

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Website

Website adalah sebuah platform digital yang berfungsi sebagai sarana komunikasi, promosi, dan interaksi antara pemilik situs dan penggunanya. *Website* dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti membangun identitas merek, menyampaikan promosi, menjual produk atau jasa, serta membentuk komunitas *online* (Teady, 2023). *Website* yang baik harus mengutamakan pengalaman pengguna (*user experience/UX*) dengan memperhatikan aspek desain, navigasi, dan konten. Struktur yang jelas, tampilan visual yang menarik, serta kemudahan akses di berbagai perangkat menjadi faktor penting dalam menciptakan *website* yang efektif dan fungsional. Selain itu, konsistensi dalam elemen desain, penggunaan warna yang sesuai, serta tipografi yang mudah dibaca juga berperan dalam meningkatkan kenyamanan pengguna saat mengakses situs (Miller, 2022).

Seiring dengan perkembangan teknologi internet, perangkat *mobile* seperti *smartphone* dan tablet memainkan peran besar dalam mengakses halaman web. Namun, tampilan *website* bisa berbeda tergantung pada perangkat yang digunakan, karena ukuran layar pada ponsel dan tablet lebih kecil dibandingkan dengan PC atau laptop (Miller, 2022). Untuk memastikan pengalaman pengguna tetap optimal, *website* perlu dirancang agar tampilannya dapat menyesuaikan dengan berbagai ukuran layar. Solusi terbaik untuk ini adalah dengan menerapkan *responsive web design*, sehingga tampilan *website* tetap nyaman diakses dari perangkat apa pun. Selain itu, desain *website* memiliki peran penting dalam menarik perhatian pengunjung. Oleh karena itu, pengelola *website* perlu memastikan tampilan situsnya menarik dan mudah dipahami oleh pengguna (Miller, 2022).

Salah satu cara untuk meningkatkan daya tarik *website* adalah dengan terus memperbarui desainnya. Pada dasarnya, desain adalah proses merancang struktur dan tampilan dengan tujuan memberikan kenyamanan serta kemudahan bagi pengguna. *Website* yang dirancang dengan baik dapat membantu menciptakan

komunikasi yang lebih efektif dengan pengunjung serta meningkatkan jumlah kunjungan secara keseluruhan (Wijaya, 2022)

2.1.1 Website Planning

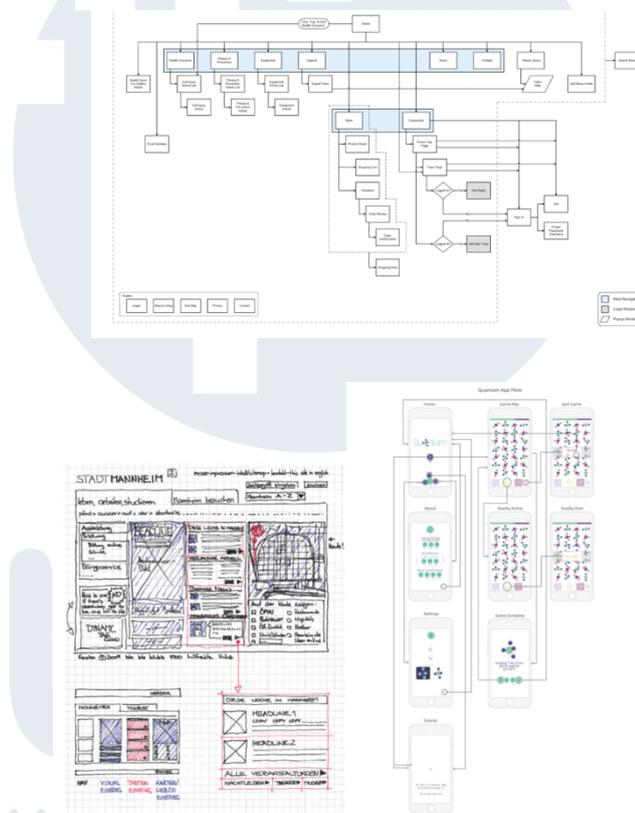
Desain yang berfokus pada pengguna, yaitu desain yang mengutamakan kebutuhan pengguna dibandingkan sekadar estetika atau penggunaan teknologi yang berlebihan, harus dimulai dengan perencanaan yang matang (Miller, 2022). Tujuan dari perencanaan ini adalah menyelaraskan target bisnis klien dengan kebutuhan serta keinginan kelompok pengguna yang menjadi sasaran. Selain itu, perencanaan yang baik membantu memberikan gambaran menyeluruh tentang proyek, sehingga setiap anggota tim memiliki pemahaman yang jelas, perspektif yang sama, dan tujuan bersama. Dengan adanya rencana yang efektif, proses kreatif menjadi lebih objektif dan terarah, serta memberikan kerangka kerja yang jelas dalam pengambilan keputusan (Brian D. Miller, 2022).

Dalam buku *The Principles of Website*, perencanaan *website Web Planning* merupakan tahap fundamental dalam proses pengembangan sebuah situs web (Miller, 2022). Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa *website* yang dibuat tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna, tetapi juga dapat mendukung strategi bisnis yang telah ditetapkan. Perencanaan yang matang akan membantu menghindari kesalahan desain, memastikan navigasi yang jelas, dan meningkatkan efektivitas dalam menyampaikan informasi kepada audiens yang ditargetkan (Miller, 2022).

Perencanaan *website* adalah tahap krusial dalam pengembangan sebuah situs yang bertujuan untuk memastikan bahwa setiap elemen yang ada dapat berfungsi secara optimal sesuai dengan kebutuhan bisnis dan pengguna (Miller, 2022). Langkah pertama yang harus dilakukan adalah menetapkan tujuan utama *website*, apakah untuk membangun *brand awareness*, menyediakan layanan *e-commerce*, melakukan pemasaran, memberikan informasi, atau membangun komunitas interaktif. Setelah itu, identifikasi

target audiens menjadi hal yang penting agar desain dan konten yang disajikan relevan dengan preferensi dan kebiasaan pengguna (Miller, 2022).

Struktur dan navigasi *website* harus dirancang secara intuitif dengan menyusun *sitemap*, menu, dan kategori yang jelas agar pengguna dapat dengan mudah menemukan yang mereka butuhkan (Miller, 2022). Strategi konten juga menjadi faktor utama dalam menarik minat pengunjung, sehingga diperlukan konten berkualitas, penyajian yang menarik, serta optimasi SEO agar *website* lebih mudah ditemukan di mesin pencari (Miller, 2022).



Gambar 2.1 *Sitemap, Wireframe Website*
Sumber: *The Principles of Web Design* (Brian D. Miller, 2022)

Aspek teknis seperti pemilihan platform, kecepatan akses, serta keamanan *website* juga tidak boleh diabaikan untuk memastikan performa yang stabil dan perlindungan data pengguna (Miller, 2022). Selain itu, responsivitas dan pengalaman pengguna (UX) menjadi kunci keberhasilan dalam memberikan kenyamanan akses di berbagai perangkat. Sebelum diluncurkan, *website* harus melalui tahap pengujian menyeluruh untuk memastikan semua

fitur berjalan dengan baik, mulai dari fungsionalitas, kecepatan, hingga pengujian berbasis umpan balik pengguna. Dengan perencanaan yang matang, sebuah *website* dapat memberikan pengalaman terbaik bagi pengunjung serta mendukung pencapaian tujuan bisnis secara efektif (Miller, 2022).

2.1.2 Elements Of Usability

Usability kemudahan penggunaan sepenuhnya berfokus pada pengguna. Semakin mudah sebuah situs digunakan, semakin baik pengalaman yang didapat oleh pengguna. Namun, setiap individu memiliki preferensi dan kebiasaan yang berbeda, bahkan dalam satu kelompok target yang sama (Miller, 2022). Dalam desain web, data demografi seperti usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin, bahasa, minat, dan budaya tetap relevan seperti halnya dalam bentuk komunikasi lainnya. Namun, ada faktor tambahan yang perlu diperhatikan, yaitu aspek teknologi yang digunakan oleh pengguna. Ini mencakup sistem operasi, kecepatan prosesor, resolusi layar, kapasitas memori, dan kecepatan koneksi internet. Semua faktor ini dapat mempengaruhi bagaimana sebuah situs dirancang agar lebih mudah diakses dan digunakan oleh berbagai jenis pengguna (Miller, 2022).

