

BAB II

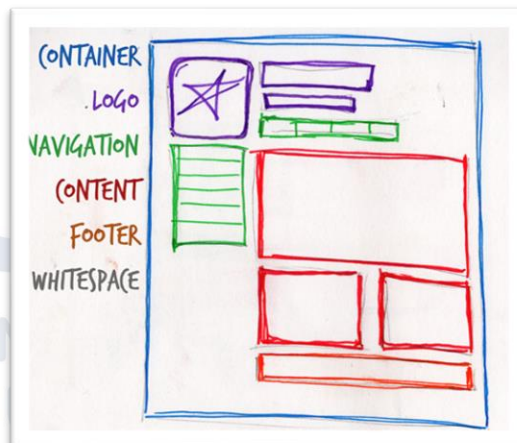
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Website

Dalam buku “Introduction To Interactive Digital Media”, Julia Griffey (2020, hlm. 7) mendefinisikan *website* sebagai gabungan dari halaman web dengan nama domain yang sama dan ditampilkan dalam peramban web yang dapat diakses dari komputer lain selama memiliki koneksi internet. Situs web pada dasarnya adalah sebuah brosur perangkat lunak yang didalamnya terdapat halaman statis dan beberapa teks yang saling terhubung.

2.1.1 Komponen website

Dalam buku *The Principles of Beautiful Web Design* edisi keempat, Jason Beaird (2020, hlm. 13) menjelaskan bahwa sebuah *Website* tersusun dari beberapa komponen utama yang saling berkaitan dalam membentuk tampilan dan pengalaman pengguna, bukan hanya secara visual, tetapi juga fungsional.



Gambar 2.1 Komponen Website
Sumber : <https://www.sitepoint.com>

Komponen-komponen tersebut diantaranya *The Caontaining Block*, Logo, *The Navigation*, *The Content*, *The Footer*, dan *Whitespace*. Semua komponen saling berhubungan untuk menciptakan satu desain *website* yang utuh sebagai berikut.

1. *The Containing Block*

Berupa wadah atau bagian yang berisi semua elemen web seperti konten pada sebuah halaman. Elemen tersebut akan melayang melebihi batas jendela browser lalu masuk pada ruang kosong. Wadah ini bersifat fleksibel, artinya dapat mengembang sehingga konten memiliki lebar yang sama dengan ukuran jendelanya.

2. Logo

Logo menjadi identitas di berbagai bentuk pemasaran Perusahaan, seperti kop surat, kartu nama, sampai brosur. Blok harus berisi logo atau nama Perusahaan dan biasanya terdapat dibagian atas *Website* berfungsi sebagai pengenalan sebuah merek.

3. *The Navigation*

Sistem navigasi harus mudah ditemukan dan digunakan. Pengguna ingin melihat sebagian besar navigasi muncul di atas lipatan atau di bagian atas halaman. Navigasi harus sedekat mungkin dengan bagian atas tata letak.

4. *The Content*

Konten terdiri dari berbagai elemen seperti teks, gambar, video yang dapat ditemukan disitus web. Menempatkan konten utama sebagai titik fokus design merupakan hal yang sangat penting karena akan berpengaruh pada Keputusan pengunjung. Jika pengunjung tidak dapat menemukan informasi yang mereka butuhkan, maka mereka akan berpindah ke situs lain.

5. *The Footer*

Footer berisi hak cipta, kontak, informasi hukum, hingga tautan utama situs yang terletak di bagian bawah halaman web. *Footer* menunjukan pengguna bahwa mereka ada di paling bawah halaman.

6. *Whitespace*

White space atau ruang negatif adalah area halaman tanpa adanya huruf atau ilustrasi. *Whitespace* membantu desain untuk bernapas sebelum melihat elemen selanjutnya, juga menciptakan keseimbangan dan kesatuan. Tanpa *whitespace* yang direncanakan dengan baik, desain akan terasa tertutup, seperti ruangan sesak.

2.1.2 *User Interface*

Dalam buku “Designing User Interface”, Michat dan Diana Malewicz (20, 15-16) *User Interface* (UI) atau antarmuka pengguna adalah bentuk visual dari produk digital, seperti aplikasi dan *website*, yang menjadi penghubung antara pengguna dengan produk. UI terdiri dari teks, bentuk, grafis, fotografi, grid, layout, tipografi, warna, hingga animasi yang dirancang agar interaksi terasa alami dan mudah dipahami. Jika UX mengatur arsitektur informasi sebagai alur, maka UI menghadirkan tampilan akhir yang menyempurnakannya. Seorang desainer UI bertanggung jawab menciptakan gaya visual yang sesuai dengan target pasar, sekaligus memastikan tampilan tersebut terbaca, mudah digunakan.

1. Ikon

Ikon adalah gambar kecil yang berfungsi untuk mewakili suatu status atau tindakan dalam interface. Bentuk ikon biasanya berasal dari penyederhanaan objek sehari-hari agar lebih mudah dikenali. Namun, makna ikon tidak selalu bersifat universal, simbol yang dianggap jelas di satu budaya bisa berbeda makna di budaya lain. Karena itu, pemilihan ikon sebaiknya disesuaikan dengan pengguna, serta dilengkapi teks untuk menghindari salah tafsir.

a. Bentuk Ikon

Ikon sederhana adalah visual yang dibuat dari bentuk-bentuk dasar seperti lingkaran, garis, atau persegi panjang, yang dapat digabung atau dimodifikasi untuk membentuk simbol tertentu. Membuat ikon sendiri menjadi latihan penting bagi desainer untuk

memahami konstruksi bentuk, sehingga mereka dapat menyesuaikan atau memodifikasi ikon sesuai kebutuhan produk.

b. Gaya Ikon

Gaya ikon memiliki dua aspek utama yaitu konsistensi dan keterbacaan. Konsistensi menjaga agar ikon terlihat seragam, mulai dari tingkat detail yang disesuaikan dengan ukuran, pemilihan gaya fill atau outline yang konsisten, sudut yang seragam, hingga ketebalan garis yang sama. Penyesuaian gaya juga mencerminkan karakter produk, misalnya ikon ramah lebih bulat dan tebal, sedangkan ikon profesional lebih tajam dan tipis.

Sementara itu, keterbacaan menekankan kejelasan ikon di berbagai ukuran dan perangkat. Ikon sederhana umumnya tetap jelas meski diperkecil, sedangkan ikon rumit mudah kehilangan detail. Karena itu, pengujian pada berbagai skala penting untuk memastikan ikon tetap mudah dikenali dan efektif.

c. Ukuran Ikon

Ukuran ikon tidak hanya ditentukan oleh jumlah piksel, tetapi juga oleh *optical weight* bentuknya. Misalnya, persegi 100x100 piksel akan tampak lebih besar dibanding oval dengan ukuran sama karena menempati ruang visual lebih luas.

Oleh karena itu, ikon yang digunakan dalam konteks yang sama harus disesuaikan secara proporsional agar memiliki bobot visual serupa. Menyamakan ukuran piksel saja tidak cukup; kadang ikon dengan bentuk optis lebih kecil perlu diperbesar sedikit agar terlihat seimbang dan menjaga harmoni visual.

d. Area aman

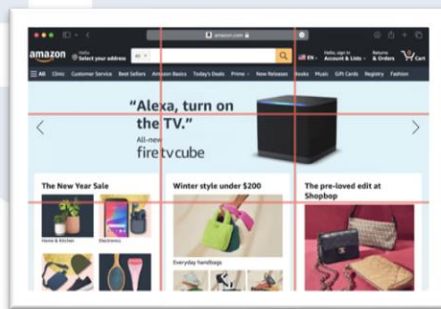
Bounding box adalah area aman di sekitar ikon yang digunakan untuk menyeimbangkan bentuk tidak beraturan. Caranya adalah dengan membuat bingkai berbentuk paling mendekati persegi, lalu gunakan bingkai itu sebagai acuan agar ikon lain menyesuaikan dan terlihat seragam bobot visualnya.

