

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Media informasi menjadi sarana yang berperan penting dalam kehidupan modern, karena berfungsi sebagai penghubung antara individu dengan berbagai sumber pengetahuan dan komunikasi. Media ini mempermudah akses terhadap data yang dibutuhkan serta meningkatkan produktivitas melalui kemudahan pengolahan dan penyampaian informasi. Selain itu, media informasi memungkinkan terbentuknya hubungan dan kolaborasi yang lebih luas, sehingga ide dan gagasan dapat berkembang lintas ruang maupun waktu (Fuad et al., 2025, h. 4). Di samping itu, media juga berperan besar dalam membentuk opini publik melalui pemberitaan, analisis, dan penyajian informasi yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap berbagai hal (Kusumaningsih, 2024, h. 28).

2.1.1 Tujuan Media Informasi

Media Informasi memiliki peran penting dalam kehidupan modern dengan tujuan utama menjadi penghubung ke berbagai sumber pengetahuan sekaligus sarana komunikasi. Di samping itu, media informasi juga memberikan kesempatan akses cepat terhadap data yang dibutuhkan, sehingga mampu meningkatkan efisiensi dan produktivitas individu, serta menyampaikan makna secara jelas kepada masyarakat (Fuad et al., 2025, h. 237).

2.1.1.1 Jenis-Jenis Media Informasi

Media Informasi diwujudkan dalam bentuk data yang divisualisasikan serta dikomunikasikan melalui berbagai pesan, dengan tujuan menyampaikan makna secara jelas kepada masyarakat. Secara umum, media informasi menurut Fuad et al., (2025, h. 237) dapat dikategorikan menjadi tiga jenis, yaitu:

A. Desain Informasi Berbasis Cetak

Media informasi berbasis cetak berhubungan dengan bagaimana pesan disajikan lewat tampilan visual, seperti fotografi, ilustrasi, teks, diagram atau bagan. Dalam penggunaannya, media cetak membutuhkan arahan atau navigasi dari pembaca, berbeda dengan media informasi interaktif yang memungkinkan interaksi langsung (h. 237).

B. Desain Informasi Interaktif

Pendekatan pada media informasi interaktif berbeda dengan media informasi cetak. Media informasi interaktif memerlukan keterlibatan aktif pengguna dalam memilih dan menampilkan informasi sesuai kebutuhan. Berbeda dengan buku atau koran yang informasinya sudah tersusun sejak awal, media interaktif memungkinkan pengguna menentukan sendiri informasi yang ingin diakses serta cara penyajiannya, misalnya melalui video, gambar, atau teks. Oleh karena itu, perancang perlu menyediakan sistem navigasi yang sederhana dan mudah dipahami, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan jelas (h. 237).

C. Desain Informasi Lingkungan

Hal mendasar yang harus diperhatikan dalam media informasi lingkungan adalah konteks dan visibilitasnya. Perancangan media informasi lingkungan perlu terintegrasi dengan cara bagaimana desainer menyusun suatu media yang mampu mengarahkan audiens, sekaligus mempertimbangkan keterbatasan fisik lingkungan dan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, perancang diharapkan mampu mengamati desain dan ruang dengan berdasarkan pada cara masyarakat memanfaatkan ruang tersebut (h. 238).

D. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan mengumpulkan, mengolah, memilih dan menyimpan informasi dalam bidang pengetahuan. Sehingga dokumentasi tidak hanya sekadar menyimpan data, tetapi

juga sebagai proses untuk mengelola informasi agar bisa dijadikan sebagai bukti dan referensi (Sudarsono, 2017, h. 53).

Dokumentasi turut menjadi elemen penting dalam penerapan website, seperti sebagaimana yang dijelaskan Anom et al., (2019, h. 253-254) bahwa dokumentasi berfungsi menjaga konsistensi informasi serta mencegah terjadinya perubahan narasi yang tidak disengaja seiring waktu.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa media informasi memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi dan penghubung ke berbagai sumber pengetahuan, sekaligus memberikan akses cepat terhadap data yang dibutuhkan. Dengan demikian, media informasi mampu meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan penyampaian makna secara jelas kepada masyarakat. Berdasarkan bentuk dan cara penyajiannya, media informasi terbagi menjadi tiga jenis, yaitu desain informasi berbasis cetak yang menyajikan pesan melalui visual seperti teks, ilustrasi, atau fotografi. Desain informasi interaktif yang memfasilitasi keterlibatan aktif pengguna dalam memilih dan menampilkan informasi sesuai kebutuhan. Desain informasi lingkungan yang mempertimbangkan konteks, visibilitas, dan pemanfaatan ruang oleh masyarakat. Serta penerapan dokumentasi, yang menggunakan visual berupa foto-foto untuk menyampaikan informasi, sekaligus menjadi referensi dan menjaga agar narasi tidak berubah secara tidak sengaja seiring waktu. Dengan demikian, perancangan media informasi perlu disesuaikan dengan preferensi target audiens dan karakteristik pengguna, sehingga pesan yang disampaikan tetap efektif dan tersampaikan sesuai yang diharapkan.

2.1.2 Website

Website merupakan sarana komunikasi massa yang memungkinkan informasi disampaikan secara luas kepada masyarakat. Melalui keterhubungan dengan jaringan internet, *website* memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk melihat, mendapat, dan mengelola informasi dari berbagai sumber yang tersedia secara daring (Syaban et al., 2018, h. 4).

Menurut Abdulloh, (2022, h. 2-3) dalam bukunya *7 in 1 pemrograman Web untuk Pemula*, secara umum *website* dikategorikan ke dalam tiga jenis, yakni:

2.1.2.1 *Website Statis*

Website Statis merupakan *website* yang halamannya bersifat tetap, di mana informasi yang ditampilkan tidak mengalami perubahan atau *update*. Pembaruan konten hanya dapat dilakukan secara satu arah, yakni oleh pemilik atau pengelola *website* saja (h. 1).

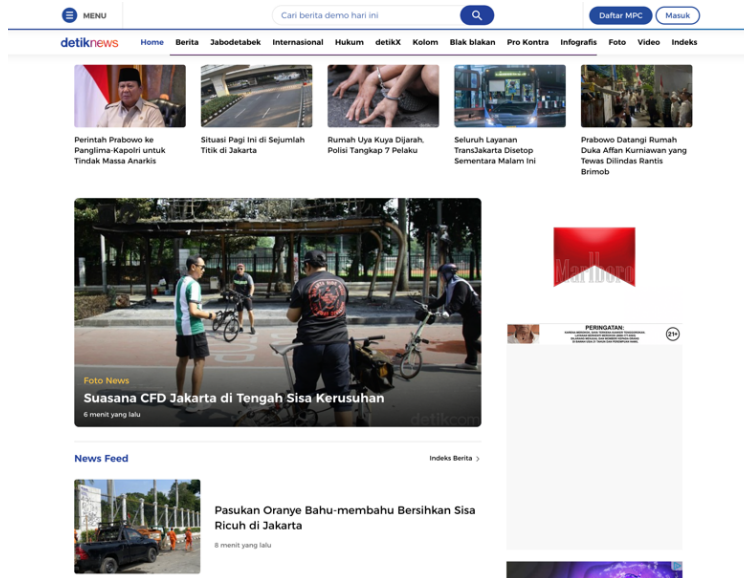


Gambar 2.1 *Website Statis*
Sumber: delamibrands.com

Contoh dari *website* statis dapat ditemukan pada profil perusahaan maupun organisasi, yang umumnya hanya menampilkan informasi secara tetap tanpa adanya perubahan konten secara berkala. Seiring dengan berkembangnya kebutuhan komunikasi digital, *website* statis kini tidak hanya dimanfaatkan sebagai media informasi dasar, tetapi juga digunakan dalam bentuk *landing page* (h. 5)

2.1.2.2 *Website Dinamis*

Website Dinamis adalah jenis *website* yang halamannya terus diperbarui secara berkala oleh pemilik maupun pengelola *website*, memiliki arus informasi dua arah, yakni berasal dari pengguna maupun pemilik *website* (h. 2).



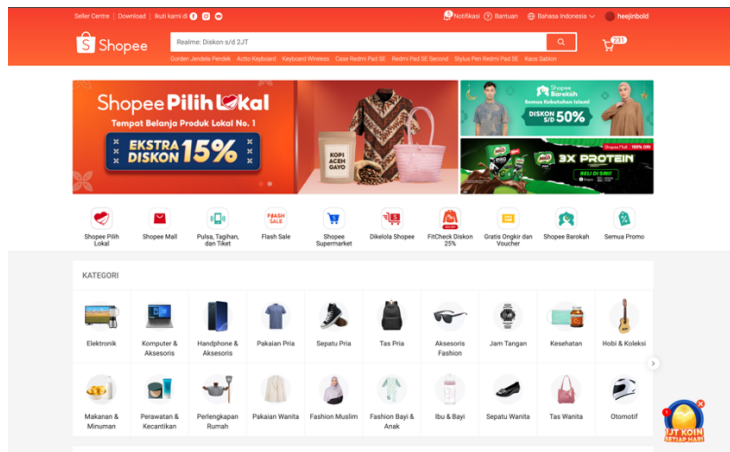
Gambar 2.2 Contoh Website Dinamis

Sumber: <https://www.detik.com/>

Contoh umum dari jenis *website* dinamis dapat ditemukan pada *website* blog maupun *website* berita, di mana keduanya menampilkan konten yang terus diperbarui sesuai secara berkala, baik berdasarkan informasi terbaru yang ingin ditambahkan oleh pengelola *website* maupun dengan menyesuaikan kebutuhan atau preferensi audiens yang mengaksesnya (h. 2).

2.1.2.3 Website Interaktif

Website interaktif adalah jenis *website* yang mampu menampilkan beragam elemen multimedia, sehingga informasi di dalam *website* selalu diperbarui. Jenis *website* ini masuk ke dalam kategori *website* dinamis, karena pembaruan kontennya dapat dilakukan baik pengguna maupun pengelola (h. 3).



Gambar 2.3 Contoh *Website* Interaktif
Sumber: <https://shopee.co.id/>

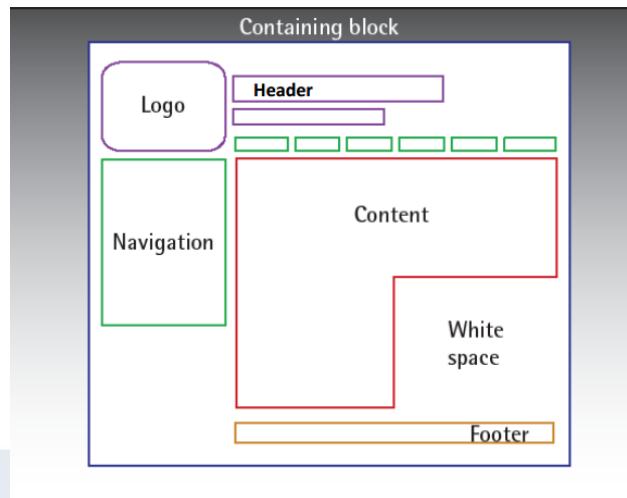
Contoh *website* interaktif antara lain dapat ditemukan pada media sosial seperti Twitter dan Facebook yang menyediakan ruang bagi pengguna untuk saling berinteraksi, serta pada *website marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia, Bukalapak dan *platform* sejenis yang memberikan ruang interaksi antara penjual dan pembeli (h. 3).