2.1.2.1 Kecepatan Memuat Halaman

Untuk komputer desktop, kecepatan memuat halaman bukan masalah besar karena sebagian besar perangkat terhubung ke internet dengan koneksi berkecepatan tinggi. Namun, pada perangkat seluler, kecepatan memuat halaman sangat penting. Halaman yang lebih ringan tidak hanya mempercepat proses pemuatan tetapi juga menghemat penggunaan kuota data (Brian D. Miller, 2022).

2.1.2.2 Keterbacaan (*Legibility*)

Keterbacaan teks dalam sebuah situs sangat berpengaruh pada pengalaman pengguna. Faktor-faktor seperti kontras warna antara teks dan latar belakang, ukuran huruf, jarak antar baris, serta jenis font yang digunakan harus diperhatikan agar lebih mudah dibaca (Miller, 2022).

2.1.2.3 Aksesibilitas (*Accessibility*)

Dalam beberapa tahun terakhir, aksesibilitas situs web menjadi perhatian utama bagi desainer dan pengembang web. Tidak hanya sekadar menambahkan teks alternatif (ALT) pada gambar agar dapat diakses oleh penyandang disabilitas penglihatan, tetapi juga mencakup berbagai aspek desain visual dan kode untuk memastikan situs dapat digunakan oleh semua orang (Miller, 2022).

A. **Konten yang Mudah Dipindai (*Scannable Content*)**

Pengguna mengunjungi sebuah situs untuk mendapatkan informasi, sehingga konten yang mudah dipahami sangat penting. Oleh karena itu, isi halaman sebaiknya disusun dalam bagian-bagian yang ringkas dengan judul yang jelas dan deskriptif, agar pengguna dapat dengan cepat menemukan yang mereka cari (Miller, 2022).

B. **URL dan Judul Halaman yang Jelas**

Judul halaman yang ditampilkan di bagian atas browser memberi tahu pengguna tentang isi halaman tersebut. Selain itu, mesin pencari juga menggunakan judul ini untuk memahami konten situs. Oleh karena itu, judul halaman yang jelas dan akurat sangat membantu pengguna dalam menemukan yang diinginkan (Miller, 2022)

C. **Konsistensi Desain**

Agar sebuah situs terasa lebih mudah digunakan, elemen desainnya harus konsisten di seluruh halaman. Hal ini juga berlaku untuk tampilan seluler, yang sebaiknya memiliki kesamaan desain dengan versi desktop, sehingga pengguna dapat dengan mudah mengenali dan menavigasi berbagai elemen (Miller, 2022).

D. *Usability* di Berbagai Perangkat (*Cross-Channel Usability*)

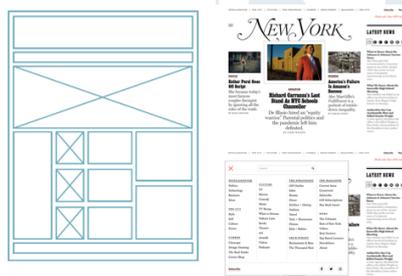
Saat ini, banyak pengguna memulai pencarian informasi melalui perangkat seluler atau tablet. Oleh karena itu, pengalaman pengguna (UX) pada perangkat seluler harus menjadi bagian utama dalam perancangan sebuah situs web. Prinsip-prinsip *usability* bersifat universal, tetapi penerapan desainnya bisa berbeda antara versi desktop dan seluler untuk meningkatkan kenyamanan pengguna (Miller, 2022).

2.1.3 Elemen Desain *Website*

Berikut adalah penjelasan dalam buku *The Principles of Web Design* mengenai elemen desain dalam situs *mobile* yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman *user experience* secara optimal (Miller, 2022).

2.1.3.1 Anatomi Halaman Web

Anatomi adalah struktur dasar yang membentuk sebuah situs. Halaman web biasanya terdiri dari beberapa bagian, seperti *header* yang berisi logo dan navigasi, konten utama yang disampaikan, serta *footer* yang biasanya memuat informasi tambahan seperti kontak (Miller, 2022).

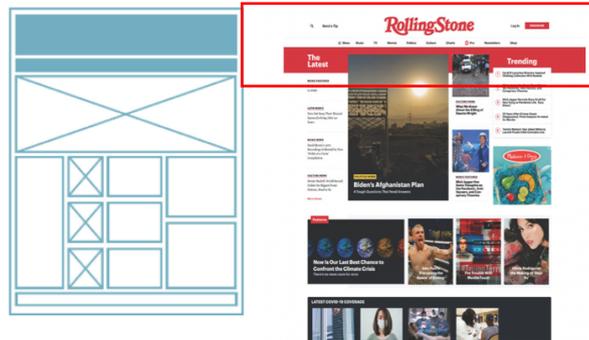


Gambar 2.2 Anatomi Halaman Website
Sumber: *The Principles of Web Design* (Brian D. Miller, 2022)

Test Halaman web biasanya terdiri dari beberapa bagian, seperti:

- A. *Header*: Pada sebuah halaman web umumnya tetap konsisten di seluruh situs. Fungsinya adalah memberikan identitas serta menyatukan tampilan semua halaman dalam satu *website*, sehingga pengguna merasa lebih *familiar* dan terarah. Selain

itu, *header* juga berperan dalam memperkuat *branding* dan sering kali menyertakan elemen penting seperti tombol pencarian, pendaftaran, atau pembelian (Miller, 2022).



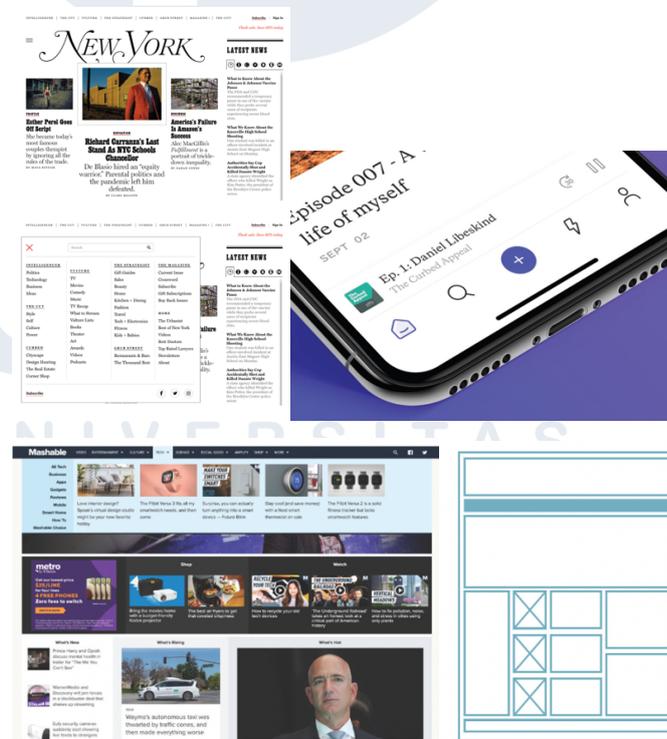
Gambar 2.3 Header Halaman Website
Sumber: *The Principles of Web Design* (Brian D. Miller, 2022)

B. Menu Navigasi: Memudahkan pengguna dalam menjelajahi berbagai halaman yang tersedia. Navigasi ini harus dirancang agar terlihat jelas sebagai elemen yang bisa diklik atau diketuk, terutama pada perangkat *mobile*. Navigasi yang baik sangat penting untuk kenyamanan pengguna, sehingga setiap menu harus memiliki label yang mudah dipahami (Miller, 2022). Agar lebih teratur, navigasi sering kali dibagi menjadi dua bagian. Navigasi utama berisi tautan ke halaman yang paling sering diakses dan penting bagi pengguna, dengan nama menu yang singkat dan informatif. Sementara itu, navigasi sekunder biasanya mencakup tambahan seperti profil perusahaan, kontak. Dengan membagi navigasi menjadi dua bagian, *website* akan lebih mudah serta memiliki struktur yang terorganisir (Miller, 2022).

