

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi Interaktif

Media informasi adalah proses definisi, perancangan, dan pembentukan isi pesan dan tempat pesan tersebut disajikan, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi penerima yang dituju (Pettersson, 2014, h.3). Sebelumnya, istilah media informasi massal berarti media cetak atau publikasi. Istilah publikasi tersebut mencakup mulai dari majalah, jurnal, dan koran. Ketika bentuk informasi beranjak dari media cetak ke televisi dan radio, istilah publikasi tidak lagi dapat menggambarkannya secara utuh. Berbagai penulis kemudian meminjam istilah media informasi massal tersebut untuk mengakomodasi perubahan sarana komunikasi. Istilah tersebut kini dapat digunakan untuk menjelaskan bentuk media informasi daring seperti di internet (Turow, 2009, h.20). Media informasi kemudian memiliki banyak varian, salah satu jenis turunan dari media informasi adalah media informasi interaktif. Sebuah media dapat disebut sebagai media informasi apabila media tersebut menjadi perantara dalam memberikan suatu bentuk informasi baru kepada penerimanya.

Menurut Griffey (2020) Media digital interaktif adalah pengalaman yang biasanya berbasis komputer atau layar dalam memfasilitasi sebuah interaksi antara perangkat dan sang pengguna. Kebanyakan media informasi interaktif memerlukan perangkat elektronik tertentu untuk melaksanakan proses interaksi. Namun sebuah media interaktif tidak diwajibkan untuk memiliki teknologi canggih untuk menjalankannya. Perbedaan utama dari media informasi biasa dengan media informasi interaktif adalah interaksi pengguna. Bentuk media lain menggunakan gaya informasi satu arah dengan memberikan informasi seperti gambar, teks, video, maupun audio. Media tersebut mungkin akan memicu respons dari pengguna, namun interaksi balik kepada media tersebut tidak dapat dilakukan. Hubungan interaksi dua arah saling memberi informasi baru adalah dasar akan media informasi interaktif yang dimaksud.

2.1.1 *Mobile website* sebagai Media Informasi

Visualisasi informasi merupakan proses representasi data secara visual dalam upaya meningkatkan pemahaman orang yang membacanya. Pada prinsipnya, visualisasi informasi akan mengubah data menjadi visual yang dapat menjelaskan informasi, memandu, hingga mendukung sebuah pengambilan keputusan (IXDF - Interaction Design Foundation, 2016b). Salah satu contoh visualisasi dari bentuk media informasi adalah *mobile website*.

Kesimpulan dari sub bab ini adalah media informasi digunakan menyampaikan informasi dari sumber kepada penerima, dan salah satu variannya adalah media informasi interaktif, yaitu media yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara pengguna dan perangkat. Media digital interaktif biasanya berbasis komputer atau layar, meskipun tidak selalu memerlukan teknologi canggih, selama mampu memfasilitasi pertukaran informasi secara timbal balik. Media informasi berbeda dari media persuasi karena tujuan utamanya adalah menyampaikan informasi baru, bukan memengaruhi penerima. Dengan demikian, inti dari media informasi interaktif adalah kemampuan untuk menghadirkan pengalaman interaktif yang memungkinkan pengguna berperan aktif dalam proses penyampaian dan penerimaan informasi.

2.2 *Website*

Website merupakan media informasi interaktif berbasis jaringan komputer. *Website* memiliki keunggulan untuk dapat diakses di mana saja dan kapan saja dengan biaya yang relatif lebih murah dibanding media informasi konvensional (Maulana & Adiwijaya, 2023, h.66). *Mobile website* merupakan situs versi seluler yang dapat diakses melalui perangkat gawai.

2.2.1 UI/UX

UI/UX merupakan prinsip penting dalam pengembangan produk digital karena langsung memengaruhi bagaimana pengguna berinteraksi dan merasakan produk tersebut. UI yang dirancang dengan baik tidak hanya membuat produk terlihat menarik dan mudah dinavigasi, tetapi juga menciptakan pengalaman visual yang memikat. Sementara itu, UX yang rapi

memastikan perjalanan pengguna mulus, dari awal hingga akhir, termasuk saat mereka mencari bantuan, memberikan rasa nyaman dan memuaskan setiap kali mereka menggunakan produk (Malewicz & Malewicz, 2020).

1. *User Interface* (UI)

UI atau *User Interface* merupakan representasi visual dari sebuah produk digital. Contoh yang paling jelas dari UI dapat dilihat pada bentuk aplikasi dan *website*. UI visual yang menghubungkan sebuah produk digital dengan penggunanya. Fungsi dari sebuah UI dapat mencapai hasil yang efektif karena dipengaruhi serangkaian interaksi manusia-mesin. Ini merupakan kumpulan teks, bentuk, grafik, dan foto yang digabungkan dan memungkinkan sebuah interaksi lancar dan alami (Malewicz & Malewicz, 2020, h.15).

2. *User Experience* (UX)

UX atau *User Experience* adalah definisi dari seberapa mudah sebuah produk digital dapat digunakan. UX dalam produk digital ini berarti interaksi antarmuka, pola navigasi, dan komunikasi. Tujuan dari UX adalah untuk meningkatkan pemahaman dan pengalaman pengguna yang efektif dalam menggunakan produk dengan mudah. Jika fungsi perancangan UI adalah tentang tampilan dan nuansa, maka peran dari perancangan UX adalah untuk mendefinisikan bagaimana produk tersebut akan berfungsi dan beroperasi agar dapat digunakan dengan baik (Malewicz & Malewicz, 2020, h.15).

UI/UX menjadi prinsip penting dalam pengembangan produk digital karena berpengaruh langsung pada cara pengguna berinteraksi dan merasakan produk. *User interface* berfokus pada representasi visual seperti tampilan aplikasi atau *website*, yang terdiri dari teks, bentuk, grafik, dan elemen visual lain untuk menciptakan interaksi yang menarik, intuitif, dan mudah dinavigasi. Sementara itu, *user experience* menekankan kemudahan penggunaan produk secara keseluruhan, termasuk alur interaksi, navigasi, dan komunikasi antarmuka. Aspek *user experience* bertujuan memastikan perjalanan pengguna

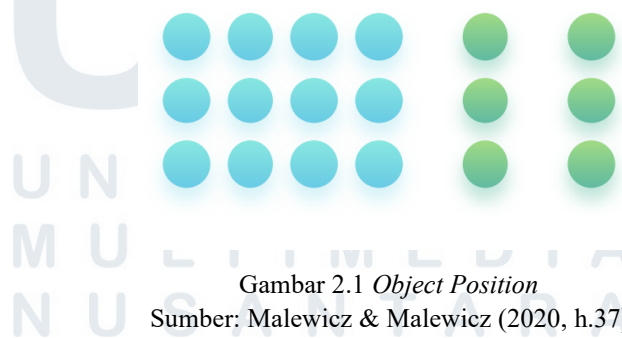
berlangsung mulus, efektif, dan memberikan rasa nyaman serta kepuasan selama menggunakan produk digital.