A. Anatomi *Website*

Prinsip anatomi *website* pada dasarnya relatif sederhana. Konsep ini menegaskan bahwa sebuah desain halaman web dapat dikatakan baik apabila mampu memenuhi elemen-elemen utama yang membentuk anatominya. Kerangka anatomi ini membantu siapapun, baik desainer maupun non-desainer, sebagai pedoman utama dalam merancang tampilan dan struktur yang mudah dipahami pengguna. Menurut Beaird & Walker (2020) dalam *The Principles of Beautiful Web Design*, anatomi *website* dibagi menjadi enam bagian (h. 7), yaitu:

1. *Containing Block*

Containing block adalah area utama pada sebuah halaman *website* yang berfungsi sebagai wadah bagi seluruh isi halaman, termasuk elemen-elemen seperti teks, gambar, animasi, dan berbagai komponen lainnya (h. 8).

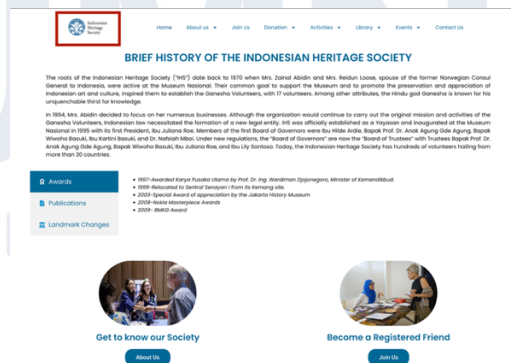


Gambar 2.4 *Containing Block*
 Sumber: <https://vienna013.wordpress.com...>

Elemen-elemen ini tersusun secara terstruktur dan diatur sedemikian rupa agar informasi dapat disampaikan dengan jelas dan konsisten kepada pengguna (h. 8).

2. Logo

Logo berperan sebagai identitas visual utama dari sebuah situs *web*, yang tidak hanya menyimbolkan kepemilikan oleh perusahaan, tetapi juga berfungsi sebagai pembeda *website* tersebut dari situs lain (h. 8).



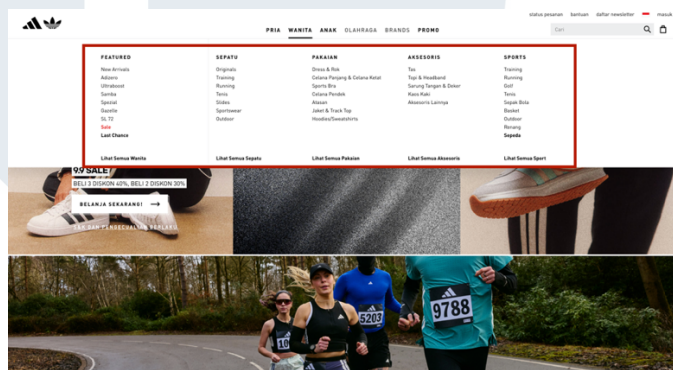
Gambar 2.5 Contoh Logo Sumber
 Sumber: <https://heritagejkt.org/>

Logo umumnya diletakkan di bagian atas halaman *website* agar mudah terlihat, sehingga mempermudah pengguna mengenali

website yang sedang mereka kunjungi dan memastikan bahwa mereka berada di halaman yang tepat (h. 8).

3. Navigasi

Navigasi merupakan elemen penting dalam situs *website* yang berfungsi sebagai petunjuk arah bagi pengguna. Pengguna dapat berpindah dari satu halaman ke halaman yang lain dan menemukan informasi atau fitur yang mereka butuhkan secara lebih cepat dan efisien. Navigasi yang dirancang dengan terstruktur dan baik, akan membantu pengguna memahami alur informasi dalam *website* tanpa merasa kebingungan atau tersesat saat menjelajah halaman (h. 9).

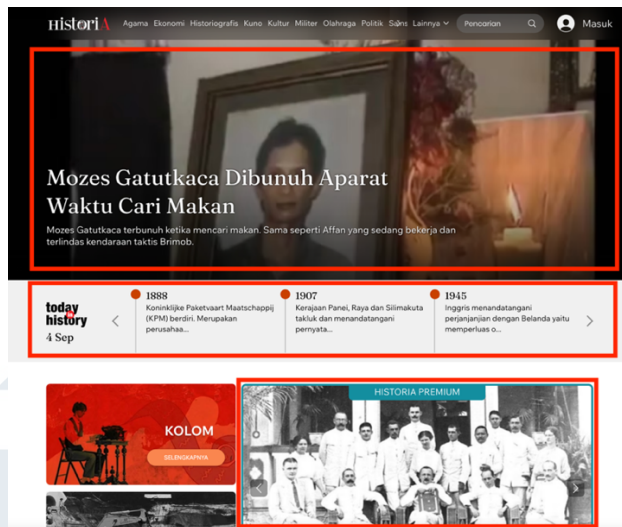


Gambar 2.6 Contoh Navigasi
Sumber: <https://www.adidas.co.id/>

Agar navigasi dapat digunakan dengan mudah dan intuitif, panel navigasi sebaiknya diletakkan pada posisi yang mudah terlihat, umumnya di bagian atas halaman, sehingga pengguna dapat mengakses menu dan tautan penting tanpa kesulitan (h. 9).

4. Content

Konten adalah elemen utama pada sebuah halaman *website* yang berfungsi sebagai fokus perhatian pengguna serta menjadi alasan utama pengunjung mengakses *website* tersebut (h. 9).

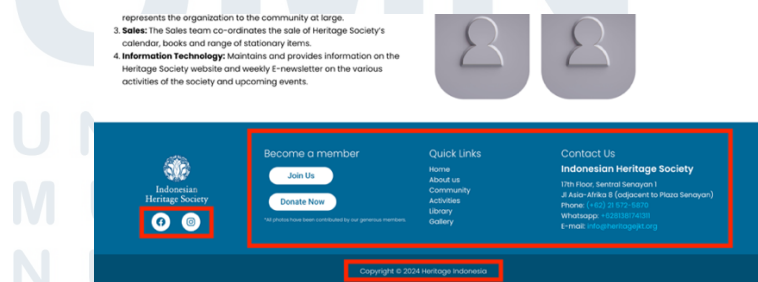


Gambar 2.7 Contoh *Content Sumber*
Sumber: <https://www.historia.id/>

Bagian ini umumnya mencakup berbagai bentuk informasi, baik berupa gambar, video ataupun teks yang tersusun secara relevan dan menarik sesuai dengan kebutuhan serta minat pengguna (h. 9).

5. *Footer*

Footer terletak pada bagian paling bawah halaman *website* dan biasanya berisi informasi tambahan seperti kontak, informasi legal, maupun hak cipta yang terkait dengan pemilik *website* (h. 9).



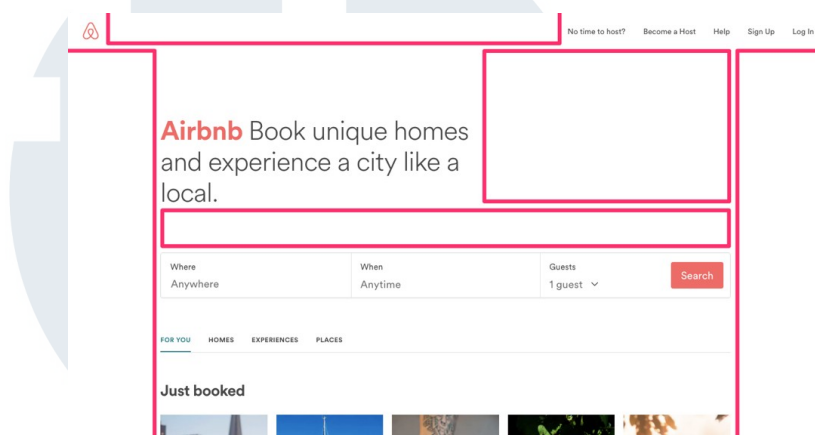
Gambar 2.8 Contoh *Footer*
Sumber: <https://heritagejkt.org/about-us/>

Selain berfungsi sebagai sumber informasi tambahan, keberadaan *footer* juga memberi sinyal kepada pengunjung

bahwa mereka telah mencapai bagian bawah halaman, sehingga membantu pengguna dalam navigasi keseluruhan *website* (h. 9).

6. *Whitespace*

Whitespace atau ruang kosong, merupakan area kosong di halaman *website* yang sengaja tidak diisi dengan elemen visual atau konten. Penataan ruang kosong ini berperan agar tampilan halaman tidak terlalu padat atau sesak (h. 9).



Gambar 2.9 Contoh *Whitespace*

Sumber: <https://www.linkedin.com/pulse/what-white...>

Whitespace membantu menciptakan keseimbangan visual, memandu alur pandangan pembaca, meningkatkan keterbacaan, serta menonjolkan elemen penting, sehingga dapat menghadirkan pengalaman pengguna yang lebih nyaman sekaligus memberikan kesan estetis pada desain *website* (h. 9).

Berbagai elemen penyusun anatomi *website* telah dijelaskan pada bagian sebelumnya. Setiap bagian memiliki fungsi spesifik yang mendukung pengalaman pengguna secara keseluruhan. *Containing block* berperan sebagai wadah utama agar seluruh isi halaman tersampaikan dengan jelas dan terstruktur. *Navigation* menjadi penunjuk arah bagi pengguna dalam mencari informasi, sementara *content* berfungsi sebagai pusat informasi dalam berbagai bentuk. Kehadiran *whitespace* membantu menciptakan tampilan yang rapi serta mudah dipahami, sedangkan *footer* menyediakan informasi pelengkap, seperti kontak atau hak cipta. Berdasarkan penjelasan tersebut,

tanpa anatomi *website* yang tersusun dengan baik, pengguna berpotensi mengalami kebingungan dalam menjelajah maupun memahami isi *website*. Oleh karena itu, pemahaman tentang anatomi *website* menjadi dasar penting dalam merancang situs yang informatif, terstruktur, dan mudah digunakan.

2.1.3 UI (*User Interface*)

User Interface (UI) memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah *website*, karena menjadi sarana interaksi antara manusia dan komputer. Perannya tak hanya sebatas tampilan saja, namun juga untuk menciptakan kenyamanan pengguna saat membaca dan beraktivitas di dalamnya. UI yang buruk dapat memengaruhi produktivitas sekaligus pengalaman pengguna saat mengunjungi *website*. Oleh karena itu, UI tidak hanya berfokus pada estetika, melainkan juga bagaimana setiap elemen berfungsi dengan baik serta mampu menyediakan alat yang tepat agar pengguna dapat mencapai tujuannya (Rochmawati, 2020, h. 32).

