketahui bahwa warna dapat mempengaruhi perspektif seseorang terhadap sebuah produk. Warna dengan *hue* tertentu akan memberikan nuansa yang berbeda, begitu pula dengan *value*, semakin tinggi *value* yang diberikan maka kecerahan warna akan semakin meningkat. Sedangkan *saturation* berperan dalam tingkat jenuh warna, semakin kecil *saturation* maka warna yang diberikan akan lebih minim dan cenderung abu-abu.

2. Color Scheme

Color Scheme merupakan salah satu dari *color theory* yang berhubungan dengan kombinasi warna dalam sebuah kesatuan desain. Pemilihan warna yang tepat dapat menyampaikan sebuah pesan yang dapat dirasakan oleh pengguna. Terdapat beberapa *color scheme* seperti *monochromatic*, *analogous*, *complementary*, *split complementary*, *triadic*, dan *tetradic* (*Color Harmony*, 2024).

a. *Monochromatic*

Monochromatic adalah skema warna yang hanya menggunakan satu *hue* dengan berbagai tingkat kecerahan dan kegelapan (*Color Harmony*, 2024).



Gambar 2.17 Warna *Monochromatic*
Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

Pendekatan ini sering digunakan untuk menciptakan kesan yang elegan dan harmonis, serta membantu fokus pada elemen desain tanpa gangguan dari variasi warna lainnya.

b. *Analogous*

Warna *Analogous* adalah warna yang berdampingan dalam lingkaran warna (*Color Harmony*, 2024). Skema ini menciptakan tampilan yang harmonis dan seimbang.



Gambar 2.18 Warna *Analogous*
Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

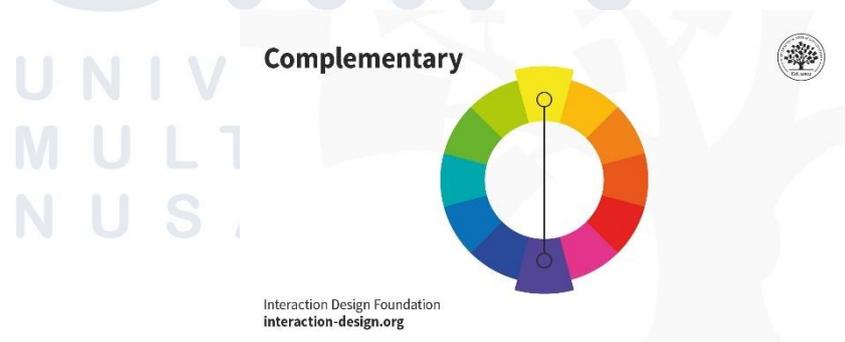
Warna *analogous sendiri* terdiri dari satu warna dominan yang kemudian didukung dengan warna lain. Biasanya warna dominan yang digunakan merupakan warna primer atau sekunder, sedangkan warna pendukung merupakan warna sekunder atau tersier.



Gambar 2.19 *UI Analogous*
Sumber: <https://adoriasoft.com...>

c. *Complimentary*

Warna *Complimentary* adalah warna yang terletak berseberangan pada *color wheel*, dan ketika digunakan bersama, mereka dapat menciptakan kontras yang menarik dan dinamis dalam desain (*Color Harmony*, 2024).

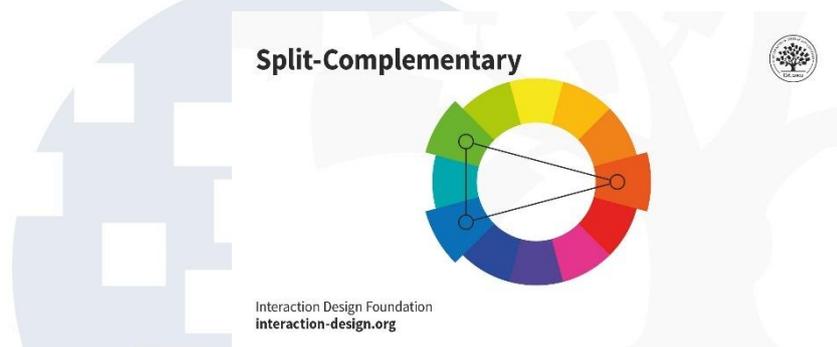


Interaction Design Foundation
[interaction-design.org](https://www.interaction-design.org)

Gambar 2.20 Warna *Complementary*
Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

d. *Split Complimentary*

Split complementary adalah variasi dari *color scheme* yang menggunakan satu warna dasar dan dua warna yang berdekatan dengan warna komplementernya pada *color wheel* atau lingkaran warna (*Color Harmony*, 2024).