2.2.2 Kelompok Elemen

Pengelompokan elemen informasi yang sebelumnya terbagi-bagi menjadi kesatuan yang jelas menggunakan persepsi manusia. Pada prinsipnya, otak manusia akan secara alam bawah sadar berusaha menghubungkan elemen-elemen dan melihat gambar sebagai keseluruhan, bukan sekumpulan elemen yang lebih kecil. Objek yang saling menyerupai satu sama lain akan dikelompokkan oleh pengguna, sedangkan yang tidak cocok dalam kelompok akan dibedakan (Malewicz & Malewicz, 2020, h.35).

1. *Object Position*

UI dapat menggunakan elemen posisi untuk mengelompokkan komponen yang serupa dan mengatur tata letak secara umum. Ini sangat efektif untuk navigasi utama, kartu, tombol, konten, dan ikon. Anda dapat menggunakan ruang kosong untuk memisahkan elemen-elemen yang berbeda, menciptakan hierarki yang alami. Hierarki yang tepat membantu dalam memindai dan memahami berbagai jenis informasi yang ditampilkan (Malewicz & Malewicz, 2020, h.37).



Gambar 2.1 *Object Position*

Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.37)

2. *Visually Similar*

Objek-objek akan dianggap sebagai sebuah grup apabila fitur yang mendefinisikan seperti warna, bentuk, ukuran, tekstur, atau posisi di ruang. Beberapa fitur ini kita proses jauh lebih cepat daripada yang lainnya. Kesamaan yang paling kuat adalah pada warna, diikuti oleh

ukuran dan bentuk. Objek yang sangat berbeda dari yang lainnya tidak akan bisa masuk ke dalam kelompok yang ada dan membuatnya terlihat (Malewicz & Malewicz, 2020, h.38).



Gambar 2.2 *Visually Similar*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.38)

3. *Gestalt Principle*

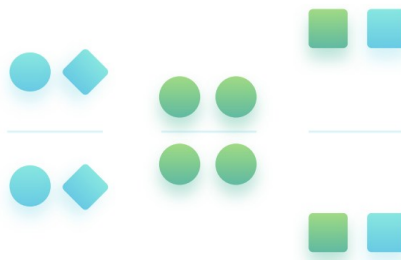
Semua ruang kosong di antara objek-objek secara alam bawah sadar akan terisi. Artinya, otak pengguna dapat menyelesaikan bentuk yang tidak lengkap dengan menambahkan bagian yang hilang sendiri (Malewicz & Malewicz, 2020, h.39).



Gambar 2.3 *Gestalt Principle*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.39)

4. *Symmetrical Alignment*

Semua objek yang disusun secara simetris lebih memuaskan secara visual dan dianggap lebih indah dan terhubung. Ketika terdapat elemen simetris, pengguna dapat dengan cepat menangkap dan mengerti bentuk persamaannya (Malewicz & Malewicz, 2020, h.40).



Gambar 2.4 *Symmetrical Alignment*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.40)

5. *Continuous Line*

Otak manusia selalu mencari jalur yang paling mulus untuk diikuti. Dengan menggunakan aturan kontinuitas, pastikan garis atau lengkungan itu seragam dan dapat diprediksi. Semakin seragam garisnya, semakin mudah bentuk yang dihasilkan untuk dikenali dengan benar (Malewicz & Malewicz, 2020, h.41).



Gambar 2.5 *Continuous Line*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.41)

6. *Object Movement*

Salah satu contoh penerapan aturan ini adalah formasi V pada burung. Meskipun ada banyak burung dalam formasi tersebut, kita melihat seluruh bentuk V sebagai satu objek besar yang bergerak. Aturan ini berguna saat mendesain *carousel*, daftar *dropdown*, atau saat menganimasikan objek ke layar selama transisi (Malewicz & Malewicz, 2020, h.42).



Gambar 2.6 *Object Movement*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.42)

7. *Object and Background*

Sebagian besar UI menggunakan lapisan berupa objek dan beberapa bentuk latar belakang. Pengguna berusaha membedakan latar belakang dari semua elemen penting yang dapat diinteraksikan. Latar belakang tidak boleh terlalu ramai, karena bisa menarik perhatian dari elemen di depan. Objek dan fungsionalitas yang kurang penting harus lebih sedikit terlihat dan jelas berbeda dari yang penting (Malewicz & Malewicz, 2020, h.44).



Gambar 2.7 *Object and Background*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.44)

8. *Visually Attractive*

Menurut aturan ini, antarmuka yang modern, simetris, dan secara keseluruhan indah akan memberikan efek yang lebih positif pada pengguna. Pengguna bisa saja mengabaikan beberapa masalah kegunaan jika tampilan visual memberikan kesan pertama yang cukup baik. Perasaan menggunakan produk berkualitas tinggi akan bertahan lebih lama pada pengguna dibandingkan dengan kemudahan penggunaan yang dirasakan (Malewicz & Malewicz, 2020, h.45).



Gambar 2.8 *Visually Attractive*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.45)

9. *First and Last Object*

Otak manusia akan mengingatnya objek pertama dan terakhir jauh lebih baik. Objek menarik perhatian lebih banyak daripada jika ditempatkan secara acak di antara elemen-elemen lain. Ini adalah aturan penting yang perlu dipertimbangkan saat membangun navigasi, daftar *dropdown*, atau materi pemasaran dan penjualan (Malewicz & Malewicz, 2020, h.46).



Gambar 2.9 *First and Last Object*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.46)

10. *Emphasis*

Tombol yang memiliki warna atau ukuran yang berbeda dari tombol lainnya akan membuatnya secara alami menonjol dan menarik perhatian. Salah satu efek isolasi yang paling populer adalah penekanan pada tombol *Call To Action* (Malewicz & Malewicz, 2020, h.46).



Gambar 2.10 *Emphasis*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.46)

Pengelompokan elemen informasi dalam UI pada dasarnya berfokus pada cara otak manusia memersepsikan sebuah kesatuan visual. Prinsip ini memanfaatkan elemen seperti kesamaan, posisi, dan hubungan antar objek agar informasi mudah dipahami. Elemen yang serupa dalam warna, ukuran, bentuk, atau posisi akan dianggap sebagai satu kelompok, sementara perbedaan menciptakan penekanan. Prinsip *Gestalt*, aspek simetri, kesinambungan, hingga pergerakan objek sebuah dapat membantu pengguna mengenali pola secara alami. Pemisahan antar objek dan latar belakang menjaga fokus pada elemen penting. Tampilan visual yang menarik, penempatan objek awal–akhir, serta penekanan visual seperti CTA meningkatkan perhatian, pemahaman, dan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

2.2.3 Screen

Berdasarkan fakta bahwa UI adalah segala sesuatu bersifat tampilan visual, sangat penting untuk memahami di perangkat apa kita melihatnya. Pada masa awal *web*, ini cukup sederhana – desain dibuat dalam ukuran antara 640 x 480 dan 800 x 600 *pixel*. Tempat di mana fragmentasi paling terasa adalah dalam satu kategori perangkat *mobile*. Ponsel pintar memiliki begitu banyak resolusi dan rasio aspek sehingga tidak ada cara untuk membuat satu desain yang cocok untuk semua.