2.1.3.1 Elemen UI

Desain UI yang baik, sebagaimana dijelaskan Alraini et al., (2025, h. 50) adalah desain yang memungkinkan pengguna beradaptasi dengan cepat dalam berinteraksi dengan *website*, serta meminimalisir kebingungan maupun kesalahan ketika menggunakan fitur atau layanan yang tersedia. Untuk mewujudkannya, perancang perlu menyusun elemen-elemen penting dalam desain UI agar hasil yang ditampilkan mudah dipahami, memiliki navigasi yang lancar, dan pada akhirnya memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna. Sejalan dengan pendapat tersebut, Aziza et al., (2024, h. 25-27) menyebutkan bahwa elemen-elemen UI terdiri atas lima bagian, yaitu warna, ikon, *layout*, spasi, dan *font*.

A. Warna

Menurut Hendratman (2023, h. 2), warna merupakan salah satu komponen desain yang tidak hanya menciptakan keindahan, tetapi juga memengaruhi persepsi psikologis pengguna. Noponen (2017) menambahkan bahwa warna pada *website* berperan penting dalam membentuk kesan dan emosi pengguna. Kombinasi warna yang

harmonis menciptakan pengalaman visual yang menyenangkan, sedangkan penggunaan kontras, warna cerah, dan elemen mencolok membantu menyoroti bagian penting. Dengan pengaturan warna yang tepat, tampilan *website* pun dapat tampil berbeda dari *website* lainnya (h. 23).

1. Model dan Teknik Warna pada Tampilan Digital

Galitz (2007) dalam *The essential guide to user interface design* menyebutkan bahwa terdapat tiga pendekatan penting dalam pengelolaan warna pada *User Interface* digital, yaitu:

a. RGB

RGB merupakan model warna yang menggunakan tiga warna cahaya utama, yaitu merah (*Red*), hijau (*Green*), dan biru (*Blue*), yang kemudian dikombinasikan dalam berbagai variasi untuk menghasilkan beragam warna yang terlihat di layar (h. 694).

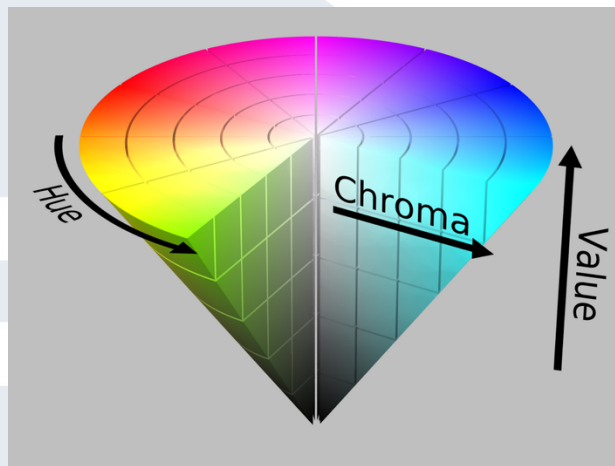


Gambar 2.10 Contoh Warna RGB
Sumber: <https://plumgroveinc.com/what-is-cmyk-color...>

Dengan menyesuaikan intensitas ketiga warna tersebut pada setiap piksel, monitor mampu menghasilkan jutaan variasi warna. Oleh karena itu, editor *color palette* umumnya menggunakan label R, G, dan B (*Red*, *Green*, *Blue*) (h. 694).

b. HSV

HSV adalah model warna yang didasarkan dari tiga hal utama, yaitu rona (*hue*), seberapa kuat atau pekat suatu warna (*saturation*), dan tingkat pada terang-gelapnya (*value*) (h. 694).



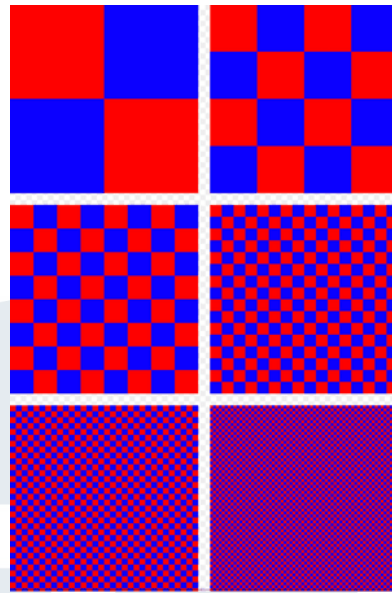
Gambar 2.11 Contoh Warna HSV

Sumber: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:HSV...>

Model warna HSV kerap digunakan dalam aplikasi maupun editor warna karena memiliki cara kerja yang serupa dengan cara manusia melihat dan memahami warna (h. 694).

c. *Dithering*

Dithering merupakan teknik menciptakan warna tambahan melalui ilusi optik, dengan menempatkan piksel warna berbeda berdekatan, sehingga mata manusia dapat menangkapnya sebagai satu warna baru (h. 694).



Gambar 2.12 Contoh *Dithering*

Sumber: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:HSV...>

Teknik ini umumnya digunakan untuk menampilkan gradasi atau efek warna yang lebih halus, terutama saat jumlah warna yang tersedia terbatas (h. 694).

2. Variabel Warna

Swasty (2017) dalam *Serba serbi warna: penerapan pada desain* menjelaskan bahwa variabel warna adalah faktor-faktor yang memengaruhi bagaimana warna terlihat. Warna dapat dipengaruhi oleh berbagai hal, termasuk cahaya, permukaan, tekstur, bahan, penempatan, dan elemen desain lainnya. Dalam konteks teori warna, dikenal sistem warna Prang yang membagi warna menjadi tiga aspek utama, yaitu *hue*, *value*, dan *saturity* atau intensitas (h. 11).

a. *Hue*

Hue merupakan istilah untuk menunjukkan nama suatu warna, seperti merah, kuning, atau hijau. Dengan mengetahui *hue*, setiap warna dapat diidentifikasi dan dibedakan dari warna lain, karena mata manusia mampu

membedakan ribuan warna dalam berbagai tingkat kecerahan (h. 11).

b. *Value*

Value atau nilai mengacu pada tingkat terang atau gelap suatu warna. *value* juga dikenal sebagai luminasi, menunjukkan jumlah cahaya yang dipantulkan atau dipancarkan oleh suatu benda, sehingga membedakan kualitas kecerahan warna (h. 11).

c. *Saturation*

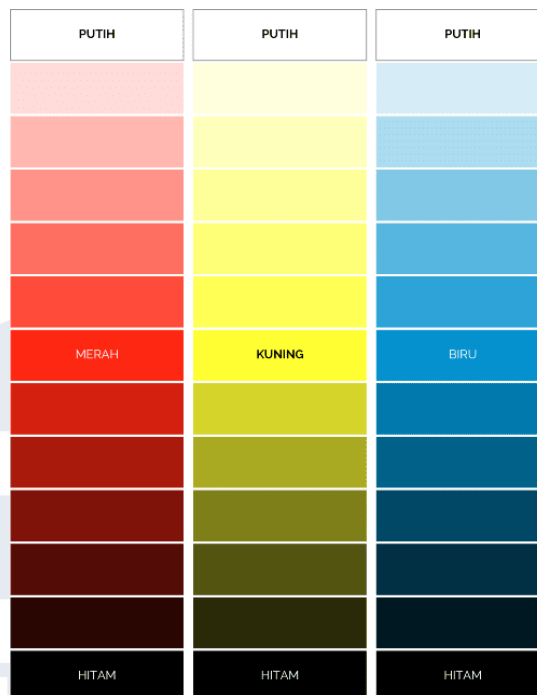
Saturasi, atau intensitas warna, merupakan sifat yang menggambarkan sejauh mana suatu warna tampak murni atau cerah. Sifat ini terkait dengan konsentrasi pigmen atau pewarna, dan secara teoritis mencapai nilai maksimum ketika pigmen murni hadir tanpa pengikat atau campuran lain (h. 12).

3. Skema Warna

Menurut Swasty (2017), skema warna merupakan susunan atau kombinasi beberapa warna yang dipilih dan diatur secara sistematis berdasarkan teori warna, dengan tujuan menciptakan harmoni visual tertentu (h. 22).

a. Monokromatis

Monokromatis merupakan kombinasi dari satu *hue* atau warna dasar beserta variasi gelap-terang, gradasi, dan nada dari warna tersebut. Misalnya, warna merah dapat dipadukan dengan merah yang lebih gelap atau lebih terang untuk menciptakan harmoni visual yang nyaman dan tenang, meskipun tingkat kontrasnya rendah.



Gambar 2.13 Warna Monokromatis

Sumber: <https://www.blogernas.com/2016/07/warna-monokromatis...>

Variasi gelap, yang disebut *shade*, muncul dari penambahan hitam pada warna dasar, sementara gradasi terang atau *tint* diperoleh dengan menambahkan putih. Nada atau *tone* dihasilkan dari pencampuran warna dasar dengan abu-abu sehingga terlihat lebih netral atau suram. Skema ini cocok digunakan pada fotografi maupun desain yang membutuhkan nuansa konsisten dan tenang (h. 27).

b. Analog

Skema warna analog merupakan penggunaan tiga warna yang berdekatan pada lingkaran warna. Skema ini biasanya terlihat harmonis dan menenangkan, sering ditemukan di alam, serta cocok untuk desain yang bertujuan menghadirkan keseimbangan visual.



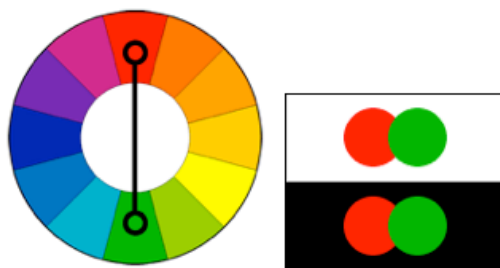
Gambar 2.14 Warna Analog

Sumber: <https://jasalogo.id/artikel/warna-analog...>

Kombinasi warna analog menciptakan harmoni yang selaras dan tidak membosankan, dan skema ini dapat menjadi lebih menarik jika dipadukan dengan aksen warna yang saling melengkapi (h. 27).

c. Split Komplementer

Skema warna split komplementer adalah penggunaan satu warna utama yang dipadukan dengan dua warna yang terletak di sisi warna lawannya pada lingkaran warna.



Gambar 2.15 Warna Split Komplementer

Sumber: <https://jasalogo.id/artikel/warna-analog...>

Skema ini menghasilkan kontras yang cukup tanpa terlalu ekstrem, sehingga cocok untuk desain yang ingin mempertahankan keseimbangan visual sekaligus memberikan kesan dinamis (h. 24).

d. Akromatis

Skema warna akromatis adalah skema yang tidak menggunakan unsur warna sama sekali, hanya terdiri dari variasi gelap-terang seperti hitam, putih, dan abu-abu.



Gambar 2.16 Warna Akromatis

Sumber: <https://jasalogo.id/artikel/warna-analog...>

Skema ini memberikan kesan klasik dan artistik, sering digunakan pada fotografi hitam-putih maupun desain minimalis. Meskipun tidak mencolok dalam hal kontras warna, skema akromatis menghadirkan visual yang damai dan tidak mengganggu (h. 27).

