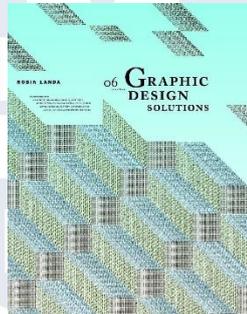


BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Desain Grafis

2.1 Menurut Robin Landa (2017) desain grafis adalah cara mengkomunikasikan sebuah pesan atau informasi dengan merepresentasikan dalam bentuk visual agar dapat dicermati dan mempengaruhi *audience*. “*Graphic design is therefore one of the ways in which creativity takes on a visual reality*” berdasarkan *Professor Alan Robbins*.



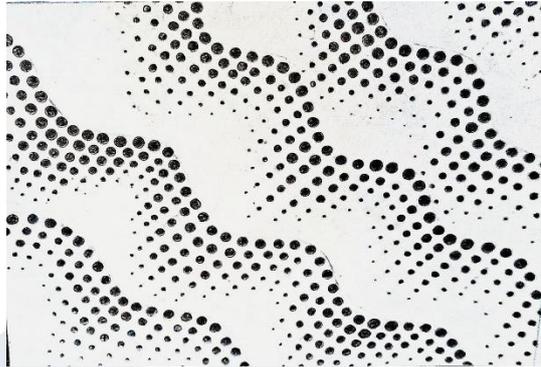
Gambar 2.1 Buku Robin Landa, *Graphic Design Solution Sixth Edition*
Sumber: <https://m.media-amazon.com/images/I/A1+GUIwQn...>

2.1.1 Elemen Desain

Sebagai desainer, penulis harus memahami hal dasar untuk menguasai dan mengeksplorasi seluruh potensi dalam elemen desain. Penggunaan elemen desain dapat menghasilkan sebuah gambar, pola, huruf atau angka, diagram, animasi dan desain konsep. Elemen desain menurut Robin Landa (2017), yaitu titik, garis, bentuk, warna dan tekstur.

2.1.1.1 Titik

Titik atau *point* adalah bagian terkecil dari garis yang dikenal sebagai lingkaran kecil. Dalam gambar digital, *point* terlihat seperti *pixel* yang membentuk sebuah gambar dibandingkan oleh sebuah lingkaran.

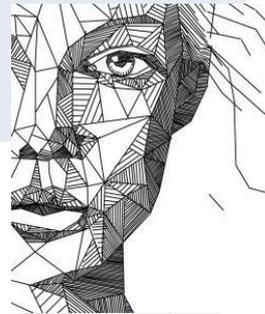


Gambar 2.2 Nirmana Titik

Sumber: <https://i.pinimg.com/736x/a8/f5/b0/a8f5b09bc0235b18...>

2.1.1.2 Garis

Garis adalah gabungan dari titik yang membentuk sebuah jalan atau tanda yang mengkomposisikan sebuah gambar. Garis terdiri dari banyak jenis, garis lurus, garis tebal, garis tipis, garis bertekstur dan garis yang berubah ubah.

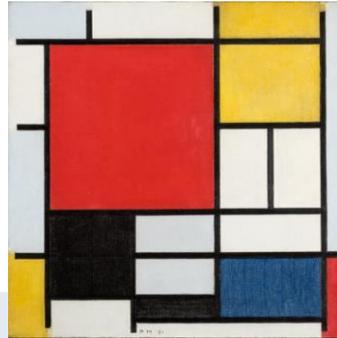


Gambar 2.3 Sketsa Wajah

Sumber: <https://idseducation.com/wp-content/uploads/201...>

2.1.1.3 Bentuk

Bentuk adalah gabungan antara garis yang saling tertutup, sebuah area 2 dimensi yang sepenuhnya terbuat dari garis (*outline*) yang biasanya diisi oleh warna, *tone* dan tekstur. Bentuk sebenarnya hanya terdiri dari 3 dasar 2 dimensi, yaitu persegi, segitiga dan lingkaran yang dapat berubah bila diposisikan sebagai bentuk 3 dimensi.



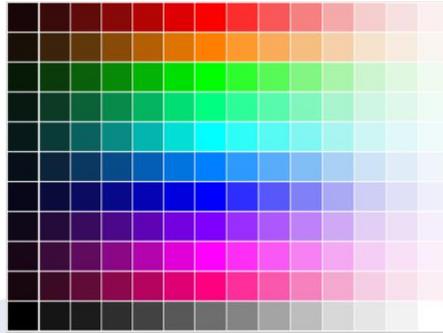
Gambar 2.4 Piet Mondrian

Sumber: <https://blog.bridgemanimages.com/hubfs/BLOG%20...>

1. *Nonrepresentational shape*, bentuk yang ditemukan untuk memvisualisasikan seseorang, sebuah objek dan tempat.
2. *Abstract shape*, bentuk yang sederhana maupun bentuk yang sulit diartikan, berubah ubah dan distorsi yang merepresentasikan sebuah bentuk natural atau untuk kebutuhan komunikasi.
3. *Representational shape (figure shape)*, bentuk yang dapat diimajinasikan atau yang mengingatkan dalam bentuk yang dilihat di alam.
4. *Equivocal shape*, bentuk yang terlihat seperti ying dan yang simbol atau papan catur dalam bentuk hitam dan putih merepresentasikan negatif dan positif.