Gambar 2.11 Screens

Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.53)

Pada sebuah perangkat *mobile*, penting untuk memikirkan jangkauan rata-rata pengguna. Pola penggunaan ponsel yang umum adalah dengan satu tangan memegang ponsel, sementara ibu jari tangan yang sama

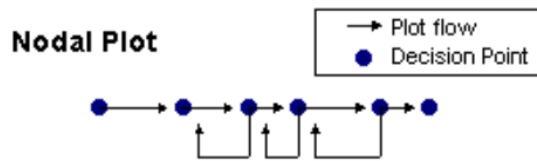
melakukan sebagian besar pekerjaan di layar. UI yang disusun secara acak bisa sulit digunakan dengan satu tangan dan menyebabkan frustrasi. Area bagian bawah ponsel akan menjadi letak elemen pertama yang paling cepat dijangkau oleh pengguna (Malewicz & Malewicz, 2020, h.53). Berdasarkan prinsip tersebut, letak sebuah elemen visual dibuat berdasarkan tingkat kualitas fungsi dan fitur yang ditawarkan.

2.2.4 Interaction Plot

Interaction plot adalah bentuk keseluruhan dari beberapa tindakan, serangkaian peristiwa, dan alur dalam usaha penyampaian informasi melalui perspektif tertentu. Struktur dari *interaction plot* akan berhubungan secara langsung dengan respons pengguna. Isi konten dari sebuah struktur *interaction plot* akan mengurangi atau meningkatkan keterlibatan dari seorang pengguna tergantung jenis pemakaiannya. Sebuah media interaktif memiliki beberapa jenis *interaction plot* yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna. Pola naratif tersebut yaitu *Nodal Plot*, *Modulated Plot*, dan *Open Plot* (Tomaszewski, 2005).

1. Nodal Plot

Nodal plot adalah bentuk *interaction plot* linear yang memberikan kontrol naratif penuh kepada perancang media. Informasi mengikuti jalur yang telah ditentukan dengan titik-titik keputusan di mana pengguna harus menyelesaikan tugas tertentu untuk melanjutkan. Titik keputusan ini sering kali bersifat "*do-or-die*" yang di mana jika pengguna gagal, kegiatan interaksi bisa selesai, memaksa mereka untuk mengulang dari titik sebelumnya. Meskipun pengguna diberi kemampuan untuk kembali ke poin sebelumnya, mereka tidak dapat menciptakan jalur alur baru karena interaksi mereka tidak menghasilkan cabang tambahan (Tomaszewski, 2005).

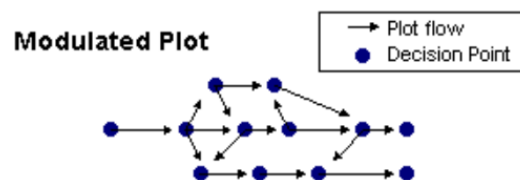


Gambar 2.12 *Nodal Plot*

Sumber: <http://zach.tomaszewski.name/uh/ics699/intnarr...>

2. *Modulated Plot*

Modulated plot adalah struktur dengan beberapa cabang interaksi di mana keputusan pengguna dapat menentukan jalannya alur. Setiap pilihan mengarah ke rangkaian peristiwa yang berbeda, menciptakan variasi dalam alur. Meskipun ada banyak kemungkinan akhir, semua jalur tetap dalam kendali perancang. Dengan memainkan alur interaksi beberapa kali, pengguna dapat menjelajahi berbagai plot yang tersedia pada media (Tomaszewski, 2005).

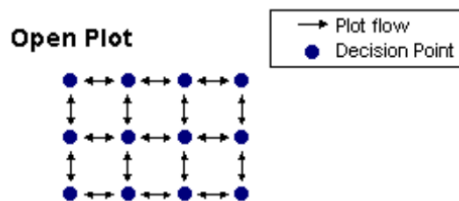


Gambar 2.13 *Modulated Plot*

Sumber: <http://zach.tomaszewski.name/uh/ics699/intnarr...>

3. *Open Plot*

Open plot memberi pengguna kebebasan penuh untuk menjelajahi dan membentuk cerita tanpa terikat alur tertentu. Tanpa struktur naratif yang tetap, pengguna menentukan sendiri tindakan dan arah cerita, menciptakan pengalaman yang benar-benar terbuka. Dalam pola ini, bentuk media disediakan untuk dieksplorasi, sementara pengguna merancang narasi berdasarkan keputusan yang diambil (Tomaszewski, 2005).



Gambar 2.14 *Open Plot*

Sumber: <http://zach.tomaszewski.name/uh/ics699/intnarr...>

Interaction plot pada dasarnya berarti struktur alur interaksi yang mengatur rangkaian tindakan, peristiwa, dan penyampaian informasi dalam media interaktif, serta berpengaruh langsung pada respons dan keterlibatan pengguna. Struktur ini dapat meningkatkan atau menurunkan pengalaman pengguna tergantung penerapannya. Terdapat tiga jenis *interaction plot*, yaitu *nodal plot*, *modulated plot*, dan *open plot*. *Nodal plot* bersifat linear dengan kontrol penuh di tangan perancang dan titik keputusan yang ketat. *Modulated plot* menyediakan beberapa cabang alur berdasarkan pilihan pengguna namun tetap terkontrol. Sementara itu, *open plot* memberikan kebebasan penuh bagi pengguna untuk membentuk dan mengeksplorasi narasi sendiri.

Media interaktif merupakan sarana komunikasi yang hasilnya bergantung pada masukan pengguna dan mencakup konsep interaksi antar manusia dengan komputer. Sebagai salah satu bentuk media interaktif, *website* berfungsi sebagai platform informasi yang dapat diakses melalui internet dan bermanfaat untuk penyebaran informasi, termasuk bagi Museum Gedung Juang 45 Bekasi. Dalam pengembangan *website*, prinsip UI/UX menjadi elemen penting agar tampilan visual menarik, mudah digunakan, dan mampu memberikan pengalaman yang memuaskan. UI berkaitan dengan tampilan visual seperti teks, bentuk, dan grafik, sedangkan UX berfokus pada kemudahan penggunaan, pola navigasi, serta bagaimana produk berfungsi bagi pengguna. Berbagai prinsip pengelompokan elemen visual seperti kedekatan, kesamaan, kontinuitas, simetri, serta perbedaan objek membantu pengguna memahami informasi secara alami dan cepat. Prinsip visual juga menekankan pentingnya hierarki, daya tarik estetika, dan penempatan

elemen kunci. Selain itu, pola interaktif naratif seperti *nodal plot*, *modulated plot*, dan *open plot* menunjukkan berbagai cara pengguna dapat berinteraksi dan memengaruhi jalannya cerita, dari struktur yang sepenuhnya linear hingga yang sangat bebas, sehingga menciptakan pengalaman interaktif yang bervariasi.