4. Psikologis Warna

Psikologi Warna, Santika (2025) menjelaskan bahwa warna memiliki kemampuan untuk memengaruhi emosi manusia, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga tidak hanya terbatas pada persepsi visual semata. Berikut adalah penjelasan mengenai berbagai warna beserta makna psikologisnya:

a. Merah

Merah umumnya dihubungkan dengan gairah, energi, serta kegembiraan. Dari sisi psikologis, warna ini dapat meningkatkan detak jantung dan tekanan darah, sehingga sering dikaitkan dengan rasa cemas maupun semangat. Selain itu, merah juga memiliki potensi untuk memicu agresivitas, kompetisi, dan meningkatkan kewaspadaan. Dalam ranah pemasaran, warna merah kerap digunakan untuk menarik perhatian, khususnya pada produk makanan atau aktivitas fisik. Meskipun demikian merah justru

menimbulkan rasa gelisah atau bahkan amarah, bagi sebagian orang, bergantung pada konteks penggunaannya (h. 4).

b. Biru

Biru, khususnya biru muda atau biru laut, melekat pada kesan ketenangan, kedamaian, serta stabilitas. Karena sifatnya yang menenangkan, warna ini banyak digunakan untuk menciptakan suasana rileks, misalnya pada ruang kerja maupun kamar tidur. Selain itu, biru juga erat dengan citra kebijaksanaan dan kepercayaan, sehingga sering dipilih oleh perusahaan di bidang teknologi maupun keuangan sebagai warna utama logo mereka (h. 4).

c. Hijau

Hijau melambangkan keseimbangan dan keselearasan atau harmoni. Dari sisi emosional, warna ini memberi efek relaksasi dan ketenangan. Hijau sering dikaitkan dengan kesehatan, proses penyembuhan, dan pertumbuhan karena keterkaitannya yang erat dengan alam. Sedangkan dalam terapi warna, hijau dimanfaatkan untuk mengurangi stres sekaligus menumbuhkan perasaan positif. Sementara itu, warna hijau terang atau neon dapat memberikan stimulasi semangat dan kreativitas, sehingga banyak digunakan dalam desain grafis maupun iklan (h. 4).

d. Kuning

Kuning adalah warna cerah yang penuh energi, melekat dengan kesan optimisme, keceriaan, dan kehangatan. Kuning mampu merangsang aktivitas mental dan mendorong kreativitas namun jika penggunaan warna diterapkan secara berlebihan dapat menimbulkan rasa cemas atau frustrasi karena stimulasi yang terlalu tinggi. Pada strategi pemasaran, kuning sering digunakan untuk

menarik perhatian, memberikan kesan ceria, terutama pada produk atau layanan yang ingin tampil energik (h. 4-5).

e. Hitam

Hitam sering mencerminkan kekuatan, kemewahan, dan keanggunan. Namun, warna ini juga sering dikaitkan dengan duka ataupun kematian. Dalam ranah desain, hitam dimanfaatkan untuk menciptakan kontras yang tajam sekaligus mempertegas elemen visual lain. Di sisi lain, hitam juga dapat menghadirkan nuansa kesepian atau ketegangan, tergantung dari konteks penggunaannya maupun persepsi individu (h. 5).

f. Putih

Putih kerap diasosiasikan dengan kesucian, kebersihan, dan kesederhanaan. Warna ini mampu memberikan kesan lapang sekaligus menenangkan secara emosional. Namun, sebagian individu menilai warna putih dapat menimbulkan kesan hampa karena minimnya unsur warna lain. Dalam desain interior ataupun periklanan, putih sering dipakai untuk menghadirkan nuansa minimalis dan modern (h. 5).

g. Oranye

Warna oranye sering dikaitkan dengan jeruk ataupun musim semi. Warna ini memiliki efek psikologis yang beragam. Di satu sisi, oranye dapat menimbulkan kesan meningkatkan energi, menonjolkan keunikan, dan merangsang kreativitas. Namun, di sisi lain, oranye juga dapat memberi kesan berisik atau terlalu mencolok (Laura & Luzar, 2024, h. 1091).

B. Layout

Rustan (2023) dalam *Layout2020* menjelaskan bahwa *layout* merupakan proses pengaturan elemen-elemen dalam suatu bidang yang bertujuan untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

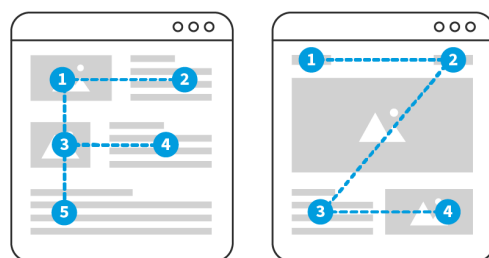
Baik komposisi secara keseluruhan maupun posisi antar elemen *layout* yang tertata dengan baik akan sangat memengaruhi cara pengguna dalam memaknai dan memahami konten yang ditampilkan (h. 10). Dalam konteks *website*, *layout* memiliki peran penting untuk menciptakan kepuasan pengguna karena berfungsi untuk menyajikan informasi, menentukan prioritas konten, dan membimbing pembaca terhadap hal hal yang perlu diperhatikan terlebih dahulu (Setiawan et al., 2025, h. 43-44). Dengan demikian, *Layout* perlu direncanakan dengan baik agar *website* dapat berfungsi secara optimal, mudah diakses dan tetap kompatibel di berbagai macam jenis browser (Zakir, 2016, h. 7).

1. Prinsip *Layout*

Pada buku *Desain Layout*, Anggarini (2021, h. 11-15) menguraikan bahwa prinsip *Layout* terdiri dari empat aspek yang perlu diterapkan dalam mendesain, yaitu:

a. *Sequence* (Urutan)

Dalam merancang sebuah *layout*, perlu diperhatikan bagaimana arah baca pengguna. Konten juga harus disusun berdasarkan tingkat kepentingannya sehingga pesan dapat tersampaikan dengan jelas dan teratur (h. 11).



Gambar 2.17 *Sequence*

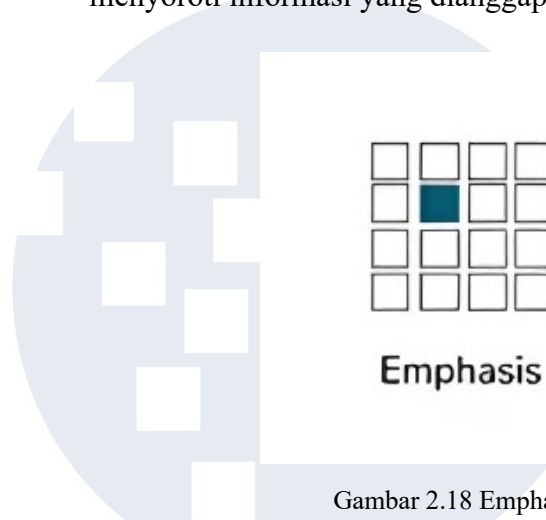
Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

Sequence dapat terlihat pada elemen yang berukuran lebih dan tampak menonjol sehingga menarik perhatian mata, di

mana urutan visual (*sequence*) tersebut dapat disusun melalui perbedaan ukuran (h. 12).

b. Emphasis (Penekanan)

Emphasis diperlukan dalam penyusunan *layout* berfungsi untuk mengarahkan perhatian pengguna sekaligus menyoroti informasi yang dianggap paling penting (h. 12).



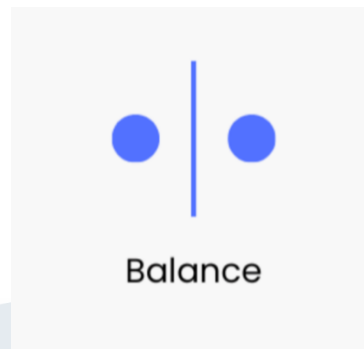
Gambar 2.18 Emphasis

Sumber: <https://printtobrand.com/principles-of-design/>

Emphasis dapat diterapkan dalam perancangan melalui beberapa cara, seperti memperbesar ukuran huruf dibanding elemen lainnya, menggunakan warna yang kontras dengan latar atau elemen sekitarnya, menempatkan elemen penting pada posisi yang mudah terlihat, serta memanfaatkan bentuk yang berbeda agar tampil menonjol (h. 12).

c. Balance (Keseimbangan)

Keseimbangan dalam *layout* terdiri dari dua jenis, yaitu simetris, ketika elemen memiliki ukuran yang sama, dan asimetris, ketika elemen dengan ukuran yang berbeda (h. 13).



Gambar 2.19 *Balance*

Sumber: <https://www.linkedin.com/pulse/10...>

Penerapan keseimbangan dalam desain berfungsi untuk menjaga tampilan tetap rapi, teratur, dan nyaman dilihat. Dengan pengaturan yang tepat, keseimbangan membantu memudahkan pembaca dalam menangkap isi desain (h. 13).

d. *Unity (Kesatuan)*

Konsistensi sangat penting diterapkan dalam *layout* agar seluruh media terlihat selaras dan menyatu sebagai satu kesatuan, dengan penggunaan warna, jenis huruf, dan konsep desain yang konsisten (h. 15).



Gambar 2.20 *Unity*

Sumber: [https://printtobrand.com/principles-of...](https://printtobrand.com/principles-of-...)

Untuk menciptakan *unity*, beberapa cara yang dapat dilakukan yaitu mengulang penggunaan warna utama agar desain tampak seragam, memadukan dua hingga tiga jenis huruf yang berbeda agar terlihat lebih variatif namun tetap harmonis, serta menyesuaikan setiap elemen dengan tema

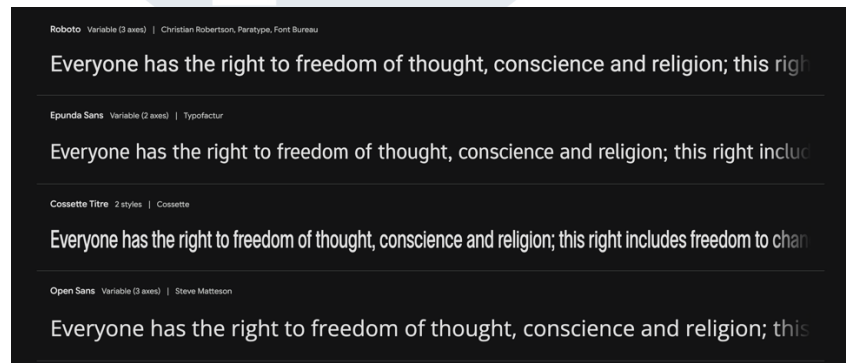
atau konsep yang telah ditentukan. Dengan konsistensi yang baik, *layout* tidak hanya terlihat rapi dan menyatu, namun juga memperkuat identitas visual secara keseluruhan (h. 15).

C. Spasi

Spasi merupakan jarak antara elemen-elemen dalam sebuah *layout* yang diatur agar tampilan halaman menjadi lebih mudah dibaca dan dipahami. Metode spacing menentukan bagaimana posisi atau penempatan setiap elemen dalam *layout* tersebut (Aziza et al., 2024, h. 28).

D. Font

Font merupakan kumpulan huruf atau karakter yang disajikan dalam gaya atau tampilan tertentu. Setiap *font* memiliki berbagai jenis, dan pemilihannya disesuaikan dengan kebutuhan perangkat lunak atau konteks penggunaannya (Aziza et al., 2024, h. 29).