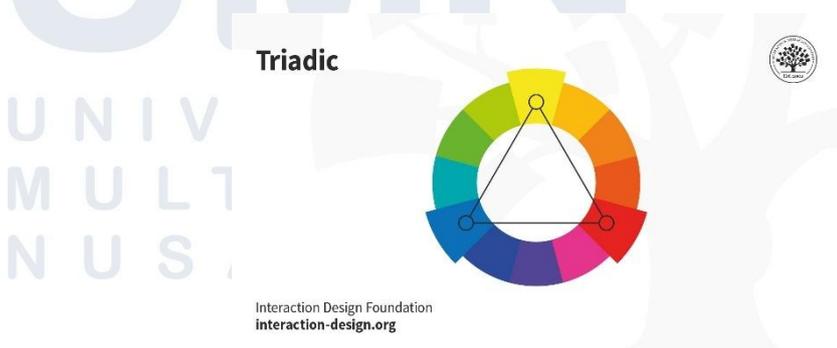
Gambar 2.21 Warna *Split Complementary*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

Alih-alih menggunakan warna yang berlawanan langsung, skema ini menawarkan kombinasi yang lebih seimbang antara kontras dan harmoni.

e. *Triadic*

Warna yang melibatkan kombinasi tiga warna yang berjarak sama satu sama lain dalam *color wheel* (*Color Harmony*, 2024).



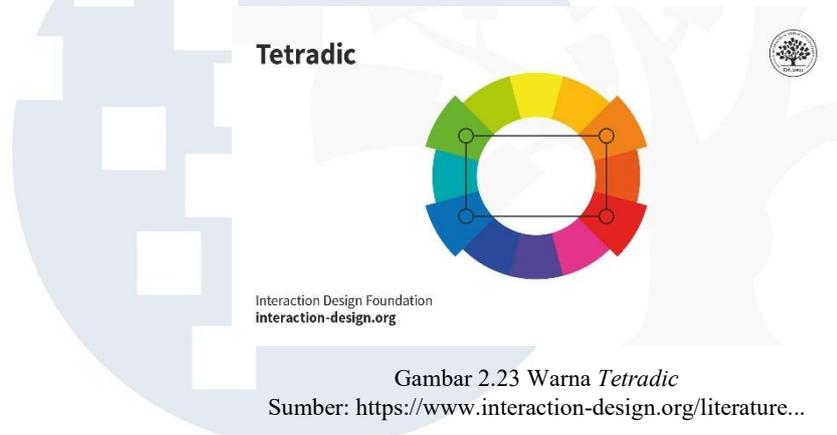
Gambar 2.22 Warna *Triadic*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

Beberapa contoh yang termasuk ke dalam *triadic* adalah kombinasi warna biru, merah, dan kuning, atau ungu, hijau, dan jingga.

f. Tetradic

Tetradic merupakan sebuah kombinasi warna yang menggunakan empat warna yang berjarak sama pada lingkaran warna (Mustaridi, 2020, hlm. 200).

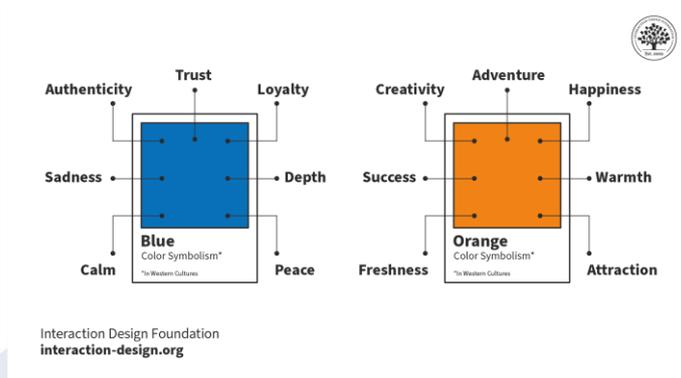


Gambar 2.23 Warna *Tetradic*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

3. *Psychology of Color*

Dalam *psychology of color*, terdapat berbagai macam warna yang memiliki makna psikologis dan berpengaruh dalam sebuah desain (*Color Harmony*, 2024). Pertama terdapat warna merah yang melambangkan energi, keberanian, kemarahan, dan bahaya. Kemudian terdapat warna jingga yang mencerminkan semangat, optimisme, dan kehangatan. Warna kuning sering dikaitkan dengan kebahagiaan dan peringatan. Selain itu, terdapat warna hijau yang melambangkan keseimbangan, kesehatan, kesejahteraan, dan ketenangan.



Gambar 2.24 *Psychology of Color*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

Warna lainnya seperti biru memberikan kesan kepercayaan, profesionalitas, kestabilan, dan ketenangan. Warna ungu identik dengan kemewahan, kebijaksanaan, dan misteri. Putih biasanya mencerminkan kemurnian, kebersihan, kesederhanaan, dan kesucian. Sebaliknya warna hitam melambangkan kekuatan, keseriusan, misteri, dan eksklusivitas. Terakhir terdapat warna abu-abu yang lebih bersifat netral, modern, dan mencerminkan keseimbangan.

4. Color Roles

Warna memiliki peran penting dalam desain, baik untuk menciptakan estetika yang menarik maupun memengaruhi emosi pengguna (*Color Harmony, 2024*). Warna juga dikategorikan berdasarkan fungsinya, seperti warna primer, sekunder, tersier, netral, serta warna aksen yang menonjolkan bagian penting. Dengan pemilihan warna yang tepat, desain dapat menjadi lebih efektif dan komunikatif.

a. Primer

Warna primer merupakan warna utama yang pada sebuah desain. Dalam desain, warna dapat disebut sebagai warna primer jika warna tersebut lebih menonjol dibandingkan warna lainnya (*Color*

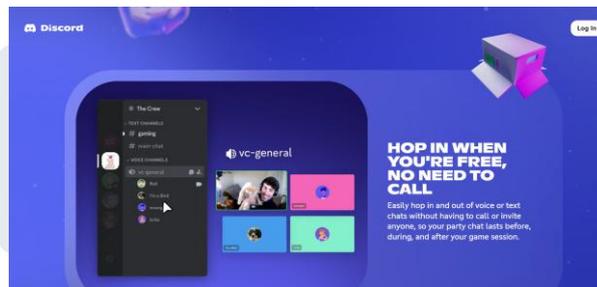
Harmony, 2024). Beberapa warna yang termasuk ke dalam warna primer adalah kuning pada *website* McDonald's.