2.1.3 Grid

Grid bukan hanya sekedar elemen bentuk persegi atau sejajar, namun juga menjadi proporsi dalam membuat sebuah desain. Komposisi pada garis yang proporsional dapat dianggap menyenangkan secara estetika. *Designer* menggunakannya untuk menghasilkan tata letak halaman yang menarik (Beaird, 2020, hlm. 29). Berikut ini adalah beberapa bentuk *grid*.

1. Rule Of Third

Rule Of Third adalah cara membuat komposisi dengan membagi framework menjadi tiga bagian secara vertical dan horizontal. Setelah itu, elemen seperti blok konten ditata kedalam wireframe (tata letak sederhana) sehingga terlihat rapih.

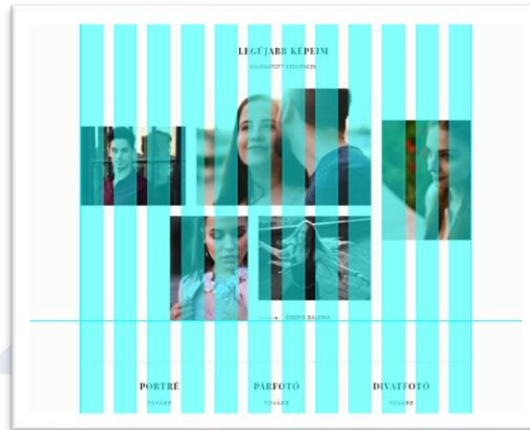


Gambar 2.2 *Rule Of Third*
Sumber : <https://www.uxdesigninstitute.com>

Prinsip ini membantu desainer dalam menentukan titik fokus utama pada halaman sehingga informasi yang disampaikan dapat lebih mudah menarik perhatian pengguna. Dengan menempatkan elemen penting pada titik pertemuan garis pembagian, tampilan *website* menjadi lebih seimbang dan nyaman dilihat.

2. CSS Frameworks

Kerangka kerja CSS adalah sistem CSS yang disiapkan untuk menangani struktur kisi situs web yang biasanya terdiri dari 12 kolom, sehingga penggunaannya cukup mudah karena dapat dibagi menjadi 1, 2, 3, 4, 5 dan 6 sesuai dengan desain yang diinginkan.



Gambar 2.2 *Column CSS Grid*
Sumber: Baro (2020)

Kerangka ini digunakan dalam perancangan *Website* untuk membantu menyusun tampilan halaman agar lebih rapi dan teratur. Dengan adanya sistem grid, penempatan teks, gambar, dan menu dapat dilakukan dengan lebih mudah.

2.1.4 *Layout*

Dalam buku “*Introduction To Interactive Digital Media*”, Julia Griffey (2020, hlm. 54), menyebutkan bahwa desain *layout* dapat dibuat dalam berbagai susunan yang tak terbatas. Pilihan layout sangat dipengaruhi tujuan situs web, sehingga dalam praktiknya, designer tidak dapat menggunakan semua kemungkinan tersebut. Berikut ini adalah beberapa jenis layout yang paling sering digunakan.

1. *Left-column Navigation*

Layout ini menempatkan menu utama di sisi kiri layar, sedangkan konten berada di sisi kanan. Pola ini merupakan desain standar yang digunakan 15 tahun pertama *world wide web*. Saat ini, navigasi kolom kiri banyak digunakan untuk situs Perusahaan besar seperti Wikipedia, namun terasa kuno dan statis.

2. *Right-column Navigation*

Layout ini menempatkan menu utama di bagian kiri, sedangkan navigasi atau info lainnya di sebelah kanan. *Layout* ini sering digunakan

untuk situs berita seperti Reddit, Coda. Keputusan menempatkan kolom navigasi bergantung pada jumlah dan jenis konten yang dikelola, karena pol aini berfokus pada konten.

3. *Three-column Navigation*

Layout dengan tampilan tiga kolom sejajar, biasanya navigasi berada dibagian kiri dan kanan, sedangkan konten berada di tengah. *Layout* ini populer di awal tahun 2000-an, digunakan untuk situs berita seperti CNN, dan BBC News. *Layout* ini dapat menampilkan banyak informasi sekaligus, namun akan terlihat padat dan membingungkan jika tidak ditata dengan rapi.

4. *Navigation Magazine Style*

Layout ini memberikan tampilan yang berbeda dari sebelumnya, tidak ada navigasi karena konten dibaca seperti artikel majalah. Biasa digunakan untuk konten yang dibaca penuh tanpa adanya gangguan seperti Typographica. *Layout* ini membuat pembaca fokus, namun cukup sulit jika ingin berpindah halaman.

5. *Bare-Bones Minimalism*

Layout ini dibuat dengan sangat sederhana, dan terfokus hanya pada inti pesannya saja. Banyak digunakan untuk menampilkan brand atau presentasi produk. Pesan yang disampaikan menjadi jelas dan to the point, namun sulit jika pengguna ingin mencari info tambahan.

5. *Break the Mould Layouts*

Tata letak ini merupakan yang paling bebas, karena tidak mengikuti pola umum. Pembuatan *layout* bisa berupa eksperimen visual atau UI interaktif yang berbeda seperti Hula Zass dan PoolsideFM. *Layout* ini dapat menarik perhatian lebih dan memorable, namun kurang praktis jika terlalu berlebihan.

2.1.5 *Color*

Dalam buku *The Principles of Beautiful Web Design* edisi ke-4, Jason Beaird (2020, hlm. 93) menjelaskan bahwa warna pada desain web

terbentuk melalui dua model utama. Komputer menggunakan model warna aditif (RGB), di mana cahaya merah, hijau, dan biru dikombinasikan dalam persentase tertentu dan dipancarkan untuk membentuk warna. Sedangkan untuk media cetak menggunakan model warna (CMYK) yang terdiri dari cyan, magenta, kuning, dan hitam. Sebaliknya, campuran ini menyerap cahaya untuk membentuk warna. Teori warna tradisional membagi warna ke dalam roda warna berisi 12 bagian, roda ini dibagi menjadi 3 kategori.

a. Warna Primer

Warna primer atau warna dasar terdiri dari merah, kuning, dan biru membentuk segitiga sama sisi. Dalam 12 bagian roda warna, setiap warna keempat mewakili warna primer lainnya.

b. Warna Sekunder

Warna Sekunder merupakan campuran dari dua warna primer seperti warna oranye (merah-kuning), hijau (biru-kuning), dan ungu.(merah-biru).

c. Warna Tersier

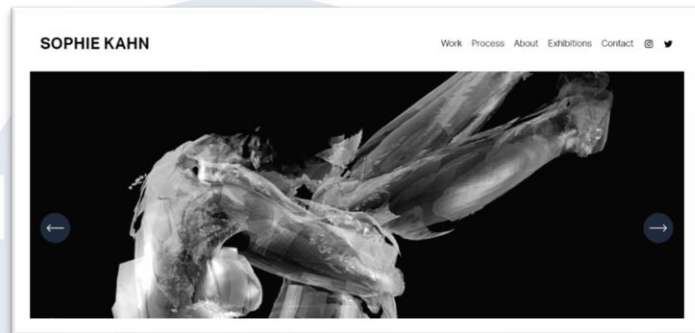
Warna tersier adalah campuran dari warna primer dengan warna sekunder yang saling berdekatan. Terdapat total 6 warna tersier yaitu vermilion (merah-oranye), marigold (kuning-oranye), chartreuse (kuning-hijau), aquamarine (biru-hijau), violet (biru-ungu), serta magenta (merah-ungu).