2.1.1.4 Warna

Menurut Robin Landa (2017) warna adalah elemen yang dihasilkan oleh cahaya untuk merefleksikan energi dari suatu objek. Sebagai seorang desainer, menurut Robin Landa (2017) penggunaan warna adalah sebuah cara untuk mengeluarkan potensi dari warna untuk mengkomunikasikan sebuah symbol, *brand* dan *visceral level* (sistem motorik manusia untuk memahami secara cepat suatu keadaan/kejadian baik maupun buruk dan lingkungan sekitar).



Gambar 2.5 Warna

Sumber: <https://binus.ac.id/malang/wp-content/uplo...>

1. *Primary color*

Primary color terdiri dari 3 warna yaitu merah, hijau dan biru, namun dalam bentuk penggunaan warna secara digital *primary color* disebut sebagai warna RGB atau *addictive primaries*. Dengan gabungan dari warna RGB (*red green blue*) menghasilkan warna CMYK atau *sub-tractive primary color* (*cyan magenta yellow key*) warna yang digunakan untuk *printing*.



Gambar 2.6 Carnovsky Art

Sumber: <https://www.feeldesain.com/wp-content/uploads...>

2. *Color nomenclature*

Secara spesifik elemen warna *nomenclature* dibagi menjadi 3 kategori, yaitu *hue*, *value* dan *saturation*.



Gambar 2.7 *Color Nomenclature*

Sumber: <https://www.virtualartacademy.com/wp-content/uploa...>

- a) *Hue*, *hue* adalah warna yang terdiri dari warna merah, hijau, biru dan orange.
- b) *Value*, *value* mengacu kepada tingkat cahaya yang dipantulkan ke dalam warna misalnya warna merah muda dan merah *maroon*.
- c) *Saturation*, warna *saturation* mengacu kepada *brightness* dan *dullness*.

3. *Color scheme*

Color scheme adalah gabungan warna dari *hue*, *value* dan *saturation*.



Gambar 2.8 *Color Schemes*

Sumber: <https://i.redd.it/054oz146dag61.jpg>

- a) *Monochromatic*, warna yang didominasi oleh warna *hue* yang di ikuti berbagai warna kontras dari *value* dan *saturation*.
- b) *Analogous*, 3 kumpulan warna *hue*, dengan 1 warna dominan serta 2 warna pendukung.
- c) *Complementary color*, warna saling bertabrakan dalam warna *hue* dalam *pigment color wheel*.

- d) *Split complementary color*, warna dengan 3 warna *hue*, 1 warna dasar dan 2 warna yang berdampingan dalam *pigment color wheel*.
- e) *Triadic color*, 3 warna yang berjauhan secara rata dalam *pigment color wheel*, dasar dari *triadic color*, yaitu warna primer dan sekunder.
- f) *Tetradic color*, 4 warna yang berjauhan dalam 2 *complementary color*, yang menghasilkan warna *hue* yang beragam dan kontras.
- g) *Temperature color*, perubahan warna *hue* melibatkan warna suhu *cool* dan *warm*.

2.1.2 Prinsip Desain

Prinsip desain menurut Landa (2017) dengan sebutan HAUS atau *hierarchy, alignment, unity* dan *space*. HAUS merupakan dasar prinsip desain yang menggabungkan gambar dan teks agar seimbang.

1. *Hierarchy*, dalam mendesain diperlukannya untuk mengerti posisi, mengatur dan memvisualisasikan setiap konten, dengan mengatur setiap ukuran, bentuk, warna tekstur untuk membentuk hirarki desain.
2. *Alignment*, komposisi dalam desain dengan menyusun seluruh elemen desain, agar terbentuk menjadi struktur visual yang saling terhubung.
3. *Unity*, mengharmonisasikan elemen desain dengan tujuan membentuk Komunikasi visual. Pengulangan dalam warna, bentuk, tipografi, tekstur, pola dan elemen desain serta Menyusun penempatan agar saling terhubung.
4. *Space*, sebagai desainer bagian kosong membentuk ilusi yang terlihat natural, tidak nyata dan Ajaib. *Space* memiliki nilai special dalam mendesain, untuk memandu *audience* ke dalam elemen desain lain serta merekreasikan ritme dari bentuk ke bentuk lain.

2.1.3 Persepsi

Persepsi adalah bentuk mengorganisasi pikiran menjelaskan urutan kesatuan dalam satu posisi. Pikiran manusia berkoneksi dengan perspektif dari lokasi, bentuk dan warna yang tersusun secara jelas dan teratur.

1. *Similarity*, elemen desain yang membagi karakteristik yang sama dari bentuk, tekstur, wana dan posisi.
2. *Proximity*, elemen desain dekat satu sama lain dan diperuntukan untuk bersama.
3. *Continuity*, elemen desain saling terhubung dengan elemen lain menciptakan impresi gerakan.
4. *Closure*, elemen desain secara natural saling terhubung untuk menyelesaikan suatu bentuk, unit dan pola.
5. *Common fate*, elemen desain yang mungkin terhubung bila memiliki tujuan yang sama.
6. *Continuing line*, elemen desain garis mengikuti jalur walau dengan garis terputus.