Gambar 2.25 Warna Primer dalam *Website*
Sumber: mcdonalds.co.id

b. Sekunder

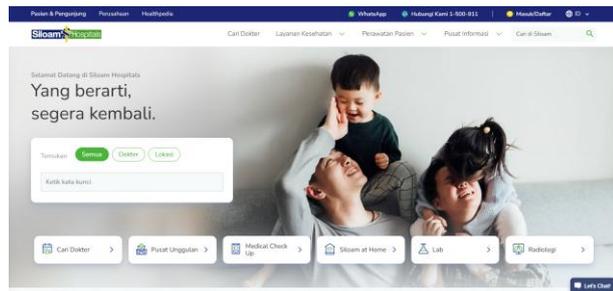
Warna sekunder merupakan warna yang diambil dari campuran dua warna primer. Warna sekunder ini bertujuan untuk menambah variasi visual dalam sebuah desain (*Color Harmony, 2024*). Salah satu contoh warna sekunder adalah perpaduan warna biru dan merah yang menjadikan *website* Discord berwarna ungu.



Gambar 2. 26 Warna Sekunder dalam *Website*
Sumber: discord.com

c. Tersier

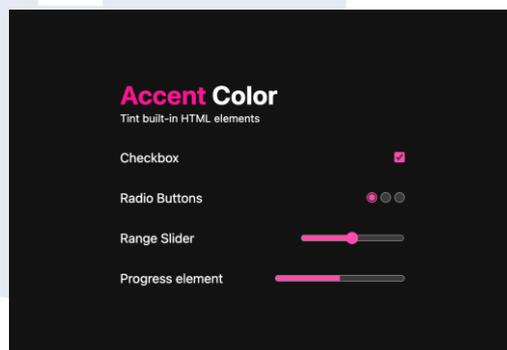
Warna hasil kombinasi warna primer dan sekunder (*Color Harmony, 2024*). Digunakan untuk elemen dekoratif atau aksan tambahan. Contoh: Merah-jingga, biru-hijau.



Gambar 2. 27 Warna Tersier pada Website
 Sumber: <https://www.siloamhospitals.com/>

d. Aksent

Warna yang digunakan untuk menarik perhatian ke elemen penting. Biasanya lebih cerah atau kontras dibanding warna utama.



Gambar 4.1 Warna Aksent

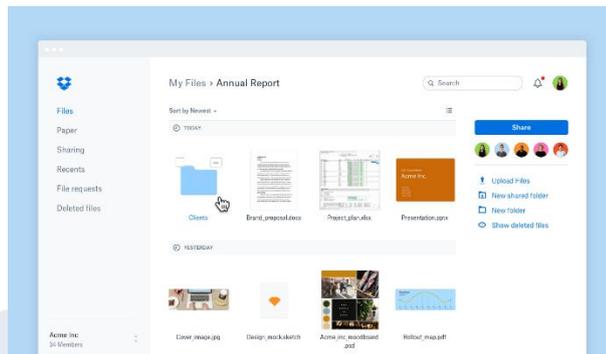
Sumber: <https://web.dev/articles/accent-color?hl=id>

e. Netral

Warna seperti putih, hitam, abu-abu, dan coklat yang digunakan sebagai latar. Penggunaan warna tersebut dapat membuat warna lain menonjol dan menciptakan tampilan bersih serta modern (*Color Symbolism, 2021*).

f. Latar

Warna latar adalah warna yang digunakan sebagai latar belakang untuk mendukung keterbacaan dan kenyamanan pengguna. Biasanya digunakan netral atau warna dengan kontras rendah (*Color, 2025*).



Gambar 2.28 Warna Latar pada *Website*
 Sumber: <https://blog.dropbox.com/topics...>

g. Teks

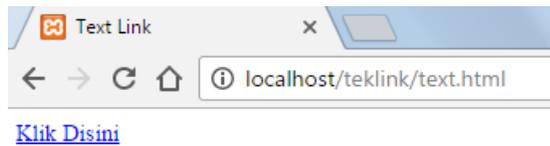
Warna teks adalah warna yang digunakan untuk memastikan teks mudah dibaca. Kontras dengan warna latar belakang untuk menampilkan visual yang optimal dibutuhkan dalam pembuatan *UI*. Pada gambar berikut, teks di bagian atas lebih terbaca dibandingkan dengan teks dibawahnya.



Gambar 2.29 Warna Teks pada *Website*
 Sumber: <https://bikin.website/blog/pengaruh...>

h. *Link*

Warna yang menandakan *hyperlink* atau navigasi. Warna biru seringkali digunakan untuk menandakan *link* dapat di klik, kemudian untuk *link* yang sudah pernah di klik ditandai dengan warna ungu (*visited link*).