2. Skema Warna

Skema warna adalah formula dasar untuk menciptakan kombinasi warna yang harmonis dan efektif dalam desain. Pemilihan skema dipengaruhi oleh tema, tujuan, dan audiens *website*. Dalam konteks desain web, skema warna tidak hanya mempengaruhi estetika, tetapi juga persepsi psikologis dan kenyamanan pengguna. Ada enam skema warna klasik.

a. *Monochromatic*

Menggunakan satu warna dasar dengan variasi corak, tint, tone, dan shade dari warna tersebut. Memberikan kesan rapi, fokus, dan konsisten. Cocok untuk desain minimalis atau brand yang ingin menonjolkan kesederhanaan tanpa kehilangan kedalaman visual.

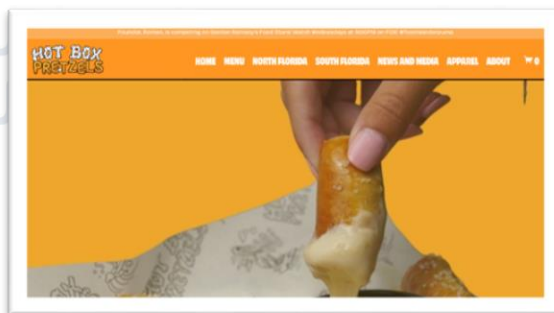


Gambar 2.3 Website warna *Monochromatic*
Sumber : <https://www.hostinger.com>

Contoh *website* yang menggunakan *monochromatic* adalah *website* milik seniman dan pematung Australia Sophia Kahn. Warnanya cenderung gelap perpaduan antara hitam, abu-abu, dan putih sebagai warna dasarnya.

b. *Analogus*

Mengombinasikan warna-warna yang berdekatan di roda warna (misalnya hijau–kuning–oranye). Memberikan kesan harmonis, natural, dan lembut. Kuncinya adalah tidak menggunakan rentang lebih dari sepertiga roda warna agar tidak terlalu padat.

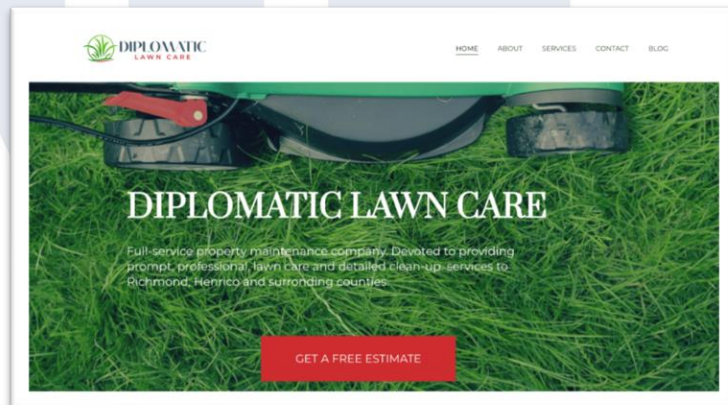


Gambar 2.4 Website warna *Analogus*
Sumber : <https://www.hostinger.com>

Contohnya adalah *website* Hot Box Pretzel yang menggunakan warna oranye dan kuning untuk memberikan kesan hangat. *Website* dengan skema warna ini cocok untuk memberikan kesan hangat dan berenergi.

c. *Complementary*

Menggunakan dua warna berseberangan di roda warna, menghasilkan kontras tinggi dan menarik perhatian. Efektif untuk menonjolkan elemen penting (misalnya tombol ajakan bertindak), tetapi harus diatur agar tidak melelahkan mata jika dipakai untuk latar dan teks secara bersamaan.

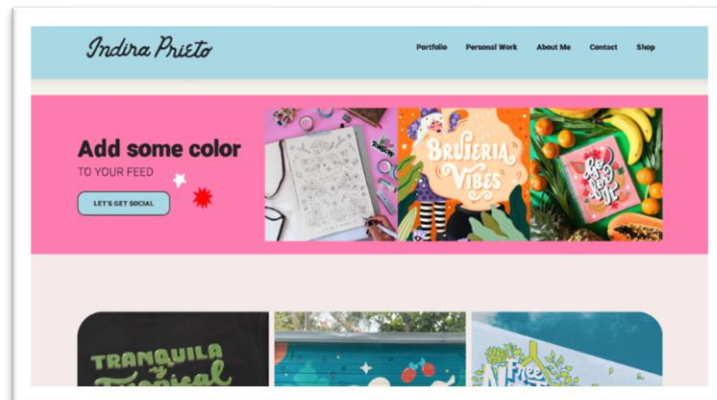


Gambar 2.5 *Website* warna *Complementary*
Sumber : <https://www.hostinger.com>

Contoh dari warna *complementary* pada *website* adalah web Diplomatic Lawn Care. *Website* ini menggunakan warna bersebrangan yaitu merah dan hijau untuk menciptakan kontras.

d. *Split Complementary*

Mengambil warna dasar dan dua warna di dekat komplementernya sehingga membentuk tiga warna terpisah. Memberikan keseimbangan antara kontras dan kelembutan. Cocok untuk desain yang ingin terlihat hidup tanpa terlalu mencolok.

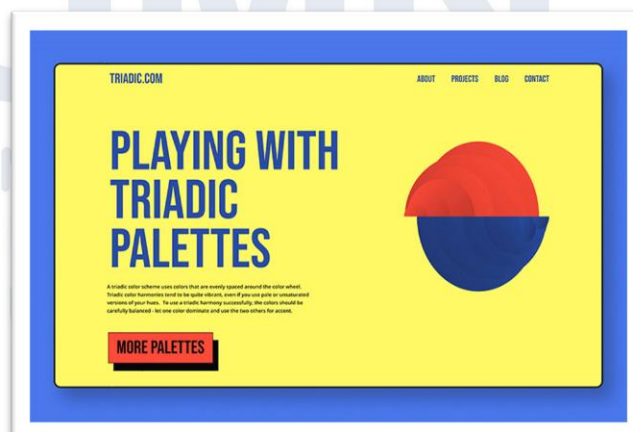


Gambar 2.6 Website warna *Split Complementary*

Contoh warna *split complementary* dapat dilihat pada website Indira Prieto yang menggunakan warna pink muda, biru muda, serta krem. Warna-warna ini adalah turunan dari warna merah, biru, dan kuning dengan ketajaman yang lebih rendah, atau yang biasa disebut warna pastel.

e. *Triadic*

Menggunakan tiga warna yang berjarak sama di roda warna. Memberikan kesan cerah, seimbang, dan energik. Cocok untuk desain yang ingin memadukan keberagaman warna tanpa kehilangan harmoni.



Gambar 2.7 Website warna *Triadic*

Sumber : <https://din-studio.com>

Contoh *triadic* di atas menggunakan warna merah, biru, dan kuning sebagai warna dasarnya. Perpaduan ini memberikan kontras yang kuat dan jelas, namun masih terlihat seimbang dan menyatu secara visual sehingga tidak menimbulkan kesan berlebihan.

f. *Tetradic*

Menggabungkan dua pasang warna komplementer. Menawarkan variasi kaya dan fleksibilitas tinggi, namun memerlukan pengaturan proporsi warna agar tidak membingungkan pengguna.