2.1.4 Tipografi

Typeface merupakan desain dari satu set karakter yang tergabung dengan konstan visual. *Typeface* terdiri dari huruf, angka, simbol, lambang, tanda baca dan ejaan lama.

2.1.4.1 Klasifikasi *typeface*

Untuk mengerti perbedaan serta kegunaan dalam setiap jenis klasifikasi *typeface*, yaitu *old style/humanist*, *transitional*, *modern*, *slab serif*, *sans serif*, *blackletter*, *script*, *display*, *extended family* dan *super family*.

Frutiger Pro 45 Light
Frutiger Pro 46 Light Italic
Frutiger Pro 55 Roman
Frutiger Pro 56 Italic
Frutiger Pro 65 Bold
Frutiger Pro 66 Bold Italic
Frutiger Pro 75 Black
Frutiger Pro 76 Black Italic
Frutiger Pro 95 Ultra Black
Frutiger Pro 47 Light Condensed
Frutiger Pro 48 Light Condensed Italic
Frutiger Pro 57 Condensed
Frutiger Pro 58 Condensed Italic
Frutiger Pro 67 Bold Condensed
Frutiger Pro 68 Bold Condensed Italic
Frutiger Pro 77 Black Condensed
Frutiger Pro 78 Black Cond. Italic
Frutiger Pro 87 Ext Black Cond.
Frutiger Pro 88 Ext Black Cond. It

Gambar 2.9 *Typeface Frutige Pro*

Sumber: <https://assets.8thlight.com/images/insights/posts/2...>

1. *Old style/humanist*, roman *typeface* memiliki karakteristik berdasarkan sudut dan tanda kurung di tepi lebar.
2. *Transitional*, *serif typeface* dengan karakter transisi dari *old style* ke *modern*.
3. *Modern*, *serif typeface* memiliki bentuk yang lebih geometris dengan goresan pena tebal dan tipis di tepi.
4. *Slab serif*, *serif typeface* dengan karakteristik bentuk yang tebal dan lempengan di akhir pena.
5. *Sans serif*, tidak memiliki goresan pena di akhir dan biasanya digunakan secara informal.
6. *Blackletter*, karakteristik tulisan yang terlihat gothic, memiliki banyak goresan termasuk goresan tebal dan goresan tipis.
7. *Script*, tulisan *script* memiliki karakteristik seperti tulisan tangan dengan bentuk huruf yang sedikit miring dan terkadang tergabung antar huruf.
8. *Display*, tulisan *display* biasanya digunakan untuk judul atau *headline* dengan ukuran *font* yang besar dan sulit dibaca hanya teks biasa.
9. *Extended family*, memiliki *style font* yang beragam melebihi jenis *typeface serif*.

10. *Super family, typeface* yang memiliki setiap jenis *font serif* dan *sans serif*.

2.1.5 Isometric

Isometrik adalah gambar yang memberikan prespektif 3 dimensi dalam bentuk 2 dimensi dengan menggunakan bantuan prespektif serta *shading* dan bayangan untuk memberikan *volume* dalam gambar. Secara matematik *isometric* titik sumbu ruang yang sama dalam bentuk *horizontal* dan *vertical* pada sudut 120 derajat. Penggunaan gambar *isometric* dalam desain atau gambar untuk membantu menjelaskan gambar atau rancangan struktur seperti bangunan dan mesin. Keunggulan gambar *isometric* untuk menjelaskan informasi dalam gambar yang dilihat dalam bentuk perspektif agar mudah dikenali sesuai dengan bentuk objek di dunia nyata.

2.2

User Experience

User Experience menurut Carl Jones (2022), proses mengatur perjalanan *user* untuk mengerti berbagai faktor yang terlibat dalam aksi, mengandalkan teknik *marketing* dan pencarian data. *User experience* memiliki tujuan untuk memahami *user*, merasakan kesulitan penggunaan dan pencapaian, untuk membantu kontras proses *user interface* agar sesuai dengan pengaturan proses memahami *user*.

2.2.1 Design Thinking Phase

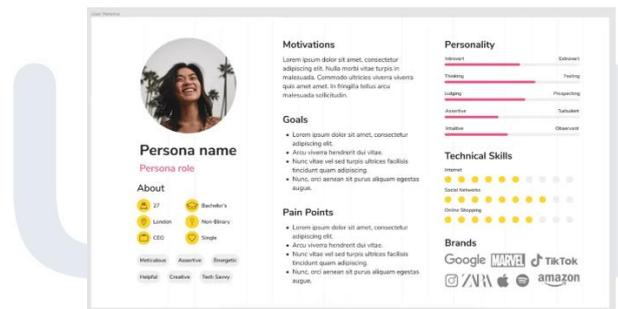
Dalam pengerjaan desain terdapat sebuah tahap untuk mendapatkan sebuah ide yang akan di proses dengan banyaknya pertanyaan serta mendapatkan sebuah inspirasi yang akan digunakan untuk mendapatkan solusi. Dengan melakukan tahapan dalam *design thinking* yang terdiri dari 6 tahapan, yaitu *formulate a motivating query*, *gather inspiration*, *generate idea*, *make ideas visible*, *test to learn* dan *tell the tale*.

1. *Formulate a motivating query*, dengan mempertanyakan masalah serta cara menyelesaikannya dalam bentuk *insight*.