2.3 Layout

Layout adalah kegiatan, prosedur, dan aturan prinsip yang diberlakukan ketika merancang sebuah media visual. Pada dasarnya, *layout* berarti tata letak elemen grafik pada bentuk mediumnya. Elemen *layout* memiliki pengaruh yang tinggi pada fungsinya mengatur gaya visual dari sebuah media interaktif *mobile website*. Adapun beberapa prinsip yang dapat membantu perancangan *layout* suatu media menjadi lebih efektif.

1. Unity

Unity adalah sebuah prinsip dalam menciptakan hubungan harmonis antar elemen visual. *Unity* memiliki fungsi untuk menguatkan nilai karakter suatu *brand* atau produk yang kohesif. Prinsip *unity* pada penerapannya memiliki dampak peningkatan kualitas pengalaman pengguna ketika menavigasi media interaktif. Penggabungan elemen dengan fungsi serupa akan membantu pengguna dalam mendalami pengalaman interaktif (Griffey, 2020, h.133).

2. Differentiation

Prinsip *differentiation* berarti menciptakan visual elemen berbeda satu dengan yang lain. Perbedaan dapat menciptakan kesan progres dari suatu media. Prinsip *differentiation* akan membantu pengguna membedakan jenis informasi pada media interaktif. *Differentiation* juga membantu pengguna dalam mengidentifikasi dua elemen yang memiliki fungsi berbeda. Prinsip *differentiation* dapat diaplikasikan pada berbagai elemen visual seperti latar belakang, objek, gambar, hingga tipografi (Griffey, 2020, h.136).

3. *Emphasis*

Emphasis pada dasarnya adalah membuat suatu elemen lebih mencolok dibanding elemen lainnya. *Emphasis* diterapkan pada elemen yang paling krusial untuk disadari pengguna. Berdasarkan hal tersebut, *emphasis* juga dapat mengendalikan ke mana perhatian pengguna harus tertuju pada suatu media interaktif. Secara umum, prinsip *emphasis* diterapkan agar pengguna dapat dengan cepat menerima informasi paling penting dari konten sisanya. *Emphasis* dapat diciptakan dengan meletakkan elemen tertentu *layout* strategis dari media interaktif. *Emphasis* juga dapat dibuat dengan kontras yang diciptakan lewat warna, ukuran, hingga gerakan (Griffey, 2020,h.139).

Prinsip *emphasis* berhubungan langsung dengan *visual hierarchy*. *Visual hierarchy* merupakan prinsip *emphasis* yang diterapkan secara bertahap pada beberapa elemen visual. Penerapan hirarki tersebut akan mengatur arah perhatian pengguna pada informasi yang tingkat penekanannya telah diatur.

4. *Whitespace*

Definisi *whitespace* merujuk pada bagian kosong di antara elemen grafik pada media visual. Keberadaan *whitespace* berfungsi untuk memperjelas hubungan antar objek elemen. Prinsip tersebut didasari atas perilaku pengguna yang cenderung mengelompokkan elemen yang saling berdekatan dibanding elemen yang jauh. Pada dasarnya, penerapan *whitespace* dapat memberikan *emphasis* suatu elemen yang ada pada media interaktif (Griffey, 2020, h.141).

5. *Alignment*

Alignment merujuk pada peletakan sejajar secara horizontal maupun vertikal berbagai elemen grafik pada sebuah media visual. Objek

yang diletakkan sejajar akan menciptakan garis tidak terlihat yang membuatnya terkesan rapi. Grafik yang dirancang secara sejajar akan memberikan efek *emphasis* jika salah satu elemen diletakkan keluar dari *alignment*. Pada praktiknya, prinsip *alignment* berhubungan dekat dengan elemen *grid* (Griffey, 2020, h.143).

Prinsip dari *layout* digunakan untuk mengatur keseimbangan komposisi dari suatu media visual. Perancangan sebuah *mobile website* bergantung pada teknik *layout* untuk penyampaian informasi yang efektif kepada penggunanya. Adapun beberapa prinsip yang membantu penerapan dari teknik *layout* yang baik pada suatu media visual. Prinsip tersebut berupa *unity* sebagai keseimbangan, *differentiation* dan *emphasis* sebagai penekanan elemen krusial, serta *whitespace* dan *alignment* untuk mengatur pengelompokan objek sekaligus ruang bernapas. Keseluruhan prinsip pada *layout* juga mempengaruhi urutan penyampaian konten informasi *mobile website* ke pengguna.

2.4 Grid System

Grid adalah struktur garis yang membantu menjaga *layout* tetap teratur. Ini adalah cetak biru struktural dari setiap proyek yang baik karena membantu menciptakan hierarki antara elemen-elemen dan memungkinkan pemahaman serta pemrosesan yang lebih baik (Malewicz & Malewicz, 2020, h.56).

1. Horizontal

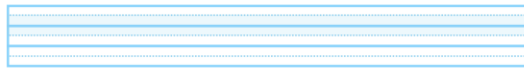
Horizontal grid terdiri dari kolom vertikal dan *margin* di antaranya, yang disebut *gutter*. Keduanya elemen tersebut dapat diatur untuk memiliki lebar yang sudah ditentukan atau fleksibel. Mereka memungkinkan penyelarasan horizontal antarmuka yang lebih baik dan menjadi dasar dari desain (Malewicz & Malewicz, 2020, h.59).



Gambar 2.15 *Horizontal Grid*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.59)

2. Vertikal

Vertikal grid dapat membantu menetapkan tinggi elemen, bagian, dan ruang kosong vertikal. *Grid* vertikal bekerja paling baik dengan presentasi *grid* konten pada blog atau portal berita. *Grid* ini terdiri dari garis *horizontal* yang menyelaraskan konten secara vertikal. Tujuan utama dari jenis *grid* ini adalah untuk membuat bagian-bagian mudah dipindai dan dibedakan dengan cepat, sehingga mempercepat dan membuat lebih nyaman bagi pengguna untuk menelusuri cakupan banyak konten dari suatu media informasi (Malewicz & Malewicz, 2020, h.59).



Gambar 2.16 *Vertical Grid*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.59)

3. Fluid Grid

Fluid grid mengasumsikan lebar *margin* luar dan *gutter*, dan menyesuaikan lebar kolom agar sesuai dengan layar. Ini membuat kolom memiliki lebar yang bervariasi, sementara *gutter* menjaga penyelarasan tetap teratur. Ini adalah salah satu tipe *grid* yang paling umum digunakan, karena memungkinkan penyesuaian yang lebih mudah untuk berbagai perangkat dan ukuran layar (Malewicz & Malewicz, 2020, h.60).



Gambar 2.17 *Fluid Grid*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.60)

4. Fixed Grid

Grid tetap bekerja dengan nilai tetap untuk lebar kolom dan *gutter*. Jika layar lebih lebar dari *grid*, ruang kosong akan muncul pada sisi-sisinya. Tipe *grid* ini cukup baik digunakan untuk situs *web* dan portal berita, karena meregangkan konten hingga lebih dari 1400px akan

mengurangi keterbacaan. Dalam hal ini, lebih baik membiarkan sisi-sisinya kosong (Malewicz & Malewicz, 2020, h.60).