2.1.6 *Typography*

Dalam buku *The Principles of Beautiful Web Design* edisi ke-4, Jason Beaird (2020, hlm. 167), Tipografi adalah seni dan praktik menyusun huruf, kata, dan ruang di sekitarnya untuk menciptakan kesan dan menyampaikan pesan. Dalam desain, tipografi berperan penting sebagai komponen utama komunikasi visual, substansi branding, kunci komunikasi non-verbal, serta bagian esensial dari pengalaman desain, khususnya dalam *website*.

3. Jenis Huruf

Jenis huruf dikategorikan berdasarkan karakteristik bentuknya. Kategori ini membantu desainer memilih huruf sesuai konteks desain, apakah formal, santai, atau eksperimental. Berikut ini merupakan kategori utama yang umum digunakan dalam desain.

a. *Serif*

memiliki kait/garis kecil pada ujung huruf, dianggap meningkatkan keterbacaan pada teks panjang.

b. *Sans-serif*

tanpa serif, lebih bersih, modern, dan sering dipakai pada media digital karena keterbacaan tinggi di layar.

c. *Script/Handwritten*

meniru tulisan tangan, bersifat ekspresif dan dekoratif.

d. *Display/Novelty*

huruf dengan gaya unik yang dipakai untuk menarik perhatian, biasanya untuk judul atau desain khusus.

e. *Monospace/Fixed-width*

setiap huruf memiliki lebar sama, banyak dipakai dalam pemrograman dan tampilan teknis.

2. Tata Letak Tipografi

Tata letak tipografi menentukan bagaimana teks disajikan agar nyaman dibaca sekaligus menarik secara visual. Prinsip ini menegaskan bahwa tipografi bukan sekadar memilih font, tetapi juga mengelola ruang di sekitarnya untuk membentuk ritme visual.

a. Spasi (*Kerning, Tracking, Leading*)

Kerning mengatur jarak antar huruf, *tracking* mengatur spasi keseluruhan dalam satu kata atau kalimat, sedangkan *leading* mengatur jarak antarbaris. Spasi yang tepat menjaga keterbacaan.

b. *Alignment* (Perataan)

Pilihan perataan teks seperti rata kiri, kanan, tengah, atau justify memengaruhi kesan formalitas dan alur baca.

c. Hierarki Teks

Menggunakan ukuran, ketebalan, dan gaya huruf untuk membedakan tingkat informasi seperti judul, subjudul, dan isi. Hierarki ini mengarahkan pembaca dalam memahami informasi secara bertahap.

3. Penggunaan Font

Pemilihan font adalah proses yang melibatkan pertimbangan teknis sekaligus emosional. Desainer harus memilih huruf yang sesuai dengan konteks apakah ingin menampilkan kesan formal, santai, modern, atau klasik. Konsistensi pemakaian font juga penting agar identitas visual tidak terpecah. Selain itu, ukuran huruf harus disesuaikan dengan media: teks untuk cetak cenderung lebih kecil dengan resolusi tinggi, sedangkan

untuk web perlu mempertimbangkan keterbacaan pada berbagai ukuran layar. Dengan demikian, pemilihan font bukan hanya soal estetika, tetapi juga soal fungsi dalam komunikasi.

4. Tipografi Media Digital

Dalam media digital, tipografi menghadapi tantangan teknis dan peluang baru. Web menggunakan konsep web safe fonts dan font stack, yaitu daftar prioritas font agar teks tetap tampil meski font utama tidak tersedia di perangkat pengguna. Selain itu, kini banyak layanan web font services seperti Google Fonts atau Adobe Typekit yang menyediakan ribuan font responsif untuk berbagai perangkat. Desainer juga harus memperhatikan keterbacaan di layar yang berbeda resolusi, memastikan ukuran, spasi, dan kontras huruf tetap nyaman dibaca. Dengan begitu, tipografi digital bukan hanya persoalan estetika, melainkan juga adaptasi teknis agar pesan sampai secara optimal di berbagai platform.

2.2 Gaya Visual dan Ilustrasi

Pada perancangan media digital, pemilihan gaya visual memegang peranan krusial dalam menyampaikan informasi secara efektif dan membangun identitas produk. Dalam perancangan ini, pendekatan yang digunakan meliputi teori ilustrasi *Flat Design* dan teori desain karakter untuk menciptakan pengalaman visual yang konsisten dan menarik bagi target audiens.

2.2.1 Ilustrasi *Flat Design*

Flat Design atau desain datar merupakan pendekatan gaya visual yang menekankan kesederhanaan dan fungsionalitas dengan menghilangkan elemen tiga dimensi seperti bayangan, gradien rumit, dan tekstur berlebih. Putra dan Ayuswantana (2023) menyatakan bahwa *Flat Design* memiliki tiga karakteristik utama, yaitu minimalism, usefulness, dan cleanliness, sehingga mampu menyampaikan pesan secara langsung tanpa distraksi visual yang tidak diperlukan. Dalam penerapannya pada media digital, gaya ini dinilai efektif karena dapat menciptakan desain yang cepat dan responsif pada berbagai perangkat, (Susilowati & Pertiwi, 2024).

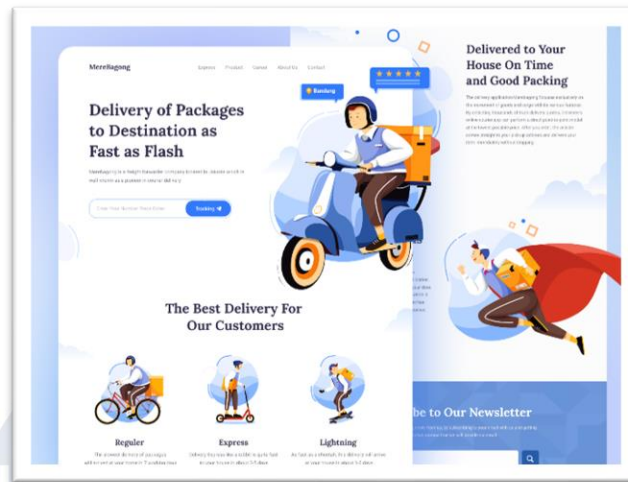


Gambar 2.8 Ilustrasi *flat design*
Sumber : <https://speckyboy.com>

Flat illustration merupakan jenis ilustrasi digital berbasis vektor yang mengikuti gaya *flat design* dengan menekankan prinsip kesederhanaan dan minimalisme. Ilustrasi ini dibangun menggunakan bentuk-bentuk geometris sederhana dalam menyusun karakter, objek, maupun latar belakang, serta menghindari pendekatan visual yang bersifat realistik. Sebaliknya, *flat illustration* mengadopsi konsep abstraksi untuk menyampaikan pesan visual secara jelas dan efisien, sekaligus menjaga konsistensi visual dan identitas merek melalui penggunaan palet warna yang terbatas dan terarah (El-Sherbiny, 2020).

1. Fungsi *Flat Illustration* dalam UI

Menurut Hanan El-Sherbiny (2020), *flat illustration* berfungsi sebagai elemen fungsional dalam desain antarmuka *website* maupun aplikasi mobile, bukan sekadar sebagai hiasan visual. Ilustrasi ini digunakan untuk menyampaikan pesan, menjelaskan interaksi, serta membantu pengguna memahami alur penggunaan sistem secara lebih mudah dan jelas.