Gambar 2.30 Warna *Link* pada *Website*
Sumber: <https://www.webhozz.com/blog/membuat...>

i. **Kesalahan/*error***

Warna yang digunakan untuk menunjukkan kesalahan atau peringatan. Biasanya warna merah atau kuning digunakan sebagai penanda terjadinya kesalahan atau peringatan (*Color, 2025*).

Lupa Password?

Masukkan Email anda untuk reset password

Kami sudah mengirim surel yang berisi tautan untuk mereset kata sandi Anda!

Email

Masukkan Email

Kirim

Gambar 2.31 Warna *Error* pada *Website*
Sumber: <https://docs-vlegal.tric-indonesia...>

j. **Berhasil**

Warna yang menunjukkan aksi berhasil atau positif. Biasanya dalam hal ini digunakan warna hijau, karena identik dengan kata keberhasilan atau persetujuan (*Color, 2025*).



Gambar 2.32 Warna Berhasil pada *Website*
Sumber: <https://santrikoding.com/tutorial...>

Melalui penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa warna memiliki beberapa teori yang dapat digunakan dalam implementasi desain. Pertama terdapat teori *properties of color* yang memiliki penjelasan terkait *hue*, *value*, dan *saturation*. Sedangkan terdapat beberapa jenis warna berdasarkan *color scheme*-nya yaitu *monochromatic*, *analogous*, *complementary*, *split complementary*, *triadic*, dan *tetradic*. Terdapat juga penjelasan warna berdasarkan *psychology of color* yaitu teori warna berdasarkan psikologisnya, dan terakhir terdapat *color roles*, yaitu teori warna berdasarkan kegunaannya dalam desain, seperti warna primer, sekunder, tersier, aksen, netral, latar, teks, *error*, berhasil, dan *link*.

2.2.4.2 *Typography*

Typography merupakan jenis-jenis tulisan yang digunakan dalam sebuah desain, maka dari itu *typography* menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam desain. Terdapat beberapa jenis *typography* berdasarkan jenisnya yaitu, *serif*, *sans-serif*, *script*, dan *decorative* (Arifrahara, 2021, hlm. 98).

A. *Serif*

Jenis *typography* ini memiliki visualisasi yang unik karena berbeda dengan *typography* pada umumnya, jenis *typography* ini memiliki tambahan garis atau aksan pada setiap ujung huruf atau angkanya (Arifrahara, 2021, hlm. 99).

Umumnya *typography* jenis ini digunakan untuk membuat sesuatu yang bersifat formal.



Gambar 2.33 *Typography Serif*
Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

B. *Sans Serif*

Typography berjenis *sans serif* memiliki visualisasi yang sederhana karena hanya berbentuk seperti huruf pada umumnya. Berbeda dengan *typography serif*, *typography sans serif* ini tidak memiliki tambahan garis pada setiap ujung hurufnya (Arifrahara, 2021, hlm. 99). *Typography* jenis ini memiliki kesan yang lebih santai dan tidak jarang ditemukan dalam objek desain.



Gambar 2.34 *Typography Sans Serif*
Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

C. *Script*

Typography berjenis *script* ini memiliki visualisasi yang sangat unik karena memiliki beberapa aksan ukiran pada setiap hurufnya. *Typography* ini biasanya digunakan untuk

memberikan kesan elegan, artistik dan klasik pada sebuah desain. Biasanya digunakan sebagai ukiran pada logo.



Gambar 2.35 *Typography Script*

Sumber: <https://atomisystems.com/elearning/using...>

D. *Decorative*

Jenis *typography decorative* ini memberikan kesan yang lebih informatif dan ekspresif (Arifrahara, 2021, hlm. 99). *Typography* ini biasanya digunakan untuk menyampaikan suatu pesan karena lebih ekspresif dari jenis *typography* lainnya.



Gambar 2.36 *Typography Decorative*

Sumber: <https://sofillyletters.com/blog/the-four-main...>

Typography menjadi salah satu elemen penting dalam pembuatan *UI* sebuah *website*. Jenis-jenis *typography* dapat mempengaruhi kesan dan ketertarikan pengguna dalam *website*. Dalam hal ini, *typography* berjenis serif sering digunakan dalam penulisan yang formal, sedangkan sans serif memiliki kesan yang lebih santai sehingga banyak ditemukan dalam berbagai desain poster semi-informal. *Typography* script biasanya identik dengan huruf sambung yang memberikan kesan elegan dan klasik, umumnya digunakan pada logo yang menawarkan produk/jasa dengan kesan klasik elegan. Terakhir, terdapat *typography* berjenis decorative. *Typography* ini identik dengan bentuk huruf dan angka yang sudah dimodifikasi, biasanya digunakan untuk menyampaikan pesan.

2.2.4.3 Imagery

Imagery dalam *UI (User Interface)* merujuk pada penggunaan elemen visual seperti gambar, ikon, warna, dan *typography* untuk menciptakan pengalaman pengguna yang lebih menarik dan intuitif (Sharp et al., 2019, p. 217). Elemen-elemen ini membantu menyampaikan informasi secara lebih efektif, memperjelas navigasi, serta membangun emosi atau suasana tertentu sesuai dengan tujuan desain (Rachel Krause, 2023). Misalnya, penggunaan ilustrasi yang lembut dalam *website* dapat memberikan kesan menenangkan, sementara ikon yang jelas dan kontras tinggi dalam aplikasi jual beli atau *e-commerce* membantu pengguna menemukan fitur dengan mudah. Dengan kombinasi elemen visual yang tepat, *UI* dapat menjadi lebih menarik, fungsional, dan meningkatkan keterlibatan pengguna.