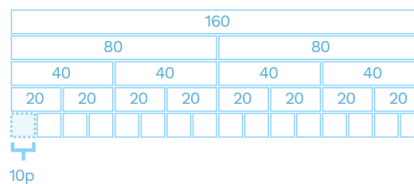


Gambar 2.18 *Vertical Grid*

Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.60)

5. *Ten-point Grid*

Salah satu *grid* paling populer karena kemudahan untuk membagi angka lain yang lebih besar dengan 10. Kalikan dengan dua untuk membuat dasar sistem *grid* yang sangat sederhana dan mudah diterapkan, yang kemudian bisa disesuaikan lebih lanjut (Malewicz & Malewicz, 2020, h.61).

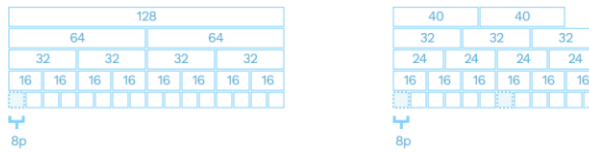


Gambar 2.19 *Ten-Point Grid*

Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.61)

6. *Eight-point Grid*

Eight-point grid adalah tipe *grid* yang paling populer dalam desain UI modern. Memberikan banyak fleksibilitas dalam pengaturan jarak penempatan elemen yang lebih kompleks dalam ruang yang sama dan tetap sesuai dengan *grid* (Malewicz & Malewicz, 2020, h.63).



Gambar 2.20 *Eight-Point Grid*
Sumber: Malewicz & Malewicz (2020, h.63)

Grid adalah struktur garis yang menjaga tata letak tetap teratur dan membantu membentuk hierarki visual. *Grid* ada beberapa jenis seperti *grid* horizontal untuk penyelarasan elemen secara mendatar, *grid* vertikal untuk mengatur tinggi elemen dan mempermudah pemindaian konten, serta *fluid grid* yang menyesuaikan lebar kolom dengan ukuran layar. *Fixed grid* menggunakan ukuran tetap yang mempertahankan keterbacaan pada layar lebar, sementara *ten-point grid* dan *eight-point grid* memberikan fleksibilitas dalam pengaturan jarak dan penempatan elemen. Seluruh jenis *grid* ini mempermudah desain antarmuka yang rapi, konsisten, dan mudah dipahami pengguna.

2.5 Typography

Tipografi dinyatakan sebagai elemen yang esensial pada suatu desain. Elemen ini memiliki dampak yang luas pada terciptanya sebuah identitas dan merek yang kohesif. Tipografi pada esensinya adalah seni menyusun kata sesuai dengan intensi yang jelas kepada pembaca. Elemen tipografi dapat mempengaruhi daya tarik visual, memancing emosi tertentu, hingga meninggalkan kesan kepada pembacanya (Prasad, 2022, h.156).



Gambar 2.21 Contoh *Typeface Serif*
Sumber: Prasad (2022, h.156)

Tipografi dengan bentuk yang mudah dikenal dan tenang akan memberikan rasa percaya diri kepada pembacanya. Contoh tipografi di atas dapat menghasilkan kesan prosedur yang baik tanpa memakan waktu lama. Elemen tipografi diwajibkan untuk membangun rasa percaya diri pelanggan ke prosedur

yang akan dilaksanakan. Tipografi harus cukup fleksibel untuk menyampaikan pesan-pesan visual. Ketika diaplikasikan dengan baik, sebuah tipografi akan mampu membangun hierarki dan kesinambungan antar produk. Aplikasi tersebut akan membantu pengguna untuk dengan cepat menangkap dan mengenali sebuah identitas visual (Prasad, 2022, h.156).

1. *Typeface*

Font dan *typeface* sering kali tertukar dalam dunia tipografi. *Typeface* adalah sebuah koleksi dari beberapa jenis gaya yang bervariasi pada ukuran karakter hingga berat huruf. *Font* adalah salah satu variasi gaya yang merepresentasikan sebuah *typeface*. *Typeface* adalah koleksi dari berbagai gaya teks berupa *font* (Prasad, 2022, h.157)

Typeface	Font
Roboto Condensed Thin	
<i>Roboto Condensed Thin Italic</i>	
Roboto Condensed Regular	
<i>Roboto Condensed Regular Italic</i>	
Roboto Condensed Bold	Roboto Condensed Bold
<i>Roboto Condensed Bold Italic</i>	

Gambar 2.22 Perbedaan *Typeface* dan *Font*
Sumber: Prasad (2022, h.157)

Typeface secara kasarnya dibagi ke dalam empat kategori. Jenis kategori tersebut adalah *Serif*, *Sans-serif*, *Script*, dan *Decorative* (Prasad, 2022, h.157). *Typeface* jenis *script* mengambil gaya tulisan tangan sebagai ciri khas. *Typeface* jenis *decorative* mengadopsi visual yang lebih eksperimental dengan bentuknya.

Serif

Sans-serif

Script

DECORATIVE

Gambar 2.23 Kategori Jenis Font
Sumber: Prasad (2022, h.158)

Serif dan *Sans-serif* adalah jenis *typeface* yang paling umum digunakan secara luas. *Serif typeface* memiliki perpanjangan stem atau kaki pada hurufnya, elemen yang tidak hadir pada jenis *Sans-serif*. Contoh dari *Serif typeface* yang populer seperti *Times New Roman*, *Garamond*, *Baskerville*, dan *Georgia*. Sedangkan untuk contoh *Sans-serif* yang populer berupa *Helvetica*, *Arial*, *Roboto*, dan *Open Sans* (Prasad, 2022, h.158).

2. Weight

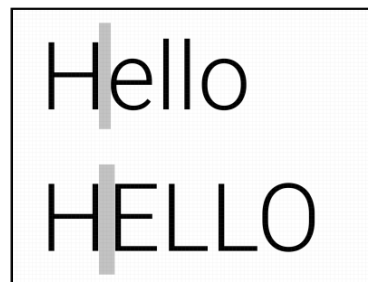
Sebuah *typeface* biasanya terdapat tiga sampai empat variasi berat di dalamnya. Berat adalah elemen yang mengatur tingkat ketebalan dari goresan huruf *font*. Contohnya seperti *typeface Roboto* yang hadir dalam enam variasi berat: *thin*, *light*, *regular*, *medium*, *bold*, serta ukuran terakhir, *black* (Prasad, 2022, h.158).