Navigasi adalah istilah luas yang mencakup segala elemen dalam sebuah situs yang memungkinkan pengguna berpindah dari satu bagian ke bagian lainnya. Navigasi menjadi elemen utama dalam kemudahan penggunaan *usability* sebuah situs. Berbeda dengan desain lain, seperti

buku atau brosur yang memiliki urutan halaman yang jelas, situs web memberikan kebebasan bagi pengguna untuk memilih jalur mereka sendiri melalui berbagai tautan yang tersedia (Miller, 2022).

Navigasi utama dalam sebuah situs adalah kumpulan tautan utama yang mengarahkan pengguna ke konten paling penting. Umumnya, navigasi utama ditampilkan dalam bentuk bilah menu yang selalu terlihat di bagian atas halaman. Standar umum dalam desain navigasi adalah menyediakan lima hingga tujuh opsi utama, sementara opsi lainnya ditempatkan dalam menu turunan *sub-navigation*. Hal ini didasarkan pada kemampuan manusia dalam mengelompokkan dan memahami yang ingin disampaikan secara efektif sebelum membaginya menjadi bagian yang lebih kecil (Miller, 2022).



Gambar 2.4 Navigasi Website

Sumber: newyorkmag.com, *The Principles of Web Design* (Miller, 2022)

C. Fitur area: Salah satu tanda desain yang efektif adalah adanya hierarki yang jelas. Untuk mencapainya, desainer menggunakan titik *focus area* dalam tata letak yang pertama kali menarik perhatian pengguna dan berfungsi sebagai pintu masuk ke dalam keseluruhan desain. Dalam desain web, titik fokus ini sering kali berada di area fitur utama (Miller, 2022). Bagian ini biasanya menempati sebagian besar halaman utama, menggunakan warna yang mencolok, tipografi yang menarik, serta sering kali dilengkapi dengan elemen bergerak atau animasi. Semua elemen ini bekerja bersama untuk menjadikan area fitur sebagai bagian visual yang paling menonjol di halaman tersebut (Miller, 2022). Hierarki visual merupakan prinsip penting dalam desain grafis yang bertujuan untuk mengarahkan perhatian pengguna terhadap elemen-elemen tertentu berdasarkan urutan kepentingannya. Elemen dengan ukuran lebih besar, warna lebih kontras, atau posisi strategis akan secara alami menjadi pusat perhatian pengguna (W. Lidwell et al., 2010). Dalam konteks *mobile site*, penggunaan *headline* berukuran besar dan *bold* di bagian atas halaman merupakan penerapan langsung dari prinsip ini. Dengan menciptakan titik fokus visual di bagian awal tampilan, pengguna langsung memahami pesan utama sebelum melanjutkan ke informasi berikutnya. Ini sangat penting dalam desain digital yang harus cepat dan efisien dalam menyampaikan pesan (W. Lidwell et al., 2010). Penggunaan sudut membulat dalam desain memberikan kesan yang lebih ramah dan mudah didekati karena secara psikologis bentuk ini lebih nyaman dilihat dan lebih mudah diproses oleh mata. Berbeda dengan sudut tajam yang dapat menimbulkan ketegangan visual, sudut membulat membantu menciptakan tampilan yang lembut dan menyenangkan,

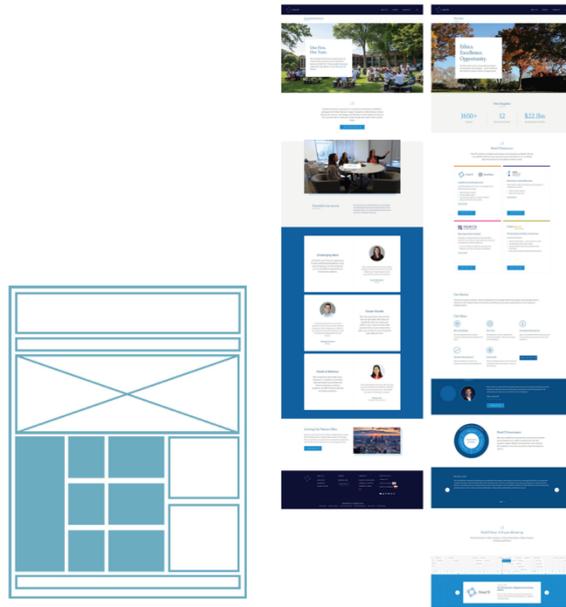
sehingga membuat desain terasa lebih hangat dan bersahabat secara umum (W. Lidwell et al., 2010).



Gambar 2.5 Fitur Area Website
Sumber: *The Principles of Web Design* (Brian D. Miller, 2022)

D. Konten: Area di mana pengguna menghabiskan sebagian besar waktunya karena di sanalah mereka menemukan yang dicari. Oleh karena itu, desain di bagian ini harus mempertimbangkan keterbacaan dan kejelasan agar mudah dipahami. Berbeda dengan media cetak, halaman web tidak memiliki batasan tinggi, tetapi pengguna hanya bisa melihatnya dalam ukuran tertentu sesuai dengan jendela browser yang mereka gunakan. Saat pertama kali dimuat, halaman web menampilkan bagian atasnya terlebih dahulu, yang disebut *above the fold*. Area ini harus dapat memberikan gambaran singkat tentang isi halaman secara keseluruhan, termasuk bagian yang berada di bawahnya, yang disebut *below the fold* (Miller, 2022).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.6 *Body & Content Website*
 Sumber: *The Principles of Web Design* (Brian D. Miller, 2022)

E. *Sidebar*: Dalam sebuah *website* berfungsi sebagai tempat untuk menampilkan tambahan yang mendukung isi utama halaman atau menghubungkan pengguna ke konten terkait melalui menu dan tautan. Selain itu, *sidebar* sering dimanfaatkan untuk menampilkan iklan. Dalam media digital, format iklan seperti *Skyscraper* dan *Big Box* biasanya dipasang di *sidebar* karena sesuai dengan bentuk dan tata letak halaman (Miller, 2022).

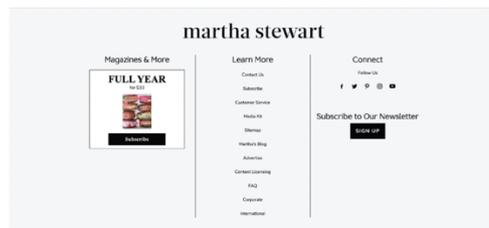
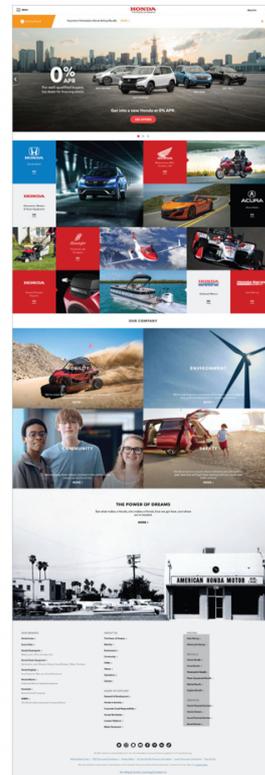
Agar tetap nyaman dipandang, desain *sidebar* harus selaras dengan keseluruhan tampilan *website* dan tidak terlalu mencolok. Dengan begitu, *sidebar* tetap berperan sebagai elemen pendukung tanpa mengalihkan perhatian pengguna dari konten utama (Miller, 2022).