2. *Gather inspiration*, mencari inspirasi dengan mencari kebutuhan target.
3. *Generate idea*, membuat *mind map* untuk menentukan *keyword* yang akan digabungkan menjadi *big idea*.
4. *Make ideas visible*, dengan konsep serta strategi yang sudah didapatkan buatlah sebuah *prototype*.
5. *Test to learn*, dengan melakukan tes kepada *prototype* untuk mendapatkan saran dan berekperimen.
6. *Tell the tale*, buatlah sebuah cerita yang menggerakkan target untuk mengambil aksi.

2.2.2 Tipe User Persona

User persona gambaran dari *audience* fiksi untuk menunjukkan tujuan dan perilaku atau kebiasaan berdasarkan *user* sebenarnya (Carl Jones, 2022). *Persona* digunakan sebagai paduan UX desainer untuk membuat proyek sesuai dengan sikap, tujuan, perilaku dan kesulitan *user*. UX *Persona* dibagi menjadi 2 tipe, yaitu *Marketing Personas* dan UX *personas*.



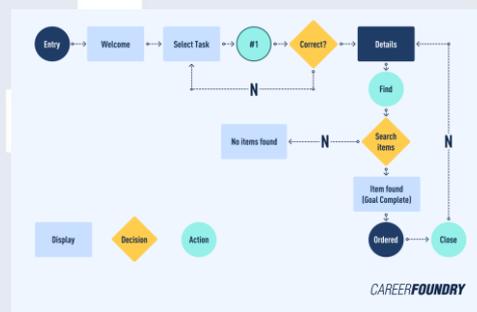
Gambar 2.10 Persona Template

Sumber: <https://www.andacademy.com/resources/wp-content/uploads/2024/03/5-3.webp>

1. *Marketing personas*, persona target pasar dari *user* dan memiliki nilai sebagai segmentasi dan target pasar baru.
2. UX *personas*, UX *Persona* membantu UX *designer* menentukan sekumpulan *user* untuk mengerikan tujuan serta aspirasi dengan menganalisis metode dan pengalaman menggunakan produk.

2.2.3 User Flow

Penggunaan *website* terkadang memiliki kompleksitas, dengan memvisualisasikan perjalanan *user* mencapai tujuan. Perjalanan bertahap sampai pada tujuan dan mencapai hasil akhir bila *user* ikut serta membeli atau mengikuti aksi (Carl Jones,2022). Desainer memiliki tujuan untuk mengerti secara detail perjalanan *user* dalam mengaplikasikan *website* atau aplikasi, dengan menunjukkan rute pencarian memudahkan *user* untuk menemukan tujuan akhir (Albert Chipman, 2022)



Gambar 2.11 Contoh User Flow

Sumber: <https://cdn.careerfoundry.com/en/wp-content...>

2.2.4 Wireframes

Sketsa dasar dalam pembuatan *website* atau aplikasi dengan memvisualisasikan *layout* serta penataan objek dan teks, *wireframe* mudah dimodifikasi bila adanya kesalahan atau perubahan, mendapatkan *feedback* dari *user* dilihat dari rute & cara penggunaan dikarenakan *colorless* dan akurasi desain sesuai dengan konsep. *Wireframes* dibagi menjadi 3 jenis, yaitu *low fidelity*, *medium fidelity* dan *high fidelity*.



Gambar 2.12 Contoh Low Fidelity

Sumber: <https://assets.justinmind.com/wp-content/up...>

1. *Low fidelity*, juga disebut *paper wireframes* dengan penampilan yang *colorless* dan hanya berupa *layout* sederhana.
2. *Medium fidelity*, penggunaan *grid*, ukuran serta *layout* yang sudah tertata rapi, biasanya sebagai panduan.
3. *High fidelity*, hasil akhir dengan seluruh *grid*, ukuran objek dan teks dan *layout* yang tertata dengan warna.

User Interface

2.3 *User interface* menurut Albert Chipman (2022) merupakan aspek dari produk digital atau *service* yang dapat berinteraksi dengan *user*. UI dapat membantu bagi pengguna teknologi untuk terarah dalam tujuan dari pencaharian menggunakan *website* atau aplikasi. Desain memiliki aspek penting yang terhubung dengan kebiasaan dari *user* untuk mencapai *user interface* yang berhasil.

2.3.1 Prinsip Desain *User Interface*

Sebagai seorang desainer untuk mengerti prinsip dasar dalam mendesain UI, menurut Ruben Gingerich (2022) yaitu ukuran, hirarki, keseimbangan, kontras dan *gestalt*.

1. *Scale idea*, dalam mendesain, desainer membagi pada aspek penting dan kurang penting. Dengan menggunakan perubahan ukuran dalam gambar atau teks, *user* dengan mudah menyadari informasi lebih penting dengan ukuran yang lebih besar.
2. *Visual hierarchy principle*, mengarahkan *user* menjerumus ke dalam alur desain dengan menggunakan perubahan dalam ukuran, warna, nilai, posisi, spasi dan beberapa signal seperti gambar dan *icon*.
3. *Balance principle*, proporsi ukuran yang tidak seimbang dapat mengganggu *user* untuk menyelami informasi yang disampaikan, dengan menyeimbangkan proporsi dan penempatan penulisan dan penempatan gambar.
4. *The contrast principle*, kontras dalam desain memberikan arahan dalam alur desain, perubahan kontras warna, ukuran dan objek (simbol/ ikon) untuk menarik perhatian *user*.