Gambar 2.9 Ilustrasi pada UI
Sumber : <https://designerup.co>

Flat illustration dapat diterapkan dalam berbagai konteks, seperti *storytelling*, infografis, ikon dan avatar, maskot atau karakter, tutorial *onboarding*, *tooltips*, elemen gamifikasi, notifikasi, hingga pesan sistem. Dengan gaya visual yang sederhana dan konsisten terhadap pedoman warna aplikasi, *flat illustration* mampu memperkuat komunikasi visual dan meningkatkan pemahaman pengguna, khususnya dalam menjelaskan fungsi dan cara penggunaan aplikasi pada tahap awal interaksi

2. Karakteristik *Flat Illustration*

Flat illustration dalam UI memiliki karakteristik utama berupa visual yang sederhana, bebas dari detail berlebih dan pendekatan realistik. Ilustrasi ini dibuat menggunakan bentuk-bentuk geometris dengan lapisan warna solid serta bayangan yang sederhana. Penggunaan warna cenderung cerah dalam format RGB karena ditujukan untuk tampilan layar digital, sehingga tekstur, gradasi, dan bentuk kompleks dihindari. Palet warna yang digunakan minimalis dan disesuaikan dengan identitas visual. Selain itu, proporsi anatomi karakter dibuat tidak realistik atau dilebih-lebihkan, kemudian detail wajah sering disederhanakan atau bahkan dihilangkan, cukup dengan satu atau dua warna solid untuk menjaga kesan bersih dan mudah dikenali.

2.2.2 Desain Karakter

Desain karakter adalah proses kreatif dalam mendefinisikan penampilan fisik, kepribadian, dan peran sebuah karakter secara visual untuk kebutuhan narasi. Anderson (2024) menekankan bahwa desain karakter memegang peranan vital dalam kesuksesan sebuah produk visual atau permainan (*game*), karena karakter yang dirancang dengan baik mampu meningkatkan imersi pengguna, menyampaikan latar belakang cerita secara visual dengan lebih mudah dicerna, serta membangun koneksi emosional dengan audiens. Selain mendukung narasi, desain karakter juga berfungsi strategis sebagai alat pemasaran (*marketing tool*) untuk membangun identitas visual yang kuat dan menarik minat audiens terhadap produk tersebut.

Proses perancangan karakter yang efektif harus mempertimbangkan dua aspek utama, yaitu aspek non-visual dan aspek visual. Anderson (2024) menjabarkan bahwa aspek non-visual meliputi pemahaman mendalam terhadap target audiens, premis cerita, latar belakang karakter (*backstory*), serta peran karakter dalam narasi. Pemahaman terhadap demografi target audiens sangat membantu desainer dalam mengerucutkan pilihan estetika, mulai dari proporsi tubuh hingga gaya busana yang sesuai. Selain itu, memahami kepribadian dan peran karakter apakah sebagai protagonis, antagonis, atau pendukung menjadi landasan untuk menentukan atribut visual yang tepat guna membedakan karakter satu dengan lainnya.

Dari sisi visual, terdapat beberapa elemen fundamental yang harus diperhatikan oleh desainer untuk menciptakan karakter yang kuat. Anderson (2024) merangkum prioritas elemen visual tersebut ke dalam empat hal utama: siluet, ekspresi wajah dan bahasa tubuh, palet warna, serta detail aksesoris. Siluet dianggap sebagai elemen paling penting karena bentuk luar karakter yang unik memungkinkan audiens mengenali karakter tersebut secara instan bahkan hanya dari bayangannya. Palet warna digunakan untuk mencerminkan suasana hati (*mood*) dan kepribadian karakter; misalnya, penggunaan warna cerah untuk karakter yang energik atau ramah. Terakhir, detail dan aksesoris

memberikan kedalaman pada desain, memperkaya cerita visual yang ingin disampaikan tanpa mengganggu keterbacaan karakter secara keseluruhan.

1. Desain yang ikonik

Menurut Kricfalusi dalam jurnal Abednego & Kusumawati (2019), terdapat beberapa faktor yang membuat sebuah karakter mudah diingat. Diantaranya memiliki bentuk yang menarik sehingga mudah dikenali, memiliki sifat yang natural (tidak dibuat-buat) sehingga menjadi ikonik, dan memiliki ciri khas sehingga unik atau berbeda dari yang lain.

2. Desain yang lucu

Desain karakter yang menampilkan kesan lucu dan imut dapat dilihat pada ciri visual yang menyerupai karakter anak-anak, terutama dari segi proporsi tubuh. Kepala dibuat lebih besar dibandingkan tubuh, sementara anggota badan seperti tangan dan kaki dipersingkat untuk menciptakan bentuk yang sederhana dan membulat. Penggunaan bentuk yang cenderung membulat, mata dengan jarak yang cukup lebar, serta pengurangan detail berlebihan membantu memperkuat kesan lucu. Selain itu, pemilihan warna-warna cerah dan hangat turut memberikan nuansa manis dan ramah, sehingga karakter terlihat lebih menarik dan mudah diterima secara visual (Abednego & Kusumawati, 2019).

2.3 Fotografi

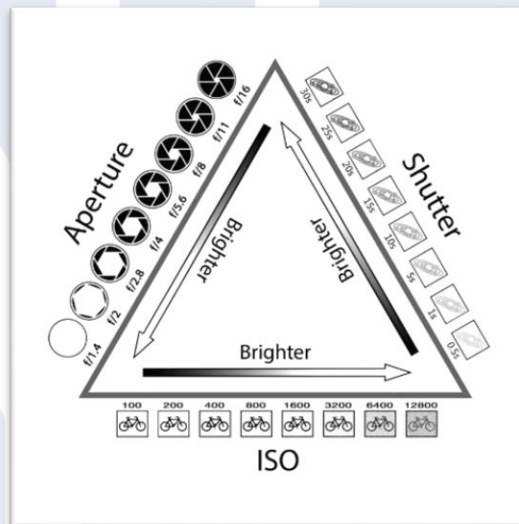
Dalam buku berjudul “Teknik Fotografi”, Irdha Yuniarto (2021, hlm. 2-3) Fotografi yaitu *photos* (cahaya) dan *grapho* (melukis/menulis) adalah kegiatan melukis dengan pantulan cahaya. Fotografi adalah proses membekukan keadaan sebenarnya melalui kamera sehingga hasilnya dapat dinikmati. Dalam fotografi terdapat beberapa jenis foto, diantaranya fotografi landscape (pemandangan), fotografi humanis, fotografi model, fotografi makro, dan masih banyak lagi.

Secara konseptual, fotografi adalah proses mengabadikan sesuatu (postfactum), menghadirkan kembali (representasi), dan sebagai media visual untuk menerjemahkan ide menjadi gambar/foto permanen melalui proses digital.

Pernyataan ini menekankan dua aspek yaitu fungsi dokumenter (merekam realitas) dan fungsi estetis (seni) (Supriyanta dkk, 2023, hlm. 3-4). Fungsi fotografi yaitu sebagai media komunikasi dan ekspresi, dan sebagai alat dokumentasi.

2.3.1 Teknik Fotografi

Untuk mendapatkan gambar dengan pencahayaan yang tepat, kita dapat mengatur tiga kombinasi yang biasa disebut dengan pajanan (exposure) atau segitiga exposure. Tiga elemen tersebut mencakup ISO/ASA (ISO speed), diafragma (*aperture*), juga kecepatan rana (*shutter speed*). Exposure menjadi dasar agar foto tidak terlalu gelap (*under*) atau terlalu terang (*over*) (Yunianto, 2021, hlm. 2-3).