Gambar 2.7 Sidebar Website
 Sumber: *The Principles of Web Design* (Brian D. Miller, 2022)

F. *Footer*: Bagian paling bawah dari halaman web yang memiliki peran penting dalam desain dan optimasi mesin pencari (SEO). Pada awalnya, *footer* hanya berisi hak cipta dan beberapa tautan sederhana. Namun, saat ini, *footer* sering kali berfungsi sebagai peta situs mini yang menampilkan tautan ke berbagai halaman utama di *website* (Miller, 2022). Keberadaan tautan dalam *footer* tidak hanya memudahkan pengguna dalam bernavigasi, tetapi juga membantu mesin pencari seperti Google dalam mengindeks halaman dengan lebih baik. Hal ini berdampak positif pada peringkat pencarian karena Google lebih memprioritaskan kata-kata yang terdapat dalam tautan. Selain itu, *footer* juga sering digunakan untuk menyimpan kode teknis seperti kode pelacakan atau *JavaScript*. Penempatan kode di bagian bawah halaman bertujuan untuk menjaga agar hal penting tetap berada di bagian atas, karena Google lebih

mengutamakan konten yang lebih terlihat dalam menentukan relevansi sebuah halaman (Miller, 2022).

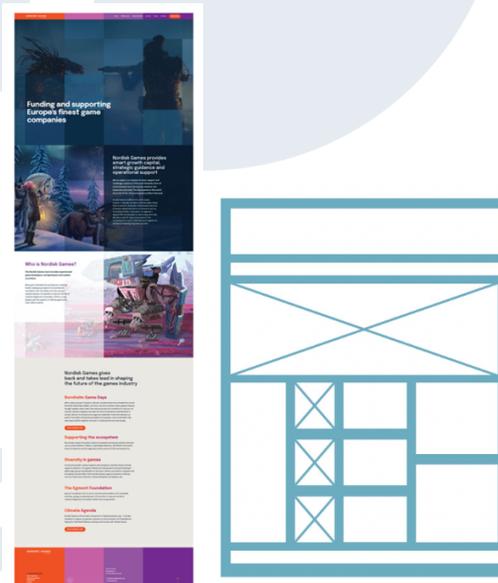


Gambar 2.8 Footer Website

Sumber: *The Principles of Web Design* (Brian D. Miller, 2022)

G. Background: Desain web memiliki peran penting dalam menciptakan tampilan yang menarik, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan pengalaman pengguna. Dahulu, *background* hanya berupa pola berulang seperti *wallpaper*, tetapi kini telah berkembang menjadi elemen visual yang

lebih dinamis, seperti gambar berkualitas tinggi, gradien warna, animasi, atau bahkan video (Miller, 2022). Penggunaannya bisa memberikan kedalaman, memperjelas fokus halaman, serta menciptakan suasana yang sesuai dengan tujuan *website*. Namun, dalam memilih *background*, penting untuk memperhatikan kontras agar tidak mengganggu keterbacaan, memastikan ukuran *file* tetap ringan agar tidak memperlambat *loading*, serta menyesuaikannya dengan berbagai ukuran layar agar tetap responsif di berbagai perangkat. Dengan pemilihan yang tepat, *background* dapat menjadi elemen pendukung yang memperkaya desain tanpa mengalihkan perhatian dari konten utama (Miller, 2022).



Gambar 2.9 *Background Website*

Sumber: *The Principles of Web Design* (Brian D. Miller, 2022)

2.1.3.2 Warna

Warna adalah elemen penting dalam desain *website* karena dapat memengaruhi suasana, keterbacaan, dan interaksi pengguna. Warna memiliki tiga aspek utama, yaitu *hue* (corak warna seperti merah atau biru), *value* (tingkat terang atau gelapnya warna), dan *saturation* seberapa kuat

atau pudar warna tersebut (Miller, 2022). Pemilihan warna yang tepat bisa membuat suatu situs lebih menarik dan mudah digunakan, misalnya dengan menggunakan warna kontras agar teks mudah dibaca atau memilih palet warna yang sesuai dengan identitas merek (Brian D. Miller, 2022).

Warna juga berperan dalam menciptakan emosi tertentu warna hangat seperti merah bisa memberikan kesan energi dan urgensi, sedangkan warna dingin seperti biru memberikan kesan tenang dan profesional. Dengan memahami prinsip warna, desainer dapat menciptakan situs yang tidak hanya enak dipandang tetapi juga nyaman bagi pengguna. Skema warna harus dipilih dengan cermat agar menghasilkan tampilan yang menarik dan nyaman di lihat oleh mata pengguna. Kontras yang tepat juga perlu diperhatikan agar teks tetap mudah dibaca di berbagai perangkat (Miller, 2022).



Gambar 2.10 Warna

Sumber: BobbyFlay.com, USAToday.com, (Miller, 2022)

Dalam desain visual, warna memiliki peran penting sebagai pembawa emosi, makna simbolis, dan alat komunikasi visual. Pemilihan warna yang tepat dapat memperkuat pesan kepada audiens. Skema warna *split complementary* merupakan salah satu strategi warna yang efektif dalam desain visual karena mampu menghadirkan keseimbangan antara kontras dan harmoni (Morton, 1997). Dalam pendekatan ini, satu warna utama seperti biru dipadukan dengan dua warna yang terletak di sisi kanan dan kiri dari warna komplementernya pada roda warna, yaitu kuning-oranye dan merah-oranye. (Morton, 1997)

Kombinasi warna ini menghasilkan tampilan yang tetap kontras dan dinamis seperti skema warna komplementer langsung, namun dengan ketegangan visual yang lebih halus. Misalnya, apabila biru dipasangkan langsung dengan oranye komplementernya, hasilnya bisa sangat mencolok dan terasa “keras”. Namun, ketika biru dikombinasikan dengan kuning-oranye dan merah-oranye, kontras yang dihasilkan masih terasa kuat, tetapi lebih lembut dan menyenangkan secara visual (Morton, 1997).

A. Warna Biru

Warna biru sering diasosiasikan dengan ketenangan, kepercayaan, kestabilan, dan spiritualitas. Warna ini banyak digunakan untuk menciptakan suasana yang damai dan profesional, serta sering dipakai oleh institusi yang ingin membangun kepercayaan (Eiseman, 2000).

B. Warna Oranye

Oranye melambangkan energi, semangat, kreativitas, dan kebahagiaan. Warna ini cenderung lebih dinamis dan digunakan untuk menarik perhatian atau membangkitkan antusiasme, terutama di kalangan anak muda (Birren, 1988).

C. Warna Krem/*Beige*

Warna krem atau *beige* termasuk dalam warna netral yang memberi kesan lembut, hangat, dan bersih. Warna ini sering

digunakan sebagai latar atau penyeimbang warna-warna yang lebih mencolok. Dalam konteks desain, krem menciptakan nuansa yang minimalis, klasik, dan membumi (Morton, 1997).

Kontras warna yang tepat dapat memperkuat struktur informasi dan membantu pengguna memahami pesan dalam waktu singkat (Morton, 1997). Dalam dunia desain visual, warna bukan hanya sekadar elemen estetika, tetapi juga berfungsi sebagai media komunikasi emosional yang kuat. Warna memiliki kemampuan untuk membentuk persepsi dan merangsang emosi tertentu dalam pikiran audiens (Morton, 1997). Oleh karena itu, pemilihan warna yang tepat sangat penting dalam menciptakan pengalaman visual yang selaras dengan pesan dan tujuan dari suatu media.

Lebih lanjut, kombinasi warna biru dan oranye ini termasuk dalam kategori warna komplementer. Warna komplementer adalah pasangan warna yang berada di posisi berseberangan pada roda warna atau disebut *color wheel*. Ketika dua warna komplementer digunakan secara bersamaan, mereka menciptakan kontras visual yang kuat namun tetap harmonis, menarik perhatian tanpa membuat mata lelah (Gage, 1999). Dalam psikologi warna, biru sering diasosiasikan dengan ketenangan, kepercayaan, dan stabilitas, sedangkan oranye dikaitkan dengan kreativitas, antusiasme, dan kehangatan (Feisner, 2006). Dapat disimpulkan bahwa ini tidak hanya menciptakan keseimbangan visual, tetapi juga secara emosional mampu menyampaikan pesan kekristenan yang penuh kasih dan keterlibatan aktif.