5. *Gestalt principle*, cara sederhana *user* untuk mengerti bagaimana mengorganisasikan gambar yang rumit, dengan mengorganisasikan secara teratur dengan beberapa part yang dapat dimengerti.

2.3.2 *Element Interface Design*

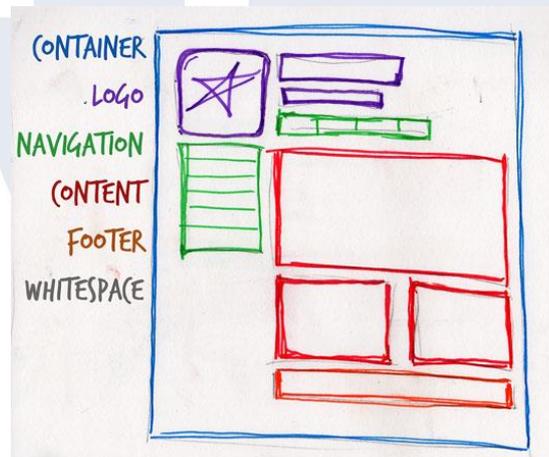
Element interface design digunakan sebagai panduan dalam mendesain agar dapat dimengerti oleh *audience* serta dapat mengubah pandangan *audience*. Elemen *interface design* menurut Palama Deacon (2020), yaitu *usability*, *learnability*, *efficiency*, *memorable*, *errors*, *satisfaction*, *navigation* dan *layout design*.

1. *Usability*, kunci dari elemen *interface design*, hanya dengan pertanyaan mengenai cara mengakses *user* dapat menavigasi dari halaman sebelumnya ke selanjutnya.
2. *Learnability*, mempelajari penggunaan *website* merupakan dasar dalam mempelajari dasar dari tugas dan aktifitas, desainer sebaiknya mempertimbangkan kegunaan dari *website*.
3. *Efficiency*, *user* yang dapat mempelajari dasar *website* dengan cepat merupakan kesuksesan bagi desainer, *user* dapat menyelesaikan tugas dengan bantuan dari *website*.
4. *Memorable*, *user* memiliki keinginan untuk mengunjungi spesifik *website* merupakan fitur sebagai desainer, dengan hasil *user* dapat mengingat fitur dan navigasi dari *website* dan *application*.
5. *Errors*, penggunaan *website* atau aplikasi memiliki kesulitannya tersendiri yang menyebabkan *user* kesulitan untuk mengatasi *error*, sebagai desainer penulis memberikan arahan serta peringatan mengenai kesalahan dari sistem maupun kesalahan dari *user*.
6. *Satisfaction*, pengarahan penggunaan *website* atau aplikasi sistem memberikan arahan kepada *user* agar mendapatkan hasil yang diharapkan. Bila *user* puas dengan hasilnya maka desain tersebut dianggap stabil.

7. Navigation, proses pembuatan *website* atau aplikasi memerlukan sistem yang teratur, pentingnya rencana *design process* untuk tertata agar aksi mudah digunakan oleh *user*.

2.3.3 Web Page Anatomy

Dalam buku *The Principles of Beautiful Web Design* oleh Jason Beaird (2007), anatomi dalam penggunaan *website* dapat dijelaskan sebagai posisi penempatan untuk membentuk *flow website*. Anatomi dalam *website* dibagi menjadi 6 bagian, yaitu *containing block*, *logo*, *navigation*, *content*, *footer* dan *white space*.



Gambar 2.13 *Web Page Anatomy*

Sumber: <https://www.sitepoint.com/wp-content/uploads/2011/06/layout-anatomy.jpg>

1. *Containing block*, halaman utama sebagai batasan pada halaman *website*, tempat untuk mensortir penempatan konten berdasarkan ukuran *page* yang digunakan.
2. Logo, logo digunakan sebagai identitas yang ditunjukkan pada setiap *page*, hal tersebut untuk meningkatkan nama *brand* dan membantu untuk menentukan *moodboard*.
3. *Navigation*, berada pada posisi paling atas agar mudah ditemukan dan memberikan *user* penjelasan mengenai konten yang serta sebagai sistem navigasi yang mudah digunakan.
4. *Content*, setiap pengunjung *website* memiliki keperluan untuk mendapatkan informasi. Tipikal pengunjung hanya akan masuk

dan meninggalkan dalam beberapa detik bila konten atau informasi yang dicari tidak ditemukan. Tujuan *web page anatomy* untuk memberikan waktu kepada *user* dengan memindai halaman *website* agar *user* mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

5. *Footer*, berada pada halaman terakhir pada *website* yang berisi *copyright*, kontak, legal informasi dan *link* yang terhubung dengan brand. *Footer* sebagai arahan kepada *user* bahwa halaman sudah mencapai bagian akhir dari halaman *website*.
6. *White space*, dalam desain sebagai bagian kosong yang tidak diisi oleh ilustrasi maupun *teks*, penggunaan *white space* dalam *website* agar desain tidak ramai dan rapih.