Gambar 2.21 Contoh *Font*
Sumber: <https://fonts.google.com/>

Dalam pengembangan *website*, beberapa *font* yang umum digunakan antara lain adalah Open Sans, Arial, Calibri, Helvetica dan Roboto. Kelima *font* tersebut kerap dipilih karena memiliki tingkat keterbacaan yang baik dan mampu beradaptasi dengan berbagai tampilan layar (h. 29).

Rustan, (2023, h. 27-29) dalam *TIPO 2023* menjelaskan bahwa perancangan *website* menghadapi kendala perbedaan tampilan *font*

antara rancangan desainer dengan hasil akhir pada komputer. Hal ini umumnya terjadi karena *font* yang tidak terinstal di perangkat pengguna, kecuali jika pengguna tersebut telah menginstalnya terlebih dahulu. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, terdapat konsep *website font* yang disediakan dalam tiga alternatif format, yaitu:

1. *Web-Safe Font*

Merupakan *font* standar yang sudah terinstal secara bawaan pada sebagian besar sistem operasi, sehingga dapat dipastikan tampil di semua perangkat. Jenis *font* ini dianggap aman karena tidak memerlukan koneksi internet maupun instalasi tambahan, meskipun variasinya terbatas hanya pada *font-font* dasar seperti *Times New Roman*, *Garamond*, *Courier New* hingga *Brush Script MT* (h. 28).

2. *Font Embedding*

Font embedding merupakan format yang memungkinkan *font* ditampilkan di berbagai perangkat dengan cara menyertakan file *font* langsung pada server *website*. Dengan demikian *font* tetap dapat diakses meskipun tidak terinstal di komputer pengguna. Namun, format ini umumnya membutuhkan dukungan kode pemrograman serta file *font* berformat *.ttf* atau *.otf*, dan cenderung cenderung lebih berat bagi perangkat dengan koneksi yang lambat (h. 28).

3. *Font Woff/.woff2*

Merupakan format *font* yang secara khusus dikembangkan untuk kebutuhan *website*. Format ini lebih ringan, kompatibel dengan beragam perangkat, memungkinkan *font* digunakan langsung tanpa perlu instalasi terlebih dahulu karena sudah disimpan pada server (*cloud*) dan dapat diakses melalui internet. Selain itu, *font* dengan format *.ttf* atau *.otf* juga dapat dikonversi

menjadi WOFF, sehingga fleksibel untuk berbagai kebutuhan perancangan *website* (h. 28).

Berbagai teori yang mendukung perancangan *website* telah dipaparkan pada bagian sebelumnya. *User Interface* (UI) menjadi salah satu aspek penting karena berfungsi sebagai penghubung antara pengguna dan sistem. UI tidak hanya berhubungan dengan tampilan visual, tetapi juga memengaruhi kenyamanan serta efektivitas interaksi melalui elemen seperti warna, ikon, layout, spasi, dan font. Berdasarkan penjelasan tersebut, tanpa rancangan UI yang baik, interaksi pengguna dapat terganggu dan pengalaman yang dihasilkan menjadi kurang optimal. Oleh karena itu, UI menjadi aspek mendasar dalam menciptakan *website* yang efektif dan fungsional bagi pengguna.

2.1.4 Tipografi

Tipografi adalah ilmu, seni, sekaligus teknik dalam menyusun huruf atau teks agar mudah dibaca, memiliki makna yang jelas dan bernilai estetik. Tipografi pemilihan serta penataan huruf dalam suatu ruang atau media dengan tujuan menyampaikan pesan secara efektif, sekaligus menghadirkan kesan tertentu yang membuat pembaca merasa nyaman (Iswanto, 2023, h. 123). Prinsip tipografi terus mengalami perkembangan untuk memaksimalkan fungsinya, baik dari segi bentuk huruf hingga keterbacaan dalam komunikasi tertulis. Oleh karena itu, pertimbangan fungsional dan artistik dalam tipografi selalu diarahkan pada tercapainya komunikasi (Hananto, 2019, h. 124).

2.1.4.1 Peran Tipografi pada *Website*

Ou (2019) dalam *Typography and Its Implementation on websites* menekankan, bahwa peran tipografi sangat penting dalam perancangan *website*. Berbeda dengan teks pada media cetak, tulisan di *website* harus mampu tampil dengan baik di berbagai ukuran dan jenis layar. Oleh karena itu, membuat tipografi di *website* memiliki tantangan tersendiri, terutama dalam pemilihan *font* dan penataan *layout*. Karena itu, tipografi yang baik untuk *website* bukan hanya soal memilih huruf yang terlihat menarik, tetapi

juga memastikan *font* tersebut mudah dibaca dan dipahami, sehingga *website* dapat berfungsi dengan baik secara teknis, serta sesuai dengan tujuan dan kebutuhan *website* (h. 10-13). (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 140) dalam *Designing User Interfaces* menekankan bahwa tipografi merupakan salah satu bidang yang luas dan kompleks dalam desain. Meski demikian, terdapat sejumlah aturan dasar tipografi dalam UI yang dapat meningkatkan kualitas rancangan apabila diterapkan dengan baik. Salah satunya adalah pemilihan *font* yang berpengaruh terhadap penampilan, gaya, dan pesan dari keseluruhan desain. Berdasarkan hal tersebut, terdapat aspek-aspek penting yang dapat dipertimbangkan dalam memilih *font*:

A. Variasi Ketebalan

Memilih *font* sebaiknya memperhatikan variasi ketebalan yang dimiliki. Hal ini penting karena variasi ketebalan dapat membantu mengatur hierarki antar elemen, sehingga pembaca lebih mudah memahami bagian mana yang menjadi konten utama dan mana yang bersifat pendukung. Dengan begitu, desain yang dihasilkan terlihat rapi dan komunikatif (h. 141).

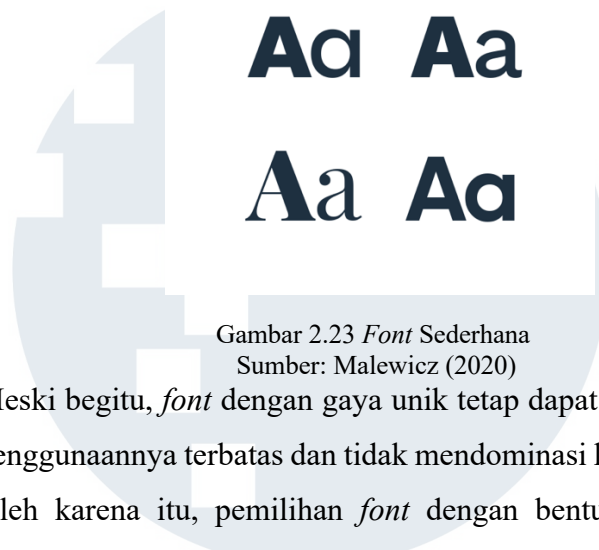


Gambar 2.22 Ketebalan *Font*
Sumber: Malewicz (2020)

Dalam penerapannya, *font* yang dipilih memiliki setidaknya beberapa pilihan ketebalan, mulai dari *regular*, *bold* atau *extra bold*. Variasi ini memberikan fleksibilitas saat menyusun konten (h. 141).

B. Bentuk yang Sederhana

Kesederhanaan dalam bentuk *font* menjadi kunci utama dalam menjaga keterbacaan. *Font* yang terlalu dekoratif atau berlebihan dapat mengganggu fokus serta menurunkan kenyamanan pembaca (h. 141).



Gambar 2.23 *Font* Sederhana
Sumber: Malewicz (2020)

Meski begitu, *font* dengan gaya unik tetap dapat digunakan, selama penggunaannya terbatas dan tidak mendominasi keseluruhan desain. Oleh karena itu, pemilihan *font* dengan bentuk sederhana tetap menjadi prioritas agar komunikasi visual tersampaikan dengan jelas (h. 141).

C. Legibilitas

Legibilitas atau *legibility* adalah sejauh mana teks dapat dibaca dan dipahami dengan mudah. Legibilitas tidak hanya dipengaruhi oleh bentuk huruf atau ukuran tulisan, tetapi juga oleh konteks membaca, tujuan pembaca, serta kondisi pembacanya (Dyson, 2023, h.7).

Good legibility	POOR LEGIBILITY
Good readability. More comfortable to read.	Poor Readability. Less comfortable to read.

Gambar 2.24 Legibilitas
Sumber: <https://emotivebrand.com/likability/>

Oleh karena itu, legibilitas perlu dirumuskan dengan jelas agar dapat diukur secara tepat, misalnya saat menghadapi berbagai jenis teks atau kondisi membaca yang berbeda (h.7).

D. Keterbacaan

Keterbacaan atau *readability* merupakan aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan *font*. *Font* harus tetap terbaca dengan jelas dalam berbagai ukuran, baik ketika diperkecil maupun diperbesar (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 141).

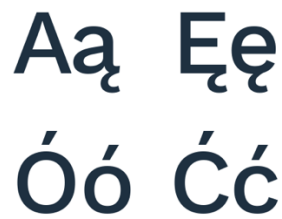


Gambar 2.25 Keterbacaan
Sumber: Malewicz (2020)

Dalam konteks desain UI, penggunaan *font* dengan ketebalan yang lebih tebal umumnya lebih aman. Hal ini karena *font* tebal mampu memberikan kontras yang lebih jelas terhadap elemen lain, sehingga teks lebih mudah dibaca dan tampilan desain tetap informatif (h. 141).

E. Karakter Spesial

Dalam merancang desain yang bersifat multi-bahasa, penting memastikan bahwa *font* yang dipilih mendukung karakter khusus (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 141).



Aa Ee
Oo Cc

Gambar 2.26 Karakter Spesial
Sumber: Malewicz (2020)

Dengan begitu, desain dapat secara tepat digunakan oleh audiens yang ingin dituju, mudah dipahami, serta tetap relevan dengan kebutuhan mereka (h. 141).

Berdasarkan uraian di atas, tipografi merupakan ilmu, seni, dan teknik dalam menyusun huruf atau teks agar mudah dibaca, memiliki makna yang jelas, dan bernilai estetis, yang tidak hanya menekankan pemilihan dan penataan huruf, tetapi juga menghadirkan kesan tertentu agar pembaca merasa nyaman. Dalam konteks *website*, peran tipografi sangat penting karena teks harus tampil dengan baik di berbagai ukuran dan jenis layar. Dengan demikian, perancangan tipografi pada *website* perlu mengutamakan keterbacaan pengguna, menjaga konsistensi dan kerapian estetika dengan memperhatikan *tone* visual, serta mampu menghadirkan kesan yang ingin disampaikan, agar komunikasi dapat tersampaikan dengan baik.

2.1.5 Imagery

Imagery, umum dikenal sebagai visualisasi, yaitu proses mental yang disengaja dan disadari untuk membentuk persepsi melalui gambaran imajinatif dalam pikiran (Festiawan, 2020, h. 5). Dalam konteks *website design*, Beaird (2010) menjelaskan bahwa *Imagery* merupakan pemilihan dan penggunaan elemen visual contohnya berupa foto, ikon, ilustrasi yang tidak hanya mempertimbangkan aspek teknis, namun juga bagaimana ia mendukung prinsip desain untuk mengarahkan perhatian dan memperkuat pengalaman pengguna (h. 153). Beaird juga menambahkan bahwa untuk memperoleh

gambar yang tepat bagi sebuah *website*, terdapat tiga pilihan utama yang bisa digunakan, yaitu membuat sendiri, membeli *stock images*, atau menggunakan jasa fotografer/desainer profesional, dengan pertimbangan kebutuhan, ketersediaan anggaran, dan kemampuan yang dimiliki (h. 157).