Kesesuaian pemilihan warna ini juga sangat relevan bagi Gen Z, yang dikenal sebagai generasi yang sangat responsif terhadap visual dan cenderung tertarik pada desain yang *energetic, modern*, dan memiliki makna. Gen Z lebih tertarik pada konten visual yang menyampaikan keaslian, semua orang bisa ikut tanpa terkecuali, dan ada interaksi dua arah, atau bisa disebut interaktivitas (Fromm, 2018). Maka dari itu, penggunaan palet warna yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu

menciptakan asosiasi emosional yang positif, menjadi strategi penting dalam menjangkau dan melibatkan generasi ini secara efektif.

2.1.3.3 Typography

Tipografi merupakan salah satu elemen desain yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan atau kegagalan suatu komunikasi. Hal ini disebabkan oleh peran huruf dalam menyampaikan pesan jika dirancang dengan baik, tipografi dapat memperkuat pesan, tetapi jika kurang diperhatikan, justru dapat mengurangi kejelasannya (Miller, 2022). Banyak desainer yang sangat peduli terhadap seni tipografi, menghabiskan waktu untuk menyesuaikan jarak antar huruf, merapikan alur teks, atau menyempurnakan posisi tanda baca agar tampilan lebih estetis. Namun, dalam desain web, kontrol terhadap detail ini sering kali terbatas atau bahkan sulit dilakukan (Brian D. Miller, 2022).

Sebelum memahami lebih lanjut tentang tipografi dalam desain web, penting untuk mengenali prinsip dasarnya (Miller, 2022). Secara historis, *font* merujuk pada satu set karakter dengan ukuran, gaya, dan ketebalan tertentu dalam suatu jenis huruf. Sementara itu, *typeface* mengacu pada desain unik dari sekumpulan huruf, termasuk alfabet, angka, ligatur, dan tanda baca. Seiring perkembangan teknologi komputer, kedua istilah ini kini sering digunakan secara bergantian. Bahkan, istilah *font* kini juga dapat merujuk pada *file* digital yang digunakan komputer untuk menampilkan teks (Miller, 2022).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.11 *Typography*

Sumber: Served-MCR.com *The Principles of Web Design* (Miller, 2022)

Dalam dunia tipografi, sans-serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki elemen dekoratif kecil di ujung goresannya yang disebut serif. Istilah sans-serif berasal dari bahasa Prancis, di mana sans berarti “tanpa”, sedangkan asal usul kata serif masih belum pasti meskipun ada dugaan berasal dari bahasa Belanda *schreef*, yang berarti “garis” atau “goresan pena” (Bringhurst, 2012). Berbeda dengan *font* serif yang memiliki aksentuasi atau “kaki” di ujung huruf, *font* sans-serif tampil lebih bersih, modern, dan minimalis. Selain itu, *font* sans-serif umumnya memiliki ketebalan garis yang lebih konsisten dibandingkan dengan *font* serif, yang biasanya menunjukkan kontras antara garis tebal dan tipis (Bringhurst, 2012).

Seiring berkembangnya teknologi digital, *font* sans serif menjadi pilihan utama dalam tampilan teks di layar komputer. Pada perangkat dengan resolusi rendah, detail kecil seperti serif sering kali mengganggu atau menghilang, sehingga *font* sans serif yang lebih bersih dan sederhana menjadi lebih mudah dibaca. Inilah alasan mengapa sans serif mendominasi desain digital modern, termasuk dalam antarmuka pengguna (UI/UX), desain web, dan identitas merek (Lupton, 2010).

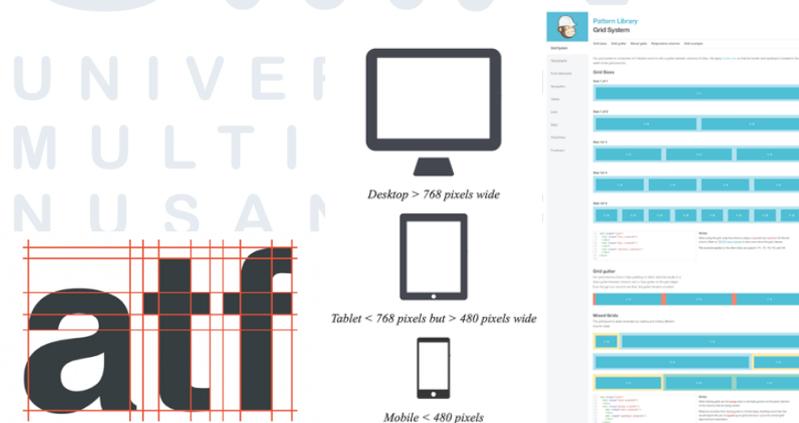
Pilihan font dalam desain bukan hanya soal estetika, tetapi juga memengaruhi persepsi dan respons psikologis audiens. *Font* sans serif kerap diasosiasikan dengan kesan modern, minimalis, dan efisien. Tipografi ini dianggap lebih bersih dan netral, membuatnya cocok untuk

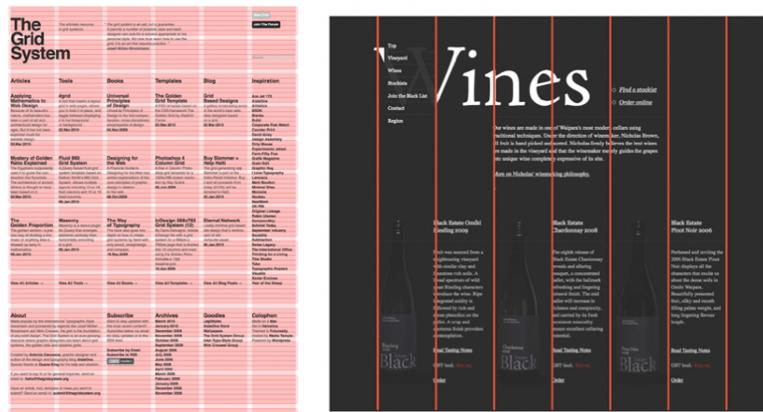
menyampaikan pesan yang lugas tanpa kesan berlebihan. Dalam konteks pemasaran dan *branding*, penggunaan sans serif dapat memperkuat citra profesional, inovatif, dan relevan dengan zaman (Henderson et al., 2004).

Selain itu, *font* sans serif juga dinilai memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi, terutama di media digital. Bentuk huruf yang sederhana membantu mengurangi beban visual sehingga mempermudah pembacaan, terutama dalam ukuran kecil atau pada layar dengan resolusi rendah (Bringhurst, 2012).

2.1.3.4 *Layout Grid*

Elemen-elemen seperti teks, gambar, dan tombol navigasi tersusun secara seimbang, sehingga menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik. *Grid* responsif juga penting untuk memastikan tampilan tetap optimal di berbagai ukuran layar, baik di komputer maupun perangkat *mobile* (Miller, 2022). Selain itu, ruang kosong atau *whitespace* juga perlu diperhatikan agar desain tidak terlihat terlalu penuh dan tetap nyaman dipandang. Salah satu cara tertua untuk menciptakan keseimbangan antara elemen utama dan latar belakang dalam desain adalah dengan menggunakan sistem *grid*. *Grid* tidak hanya membantu mengatur elemen dalam desain, tetapi juga mengatur ruang di dalamnya. Dengan menyusun elemen desain secara sejajar menggunakan kolom, tercipta ruang yang lebih terstruktur, sehingga desain terlihat lebih terorganisir (Miller, 2022).