Gambar 2.10 Segitiga Exposure
Sumber : <https://kecemedia.unesa.ac.id>

1. Ekposure

Exposure dijelaskan sebagai hasil kombinasi tiga variabel yang mengatur jumlah cahaya, yaitu *aperture* (diafragma), *shutter speed* (kecepatan rana), dan ISO/ASA (sensitivitas) — hubungan ketiganya sering dirujuk sebagai segitiga eksposur. Pengaturan ketiga unsur ini menentukan kecerahan gambar juga aspek kreatif seperti kedalaman bidang dan pembekuan Gerak (Supriyanta, 2025, hlm. 116).

a. *Aperture*

Aperture adalah ukuran seberapa besar bukaan diafragma pada lensa. Secara logika, semakin besar bukaan, maka akan semakin banyak cahaya yang bisa masuk ke kamera. *Aperture* mengatur seberapa lebar kecilnya cahaya yang melewati diafragma untuk mengenai sensor atau media rekam. *Aperture* memengaruhi *depth of field* (DOF), sehingga menentukan apakah foto terlihat tajam menyeluruh atau memiliki bagian yang buram.

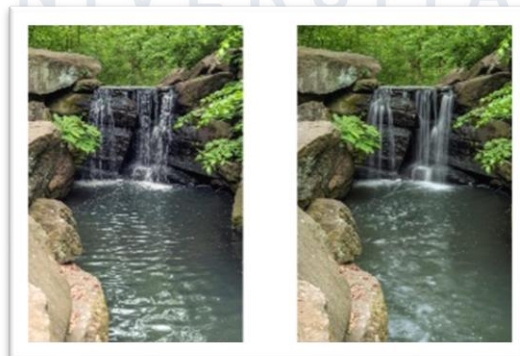


Gambar 2.11 *Aperture (f-stop)*

Sumber : <https://www.pricebook.co.id>

b. *Shutter speed*

Shutter speed adalah kecepatan rana terbuka saat mengambil gambar. Jika rana dibuka lebih lama, cahaya yang masuk ke kamera juga makin banyak, sehingga gambar lebih terang. Jadi *Shutter speed* mengatur berapa lama sensor terekspos cahaya. Foto bisa menghasilkan objek bergerak menjadi diam (*freezing*), atau kabur.



Gambar 2.12 *Shutter speed*

Sumber : <https://www.slideshare.net>

c. ISO (Sensitivitas Sensor)

ISO adalah tingkat sensitivitas sensor kamera terhadap cahaya. ISO yang tinggi membuat kamera lebih peka dalam kondisi minim cahaya, tapi kemungkinannya kualitas gambar dapat menurun karena muncul noise atau butiran kecil pada foto.



Gambar 2.13 ISO
Sumber : <https://newatlas.com>

Seorang fotografer perlu memahami kondisi pencahayaan sebelum menentukan ISO, agar dapat menghasilkan foto yang tepat, sehingga hasilnya tidak terlalu over (terlalu terang) atau under (terlalu gelap).

2.3.2 Fokus & DOF

Depth of Field (DoF) atau kedalaman bidang merujuk pada jarak dalam sebuah foto yang dianggap tajam oleh lensa kamera, dari depan hingga belakang. DoF dipengaruhi oleh beberapa faktor, terutama bukaan diafragma (*aperture*). Besarnya DoF tidak dinyatakan dengan angka pasti, tetapi biasanya digolongkan menjadi tiga tingkatan:

1. DOF Dangkal (*shallow depth of field*)

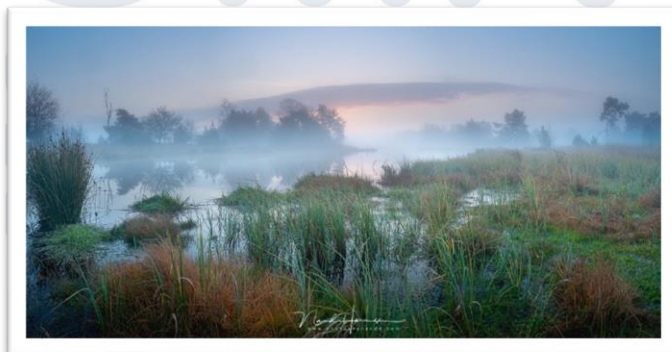
Kedalaman bidang sempit, menangkap hanya sebagian kecil area yang tampak fokus sementara sisanya kabur. Kondisi ini umumnya terjadi saat menggunakan *aperture* besar (angka f-stop rendah, misalnya f/1.4 hingga f/2.8).



Gambar 2.14 Contoh DOF dangkal
Sumber : <https://fstoppers.com>

2. DOF moderat (*moderate depth of field*)

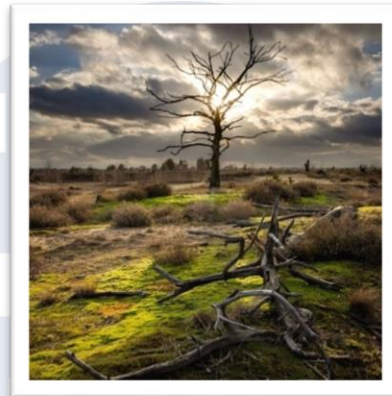
Kedalaman bidang sedang, subjek utama dan sebagian area sekitarnya tetap tajam, sedangkan bagian lain mulai kehilangan ketajaman. Umumnya diperoleh dengan *aperture* menengah (sekitar f/5.6 hingga f/11).



Gambar 2.15 Contoh DOF moderat
Sumber : <https://fstoppers.com>

3. DOF dalam (*deep depth of field*)

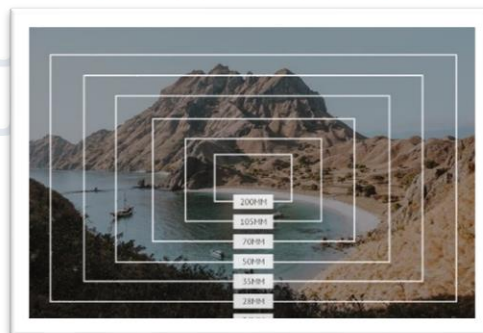
Pada DOF dalam, hampir seluruh elemen dalam foto baik objek depan maupun latar belakang jauh terlihat tajam. Kondisi ini biasanya dihasilkan dengan *aperture* kecil (angka f-stop tinggi, misalnya f/16 hingga f/22).



Gambar 2.16 Contoh DOF dalam
Sumber : <https://fstoppers.com>

2.3.3 Viewpoint

Sudut pandang pada penglihatan kamera tidak hanya ditentukan oleh posisi fisik kamera, melainkan juga dipengaruhi oleh panjang fokus lensa (*focal length*) yang digunakan. Lensa sudut lebar (*wide angle*) mampu menangkap bidang pandang lebih luas, hingga menghadirkan kesan ruang yang dalam. Sebaliknya, lensa telefoto dengan fokus panjang menghasilkan sudut pandang sempit, seolah-olah mendekatkan objek jauh sehingga tampak lebih rapat (Yunianto, 2021, hlm. 28–33).



Gambar 2.17 Focal length
Sumber : <https://fixthephoto.com>

Sedangkan dalam buku berjudul “Buku Ajar Fotografi Dasar” Supriyanta dkk (2025, hlm. 80-83) Menjelaskan sudut pandang lensa (*angle of view*) adalah luas bidang yang bisa ditangkap lensa. Lensa wide angle merekam ruang lebih luas dan menonjolkan perbedaan proporsi, lensa normal memberikan tampilan natural seperti mata manusia, sedangkan lensa telefoto menangkap bidang sempit, menonjolkan subjek, serta memberi efek kompresi perspektif. Pemilihan sudut pandang ini berpengaruh pada kesan visual dan pesan psikologis yang disampaikan foto.