2.3.4 Grid

Grid merupakan sistem struktur yang tak terlihat terdiri dari garis dan kolom yang membawa proses pengerjaan desain secara rapi dan terorganisir untuk membantu *user* (Carl Jones, 2022). Dengan menggunakan struktur *grid*, desainer dapat mengatur pondasi penyusunan secara konsisten dengan perubahan *layout*. *Grid* memiliki fungsi penting dalam penyusunan desain *website* atau aplikasi, penggunaan *grid system* mengatur penempatan gambar, teks dan penempatan iklan. Menurut Landa (2017) kegunaan *grid* dalam *system design website* atau aplikasi memiliki beberapa fungsi, yaitu *unifies, determines basic anatomical structure, creates visual style, facilitates layout, allow easy changes to content, promotes teamwork* dan *establishes geography*.

1. *Unifies*, membantu mengatur perubahan dan strategi organisasi tertata secara kesatuan dan harmoni.
2. *Determines basic anatomical structure*, mengatur posisi struktur sesuai dengan media yang digunakan dengan adanya perubahan penempatan *header*, area fitur, *content area*, *sidebars*, *footer* dan *negative space*.

3. *Creates visual style*, struktur *grid* dapat memberikan perubahan visual dalam mengidentifikasi karakteristik *website* atau desain.
4. *Facilitates layout*, penataan desain tidak seluruhnya memiliki perubahan dalam setiap *page website*, dengan mengatur visualisasi *website* menjadi kesatuan.
5. *Allow easy changes to content*, kemudahan dalam pembaharuan konten yang di *upload* serta konten mudah di proses.
6. *Promotes teamwork*, membantu mempromosi sesama *creative team* untuk mempromosikan *website*.
7. *Establishes geography*, pemberitahuan lokasi penggunaan agar membentuk *layout* sesuai media.

2.3.5 60 30 10 Rules

Warna pada media *website* atau aplikasi diperlukannya keseimbangan warna di *website* atau aplikasi. Warna 60% adalah warna *primer* merupakan warna dominasi sedangkan *secondary color* dengan 30% dan 10%.



Gambar 2.14 Tampilan aplikasi telkomsel
 Sumber: <https://static.promediateknologi.id/crop/0x0:0x0/0x0/...>

Pada tampilan gambar di atas menunjukkan *cra* pengaturan 60 30 10 *rules*, dengan warna primer (60%) berwarna merah sebagai tampilan fitur. Sedangkan warna sekunder (30%) menggunakan warna biru memberikan informasi dan warna *second* sekunder (10%) berwarna oren.

2.3.6. Color Rules

Sebagai seorang desainer pemilihan warna adalah hal fatal untuk melengkapi desain, pengertian setiap kegunaan warna dalam fungsional *website* atau aplikasi dapat membantu *user* untuk mendapatkan pengertian dari warna, contoh warna merah diartikan perhatian, kesalahan dan info penting. Menurut Carl Jones (2022) peraturan warna dalam user interface di antaranya, yaitu *branding, funcional, feedback, accent, neutral, interaction, contrast* dan *color blind*.

1. *Branding*, melengkapi *website* atau aplikasi yang memiliki kesamaan dengan warna *brand* atau produk memudahkan *audience* mengenal lebih mengenai *brand* dan *website* atau aplikasi.
2. *Funcional*, perubahan warna dalam tombol UI yang memiliki fungsi, yang berhubungan dengan *navigation, modals*, konteks dan *link*.
3. *Feedback*, menggunakan penggunaan warna agar *user* dapat menilai bahwa *website* atau aplikasi, gambar dan informasi dengan *percentage*.
4. *Accent*, perubahan warna pada *text* menunjukkan kepada *user* informasi yang disampaikan penting.
5. *Neutral*, inti warna dari *color pallete* dari warna yang disediakan *brand* dengan memberikan perubahan terang dan gelap. Warna utama adalah warna yang sering muncul sedangkan warna yang terang diartikan sebuah perubahan fungsional sama dengan warna gelap adanya perubahan yang dapat diinteraksikan.
6. *Interactions*, warna dalam setiap tombol memiliki tujuannya sendiri seperti tombol *sign in* atau *sign out* biasanya berwarna biru bahwa tombol tersebut memiliki aksi.
7. *Contrast*, keseimbangan dari warna, *teks* dan gambar.
8. *Color blind*, *audience* yang memiliki kekurangan seperti *color blind* mempengaruhi perubahan warna yang dilihat, sebagai desainer mempertimbangkan penggunaan warna sesuai dengan *audience*.

2.3.7 Typesetting

Penulisan Informasi yang disampaikan melalui media diwajibkan untuk mudah dibaca agar *audience* mendapatkan Informasi yang dicari. Terdapat 3 teknik secara digital yang dapat menyesuaikan jarak antar huruf, kata, spasi dan garis, yaitu *kerning*, *tracking* dan *leading*.

1. *Kerning*, spasi antar huruf memudahkan *audience* membaca kata.
2. *Tracking*, spasi antar kata agar memudahkan membaca kata dan spasi tidak terlalu dekat atau terlalu jauh.
3. *Leading*, spasi antar garis.