A. Fotografi

Emas et al., (2025, h. 2) dalam *Mengenal Dunia Fotografi* menjelaskan bahwa fotografi secara teknis merupakan proses penangkapan cahaya dari suatu objek melalui alat optik atau kamera untuk direkam pada media. Fotografi tidak hanya berkaitan dengan teknik semata, tetapi juga merupakan perpaduan antara aspek teknis, wacana, dan nilai artistik. Dengan demikian, fotografi menjadi bentuk interpretasi atas kenyataan yang ada.

Dalam konteks perancangan ini, fotografi memiliki peran penting karena hasil dokumentasi visual disajikan melalui *website* yang menampilkan informasi sejarah bangunan kolonial di Menteng. Visualisasi tersebut tidak hanya memperkuat penyampaian informasi, tetapi juga menghadirkan pengalaman visual yang lebih mendalam bagi pengunjung (h. 2). Sejalan dengan itu, Karyadi (2017) dalam *Fotografi: Belajar Fotografi* menjelaskan bahwa dalam praktik fotografi, terdapat dua aspek mendasar yang diterapkan, yaitu:

1. Fokus

Fokus merupakan titik utama di mana objek foto mendapatkan perhatian dalam proses pemotretan. Penentuan fokus yang tepat sangat penting diperhatikan, karena akan sangat berpengaruh pada kejelasan hasil foto. Jumlah titik fokus pada kamera bervariasi, mulai dari satu hingga puluhan titik, pemilihan titik fokus tersebut berperan penting dalam menentukan ketajaman serta dimensi foto sesuai tujuan dan nuansa yang ingin dicapai fotografer.



Gambar 2.27 Fokus

Sumber: //fotografi.lovelybogor.com/mengenal-fokus...

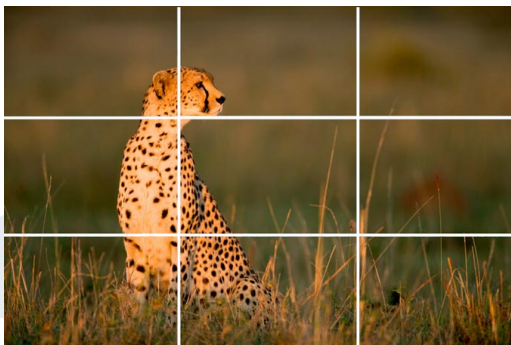
Salah satu mode yang umum digunakan untuk memotret objek tidak bergerak adalah *Single Shoot atau AF-S Mode*. Mode ini dirancang untuk pemotretan seperti bangunan, orang yang sedang berpose diam, maupun objek statis lainnya, sehingga hasil foto tetap tajam dan detail (h. 31).

2. Komposisi

Komposisi dalam fotografi dipahami sebagai penyusunan elemen visual dalam satu ruang gambar. Secara sederhana, komposisi merupakan cara mengatur elemen-elemen penting dalam sebuah foto agar tersaji secara utuh dan harmonis. Tujuan utama komposisi adalah membangun suasana atau *mood* tertentu, sekaligus menciptakan keseimbangan antar objek dalam foto. Beberapa prinsip komposisi yang umum diterapkan untuk menghasilkan foto yang menarik antara lain yaitu (h.32):

a. *Point of Interest (POI)*

Point of Interest merupakan titik utama dalam foto yang memiliki daya tarik paling kuat, sehingga audiens langsung dapat memahami objek utama yang ditampilkan. Pada dasarnya, ukuran objek minimal mencakup 15% dari keseluruhan bingkai kamera (h. 32).



Gambar 2.28 *Point of Interest* (POI)

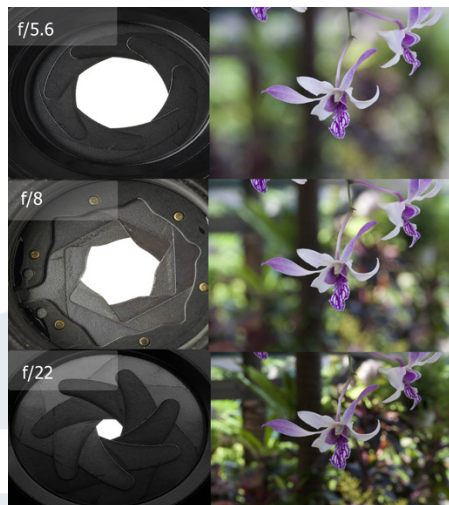
Sumber: <https://alvian.id/memahami-dan-menentuka...>

Untuk memperoleh POI, umumnya diterapkan *Rule of Third*, yaitu aturan yang membagi bingkai foto menjadi tiga bagian secara vertikal dan horizontal, kemudian objek ditempatkan pada garis atau titik potong dari pembagian tersebut. Dengan cara ini, objek akan tampak lebih menonjol dan foto lebih terlihat dinamis (h.32).

b. *Depth of Field* (DOF)

Depth of Field atau ruang tajam adalah elemen komposisi yang menekankan ketajaman objek utama dalam sebuah foto. DOF terbagi menjadi dua, yaitu DOF sempit dan DOF luas, tergantung pada pengaturan diafragma atau *aperture* (h. 33).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.29 *Depth of Field* (DOI)
 Sumber: <https://fairuzelsaid.wordpress.com/...>

Aperture, yang biasa disebut *f/stop*, berfungsi untuk mengatur besar kecilnya bukaan lensa. Semakin kecil angka *f* (misalnya *f/2.8*), maka bukaan lensa semakin besar, begitupun pada angka *f/16*, maka bukaan lensa lebih kecil. Pengaturan ini menentukan seberapa jauh area yang tampak tajam dari titik fokus, sehingga objek utama tetap terlihat jelas. Umumnya, DOF dapat diatur melalui mode *Aperture Value* (AV) atau A (h. 33).

c. Latar Belakang

Latar belakang adalah elemen pendukung yang berfungsi memperkuat objek utama sesuai dengan POI yang ingin ditonjolkan. Pemilihan latar belakang sangat dipengaruhi oleh pencahayaan serta keberadaan objek lain di sekitarnya, yang dapat mendominasi atau justru mengganggu tampilan foto (h. 33).

d. Warna

Penggunaan warna dalam fotografi berperan penting karena mampu menambah daya tarik visual sekaligus membangun nuansa tertentu dalam foto. Pemahaman teori warna

membantu fotografer dalam menciptakan kedalaman rasa pada foto. Secara umum, warna terbagi menjadi warna primer, yaitu merah, kuning, biru, dan warna sekunder, yaitu oranye, hijau, ungu (h. 33).

e. Pola

Pola atau *pattern* adalah susunan bentuk, garis, atau tekstur yang berulang, seperti garis lurus, melengkung, maupun diagonal. Elemen ini mampu menarik perhatian visual, contohnya seperti susunan bata merah di dinding yang membentuk ritme visual tersendiri (h. 33).

f. Framing

Framing adalah teknik memberi bingkai pada objek utama menggunakan elemen lain di sekitar objek, yang bertujuan untuk menonjolkan subjek agar terlihat lebih menarik, dengan tetap memperlihatkan proporsi agar bingkai tidak mendominasi atau lebih besar dari objek utama (h. 33).

g. Orientasi Horizontal dan Vertikal

Horizontal dan vertikal mengacu pada orientasi kamera saat mengambil gambar. Orientasi vertikal dikenal sebagai *potrait*, sedangkan orientasi horizontal disebut *landscape*. Pemilihan orientasi ini menyesuaikan dengan bentuk objek dan kesan yang ingin ditampilkan dalam foto (h. 33).

h. Cahaya

Cahaya juga memiliki peran penting dalam fotografi dalam menentukan bagaimana objek terlihat dalam foto. Cahaya memengaruhi warna, tekstur, bentuk, dan suasana foto. Berdasarkan Middleton (2016 h. 9-29), cahaya dapat dibagi menjadi beberapa aspek:

1) Sumber Cahaya

Sumber cahaya dalam fotografi tidak selalu berasal dari proses editing, dan hasil foto tidak boleh hanya bergantung pada *editing* di *software* komputer. Justru cahaya itu sendiri yang menjadi “*magic tool*” karena menjadi penentu bagaimana foto akan terlihat (h. 11).



Gambar 2.30 Perbedaan Sumber Cahaya
Sumber: Middleton (2016)

Perbedaan pencahayaan dapat secara signifikan mengubah tampilan sebuah gambar, begitupun pada kondisi cahaya yang berbeda juga bisa membuat objek tampak lebih atau kurang jelas, baik dari segi warna maupun tekstur. Oleh karena itu, kualitas, arah, dan intensitas cahaya menjadi faktor utama yang membentuk hasil akhir sebuah foto (h. 11).

2) Kualitas Cahaya dan Efek Bayangan

Kualitas cahaya sangat memengaruhi hasil foto, terutama melalui bayangan yang dihasilkan. Bayangan yang tidak diinginkan dapat menutupi objek utama dan mengurangi kejelasan maupun detail gambar, sehingga fotografer perlu memperhatikan arah cahaya, intensitasnya, dan posisi subjek. Penggunaan lampu tambahan seperti *flash* dapat

membantu, namun tetap dilakukan hati-hati agar tidak menimbulkan bayangan baru atau kontras yang berlebihan (h. 13-14).

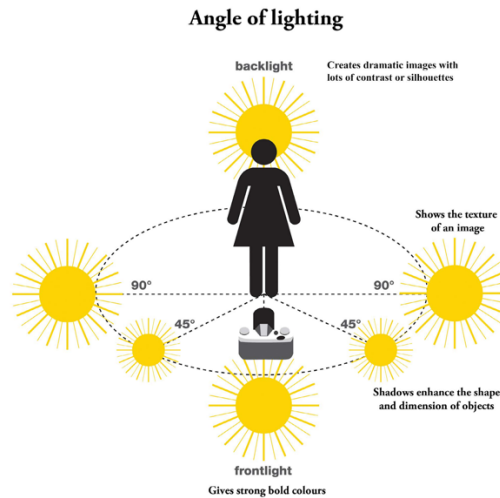


Gambar 2.31 Efek Bayangan
Sumber: Middleton (2016)

Di sisi lain, bayangan yang digunakan dengan tepat justru bisa menambah dimensi, tekstur, dan kedalaman pada foto. Seperti, bantuan pencahayaan dari samping dapat menonjolkan bentuk dan detail tersembunyi, sehingga objek terlihat lebih hidup dibandingkan jika terkena cahaya langsung dari depan. Dengan demikian, arah, intensitas, dan penyebaran cahaya memiliki peran penting dalam membentuk nuansa, karakter, dan kualitas visual sebuah foto (h. 13-14).

3) Arah Cahaya

Arah cahaya memiliki peran penting dalam membentuk tampilan suatu subjek. misalnya, pencahayaan dari depan cenderung membuat objek terlihat datar dan dua dimensi, sedangkan cahaya dari samping dapat menciptakan bayangan yang hidup dan berbentuk, sehingga objek terlihat lebih bulat dan tiga dimensi (h. 17).