2.3.4 Fotografi *landscape*

Dalam Fotografi *landscape* adalah cabang fotografi yang berfokus pada pemotretan alam dengan tujuan menghadirkan suasana, skala, dan kedalaman ruang. Keberhasilan fotografi *landscape* bergantung pada persiapan yang baik seperti *scouting* lokasi terlebih dahulu, memilih waktu pemotretan yang ideal (dawn / dusk), serta memastikan komposisi yang mampu menuntun mata ke dalam gambar. Untuk mendukung itu, tripod menjadi perlengkapan wajib karena memungkinkan pemakaian *shutter speed* panjang, sehingga detail *foreground* hingga *background* bisa ditangkap dengan tajam (Kelby, 2019, hlm. 122-128).

2.3.5 Komposisi

Komposisi adalah elemen fundamental dalam fotografi *landscape* karena ia mengarahkan alur pandang dan memperkuat narasi visual. Scott Kelby menyebutkan beberapa komposisi dalam bukunya seperti *leading lines*, *negative space*, *foreground*, *middle ground*, dan *background*, *Rule Of Thirds* & *horizon placement*, serta *natural framing* (Kelby, 2019, hlm. 122-128).

1. *Leading lines*

penggunaan *leading lines* untuk memandu mata kita dari foreground menuju subjek utama, misalnya aliran sungai, jalan setapak, atau retakan es. Teknik ini sering dikombinasikan dengan sudut rendah dan lensa wide untuk menciptakan kedalaman yang dramatis.



Gambar 2.18 *Leading lines*
Sumber : Kelby (2019)

2. *Rule Of Third*

Rule Of Thirds & horizon placement adalah prinsip klasik yang dijelaskan Kelby. Horizon yang ditempatkan di sepertiga atas atau bawah memberi kesan lebih dinamis dibandingkan bila berada tepat di tengah frame.



Gambar 2.19 *Rule of third*
Sumber : Kelby (2019)

2.3.6 Pencahayaan

Dalam buku berjudul “Teknik Fotografi”, Irdha Yunianto (2021, hlm. 5-13) Pencahayaan berasal dari dua sumber cahaya, yaitu cahaya alami dan cahaya buatan. Cahaya alami dapat berupa sinar matahari, cahaya bulan, dan lainnya, sedangkan cahaya buatan dapat berupa lampu, lilin, senter, api unggun, hingga lampu kilat dan lampu studio. Selain sumber cahaya, terdapat lima arah pencahayaan yang biasa digunakan, yakni pencahayaan dari depan, samping, atas, bawah, dan belakang objek. Perbedaan arah cahaya dapat menghasilkan efek pencahayaan dan bayangan yang beragam pada objek yang dipotret.

1. Kualitas cahaya

Pencahayaan fotografi jika dilihat dari kualitasnya terbagi menjadi dua, yakni hard light dan soft light. Hard light, biasa disebut direct light, menghasilkan foto dengan perbedaan terang gelap yang tajam dengan kontras yang tinggi. Sebaliknya, soft light atau diffuse light menghasilkan bayangan halus dengan kontras rendah.

2. Intensitas cahaya

Dalam fotografi, intensitas cahaya berhubungan dengan kondisi cahaya yang tersedia dan kebutuhan pemotretan. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti white balance, bayangan, suasana visual, warna, dan kontras. Intensitas cahaya juga menentukan bentuk siluet serta exposure. Kesalahan pengaturan dapat menyebabkan hasil foto terlalu terang atau terlalu gelap.

3. Arah cahaya

Arah datangnya cahaya memegang peranan penting dalam memahami pencahayaan fotografi. Untuk menghasilkan siluet, pemotretan dilakukan dengan posisi kamera berlawanan arah dengan sumber cahaya. Sebaliknya, pada fotografi potret, cahaya umumnya diarahkan ke depan objek. Berdasarkan arah tersebut, fotografi mengenal tujuh teknik pencahayaan yang akan dibahas lebih lanjut.

a. Cahaya depan (*front light*)

Pencahayaan dari arah depan menghasilkan foto dengan bayangan yang minim. Hal ini menyebabkan detail tekstur pada objek menjadi kurang terlihat, sehingga permukaan objek tampak rata dan kurang memperlihatkan kedalaman visual yang kuat.

b. Cahaya samping (*side light*)

Pencahayaan samping atau *side light* mampu mempertegas bentuk serta struktur permukaan objek. Cahaya yang datang dari samping akan memberikan bayangan alami yang memiliki kesan ruang dan kedalaman, sehingga objek terlihat lebih tiga dimensi.

c. Cahaya belakang (*backlight*)

Teknik *back light* merupakan arah pencahayaan di mana sumber cahaya berada tepat di belakang objek yang dipotret, sementara fotografer menghadap langsung ke arah cahaya tersebut.

d. Cahaya atas (*top light*)

Teknik *top light* menggunakan cahaya yang datang dari arah atas, sehingga mampu memberikan efek kilau, terutama pada bagian rambut jika posisi cahaya sedikit berada di belakang. Pencahayaan ini memberikan aksentuasi visual pada bagian atas objek dan kerap digunakan dalam teknik *butterfly lighting* untuk menciptakan kesan dramatis.

e. *Ray of light*

Teknik *ray of light* memanfaatkan sinar cahaya yang tampak menembus media seperti kabut, asap, debu, atau celah awan. Efek ini akan terlihat jelas apabila latar belakang berada dalam kondisi gelap. Fenomena ini umumnya muncul pada pagi hari berkabut atau saat matahari terbenam dengan kondisi cuaca yang cenderung mendung.

2.4 Wisata alam

Wisata Curug nangka merupakan salah satu kawasan ekowisata unggulan yang terletak di kaki Gunung Salak, tepatnya di Desa Sukajadi dan Gunung Malang, Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor. Kawasan ini berada pada ketinggian sekitar 750 meter di atas permukaan laut (mdpl) dengan suhu rata-rata berkisar antara 20–22°C, yang menjadikan udaranya sejuk dan segar. Secara administratif, kawasan ini termasuk dalam wilayah pengelolaan Curug nangka yang memiliki peran penting dalam menunjang perekonomian lokal sekaligus mempertahankan kelestarian fungsi lingkungan (Rifqi, 2020).

Sebagai objek wisata alam, Curug nangka diklasifikasikan sebagai daya tarik wisata yang berbasis pada potensi keanekaragaman hayati dan bentang alam pegunungan. Pengembangan kawasan ini sejalan dengan prinsip pariwisata berkelanjutan yang menekankan pada aspek kelestarian alam dan pemberdayaan masyarakat sekitar.

2.4.1 Taman Nasional

Dalam buku *Taman Nasional dan Ekowisata*, Bhayu Rhama (2019, hlm. 11–14) dijelaskan bahwa tidak ada satu definisi tunggal mengenai taman nasional karena status dan tujuannya ditetapkan oleh undang-undang masing-masing negara. Meskipun demikian, Obenaus menegaskan bahwa taman nasional pada dasarnya merupakan kawasan yang dibentuk untuk melestarikan lingkungan dari tekanan pembangunan, sekaligus memberikan manfaat sosial berupa pendidikan, rekreasi, dan pariwisata. Dengan demikian, taman nasional dapat dipahami sebagai ruang konservasi yang lahir dari kerangka hukum negara, berfungsi melindungi ekosistem, serta memberi peluang terbatas bagi pemanfaatan sosial dan wisata secara berkelanjutan.