Pemadam Kebakaran

2.4 Pemadam kebakaran adalah lembaga pemerintah yang diberi tanggung jawab dalam mengatasi penanggulangan kebakaran dan penyelamatan. Layanan pemadam kebakaran diantaranya operasi kebakaran, operasi penyelamatan dan pencegahan kebakaran (sosialisasi dan edukasi pencegahan kebakaran, pembinaan teknis dan pemberdayaan masyarakat). Masyarakat di daerah DKI Jakarta dapat mengakses layanan bebas Jakarta siaga 112.

2.4.1 Identitas Logo

Pemadam kebakaran DKI Jakarta memiliki logo Yudha Brama Jaya yang memiliki makna yudha berarti perang, brama berarti api dan jaya berarti menang maka Yudha Brama Jaya memiliki makna “menang melawan kebakaran atau menang berperang dengan kebakaran”.



Gambar 2.15 Logo Yudha Brama Jaya

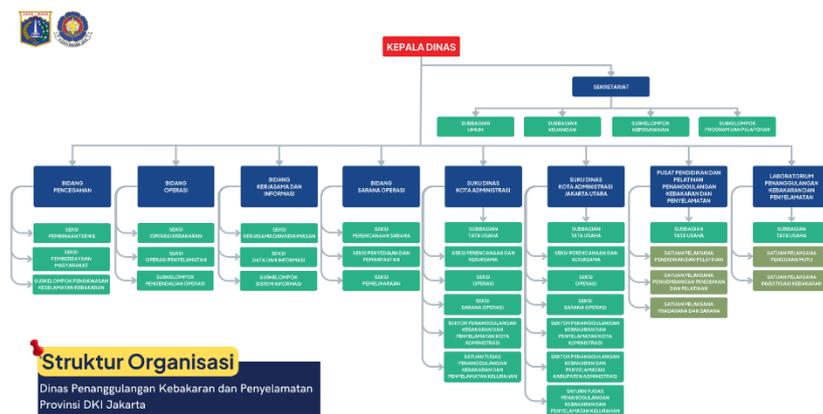
Sumber: <https://pemadam.jakarta.go.id/images/identitas-logo/LogoDamkar.png>

2.4.2 Tugas pokok

Pemadam kebakaran memiliki tugas untuk menanggulangi kebakaran dan penyelamatan sesuai urusan pemerintah bidang ketentraman dan ketertiban umum serta perlindungan masyarakat (pemadam.jakarta.go.id). Visi pemadam kebakaran DKI Jakarta sesuai lingkup tugasnya, “Jakarta kota maju, Lestari berbudaya yang warganya terlibat dalam mewujudkan keberadaan, keadilan dan kesejahteraan bagi semua”. Misi pemadam kebakaran DKI Jakarta adalah “Menjadikan Jakarta kota yang aman, sehat, cerdas, berbudaya, dengan memperkuat nilai nilai keluarga dan memberikan ruang kreativitas melalui kepemimpinan yang melibatkan, menggerakkan dan memanusiaikan”.

2.4.3 Struktur Organisasi

Pemadam kebakaran memiliki struktur organisasi berdasarkan jabatan dan tugas.



Gambar 2.16 Stuktur Organisasi

Sumber: <https://pemadam.jakarta.go.id/images/eselon/struktur-organisasi.svg>

Struktur organisasi dalam bidang operasi berdasarkan Dinas

Penanggulangan kebakaran dan Penyelamatan Provinsi Jakarta berdasarkan Peraturan Gubernur Daerah Khusus Ibukota Jakarta nomor 57 tahun 2022 tentang organisasi dan tata kerja perangkat daerah.

1. Dipimpin oleh kepala bidang operasi, bertugas perencanaan operasi, pengendalian operasi dan Komunikasi operasi pemadam kebakaran atau operasi penyelamatan.
2. Kepala seksi operasi kebakaran, bertugas mengkoordinasi, membina memantau dan melaksanakan operasi pemadaman api.
3. Kepala seksi operasi penyelamatan, bertugas mengkoordinasi, membina memantau dan melaksanakan operasi penyelamatan.

Ambulan

2.5 Ambulan dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) merupakan kendaraan yang dilengkapi peralatan medis untuk mengangkut orang sakit dan korban kecelakaan. Setiap rumah sakit memiliki ambulan darurat yang siap siaga untuk menangani orang sakit dan korban kecelakaan.

Kendaraan Mobil Dinas Indonesia

2.6 Kendaraan dinas baik motor maupun mobil memiliki plat nomor berwarna merah yang dipakai untuk kepentingan negara. Sesuai dalam peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara, Nomor 87 Tahun 2005 tentang Pedoman Efisiensi dan Disiplin PNS, sudah ditetapkan kendaraan dinas adalah fasilitas kerja ASN sebagai penunjang penyelenggaraan pemerintahan negara. Kendaraan dinas kepresidenan Indonesia merupakan kendaraan resmi digunakan untuk kepentingan kegiatan resmi dan menyambut tamu negara.

Konvoi Mobil Polisi

Kendaraan konvoi mobil polisi memiliki hak prioritas yang di atur dalam Undang Undang no 22 tahun 2009 pasal 134 tentang lalu lintas dan angkutan jalan. Konvoi mobil polisi memiliki kewenangan pengawalan jalan, Dalam Pasal 14 ayat 1 huruf “a” UU Nomor 2 tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia disebutkan, dalam melaksanakan tugas pokoknya, Polri bertugas melaksanakan pengaturan, penjagaan, pengawalan, dan patroli terhadap kegiatan masyarakat dan pemerintah sesuai kebutuhan.