Gambar 2.12 *Grid Website*

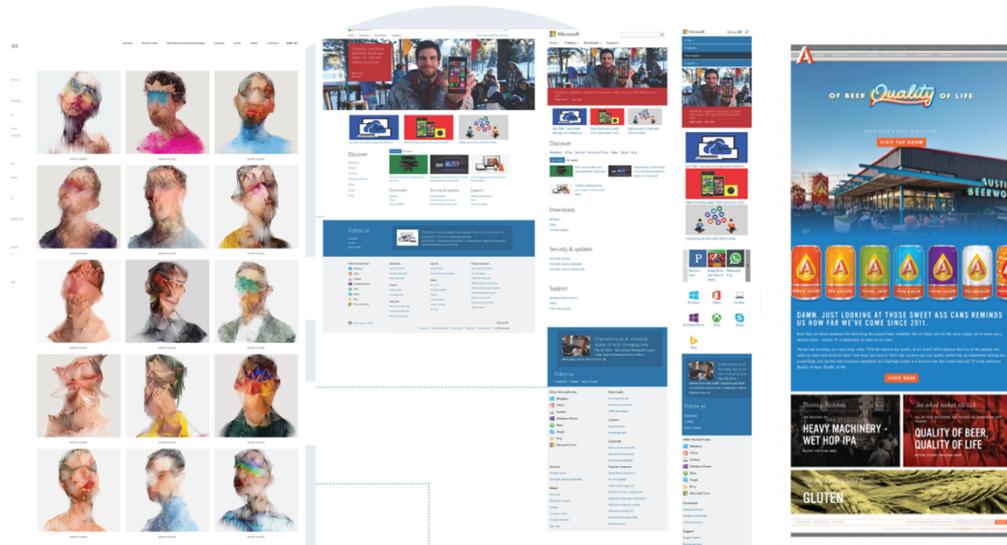
Sumber: MailChimp.com, *The Principles of Web Design* (Miller, 2022)

Grid terdiri dari beberapa bagian, yaitu kolom (tempat konten ditempatkan), *gutter* (jarak antar kolom dan margin), serta ruang di sekitar tata letak. Dengan menentukan ukuran dan jarak elemen-elemen ini secara cermat, desainer web dapat mengontrol kepadatan suatu halaman, yaitu seberapa banyak detail yang terlihat oleh pengguna (Miller, 2022). Jika halaman terlalu padat, maka akan sulit dibaca. Sebaliknya, jika terlalu kosong, tampilan desain bisa terasa kurang terstruktur dan tidak menyatu dengan baik. Pada awal perkembangan web, tata letak halaman dibuat menggunakan tabel, yaitu sistem baris dan kolom seperti yang biasa digunakan dalam pengolahan kata untuk menyusun elemen. Karena penggunaan tabel ini, banyak desain *web* awal terlihat seperti kotak-kotak atau papan catur. Selain itu, tabel memiliki keterbatasan dalam fleksibilitas dan sering kali menghasilkan kode yang panjang, bahkan untuk tata letak yang sederhana (Miller, 2022). *White space* tidak hanya berfungsi estetis, tetapi juga memperkuat struktur hierarki visual dan meningkatkan kenyamanan membaca.

2.1.3.5 *Image*

Gambar digunakan untuk menarik perhatian, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan pengalaman pengguna (UX) melalui visual *storytelling* yang efektif. Namun, ia juga menekankan pentingnya

optimasi gambar agar tidak memperlambat kecepatan pemuatan halaman, dengan memilih format yang tepat seperti JPEG, PNG, GIF, SVG, atau *WebP* (Miller, 2022). Selain itu, aksesibilitas dan SEO harus diperhatikan dengan menambahkan *alt text* agar gambar dapat dikenali oleh mesin pencari dan diakses oleh penyandang disabilitas (Brian D. Miller, 2022).



Gambar 2.13 *Image*

Sumber: AustinBeerWorks.com, *The Principles of Web Design* (Brian D. M, 2022)

Gambar yang digunakan dalam desain web juga harus selaras dengan identitas merek untuk menciptakan kesan yang konsisten dan profesional (Miller, 2022). Gambar yang digunakan harus memiliki resolusi tinggi namun tetap dioptimalkan agar tidak memperlambat kecepatan situs. Selain itu, foto yang dipilih harus relevan dengan konten yang disampaikan serta memiliki komposisi yang baik agar mendukung pesan visual secara keseluruhan. Konsistensi dalam gaya gambar, seperti penggunaan *filter* atau *tone* warna yang seragam, juga penting untuk menciptakan identitas visual yang kuat dalam sebuah situs *web* (Miller, 2022).

2.1.3.6 *Photography*

Fotografi merupakan seni dan teknik dalam menciptakan gambar melalui penangkapan cahaya dengan bantuan kamera. Esensi dasar dari

fotografi terletak pada kemampuan memahami tiga elemen utama dalam pengambilan gambar, yaitu *exposure*, dan komposisi. (Prakel, 2010)

A. *Exposure*

Exposure mengacu pada jumlah cahaya yang diterima oleh sensor kamera, dan sangat bergantung pada tiga komponen utama: *aperture* (bukaan lensa), *shutter speed* (kecepatan rana), dan ISO (sensitivitas sensor). Penguasaan ketiga komponen ini akan menghasilkan gambar yang seimbang antara terang dan gelap. (Prakel, 2010).

B. Komposisi

Komposisi merujuk pada cara penempatan elemen visual dalam bingkai. Salah satu prinsip komposisi yang umum digunakan adalah *rule of thirds*, di mana gambar dibagi menjadi sembilan bagian, dan subjek utama ditempatkan pada garis atau titik persimpangan. Komposisi yang baik dapat memperkuat narasi visual dan memberikan keseimbangan dalam foto. (Freeman, 2007).

C. Cahaya dan Momen

Cahaya adalah elemen kunci dalam fotografi. Sumber cahaya, arah, dan kualitas cahaya akan mempengaruhi suasana dan kesan dari gambar. Selain itu, momen yang tepat disebut juga *the decisive moment* menurut Henri Cartier Bresson menjadi salah satu aspek terpenting dalam menciptakan foto yang bermakna (Hunter, 2012).

2.2 Mobile Site

Situs *web* seluler atau *mobile site* adalah versi situs *web* yang dioptimalkan untuk diakses melalui perangkat seluler, seperti *smartphone* atau tablet. Tujuannya adalah memberikan pengalaman pengguna yang optimal dengan menyesuaikan tampilan dan fungsionalitas sesuai dengan karakteristik perangkat tersebut (Rayhan Shaquelle Oriwardanu, 2022).

Teknologi seluler dan berbasis web untuk membangun platform yang sangat interaktif, memungkinkan individu serta komunitas untuk berbagi, berkolaborasi, mendiskusikan, dan mengedit konten buatan pengguna dengan cara yang lebih natural dan mudah dipahami (Firamadhina & Krisnani, 2021). Gen Z lebih suka visual yang dinamis dan cepat mengkomunikasikan pesan melalui media sosial yang mereka gunakan sehari-hari (Dupuis et al., 2017).

Perkembangan teknologi dan meningkatnya penggunaan perangkat *mobile* telah mengubah cara pengguna mengakses apa pun di internet. Saat ini, sebuah *website* tidak hanya harus terlihat menarik di layar komputer, tetapi juga harus dapat berfungsi dengan baik di berbagai perangkat, seperti *smartphone* dan tablet. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, perancangan *mobile site* menjadi fokus utama untuk memastikan pengalaman pengguna yang optimal (Miller, 2022).

Salah satu aspek penting dalam perancangan *mobile site* adalah responsivitas desain. Situs web yang responsif dapat menyesuaikan tampilan dan tata letak secara otomatis berdasarkan ukuran layar perangkat yang digunakan. Dengan menggunakan teknologi CSS media *queries* dan *framework*, desain web dapat disesuaikan agar tetap nyaman diakses (Miller, 2022).

Selain responsivitas, performa dan kecepatan akses juga menjadi faktor utama. Situs yang terlalu berat atau memiliki elemen yang tidak dioptimalkan dapat menyebabkan waktu muat yang lama, yang berpotensi menurunkan tingkat keterlibatan pengguna. Oleh karena itu, optimasi gambar, penggunaan kode yang efisien, serta penerapan teknik *caching* dan *Content Delivery Network* (CDN) sangat diperlukan dalam perancangan *mobile site* (Brian D. Miller, 2022).