1. Fungsi Taman Nasional

Dalam buku *Taman Nasional dan Ekowisata*, Bangarwa menyebutkan sembilan fungsi utama Taman Nasional yaitu sebagai pelestarian keanekaragaman hayati, pelestarian proses ekologi, pelestarian sumber air, fungsi konsumsi terbatas untuk masyarakat, penelitian dan pendidikan, rekreasi, fungsi nonkonsumsi/restoratif, fungsi kultural dan

sosial bagi masyarakat asli, serta penyangga bencana serta fungsi masa depan. Semua fungsi ini menunjukkan bahwa taman nasional tidak hanya melindungi alam, tetapi juga memberi nilai sosial, spiritual, dan ekonomi (Rhama, 2019, hlm. 23–33).

a. Curug nangka

Curug nangka merupakan kawasan konservasi dengan keindahan alam yang masih asri sehingga menjadi tujuan populer bagi wisatawan untuk melepas penat.

b. Daya Tarik Curug nangka

Curug nangka memiliki beragam objek dan daya tarik wisata alam yang menarik, seperti area perkemahan, beragam air terjun mulai dari Curug nangka, Curug Daun, dan Curug Kawung. Selain itu terdapat penginapan juga seperti Herman Lantang, Green Glamping, dan Saung Pakis. Kemudian di wilayah usaha yang dikelola oleh PT CNN, terdapat wahana zipline terpanjang se-Asia, café dan resto, serta glamping.

2.4.2 Ekowisata

Dalam buku “Pengantar Ekowisata” Ahman Sya dan Farid Said (2020, hlm. 3-4) menjelaskan Ekowisata sebagai bentuk kegiatan wisata yang berfokus terhadap lingkungan, mengutamakan pelestarian alam, serta memberi manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat lokal. Ekowisata bukan hanya berorientasi pada hiburan semata, melainkan harus menekankan nilai konservasi dan pendidikan. Dengan kata lain, ekowisata berfungsi sebagai jembatan antara kegiatan wisata, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat sekitar kawasan wisata.

1. Manfaat Ekowisata

Manfaat ekowisata dalam beberapa aspek utama yaitu konservasi, pemberdayaan ekonomi, dan pendidikan lingkungan. Ekowisata dapat memberikan penghasilan ekonomi untuk pelestarian (multiplier effect), meningkatkan kapasitas dan kesempatan kerja masyarakat lokal, serta

berperan sebagai media pendidikan lingkungan bagi wisatawan dan tuan rumah (Sya dan Said, 2020, hlm. 4-6).

a. Konservasi

Kegiatan ekowisata berkorelasi positif dengan upaya pelestarian memberikan penghasilan ekonomi untuk mempertahankan habitat, meningkatkan keanekaragaman hayati, dan melindungi warisan alam serta budaya. merujuk studi Griffith University yang menunjukkan hubungan positif.

b. Pemberdayaan ekonomi

Dengan melibatkan masyarakat lokal, ekowisata meningkatkan kapasitas dan peluang kerja dan dapat menjadi alat penyelesai kemiskinan pada tingkat lokal. Ekowisata memiliki fungsi memberantas kemiskinan dan mewujudkan pembangunan berkelanjutan (*sustainable Development*).

c. Pendidikan Lingkungan

Salah satu tujuan ekowisata adalah melibatkan pendidikan yang mengubah persepsi dan meningkatkan kepedulian serta perilaku kesadaran lingkungan bagi pengunjung. Hal ini menekankan pemahaman kepada alam, masyarakat, serta budaya.

2. Prinsip Ekowisata

Tujuan utamanya ekowisata adalah menyatukan konservasi lingkungan, pengembangan masyarakat, dan kegiatan wisata yang berkelanjutan. Prinsip-prinsip ini adalah hal yang harus dipenuhi agar suatu aktivitas dapat dikategorikan sebagai ekowisata, sebagai berikut (Sya dan Said, 2020, hlm. 7)

1. Meminimalkan dampak fisik, sosial, perilaku, dan psikologis.
2. Meningkatkan kesadaran lingkungan, budaya, dan rasa hormat.
3. Memberikan pengalaman positif bagi wisatawan dan tuan rumah.
4. Menyalurkan manfaat finansial langsung bagi konservasi.
5. Memberikan keuntungan ekonomi bagi masyarakat lokal, industri, dan swasta.

6. Menyediakan pengalaman interpretatif yang meningkatkan kepekaan wisatawan.
7. Membangun dan mengelola fasilitas dengan dampak lingkungan minimal.
8. Menghormati hak, keyakinan, dan budaya komunitas adat serta memberdayakan mereka.

2.5 Penelitian yang relevan

Untuk memperkuat dasar penelitian sekaligus menunjukkan hal baru yang ditawarkan, penulis mengkaji beberapa penelitian terdahulu yang relevan.

Tabel 2. 1 Penelitian relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Perancangan Media Interaktif Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Rumah Gadang Istano Basa Pagaruyung Menggunakan QR Code (2019)	- Tedy Wiraseptya - Agung Eko Budiwaspada - Ganal Rudiyanto	Memperbaharui informasi mengenai Rumah Gadang Istano Basa menggunakan media yang interaktif.	- Perancangan infografis mencakup Map, simbol, tipografi. - Membuat media interaktif menggunakan QR Code.
2.	Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Pariwisata di Desa Perkebunan Bukit Lawang (2024)	- Dewi Yanti - Ikhlas Ramadhan - Dina Yunita - Muhammad Rizki Lubis	Untuk mengoptimalkan peran media sosial dalam meningkatkan promosi pariwisata Desa Perkebunan Bukit Lawang	- membuat akun media sosial sendiri. - Konten Video perjalanan berbagai daya tarik di kawasan bukit lawang.

3.	Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web Sebagai Media Promosi Pada Kabupaten Tebo	- Raysa Puteri Ardhiyani - Herry Mulyono	Promosi dan penyediaan informasi menggunakan media informasi mengenai objek wisata di Kabupaten Tebo	- sistem informasi pariwisata berbasis web - menampilkan informasi berita terbaru mengenai objek wisata Kabupaten Tebo
----	---	---	--	---

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media digital memiliki peran yang cukup penting dalam mendukung promosi wisata. Penelitian pertama mengutamakan pengembangan media interaktif menggunakan QR Code untuk memberikan informasi wisata secara lebih menarik dan mudah diakses. Penelitian kedua membahas pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi wisata desa melalui pembuatan akun resmi dan konten video perjalanan untuk memperlihatkan daya tarik kawasan wisata. Kemudian, penelitian ketiga fokus pada perancangan informasi wisata menggunakan *website* yang memberikan informasi objek wisata, peta lokasi, serta berita terbaru sebagai media promosi daerah. Ketiga penelitian tersebut sama-sama menggunakan media digital sebagai alat utama dalam menyampaikan informasi dan promosi wisata.

Berbeda dari ketiga penelitian tersebut, perancangan yang penulis lakukan tidak hanya berfokus pada penyediaan media informasi secara umum, tetapi fokus pada perancangan *website* wisata yang menggabungkan asset visual berupa fotografi, interaktivitas, serta karakter visual sebagai identitas destinasi. *Website* yang dirancang memberikan pengalaman visual yang lebih kuat melalui pemilihan fotografi serta elemen interaktif yang mendorong keterlibatan pengguna. Dengan demikian, perancangan ini memberikan informasi pariwisata, sekaligus berbeda dari penelitian sebelumnya yang lebih fokus pada media sosial, QR Code, atau sistem informasi berbasis web.