Gambar 2.32 Arah Cahaya
Sumber: Middleton (2016)

Oleh karena itu, sudut datangnya cahaya menjadi faktor penting yang memengaruhi bagaimana subjek akan terlihat dalam foto (h. 17).

4) Efek Cahaya

Efek cahaya memiliki peranan penting dalam fotografi karena menentukan bagaimana bentuk, tekstur, dan warna subjek atau lanskap terlihat. Cahaya yang datang dari samping dapat menciptakan bayangan yang menambah dimensi dan kedalaman, sehingga objek tampak lebih nyata dan tiga dimensi (h. 17).



Gambar 2.33 Efek Cahaya
Sumber: Middleton (2016)

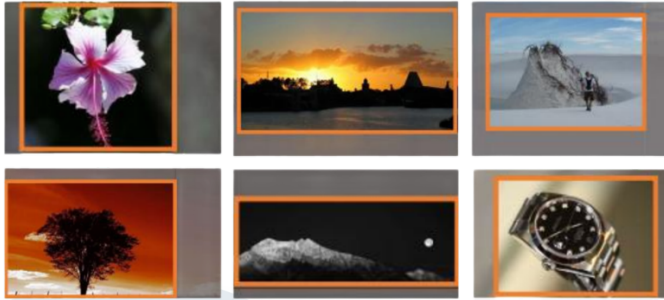
Selain itu, arah cahaya juga memengaruhi warna yang terekam, misalnya, cahaya matahari di pagi atau sore hari menghasilkan suhu warna yang hangat. Posisi cahaya akan menonjolkan tekstur dan bentuk dengan cara yang berbeda, serta dapat membuat warna terlihat lebih lembut atau lebih kaya. Dengan memahami arah dan kualitas cahaya, fotografer dapat mengatur efek dan suasana yang ingin ditampilkan dalam foto (h. 17-18).

i. *Cropping*

Dikutip dari (Li, 2023), pemotongan gambar atau *image cropping* merupakan proses menentukan area persegi panjang di dalam sebuah gambar sebagai hasil akhir, kemudian menghapus bagian di luar area tersebut (h. 226). Proses ini bertujuan untuk menjaga agar elemen-elemen penting dalam gambar tetap dipertahankan. Pada dasarnya, pemotongan dilakukan untuk menghilangkan elemen yang tidak diperlukan, seperti tepi atau latar belakang yang tidak penting, sehingga fokus gambar menjadi lebih jelas dan tampak lebih menarik secara visual. Namun, apabila area yang terpotong ternyata memiliki makna atau nilai tertentu bagi individu atau tim tertentu, maka pemotongan tersebut dapat mengurangi arti dan makna dari gambar tersebut (h. 234). Dalam metode pemotongan gambar, terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1) *Aesthetic based image cropping*

Aesthetic based image cropping merupakan metode pemotongan gambar yang berfokus pada keindahan visual atau kualitas estetika suatu gambar (h. 226).

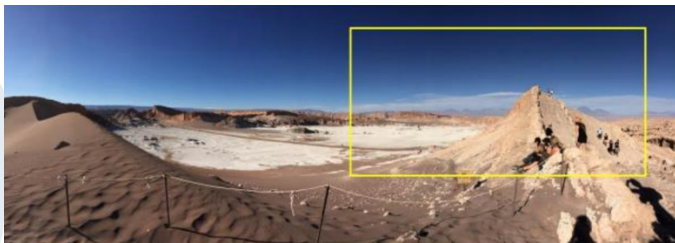


Gambar 2.34 *Aesthetic Based image Cropping*
Sumber: Middleton (2016)

Proses ini mempertimbangkan aspek keseimbangan, komposisi, dan proporsi agar hasil pemotongan dapat terlihat lebih menarik secara visual (h. 226).

2) *Saliency based image cropping*

Saliency based image cropping merupakan metode pemotongan gambar yang berfokus pada upaya mempertahankan elemen atau objek terpenting dari suatu gambar (h. 226).

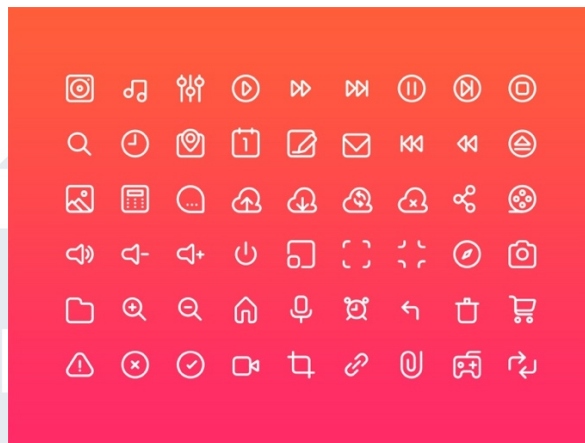


Gambar 2.35 *Saliency Based Image Cropping*
Sumber: Middleton (2016)

Metode ini bertujuan untuk memastikan bahwa objek atau area yang paling menonjol tetap dipertahankan pada hasil akhir, sehingga makna utama yang dimiliki dalam gambar tetap terjaga (h. 226).

B. Ikon

Dalam bukunya, Galitz, (2007, h. 652) menyebut ikon sebagai gambar visual yang umum digunakan untuk mewakili objek atau tindakan yang dapat dilakukan oleh pengguna.



Gambar 2.36 Contoh *Icon*

Sumber: <https://tubikstudio.medium.com/icons...>

Ikon dalam *website* berfungsi untuk memudahkan pembaca memahami konten dengan menyederhanakan informasi, menarik perhatian pengguna, dan menata struktur konten. Karena ikon berupa gambar atau simbol visual, lebih menarik perhatian dibanding teks, mereka membantu pengguna fokus pada bagian penting dan membedakan berbagai fungsi atau layanan. (Mirsarraf et al., 2017, h. 17-18). (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 172-175) menjelaskan bahwa ikon terbagi menjadi beberapa jenis, yang masing-masing akan memengaruhi kesan yang ditampilkan, pembagian tersebut didasarkan pada beberapa aspek, yaitu:

1. *Detail*

Ikon dengan karakteristik rumit atau detail, dapat digunakan ketika diperlukan untuk menonjolkan atau menekankan kesan tertentu pada tampilan. Namun, keterbacaan ikon rentan menurun saat ukuran diperkecil, karena garis-garis yang rumit dapat terlihat buram atau bahkan hilang (h. 172-175).

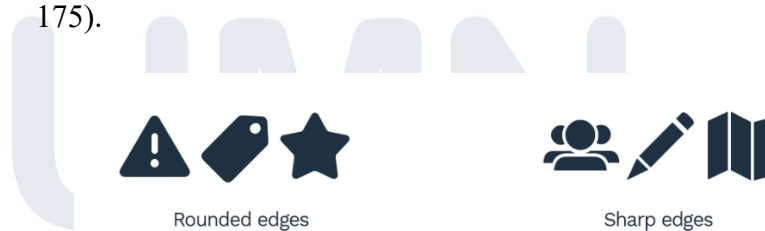


Gambar 2.37 Detail
Sumber: Malewicz (2020)

Oleh karena itu, penggunaan ikon yang detail sebaiknya disesuaikan dengan kompleksitas, ukuran, dan fungsinya, agar tetap efektif dan mudah dipahami tanpa merusak kesan yang ingin ditekankan pada tampilan (h. 172-175).

2. *Roundness and Sharp*

Bentuk sudut ikon memengaruhi kesan yang ditimbulkan. Sudut *roundness* memberikan kesan ramah dan bersahabat, sekaligus mampu menciptakan kesan profesional secara halus. Secara keseluruhan, ikon dengan sudut *roundness* bersifat *user-friendly*, sehingga lebih mudah dibaca dan nyaman dilihat oleh pengguna. Sebaliknya, sudut tajam lebih cocok digunakan ketika ingin menekankan kesan yang serius dan tegas (h. 172-175).



Gambar 2.38 *Roundness and Sharp*
Sumber: Malewicz (2020)

Konsistensi bentuk sudut pada seluruh ikon dengan gaya *roundness* sangat penting untuk menjaga kesan visual yang diinginkan. Oleh karena itu, sebaiknya menghindari pencampuran ikon dengan sudut tajam (*sharp*) dalam satu tampilan, agar *user interface* (UI) tetap terlihat harmonis dan kesan yang ingin ditekankan tidak terganggu (h. 172-175).

3. *Fill and Outline*

Ikon dapat berbentuk *filled* atau *outline*, terkadang dalam tampilannya, ikon diberi efek bayangan atau warna untuk menekankan fungsinya (h. 172-175).

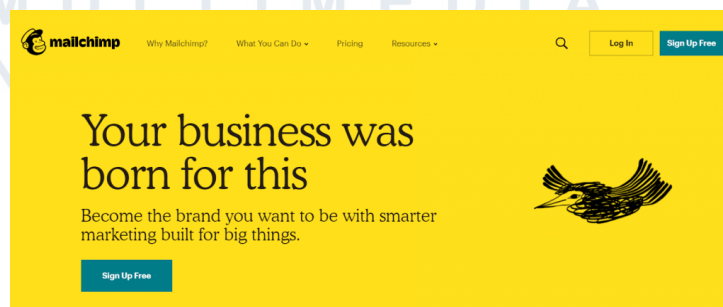


Gambar 2.39 *Fill and Outline*
Sumber: Malewicz (2020)

Penggunaan *fill* atau *outline* sebaiknya ikut diterapkan dengan konsisten dalam satu desain, kecuali untuk membedakan status, misalnya sebagai penanda *on* atau *off*. Dengan memperhatikan jenis ikon yang digunakan dan kesan yang ingin ditampilkan, ikon menjadi lebih komunikatif dan intuitif bagi pengguna (h. 172-175).

C. Ilustrasi

Dikutip dari Malewicz & Malewicz (2017, h. 324) dalam *Designing user interfaces*, bahwa Ilustrasi dapat menjadi salah satu cara untuk menghadirkan tampilan antarmuka yang lebih unik sekaligus berfungsi sebagai alternatif fotografi dalam merepresentasikan ide secara visual. Ilustrasi mampu menghadirkan kesan yang lebih bersahabat, memudahkan pengguna dalam mengingat informasi, sekaligus membangun kedekatan emosional antara pengguna dan *brand*.



Gambar 2.40 Contoh Ilustrasi Pada UI

Sumber: <https://mailchimp.com/laders/email...>

Ilustrasi sebaiknya disesuaikan dengan identitas visual yang dimiliki, karena ketidaksesuaian dapat menimbulkan kesan yang kurang tepat. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan konsistensi identitas, tetapi juga dengan bagaimana ilustrasi mampu menghadirkan persepsi yang sesuai. Oleh karena itu, cara yang paling disarankan adalah membuat ilustrasi secara mandiri agar hasilnya lebih autentik sekaligus konsisten dengan identitas desain yang dimiliki (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 324-325).

Menurut Lestari et al. (2022, h. 15), jenis ilustrasi dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu ilustrasi tradisional dan ilustrasi modern. Ilustrasi modern mencakup berbagai bentuk karya yang menggunakan teknologi digital, seperti komputer maupun design *software* dalam proses pembuatannya. Berikut ini merupakan contoh dari jenis-jenis ilustrasi modern.