Perbedaan sistem operasi dan perangkat juga menjadi tantangan tersendiri. Pengguna *mobile* saat ini mengakses *website* melalui berbagai sistem operasi, seperti iOS, Android, dan Windows Mobile, yang masing-masing memiliki karakteristik dan cara *rendering* elemen yang berbeda. Salah satu aspek yang paling dipengaruhi adalah tipografi, karena tidak semua sistem operasi mendukung jenis *font* yang sama. Perlu memilih font yang kompatibel secara luas atau menggunakan *web fonts* untuk memastikan tampilan teks tetap konsisten di semua perangkat. Dari segi interaksi pengguna, desain *mobile site* juga harus mengedepankan kemudahan

navigasi. Pengguna perangkat *mobile* cenderung lebih banyak menggunakan gestur seperti *scrolling* dan *tapping* dibandingkan mengklik seperti di desktop. Oleh karena itu, tombol dan elemen interaktif lainnya harus memiliki ukuran yang cukup besar dan mudah diakses dengan jari (Miller, 2022).

Merancang *mobile site* yang tidak hanya estetis tetapi juga fungsional, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti responsivitas, kecepatan, kompatibilitas perangkat, serta kenyamanan dalam berinteraksi (Fadillah, 2013). Dengan pendekatan yang tepat, sebuah *mobile site* dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan. Internet adalah jaringan komputer *global* yang menghubungkan berbagai perangkat di seluruh dunia. Perkembangannya yang pesat telah menciptakan dunia tanpa batas, memungkinkan pertukaran data antara komputer yang terpisah secara geografis. Komputer yang terhubung dalam jaringan internet tidak harus memiliki jenis, ukuran, atau sistem operasi yang sama, namun tetap dapat berkomunikasi dan selama menggunakan bahasa yang dimengerti bersama (Fadillah, 2013). Desain antarmuka digital yang baik harus memberikan petunjuk tindakan yang jelas serta respons terhadap interaksi pengguna (Lupton, 2014). Kombinasi antara media cetak dan digital dapat meningkatkan efektivitas karena menjangkau berbagai konteks penggunaan baik *online* maupun *offline* (Samara, 2017).

2.3 Media Sosial

Media sosial, atau yang sering disebut sosmed, merupakan salah satu bentuk komunikasi modern yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Platform ini banyak digunakan oleh Generasi Z sebagai sarana utama untuk berkomunikasi di dunia digital. Melalui media sosial, mereka dapat berinteraksi dengan teman, keluarga, serta berbagai komunitas tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai ruang untuk mengekspresikan diri, dan membangun jaringan sosial dalam lingkungan virtual yang dinamis dan terus berkembang (Pujiono, 2021).

Media sosial memanfaatkan teknologi seluler dan berbasis web untuk membangun platform yang sangat interaktif, memungkinkan individu serta

komunitas untuk berbagi, berkolaborasi, mendiskusikan, dan mengedit konten buatan pengguna dengan cara yang lebih natural dan mudah dipahami (Firamadhina & Krisnani, 2021).

Media sosial kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Banyak orang bahkan merasa sulit untuk hidup tanpa mengakses platform digital ini. Dahulu, media seperti koran, radio, dan televisi menjadi sumber utama dalam memperoleh yang ingin diketahui. Namun, dengan perkembangan internet dan munculnya media sosial, cara tradisional ini mulai tergeser oleh platform digital yang lebih mudah diakses (Firamadhina & Krisnani, 2021). Kini, hanya dengan mengunduh aplikasi di perangkat seluler, seseorang dapat memperoleh dengan cepat dan praktis. Melalui perspektif konstruksionis sosial, dapat dipahami bahwa interaksi sosial di platform ini membentuk identitas pengguna serta menarik perhatian penonton terhadap konten tertentu yang sesuai dengan minat mereka (Firamadhina & Krisnani, 2021a). Media sosial melalui konten yang visual dan interaktif, memainkan peran penting dalam meningkatkan engagement audiens (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

2.3.1 Instagram

Instagram adalah salah satu platform digital yang banyak digunakan untuk mempromosikan efektif dalam memperkenalkan dan memperbarui produk kepada konsumen, dengan jangkauan luas yang dapat menarik perhatian pelanggan dengan cepat dalam bentuk gambar dan video (Aryani et al., 2022). Saat ini, media sosial berperan sebagai sarana komunikasi dan interaksi, terutama bagi remaja yang menggunakannya untuk mengekspresikan diri. Melalui cerita, foto, video, dan pemikiran yang mereka bagikan, remaja dapat menunjukkan minat, nilai, kreativitas, serta identitas pribadi mereka (Cahya Septiana, 2025). Dengan cara ini, mereka membentuk citra diri dan merangkai narasi kehidupan mereka sendiri. Media sosial seperti Instagram menyediakan platform interaktif yang memungkinkan pengguna untuk tidak hanya menerima informasi tetapi juga terlibat secara aktif melalui komentar, *likes*, dan berbagi konten. Instagram, khususnya, menekankan visualisasi pesan

yang kuat dan cepat, yang sangat efektif untuk menarik perhatian pengguna dalam waktu singkat.

Generasi Z dikenal sebagai digital *native* yang sangat aktif di platform media sosial, terutama Instagram. Gen Z lebih tertarik pada visual yang autentik, dinamis, dan langsung pada intinya (Fromm, 2018). Instagram *Stories*, karena bersifat sementara dan interaktif (*poll*, *Q&A*, *swipe-up/link*), menjadi saluran yang efektif untuk *call to action* seperti ajakan mengikuti kegiatan atau mengakses *link* tambahan (Fromm, 2018).

Keberhasilan pemasaran digital bergantung pada kecermatan dalam memilih saluran dan format konten yang tepat sesuai dengan tujuan dan tahap perjalanan konsumen secara digital (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Dalam praktiknya, konten visual yang bersifat permanen, seperti Instagram *Feed*, digunakan untuk membangun citra merek yang konsisten. Sementara itu, konten yang bersifat sementara, seperti Instagram *Stories*, dimanfaatkan untuk mendorong respons langsung dari audiens. Perbedaan karakter ini menunjukkan pentingnya penyesuaian strategi komunikasi dengan fungsi masing-masing media. Komunikasi yang efektif harus dimulai dari menarik perhatian, membangun ketertarikan, menciptakan keinginan, dan akhirnya mendorong tindakan (Strong, 1925).

2.4 Teori AIDA

Model AIDA adalah salah satu teori klasik dalam komunikasi pemasaran yang menjelaskan proses bagaimana sebuah pesan dapat mempengaruhi audiens secara bertahap. Singkatan AIDA terdiri dari empat tahap utama, yaitu Attention (Perhatian), *Interest* (Ketertarikan), *Desire* (Keinginan), dan *Action* (Tindakan). Tahap pertama, *Attention*, berfungsi untuk menarik perhatian audiens terhadap pesan atau produk yang disampaikan. Tanpa perhatian yang cukup, pesan tidak akan sampai ke tahap berikutnya (Strong, 1925).

Tahap kedua, *Interest*, adalah ketika audiens mulai tertarik dan ingin mengetahui lebih lanjut melalui informasi yang relevan dan menarik. Pada tahap ketiga, *Desire*, audiens mulai merasa memiliki keinginan atau kebutuhan terhadap

apa yang ditawarkan, biasanya karena adanya kaitan emosional atau manfaat yang dirasakan. Terakhir, tahap *Action* adalah saat audiens didorong untuk melakukan tindakan konkret, seperti membeli produk atau mengikuti instruksi yang diinginkan oleh pengirim pesan (Strong, 1925).

Model AIDA sangat membantu dalam merancang komunikasi pemasaran karena memberikan kerangka kerja yang jelas untuk mengarahkan audiens dari kesadaran hingga tindakan, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih efektif dan tujuan komunikasi dapat tercapai dengan baik (Strong, 1925).