Roboto Thin
Roboto Light
Roboto Regular
Roboto Medium
Roboto Bold
Roboto Black

Gambar 2.24 Weight Typeface
Sumber: Prasad (2022, h.158)

3. *Letter Spacing*

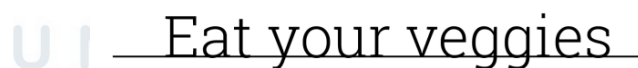
Letter spacing atau yang dikenal sebagai *tracking*, adalah jarak yang terletak di antara tiap huruf. Biasanya huruf kapital memiliki *tracking* yang lebih luas, sedangkan huruf kecil memiliki *tracking* yang lebih sempit. Beberapa aplikasi desain seperti *Figma* memperbolehkan pengguna untuk mengatur *manual tracking*. Fitur tersebut berguna untuk membuat variasi alternatif dari tipografi (Prasad, 2022, h.159).



Gambar 2.25 *Letter Spacing*
Sumber: Prasad (2022, h.159)

4. *Baseline*

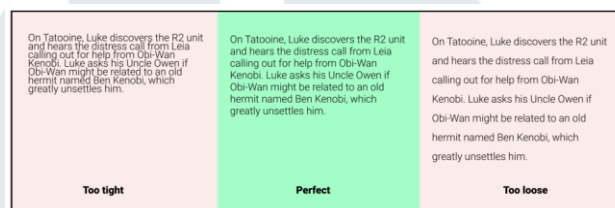
Baseline adalah garis tak terlihat yang terletak di bawah sebuah teks. Kegunaan *baseline* seperti garis pada buku catatan yang membantu penggunaannya menulis dengan lurus. *Baseline* adalah elemen penting untuk menentukan *line-height*, aspek krusial dalam pembuatan teks (Prasad, 2022, h.159).



Gambar 2.26 *Baseline*
Sumber: Prasad (2022, h.159)

5. Line-Height

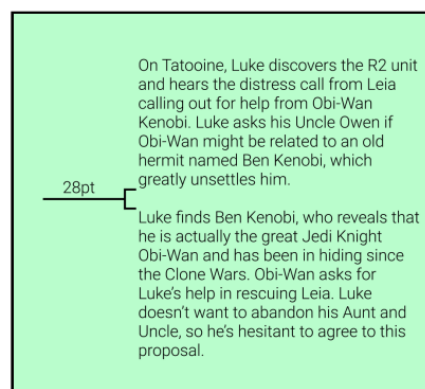
Line-height adalah jarak antar *baseline* dari dua baris teks. *Line-height* merupakan elemen krusial karena bertanggungjawab dalam mengatur tingkat keterbacaan suatu teks. Jika *line-height* terlalu sempit maka teks akan saling bertabrakan satu sama lain, jika *line-height* terlalu luas maka teks akan sulit untuk dibagi menjadi beberapa bagian (Prasad, 2022, h.160).



Gambar 2.27 *Line-Height*
Sumber: Prasad (2022, h.160)

6. Paragraph Spacing

Sesuai namanya, *paragraph spacing* adalah jarak yang terletak di antara dua teks blok. *Paragraph spacing* dipengaruhi ukuran dari *line-height*. Apabila *line-height* terlalu besar, pembaca dapat mengiranya sebagai *paragraph spacing* dan mengganggu kelanjutan membaca teks (Prasad, 2022, h.160).



Gambar 2.28 *Paragraph Spacing*
Sumber: Prasad (2022, h.160)

Tipografi merupakan elemen krusial dalam desain karena membentuk identitas visual, memengaruhi emosi, serta menentukan keterbacaan dan persepsi

pengguna. Pemilihan jenis *typeface*, termasuk *Serif*, *Sans-serif*, *Script*, dan *Decorative*, harus sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Elemen tipografi seperti *weight*, *letter spacing*, *baseline*, *line-height*, dan *paragraph spacing* berperan dalam menciptakan teks yang nyaman dibaca dan jelas secara visual. Ketika digunakan dengan tepat, tipografi mampu membangun hierarki, konsistensi, hingga rasa kepercayaan.

2.6 Color

Warna adalah persepsi ketika mata manusia melihat sebuah objek lalu mengirim sinyal ke otak untuk ditentukan warnanya. Warna tercipta ketika panjang gelombang cahaya terpantul oleh permukaan benda. Ketika digunakan dengan baik, warna dapat membantu pengamatnya dengan memberikan masukan dalam interaksi seperti menyorot sebuah *emphasis* dan menyediakan konfirmasi (Prasad, 2022, h.178-179). Elemen warna dapat digunakan sebagai pembeda skala prioritas urutan dari penjabaran suatu informasi.

1. *Color Wheel*

Color wheel pertama kali diciptakan oleh Isaac Newton pada tahun 1600-an. Sejak saat itu desainer masih menggunakannya untuk mencampur dan membuat kombinasi warna. *Color wheel* secara umum memiliki tiga warna primer yaitu merah, kuning, dan biru. Lalu tiga warna sekunder hasil pencampuran dari warna primer, berupa biru ditambah kuning menghasilkan hijau, merah ditambah kuning menghasilkan oranye, lalu biru ditambah merah menghasilkan ungu. Terakhir terdapat enam warna tersier hasil pencampuran warna primer dengan sekunder: merah-oranye, merah-ungu, biru-ungu, biru-hijau, kuning-hijau, dan kuning-oranye (Prasad, 2022, h.180-181).



Gambar 2.29 *Color Wheel*
Sumber: Prasad (2022, h.180)

2. *Hue*

Hue merujuk pada warna primer, sekunder, dan tersier yang ada pada *color wheel*. Warna tersebut contohnya seperti merah, biru, hijau, oranye, dan seterusnya (Prasad, 2022, h.181).

3. *Saturation*

Saturation merujuk pada intensitas atau kejernihan dari *hue*. Warna dengan *saturation* tinggi akan menciptakan visual yang terang dan tajam. Sebaliknya, *saturation* rendah akan menciptakan visual warna yang pudar dan halus (Prasad, 2022, h.181).



Gambar 2.30 *Saturation*
Sumber: Prasad (2022, h.181)

4. *Value*

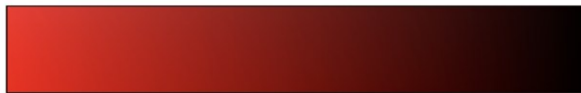
Value merujuk pada tingkat terang-gelapnya sebuah *hue*. *Value* didapatkan dengan menggabungkan *hue* dengan warna terang dan gelap. Jangkauan elemen *value* mencakup dari warna murni putih ke hitam (Prasad, 2022, h.182).



Gambar 2.31 *Value*
Sumber: Prasad (2022, h.182)

5. *Shade*

Shade merujuk pada *hue* yang telah dicampur dengan beberapa variasi level warna hitam. Pada dasarnya, *shade* adalah ukuran *value* dari penambahan warna gelap (Prasad, 2022, h.182).



Gambar 2.32 *Shade*
Sumber: Prasad (2022, h.182)

6. *Tint*

Tint merujuk pada *hue* yang telah dicampur dengan beberapa variasi level warna putih. Pada dasarnya, *tint* adalah ukuran *value* dari penambahan warna terang (Prasad, 2022, h.182).