A. Fotografi

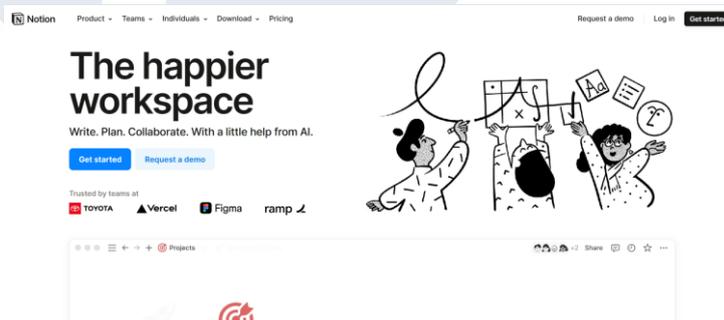
Fotografi merupakan sebuah elemen visual berupa gambar yang diambil menggunakan kamera. Fotografi berperan sebagai alat dokumentasi yang memberikan bukti visual yang akurat dan dapat memperkuat pesan yang disampaikan (Rachel Krause, 2023). Dalam desain, fotografi juga digunakan untuk meningkatkan daya tarik serta mempermudah pemahaman audiens terhadap suatu informasi.



Gambar 2.37 Fotografi pada *UI*
Sumber: <https://www.avia.travel/>

B. Ilustrasi

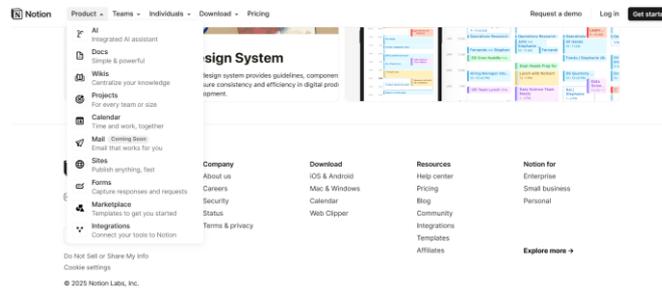
Ilustrasi adalah elemen visual yang digunakan untuk memperjelas atau memberikan visual dari suatu ide konsep (Rachel Krause, 2023). Ilustrasi dapat berupa diagram, grafik, bentuk, atau sketsa yang digunakan untuk menyampaikan pesan dengan lebih komunikatif. Menurut (Tasmin dkk., 2022) Ilustrasi *flat design* sering digunakan dalam pembuatan *website* karena gaya yang minimalis dan dapat memberikan ekspresi karya. Penggunaan gaya *flat design* juga dinilai menjadi gaya ilustrasi yang komunikatif dan sering digunakan dalam media informasi yang rumit, seperti dalam media informasi yang mempengaruhi keputusan seseorang (Athallah Rangga Allifiandi K & Nanda Nini Anggalih, 2022, hlm. 164).



Gambar 2.38 Ilustrasi pada UI
Sumber: <https://www.notion.com/>

C. Ikon

Ikon merupakan elemen visual yang disederhanakan dan digunakan untuk mewakili suatu objek, atau tindakan dalam *website* (Sharp et al., 2019, p. 30). Dalam sebuah *website*, ikon memainkan peran penting dalam meningkatkan keterbacaan dan navigasi suatu sistem dengan memberikan petunjuk yang mudah dikenali.



Gambar 2.39 Ikon pada UI
 Sumber: <https://www.notion.com/>

Visualisasi sangat penting digunakan dalam pembuatan *website*, sehingga dibutuhkan *imagery*. Bentuk-bentuk dari *imagery* dapat mempengaruhi kemudahan pengguna dalam menggunakan *website*. Dalam hal ini, penggunaan elemen seperti fotografi, ilustrasi, maupun ikon sangat berpengaruh terhadap minat dan pengalaman pengguna dalam menggunakan *website*. Penulis berharap dengan adanya elemen-elemen tersebut, *website* yang dibuat dapat memberikan kemudahan kepada target audience terutama target primer penulis yaitu siswa SMA.

2.2.4.4 Layout

Layout adalah pengaturan visual dari elemen-elemen dalam suatu antarmuka atau desain grafis, yang bertujuan untuk memudahkan pemahaman dan interaksi pengguna (Landa, 2019, hlm. 165). Dalam konteks desain grafis, *layout* diartikan sebagai kegiatan menyusun, menata, mengatur, dan memadukan unsur-unsur komunikasi grafis menjadi komposisi karya visual yang komunikatif, estetik, persuasif, dan menarik

A. Layout Pattern

Layout Pattern adalah metode atau pola yang digunakan untuk menyusun elemen-elemen desain, seperti teks, gambar, dan grafik, agar tampilan menjadi terorganisir dan mudah dipahami (Landa, 2019). *Layout* mencakup penempatan dan