2.5 Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh

Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh didirikan secara resmi pada 21 Mei 1863, setelah berawal dari gerakan Millerisme yang dipimpin oleh William Miller pada 1840-an (Rosyid, 2020). Miller awalnya memperkirakan bahwa Yesus akan datang kembali pada 22 Oktober 1844, namun ketika itu tidak terjadi, pengikutnya mengalami “Kekecewaan Besar.” Sebagian tetap mencari jawaban dalam Alkitab dan akhirnya membentuk Gereja Advent dengan tokoh-tokoh penting seperti James dan Ellen G. White, Joseph Bates, serta J.N. Andrews. Gereja ini berkembang pesat dan mulai mengutus misionaris ke berbagai negara sejak 1874. Penyebaran gereja dibantu oleh media cetak seperti majalah dan buku-buku rohani (Rosyid, 2020).

Di Indonesia, ajaran Advent pertama kali diperkenalkan pada tahun 1900 oleh R.W. Munson di Sumatera, lalu berkembang ke Jawa pada 1906 melalui Sister Petra Tunheim. Gereja Advent pertama di Indonesia berdiri pada 1912 di Sumberwekas, Jawa Timur, dan Kramat Pulo, Jakarta. Seiring waktu, gereja ini menyebar ke berbagai daerah seperti Minahasa, Maluku, dan Kalimantan. Pada tahun 1929, Indonesia menjadi wilayah gerejawi tersendiri, dan lembaga pendidikan Advent didirikan di Cimindi, Bandung. Setelah mengalami tantangan selama Perang Dunia II, gereja terus berkembang hingga saat ini, dengan jutaan anggota di seluruh dunia serta jaringan pendidikan, media, dan organisasi kemanusiaan seperti ADRA (Rosyid, 2020).

2.5.1 Ajaran Pokok Kristen Advent

Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh (GMAHK) HECM memiliki tiga fungsi utama, yaitu sebagai tempat ibadah, pusat pendidikan keagamaan, dan wadah pelayanan sosial keagamaan (The Secretariat, 2016). Ajaran Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh memiliki enam doktrin utama, yaitu tentang mengenal Allah, manusia, keselamatan, gereja, kehidupan Kristen, dan akhir zaman. Keenam doktrin ini dijelaskan lebih lanjut dalam 28 Doktrin Dasar yang bersumber dari Alkitab (Gereja Masehi Advent Hari Ke-tujuh, 2022).

Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh memiliki 28 doktrin utama yang mencerminkan keyakinan mereka berdasarkan Alkitab. Doktrin-doktrin ini mencakup pemahaman tentang Allah Tritunggal, yaitu Bapa, Anak (Yesus Kristus), dan Roh Kudus, serta karya-Nya dalam penciptaan dan penebusan (Gereja Masehi Advent, 2022). Selain itu, ada ajaran tentang sifat manusia, keselamatan melalui Yesus, pertumbuhan rohani, dan peran gereja sebagai tubuh Kristus. Advent juga mengajarkan pentingnya baptisan, perjamuan kudus, serta kehidupan Kristen yang mencerminkan kasih dan ketaatan kepada Allah. Doktrin lainnya membahas hukum Allah, Sabat hari ketujuh sebagai hari perhentian, serta bagaimana umat percaya dipanggil untuk hidup dengan iman, doa, dan pelayanan. Ada juga keyakinan tentang peristiwa akhir zaman, kedatangan Yesus yang kedua kali, kebangkitan orang mati, penghakiman terakhir, dan kehidupan kekal bagi mereka yang setia kepada Tuhan. Semua ajaran ini berpusat pada hubungan yang erat dengan Allah serta hidup dalam kasih dan kebenaran-Nya (Gereja Masehi Advent Hari Ke-tujuh, 2022).

2.6 Penelitian yang Relevan

Mengkaji penelitian sebelumnya penting untuk memahami perkembangan dan kontribusi di bidang yang diteliti. Penelitian relevan menjadi dasar teori dan bahan perbandingan dalam analisis. Dengan meninjau penelitian terdahulu, penulis dapat menemukan celah yang belum terjawab dan menawarkan kebaruan. Hasil penelitian sebelumnya dan kebaruannya disajikan dalam tabel untuk mempermudah analisis, dengan minimal tiga.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	<i>Website</i> sebagai Media Informasi dan Komunikasi Pelayanan Gereja	Don E. D. G. Pollo, Meiton Boru, Rosmiyati A. Bella, Dominggus G. H. Adoe, dan Samy Y Doo (2021).	Penelitian ini membahas pembuatan situs web untuk Gereja Koinonia sebagai sarana informasi dan komunikasi pelayanan gereja kepada jemaat. Dengan adanya situs web ini, jemaat dapat mengakses informasi pelayanan kapan saja dan di mana saja, sehingga meningkatkan partisipasi dalam kegiatan gereja	Penelitian ini menyoroti pentingnya digitalisasi dalam pelayanan gereja dan memberikan solusi konkret melalui pengembangan situs web untuk meningkatkan komunikasi antara gereja dan jemaat.
2.	Rancang Bangun <i>Website</i> Gereja Protestan Indonesia Luwu (GPIL) To'lemo	Rancang Bangun <i>Website</i> Gereja Protestan Indonesia Luwu	Penelitian ini bertujuan membangun aplikasi yang memenuhi kebutuhan penyebaran	Penelitian ini fokus pada pengembangan sistem informasi gereja berbasis web untuk

		(GPIL) To'lemo (2024)	informasi pada gereja, dengan implementasi <i>website</i> sebagai sarana utama.	meningkatkan efisiensi komunikasi dan pelayanan jemaat.
	Pemanfaatan Media Digital dalam Pelayanan Gerejawi	Ricky Joyke Ondang, Samuel Rafly Kalangi (2023)	Penelitian ini mendeskripsikan serta menganalisis pemanfaatan media digital di jemaat, memberikan wawasan bagi gereja dalam meningkatkan mutu dan capaian pelayanan melalui teknologi digital.	Penelitian ini memberikan pandangan optimis tentang penggunaan media digital sebagai peluang untuk meningkatkan pelayanan gereja, bukan sekadar ancaman.

Berbagai penelitian telah mengkaji peran teknologi digital dalam menyebarkan promosi untuk mempromosikan agar terjadi peningkatan pelayanan publik. Misalnya, Penelitian yang dilakukan oleh Don E. D. G. Pollo dan rekan-rekannya pada tahun 2021 menyoroti peran *website* sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi bagi gereja. Studi ini berfokus pada Gereja Koinonia, di mana pengembangan *website* dilakukan untuk mempermudah jemaat dalam mengakses informasi terkait pelayanan dan kegiatan gereja kapan saja dan di mana saja. Selain itu, studi pada tahun 2024 mengenai pengembangan *website* Gereja Protestan

Indonesia Luwu (GPIL) To'lema menyoroiti bagaimana sistem informasi berbasis web dapat membantu meningkatkan komunikasi dan pelayanan jemaat.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Ricky Joyke Ondang dan Samuel Rafly Kalangi (2023) membahas bagaimana gereja dapat memanfaatkan media digital sebagai peluang untuk meningkatkan kualitas serta jangkauan pelayanannya. Secara keseluruhan, kesimpulan yang dapat diambil dari berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa media digital, khususnya *website* dan platform daring lainnya, memiliki peran strategis dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dan pelayanan, termasuk dalam konteks gereja.

Dalam perspektif Desain Komunikasi Visual (DKV), hal ini menegaskan pentingnya perancangan media digital yang tidak hanya fungsional, tetapi juga komunikatif dan menarik secara visual. Melalui pendekatan DKV, media digital dapat dirancang untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih mudah dipahami, emosional, serta mampu membangun keterlibatan audiens, khususnya generasi digital seperti Gen Z. Dengan demikian, media digital bukan hanya alat informasi, tetapi juga medium visual yang membentuk pengalaman dan persepsi publik terhadap sebuah institusi, termasuk gereja.