Gambar 2.33 *Tint*
Sumber: Prasad (2022, h.182)

7. *Color Temperature*

Color temperature diperoleh ketika *color wheel* dibagi menjadi dua bagian. Bagian kiri dari *color wheel* merupakan warna hangat: merah, oranye, dan kuning. Pada bagian kanan dari *color wheel* terdiri atas warna dingin: ungu, biru, dan hijau (Prasad, 2022, h.183).



Gambar 2.34 *Color Temperature*
Sumber: Prasad (2022, h.183)

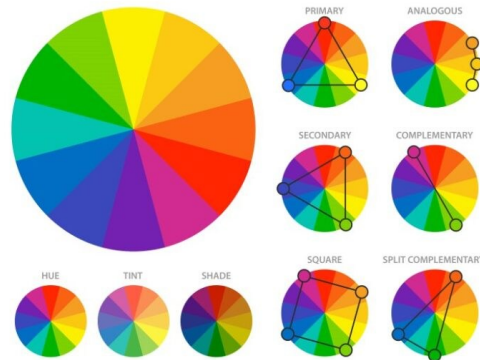
8. *Contrast*

Kontras merujuk pada visual yang membedakan objek dari latar belakangnya, pada dasarnya adalah perbedaan antar dua warna. Penerapan kontras pada desain *web* dan *mobile* krusial untuk memastikan aksesibilitas dan keterbacaan. Desain dengan elemen kontras yang baik akan memastikan pengguna dengan gangguan penglihatan tidak merasa kesulitan bernavigasi (Prasad, 2022). Elemen kontras dapat digunakan untuk menarik perhatian pengguna pada fitur tertentu. Keseimbangan dari suatu visual dapat diatur dengan menyesuaikan jumlah kontras antara dua variasi warna. Adapun penggunaan elemen kontras yang berlebihan pada suatu media informasi interaktif dapat membuat bingung pengguna (Soegaard, 2021). Dalam perancangan media informasi interaktif, rasio kontras diatur dalam minimal 4:5:1 untuk semua elemen terpenting pada *mobile website* (Malewicz & Malewicz, 2020, h.183).

9. *Color Schemes*

Color schemes adalah formula yang didasari atas harmoni warna. Pada teorinya, harmoni tercapai ketika beberapa kombinasi warna tampak cocok bersama (Prasad, 2022). Kombinasi warna tersebut berupa monokromatik, *analougus*, komplementer, *split complementary*, *triad*, dan *tetradic* (Prasad, 2022, h.185-188).

COMBINATION OF COLORS



Gambar 2.35 *Color Schemes*

Sumber: <https://thrivemyway.com/color-schemes...>

2.6.1 *Color Perception*

Berdasarkan riset yang dilaksanakan oleh CCICOLOR, 90 detik pertama akan digunakan pengguna untuk mengambil penilaian terhadap suatu produk digital. Warna mengambil jumlah peran sebesar 62-90% dalam penilaian pengguna terhadap media digital tersebut (Soegaard, 2021). Kesan yang dihasilkan warna dapat diambil berdasarkan aspek biologis, budaya, dan personal seseorang. Warna biru contohnya dapat mempengaruhi seseorang dalam *Seasonal Affective Disorder* (SAD), kesadaran akan waktu, hingga masalah konsentrasi. Jumlah peminat warna kuning memiliki nilai berbalik antara belahan penduduk barat dan bagian timur dunia (Skork, 2025).

1. Hitam

Semakin gelap sebuah warna mendekati hitam, mereka akan semakin terkait dengan sifat agresif dan dominan. Efek tersebut diperkirakan berasal dari asosiasi gelapnya malam, waktu paling rentan dari predator untuk manusia terdahulu (Lidwell dkk., 2021, h.68). Warna yang negatif kerap diasosiasikan dengan sifat modern, kesedihan, hingga misterius (Skork, 2025).

2. Putih

Semakin terang sebuah warna mendekati putih, mereka akan semakin memancarkan sifat kedamaian dan rasa aman. Efek tersebut diperkirakan berasal dari asosiasi terangnya siang hari, waktu paling jauh dari kemungkinan manusia terdahulu untuk diserang oleh predator (Lidwell dkk., 2021, h.68). Warna putih bersifat netral yang sulit diasosiasikan dengan kepribadian tertentu selain sifat kesederhanaan, kemurnian, dan transparansi (Skork, 2025).

3. Merah

Warna merah diasosiasikan dengan kesuburan dan dominasi oleh sebagian besar primata. Warna merah juga mendorong kecenderungan untuk berperilaku kompetitif, dengan meningkatkan performa tugas fisik sederhana dan mengurangi kemampuan mengerjakan tugas rumit yang kolaboratif (Lidwell dkk., 2021, h.68). Pada budaya timur, warna merah diasosiasikan dengan sifat kebahagiaan, kesejahteraan, dan nasib baik (Skork, 2025).

4. Oranye

Warna oranye dalam budaya telah lama digunakan untuk melambangkan kebangsaan, identitas, dan sifat atletik. Warna oranye juga diasosiasikan dengan kebahagiaan, kreativitas, jiwa muda, dan energik. Sebaliknya, warna ini sebaiknya dihindari dalam penggunaan untuk produk bersifat serius, tradisional, dan mewah (Skork, 2025).

5. Kuning

Kuning adalah warna yang paling mudah untuk ditangkap oleh mata. Efek tersebut kemungkinan didapatkan saat manusia terdahulu didorong keadaan untuk mendeteksi buah yang matang. Warna kuning juga mengurangi daya tarik dari pria dan wanita, kemungkinan karena asosiasinya dengan penyakit kuning (Lidwell dkk., 2021, h.68). Warna ini memiliki metode pengaplikasian yang cukup rumit karena ada

beberapa nuansa kuning yang dapat memberikan kesan identitas yang terlihat murahan (Skork, 2025).

6. Hijau

Warna hijau secara umum diasosiasikan dengan alam dan rasa keamanan, mungkin berupa dan alasan dibalik lampu lalu lintas untuk menandakan maju. Lingkungan berwarna hijau dapat mengurangi stres dan kelelahan mental serta mendorong pemecahan masalah dan kreativitas (Lidwell dkk., 2021, h.68). Warna hijau cerah mewakili sifat pertumbuhan, vitalitas, dan pembaruan. Sedangkan hijau gelap diasosiasikan dengan prestise, kekayaan, dan kelimpahan (Skork, 2025).

7. Biru

Biru diketahui sebagai warna paling populer di dunia. warna tersebut secara umum di asosiasikan dengan air dan kejernihan, Biru dalam konteks makanan dan kesehatan memiliki makna terbalik karena asosiasinya dengan pembusukan dan kurangnya oksigen di tubuh. Warna biru meningkatkan rasa waspada dan kenyamanan pada siang hari, namun bisa mengganggu tidur di malam hari (Lidwell dkk., 2021, h.68). Asosiasi warna biru cukup luas karena bisa diartikan mulai dari kesan formal, sifat dapat dipercaya, ketenangan, hingga perasaan sedih dan murung (Skork, 2025).