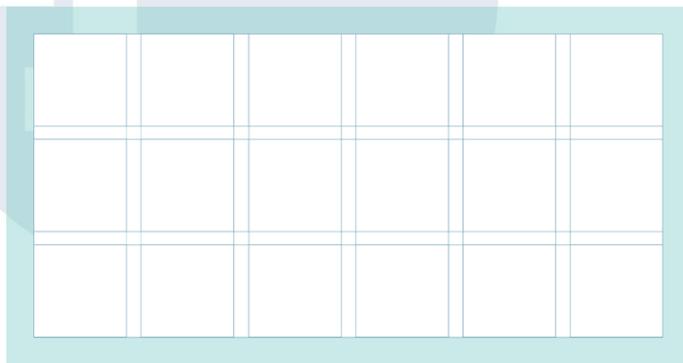
pengorganisasian elemen-elemen tersebut untuk membentuk tampilan yang terstruktur dan efisien bagi pengguna

B. Grid

Grid berfungsi sebagai kerangka kerja yang membantu menciptakan tata letak yang teratur, konsisten, dan mudah dipahami oleh pengguna (Landa, 2019, hlm. 163).

1. Margin

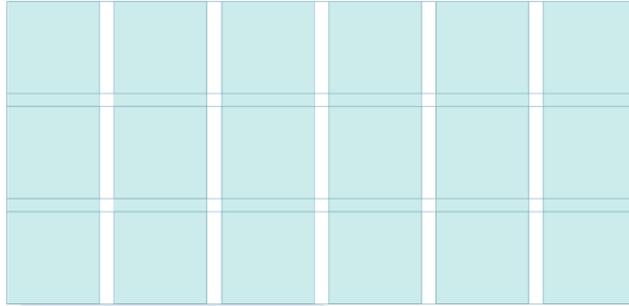
Margin adalah area kosong atau area penyangga elemen desain. *Margin* berfungsi untuk memastikan elemen penting pada desain tidak terpotong saat dicetak (Landa, 2019, hlm. 165).



Gambar 2.40 Margin
Sumber: <https://visme.co...>

2. Kolom

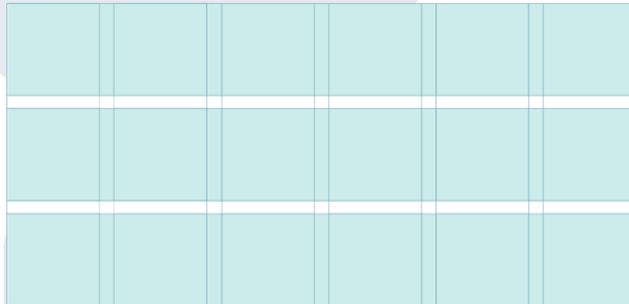
Kolom adalah wadah vertikal yang dapat menampung berbagai jenis konten, seperti teks dan gambar (Landa, 2019, hlm. 167). Lebar serta jumlah kolom dapat bervariasi sesuai dengan kebutuhan desain dan konten. Kolom sendiri berfungsi untuk mengatur informasi secara sistematis dan menciptakan keseimbangan antara elemen-elemen yang ada, sehingga pengguna dapat dengan mudah mengikuti alur informasi.



Gambar 2.41 Kolom
Sumber: <https://visme.co...>

3. Baris

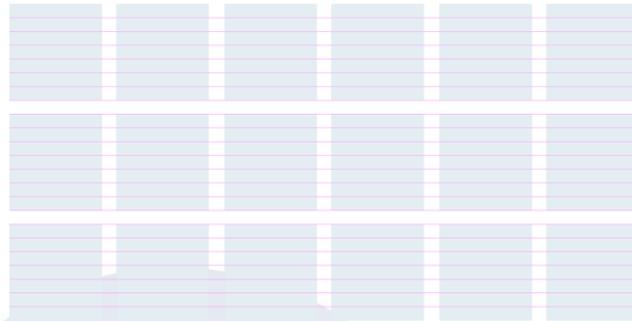
Baris merupakan susunan elemen secara horizontal. Dalam penyusunan *grid*, baris berfungsi sebagai alat bantu untuk mengatur tata letak elemen-elemen *UI* lainnya (Landa, 2019, hlm. 167).



Gambar 2.42 Baris
Sumber: <https://visme.co...>

4. *Flowlines*

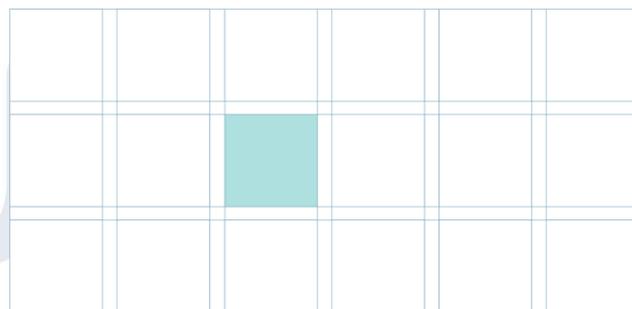
Flowlines merupakan garis horizontal yang berfungsi untuk membagi ruang menjadi bagian horizontal (Landa, 2019, hlm. 168). Garis *flowlines* ini membantu menciptakan aliran visual yang memandu mata pembaca dalam memperoleh informasi di halaman desain. *Flowlines* berperan penting dalam struktur tata letak, karena mereka membentuk modul dan baris yang dapat meningkatkan keterbacaan dan organisasi informasi.