Pertolongan Pertama pada Kecelakaan Lalu Lintas

2.8 Pertolongan pertama pada kecelakaan lalu lintas merupakan tindakan awal yang sangat penting untuk menyelamatkan nyawa korban. Tindakan yang cepat dan tepat dapat mengurangi risiko komplikasi dan meningkatkan peluang keselamatan korban.

1. Pastikan keselamatan diri sendiri terlebih dahulu, pastikan Anda berada di tempat yang aman agar tidak ikut menjadi korban. Kenakan sarung tangan dan pelindung lainnya jika tersedia. Perhatikan kendaraan yang lewat dan orang-orang di sekitar untuk menghindari komplikasi. Jika Anda merasa tidak cukup kuat atau tidak yakin dengan kemampuan Anda, cobalah untuk mencari orang yang dapat membantu.
2. Hubungi layanan gawat darurat, segera hubungi orang yang berwenang seperti bantuan medis 112, nomor telepon gawat darurat, atau pihak kepolisian. Menunggu terlalu lama untuk menghubungi bantuan medis dapat menunda penanganan korban dan memperparah kondisi korban. Saat menghubungi, jelaskan dengan jelas lokasi kejadian, jenis kecelakaan, dan jumlah korban. Pastikan Anda juga dapat memberikan informasi akurat mengenai kondisi korban untuk memudahkan petugas medis dalam memberikan pertolongan.
3. Penanganan korban dengan cedera serius
 - a. Posisikan korban didekatkan sumber bantuan medis darurat dengan cara yang sopan dan memberikan ruang agar ambulans atau petugas dapat dengan mudah menjangkau korban. Serta menjauhkan korban dari sumber bahaya.
 - b. Jika Anda memiliki keterampilan dasar pertolongan pertama, pastikan Anda mencoba untuk membantu korban tetap tenang.
 - c. Membuka dan memeriksa bagian-bagian korban agar petugas medis dan ambulans dapat dengan cepat mengidentifikasi tipe cedera.
 - d. Korban yang mengalami cedera tulang belakang, jangan mengangkat korban membiarkan korban berbaring seperti menemukan posisi cedera.

- e. Gantikan benda-benda yang menekan bagian tubuh, jika Anda mencoba untuk memberikan pertolongan pada bagian tubuh yang terjepit.
- f. Apabila terjadi pendarahan yang mengucur deras, cobalah untuk menekan perdarahan dengan kain bersih atau menggunakan pembalut yang steril.
- g. Jika korban kesulitan untuk bernafas, kendalikan kemungkinan terjadinya muntahan, hilangkan helm dengan tetap menjaga tanda-tanda bahaya. Lakukan pertolongan pernafasan atau bagi orang awam dapat melakukan tindakan darurat lainnya.
- h. Syok pasca kecelakaan, longgarkan pakaian yang mencangkung dan kesulitan bernafas, untuk posisi darurat rata, tinggikan kaki 30 cm, dan jangan mengangkat kepala korban.
- i. Hindari memberikan cairan dalam kondisi tidak sadar, pastikan korban tetap hangat.

2.9

Penelitian yang Relevan

Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik dari media serta metode perancangan. Penulis berharap dengan bantuan dari penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti atau peneliti lainnya dapat dijadikan sebagai referensi serta panduan.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Kampanye sadar bencana melalui media infografis kebencanaan	Agustian, Y.; Rejeki, D. S. & Agustine, M.	Perancangan media <i>infografis</i> terkait siaga menghadapi bencana. Dengan memberikan	Kampanye masih dapat disebarluaskan melalui media sosial, dengan memperluas media seperti adanya

			penjelasan sederhana.	sosialisasi atau kegiatan agar lebih mudah diingat.
2	Perancangan kampanye pencegahan kebakaran di Kota Bandung	Kusumah, R. C. & Budiman, Drs., M. Mpd ²	Perancangan kampanye dan media pendukungnya mengenai upaya mencegah kebakaran di Kota Bandung, melalui media Komunikasi yang efektif dan meningkatkan kesadaran Masyarakat.	Penyebaran media massa secara digital dan cetak namun adanya pengurangan dalam pemilihan media seperti <i>flayer</i> yang sebaiknya diganti sebagai poster untuk kegiatan aksi. Penulis merasa strategi dan penggunaan media tidak dapat memberikan dampak terhadap perubahan

				perilaku <i>audience</i> .
3	Perancangan program kampanye mitigasi kebakaran di Kelurahan Cengkareng Timur Jakarta Barat	Yohannes	Perancangan kampanye dan media pendukungnya mengenai mitigasi kebakaran di kawasan Jakarta Barat, dengan menggunakan sosialisasi dan pelatihan simulasi kepada masyarakat yang memiliki bangunan semi-permanen.	Sosialisai serta simulasi yang dilakukan melalui media video merupakan ide yang cemerlang mudah dimengerti serta memberikan ketertarikan dalam mempelajari dan hal tersebut memudahkan bagi <i>audience</i> untuk mengingat informasi yang disampaikan.