8. Ungu

Warna ungu melambangkan hierarki yang tinggi. Secara historis, ungu adalah warna yang hanya bisa dibeli oleh bangsawan ketika masa kerajaan karena produksinya yang sulit. Mereka yang menggunakannya melambangkan kemewahan dan megah. Adapun penelitian yang menyebutkan bahwa mayoritas wanita memilih warna ungu sebagai pilihan utama, sedangkan warna ini bahkan tidak masuk dalam pilihan pria. Berdasarkan hal tersebut, warna ungu cocok digunakan pada produk yang menargetkan wanita sebagai target audiensnya (Skork, 2025).

Persepsi warna merupakan salah satu aspek yang cukup penting dalam perancangan media interaktif *mobile website*. Elemen warna berperan besar dalam penilaian awal produk digital, bahkan memengaruhi hingga 62–90% persepsi pengguna dalam 90 detik pertama. Makna warna tersebut dapat dipengaruhi faktor biologis, budaya, hingga personal. Hitam diasosiasikan dengan dominasi dan kesan modern atau misterius, sedangkan putih melambangkan kedamaian dan kesederhanaan. Merah berkaitan dengan dominasi, kompetisi, dan keberuntungan dalam budaya timur. Oranye mencerminkan energi dan kreativitas, sementara kuning menarik perhatian namun sulit diaplikasikan. Hijau memberi rasa aman dan menurunkan stres, biru melambangkan kepercayaan dan ketenangan, sedangkan ungu identik dengan kemewahan dan hierarki tinggi.

Warna merupakan elemen visual yang membantu menyampaikan informasi, menciptakan penekanan, serta memengaruhi pengalaman dan emosi pengguna. Melalui aspek seperti *hue*, *saturation*, *value*, *tint*, *shade*, dan *temperature*, warna dapat membentuk karakter visual yang dapat membedakan prioritas informasi. Kontras menjadi aspek penting untuk memastikan keterbacaan dan aksesibilitas sesuai standar WCAG. *Color wheel* dan *color schemes* membantu menyusun kombinasi warna yang harmonis, sementara teori persepsi warna dapat menunjukkan bagaimana warna tertentu seperti hitam, putih, merah, kuning, hijau, dan biru memicu respons psikologis yang berbeda. Penggunaan warna yang tepat dapat meningkatkan fungsi, estetika, dan kenyamanan dalam desain.

2.7 Museum Gedung Juang 45

Gedung Juang 45 didirikan pada tahun 1960 oleh tuan tanah Tionghoa bernama Khouw Tjeng Kie. Gedung ini telah menjalani dua tahap renovasi pada tahun 1910 dan 1926, yang keduanya dilaksanakan oleh Khouw Tjeng Kie. Gedung ini kemudian diambil alih oleh Belanda dan Jepang. Saat dikuasai oleh Belanda, gedung tersebut menjadi markas tentara, sedangkan pada masa penjajahan Jepang, gedung digunakan sebagai dapur umum bagi tentara Jepang yang ditempatkan di Bekasi. Gedung Juang memiliki sejarah panjang dengan beralih fungsi bermacam-

macam. Setelah terbengkalai cukup lama, Gedung Juang 45 kini telah diubah menjadi Museum Digital oleh Bupati Bekasi pada tahun 2021 lalu (Rahmawati & Sabardilla, 2023, h.77-78).

Bekasi dikenal sebagai Kota Patriot karena memiliki sejarah yang tak terlupakan dalam perjuangan kemerdekaan Indonesia, yang tercermin dalam keberanian luar biasa para pejuangnya. Gedung Juang 45 berdiri sebagai museum pertama di Bekasi yang mengusung konsep teknologi digital dan modern. Nilai historis yang besar dan akan dijadikan sebagai ikon kebanggaan warga Bekasi, serta sebagai monumen untuk mengenang perjuangan masyarakat Bekasi dalam merebut kemerdekaan Indonesia. Museum Bekasi ini menyajikan berbagai informasi menarik mengenai sejarah perjuangan bangsa Indonesia, yang dikemas dalam format digital. Adapun bukti-bukti perjuangan rakyat Bekasi melawan penjajahan, artefak kehidupan zaman dulu seperti peta Bekasi zaman VOC, hingga kerangka manusia Burnian (Rahmawati & Sabardilla, 2023, h.77-78).

2.8 Penelitian yang Relevan

Usaha untuk memperkuat data sebagai landasan penelitian dilakukan studi terhadap penelitian yang relevan dengan topik yang diangkat. Penelitian tersebut berfokus pada perancangan media informasi untuk Museum Gedung Juang 45 Bekasi. Penelitian tersebut kemudian akan dianalisis untuk mencari aspek kebaruan yang dapat diangkat pada perancangan. Tabel 2.2 ini akan memperlihatkan penelitian yang dinilai relevan dengan perancangan media informasi Museum Gedung Juang 45 Bekasi.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Perancangan Identitas Visual Museum Digital Gedung Juang '45 Bekasi	Claribel, Godeliva Olivia	Studi ini mengeksplorasi pilar Identitas DKV dengan merancang identitas visual pada aspek Gedung Juang 45 sebagai museum digital. Identitas visual yang belum pernah diciptakan sejak	Penelitian berfokus pada perancangan <i>mobile website</i> dalam pilar informasi yang dapat meningkatkan kesadaran kalangan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
			transisi Gedung Juang menjadi museum.	Generasi Z di daerah Bekasi.
2.	Perancangan Rebranding Museum Joang 45	Irena, Angela	Studi ini mengeksplorasi pada pilar Identitas DKV dengan membarui identitas museum sebagai Gedung Juang 45 sebagai bangunan bersejarah yang sudah 40 tahun tidak berubah.	Penelitian berfokus pada perancangan media informasi bagi fungsi Gedung Juang 45 sebagai museum digital.
3.	Perencanaan Penyusunan Materi Pemanduan Wisata dengan Pemanfaatan Teknologi Digital di Museum Gedung Juang Bekasi	Untari dkk, 2023	Studi ini mengeksplorasi media informasi yang dapat memandu pengunjung ketika berkeliling di lingkungan Museum Gedung Juang 45	Penelitian berfokus pada perancangan media informasi bagi target audiensi secara daring, bukan terbatas pada pengunjung Museum Gedung Juang 45.

Ketiga penelitian tersebut kebutuhan mendesak akan pembaruan identitas dan media informasi yang relevan dengan perkembangan digital. Studi Claribel menyoroti absennya identitas visual baru sejak gedung tersebut bertransformasi menjadi museum digital, sedangkan penelitian Irena berfokus pada *rebranding* untuk memperbarui citra bangunan bersejarah yang tidak berubah selama empat dekade. Penelitian Untari dkk, menekankan pentingnya media informasi digital yang mampu memandu pengunjung, baik yang hadir langsung maupun yang mengakses informasi secara daring. Secara keseluruhan, ketiga penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan identitas visual dan perancangan media informasi digital untuk meningkatkan relevansi museum.