Gambar 2.43 *Flowlines*
Sumber: <https://visme.co...>

5. Modul

Modul adalah suatu susunan unsur desain yang digunakan dalam perencanaan komposisi, yang ditata secara harmonis berdasarkan prinsip-prinsip desain (Landa, 2019, hlm. 168). Modul ini mencakup berbagai aspek seperti teori *color*, *typography*, *layout* dan penggunaan elemen visual lainnya untuk menyampaikan pesan secara efektif.

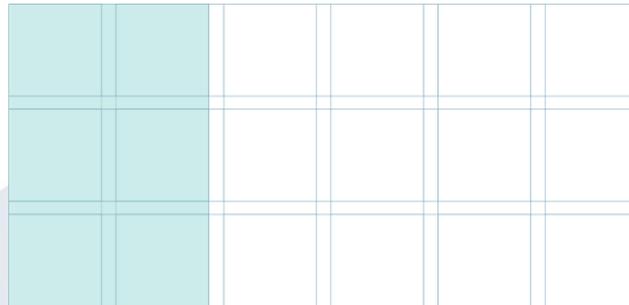


Gambar 2.44 Modul
Sumber: <https://visme.co...>

6. Zona Spasial

Desainer perlu menggunakan alat bantu agar pengguna ruang dapat memahami kondisi spasial mereka. Zona spasial adalah bidang atau area yang berbeda. Umumnya bidang ini berbentuk kotak yang dapat digabungkan

secara vertikal maupun horizontal (Landa, 2019, hlm. 168).



Gambar 2.45 Zona Spasial
Sumber: <https://visme.co...>

Proses pembuatan *website* harus menggunakan layout yang baik sehingga pengguna dapat dengan mudah memahami cara menggunakan *website* tersebut. Dalam layout sendiri terdapat *grid* yang dapat membantu desainer menentukan layout dari *website*. Pada *grid*, elemen seperti margin, kolom, baris, *flowline*, modul, dan zona spasial juga dapat membantu desainer dalam menentukan tata letak dari elemen desain yang akan dimasukkan ke dalam *website*.

Berbagai teori yang dapat membantu perancangan *website* telah dijabarkan pada subbab berikut. Diketahui bahwa perancangan *website* memerlukan bimbingan dari *User Interface* dan *User Experience*. *User Interface* digunakan untuk membantu tahap perancangan dalam segi visual, sedangkan elemen *User Experience* dapat membantu perancangan dalam segi kegunaan atau pengalaman pengguna. Berdasarkan penjelasan tersebut, perancangan *website* tidak dapat dibuat dengan maksimal tanpa peran *User Interface* dan *User Experience*.

2.3 Persiapan Memilih Jurusan Perguruan Tinggi

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2003 Pasal 19 Ayat 1 perguruan tinggi merupakan tingkat pendidikan diatas Sekolah Menengah. Pendidikan di perguruan tinggi mencakup lulusan dengan gelar diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, 2003). Menurut (Hasanah, 2023, hlm. 199), memilih jurusan di perguruan tinggi sangat penting karena dapat

menentukan karir seseorang di masa depan. Maka dari itu diperlukan persiapan untuk memilih perguruan tinggi yang sesuai dengan minat dan bakat seseorang.

Persiapan memilih jurusan di perguruan tinggi dapat dimulai sejak seseorang menyentuh bangku SMA (Palevi & Indra, 2024, hlm. 26). Persiapan tersebut bertujuan agar calon mahasiswa perguruan tinggi tidak salah memilih jurusan karena jika terjadi kesalahan dalam memilih jurusan dapat memberikan akibat yang fatal (Hasanah, 2023). Cara dalam mempersiapkan diri untuk memilih jurusan adalah dengan mencari informasi terkait jurusan perkuliahan, tes minat bakat, dan bertanya kepada orang-orang sekitar (Rista Yonanda dkk., 2022, hlm. 27).

2.3.1 Minat dan Bakat

Mengetahui minat dan bakat, dapat memudahkan seseorang dalam menentukan karir yang akan diminati (Rista Yonanda dkk., 2022, hlm. 27). Pemilihan karir berhubungan dengan jurusan perkuliahan yang akan dipilih karena *skill-skill* tertentu biasanya dibutuhkan oleh seseorang untuk mendapatkan profesi yang dituju (Wirastania dkk., 2023, hlm. 97). Oleh sebab itu, diperlukan pengetahuan terkait minat dan bakat seseorang sebelum mereka memutuskan jurusan perguruan tinggi yang akan ditempuh.

Beberapa orang masih salah mengartikan kata minat dan bakat. Kedua kata tersebut jika dipisah memiliki arti yang berbeda. Minat merupakan sesuatu yang berhubungan dengan mental, perasaan, harapan, dan pendirian seseorang (Rista Yonanda dkk., 2022, hlm. 27). Sedangkan bakat merupakan sesuatu yang berhubungan dengan kemampuan alami seseorang. Maka, minat dan bakat merupakan gabungan dari arti kata minat dan bakat yakni, keinginan, kemampuan dan karakter seseorang yang ada dalam diri seseorang (Wirastania dkk., 2023, hlm. 98).

Minat dan bakat dapat ditentukan melalui suatu tes yang disebut tes minat bakat. Tes minat bakat biasanya dibuat berupa pertanyaan yang dapat mencondongkan seseorang ke arah minat dan bakatnya (Wirastania dkk., 2023, hlm. 98). Alat ini dikategorikan sebagai alat yang berhasil dalam membantu

menentukan perencanaan karir seseorang karena minat dan bakat seseorang dari berbagai bidang karir dapat dilihat melalui tes minat bakat.

2.3.2 Siswa Sekolah Menengah

Siswa SMA telah mengalami proses pertumbuhan dan perkembangan yang mencakup aspek fisik, kognitif, emosional, sosial, dan spiritual. Secara fisik, mereka mengalami pertumbuhan tinggi badan dan perkembangan karakteristik seksual sekunder (Simanjuntak dkk., 2025, hlm. 160). Pada aspek kognitif, siswa SMA mulai mampu berpikir secara logis, dan kritis. Sedangkan perkembangan emosional dan sosial mereka ditandai dengan pencarian identitas diri, peningkatan kemandirian, serta upaya membangun hubungan interpersonal yang sehat dengan teman sebaya dan orang dewasa.

Faktor lingkungan, seperti dukungan keluarga, sekolah, dan masyarakat, memiliki peran penting dalam membantu mereka menghadapi berbagai tantangan, seperti tekanan akademik, konflik, serta masalah kesehatan mental, salah satunya adalah saat seseorang mengalami quarter life crisis. Quarter-life crisis adalah fase krisis yang seringkali dialami seseorang berusia 25 hingga 30 tahun (Hasyim dkk., 2024). Fase ini ditandai oleh perasaan cemas, ragu, dan ketidakpastian mengenai arah hidup dan karir di masa depan yang dapat berakhir dengan depresi. Oleh karena itu, pendekatan pendidikan dan bimbingan yang sesuai dengan tahap perkembangan ini sangat diperlukan untuk mendukung pertumbuhan yang optimal (Umam dkk., 2024, hlm. 76).

2.4 Penelitian yang Relevan

Pada proses perancangannya, penulis mencari beberapa penelitian terdahulu yang akan diadaptasi dan diberikan kebaruan oleh penulis. Penelitian terdahulu tersebut akan dicari berdasarkan keterkaitan dengan topik penulis yaitu pemilihan jurusan perguruan tinggi.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Perancangan UI/UX Sistem Pendukung	Hurin In Liaf Detina, Prita Dellia, Renny Puji Astutik, Alfred	Perancangan berisi terkait pemilihan	Penulis akan memberi kebaruan berupa

	Keputusan Pemilihan Mata Pelajaran Peminatan Siswa Baru dengan Metode <i>Design Thinking</i>	Mubarok, Adam Darmasaputra	jurusan di SMA. Dalam perancangan ini terdapat berbagai jurusan di SMA seperti IPA, IPS, Bahasa, dan kesehatan.	pembuatan <i>website</i> untuk siswa SMA yang akan memilih jurusan perkuliahan.
2	Perancangan <i>UI/UX</i> Pemilihan Peminatan Dan Ujian Komprehensif Mahasiswa Berbasis <i>Website</i> Menggunakan Aplikasi Figma pada Prodi Pendidikan Teknologi Informasi	Bima Arzuna	Perancangan desain memberikan pengguna pengalaman terkait tes yang dapat membantu siswa dalam memilih jurusan perguruan tinggi.	Penulis akan memberikan kebaruan berupa desain dengan warna yang lebih ceria dan sesuai dengan psikologi siswa SMA.
3	Perancangan dan Pengembangan Desain <i>UI/UX</i> pada <i>Website</i> Layanan Pilih Jurusan di PT. Pilihanmu Indonesia Jaya	Dwi Nurmala Sari, Ari abdilah, Achmad Ferdiansyah, Bagas Egasaputro, Mohammad Fikri Haikal, Bryan Eric Kurniawan	Dalam perancangan terdapat beberapa layanan yang dapat dibeli oleh pengguna, seperti tes, coaching, dan workshop. Dalam tes terdapat beberapa pertanyaan yang dapat memberikan rekomendasi kepada pengguna.	Penulis akan memberikan kebaruan berupa penjelasan cara memilih jurusan, agar <i>website</i> tidak mengacu pada tes, tetapi lebih ke arah melihat <i>opportunity</i> atau kecocokan individu terhadap keterangan jurusan. Kemudian penulis juga akan memberikan fitur tambahan seperti konsultasi dengan psikolog.

Berdasarkan penelitian diatas, terdapat beberapa perancangan terdahulu terkait topik pemilihan jurusan. Namun salah satu perancangan mengacu pada jurusan di Sekolah Menengah Atas, bukan jurusan perkuliahan. Beberapa lainnya juga lebih mengacu kepada tes peminatan tanpa menjelaskan deskripsi singkat pada jurusan yang ada di perguruan tinggi saat ini. Penulis akan memberikan beberapa kebaruan terkait konten dengan memperhatikan deskripsi yang dapat menambah pengetahuan atau rasa ingin tahu pengguna terhadap suatu jurusan, serta cara memilih jurusan di perguruan tinggi. Dalam segi desain, penulis melihat beberapa desain yang transparan, sehingga penulis akan memberikan kebaruan berupa desain dengan warna yang jelas dan sesuai dengan psikologi remaja SMA.