1. Vector Graphic

Vector graphic adalah salah satu teknik dalam pembuatan ilustrasi digital yang memanfaatkan *design software* seperti CorelDRAW atau Adobe Illustrator. Jenis ilustrasi ini termasuk dalam kategori grafis vektor, yang tersusun dari garis dan bentuk berbasis kurva. Teknik ini umumnya menghasilkan tampilan dengan kualitas gambar yang tetap tajam dan tidak menurun meskipun diperbesar, karena tidak bergantung pada resolusi piksel (Lestari et al., 2022, h. 15).

2. Freehand digital illustration

Freehand digital illustration merupakan teknik menggambar secara digital dengan memanfaatkan *creative software* seperti Adobe Photoshop, Paint Tool, atau aplikasi serupa. Karya yang dihasilkan tergolong dalam grafis raster atau *bitmap* yang terbentuk dari kumpulan piksel dan sangat bergantung pada tingkat resolusi. Teknik ini umumnya menampilkan hasil visual

yang lebih ekspresif, dengan perpaduan warna serta detail tekstur yang kompleks, sehingga mampu menghadirkan kesan visual yang lebih realistis (Lestari et al., 2022, h. 15).

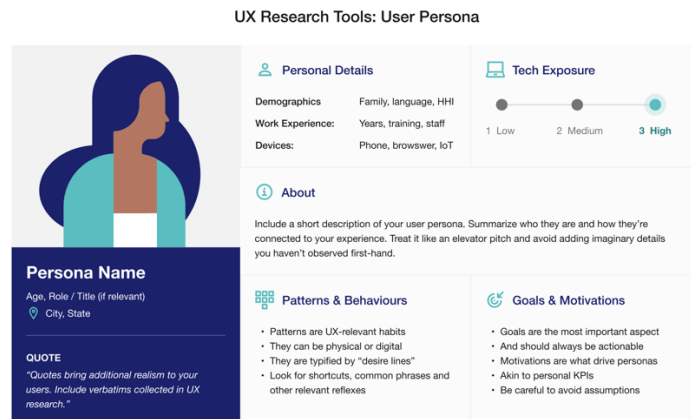
Sehingga *Imagery* dapat dipahami sebagai elemen visual yang tidak hanya mengarahkan perhatian dan memperkuat pengalaman pengguna, tetapi juga mendukung proses kreatif dalam perancangan. Sehingga pesan dapat tersampaikan secara efektif sekaligus menghadirkan pengalaman pengguna yang optimal. Melalui penerapan *imagery* pada *website* yang dirancang, diharapkan dapat tercipta kenyamanan, kesan yang positif, serta pengalaman yang lebih kuat bagi kelompok remaja akhir dalam memahami informasi mengenai bangunan kolonial bersejarah di Menteng.

2.1.6 UX (*User Experience*)

User Experience atau UX adalah pengalaman yang memiliki keterkaitan dengan reaksi, persepsi, emosi, perilaku, dan pikiran pengguna saat menggunakan suatu sistem (Heonsik, 2017, h. 9931). Secara lebih luas, UX dapat dipahami sebagai pengalaman yang dirasakan pengguna saat menggunakan suatu produk atau teknologi. UX dapat dianggap baik apabila mampu memenuhi aspek psikologis serta menyesuaikan dengan perilaku penggunaannya. Sehingga, penting untuk memahami kebutuhan pengguna dan menjadikannya dasar dalam proses perancangan sistem. Dengan demikian, fitur yang ada dalam sistem akan lebih relevan dan mampu mendukung kebutuhan pengguna (Jamilah & Padmasari, 2022, h. 74-75).

2.1.6.1 *User Persona*

User persona merupakan representasi karakter fiksi yang dirancang berdasarkan hasil riset pengguna. Karakter ini mewakili tipe pengguna yang kemungkinan akan menggunakan suatu produk atau layanan. Tujuannya adalah untuk memahami kebutuhan, perilaku, dan preferensi pengguna sehingga dapat membantu perancangan produk atau layanan yang lebih tepat sasaran (Aziza et al., 2024, h. 20).

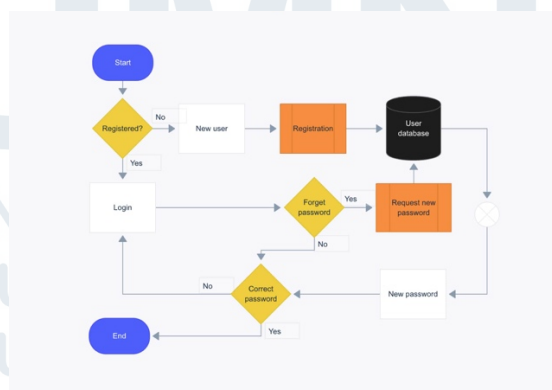


Gambar 2.41 Contoh *User Persona*
Sumber: <https://www.konrad.com/research/user-persona>

Ditambahkan oleh Interaction Design Foundation (2016) bahwa *user persona* membantu desainer memahami dan berempati dengan pengguna, sehingga perancangan yang dilakukan dapat sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Oleh karena itu, *user persona* sebaiknya dibuat berdasarkan dengan hasil riset yang valid.

2.1.6.2 *User Flow*

(Aziza et al., 2024) Menyebutkan, bahwa *user flow* merupakan diagram yang menggambarkan alur interaksi antara pengguna dan layanan sesuai dengan kebutuhan mereka (h. 21).



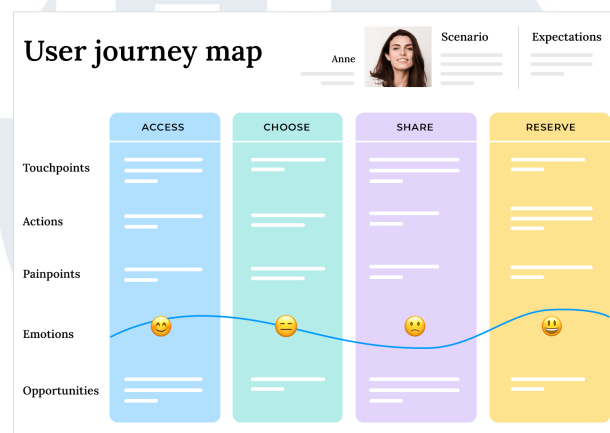
Gambar 2.42 Contoh *User Flow*
Sumber: <https://slickplan.com/blog/user-flow-diagram...>

Umumnya digambarkan dalam bentuk *flow chart* yang menunjukkan langkah-langkah yang dilalui pengguna saat menggunakan perangkat lunak, sehingga dapat memudahkan perancang dalam memahami

bagaimana pengalaman pengguna berlangsung dari awal hingga akhir (Aziza et al., 2024, h. 21).

2.1.6.3 *User Journey Map*

User journey map merupakan representasi visual yang menunjukkan proses, langkah-langkah atau aktivitas yang dilalui pengguna dari awal hingga akhir untuk mencapai tujuan tertentu saat berinteraksi dengan suatu layanan.



Gambar 2.43 Contoh *User Journey Map*
Sumber: <https://www.justinmind.com/ux-design/user...>

Sehingga dengan dilakukannya visualisasi ini dapat membantu memahami pengalaman pengguna secara menyeluruh dalam setiap tahap interaksi (Aziza et al., 2024, h. 21).

2.1.6.4 *Wireframe*

Wireframe merupakan gambaran visual sederhana dari rancangan *User Interface* (UI) yang berfokus pada struktur dan fungsi, bukan pada warna, tipografi, atau elemen estetika. *Wireframe* berfungsi untuk memberikan panduan awal bagi desainer untuk menempatkan elemen, menyusun informasi, dan merencanakan interaksi berdasarkan kebutuhan pengguna, sehingga memudahkan pengembangan desain ke tahap berikutnya (Deacon, 2020, h. 22).

1. *Low Fidelity*

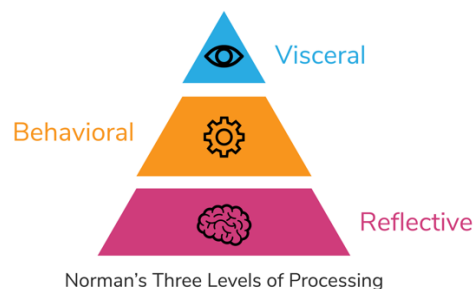
Low fidelity prototype merupakan rancangan awal yang menunjukkan susunan dasar dan elemen penting dari sebuah produk. Prototipe ini dibuat untuk membantu desainer mencoba ide dan melakukan perubahan dengan cepat tanpa harus memikirkan detail visual (Maioli, 2018, h. 234).

2. *High Fidelity*

High fidelity prototype adalah rancangan yang sudah merepresentasikan tampilan visual akhir dari produk, mencakup identitas visual dan detail desain. Prototipe ini biasanya digunakan untuk uji kegunaan sekaligus menjadi acuan bagi pengembang dalam membangun produk. Prototipe ini dapat dinavigasi serta diinteraksikan hampir seperti versi final (Maioli, 2018, h. 235).

2.1.6.5 *Personality*

Dalam konteks desain, *personality* menurut Don Norman, sebagaimana dijelaskan dalam Komninos (2020), merujuk pada karakter emosional yang terbentuk melalui hubungan antara pengguna dan produk.



Gambar 2.44 Tiga Level Sistem Emosi
Sumber: <https://www.vgnicholls.com/blog/emotion...>

Respons emosional ini terbagi ke dalam tiga *level* sistem emosi, yaitu *visceral*, *behavioral*, dan *reflective* (Komninos 2020), yang masing-masing dijabarkan sebagai berikut:

1) *Visceral*

Pada tingkat *visceral*, reaksi emosional muncul secara spontan dari kesan pertama terhadap tampilan luar suatu objek. Desain pada tahap ini berfokus pada aspek visual seperti warna, bentuk, dan tekstur yang mampu secara langsung menarik perhatian dan menimbulkan kesan tertentu, apakah sesuatu terlihat aman, menarik, atau justru tidak nyaman. Respons ini terjadi secara alami dan cepat, tanpa disadari. Dengan kata lain, desain *visceral* berhubungan dengan *style* dan penampilan yang langsung memengaruhi kesan pertama pengguna terhadap suatu produk (Komninos 2020).

2) *Behavioral*

Sedangkan, Tingkat *behavioral* berhubungan dengan bagaimana suatu produk digunakan dan bagaimana perasaan pengguna saat berinteraksi produk tersebut. Berbeda dengan tingkat *visceral* yang muncul secara spontan, respons *behavioral* tercipta dari pengalaman dan kebiasaan. Pada tahap ini, hal-hal seperti fungsi, kenyamanan, kemudahan penggunaan, dan rasa kendali muncul. Jika produk bekerja dengan baik dan mudah digunakan sesuai harapan, pengguna akan merasa puas dan percaya diri. Namun, jika produk tidak sesuai ekspektasi, pengguna dapat merasa kesal atau frustrasi. Karena itu, respons pada tingkat ini sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan harapan pengguna sebelumnya (Komninos 2020).

3) *Reflective*

Tingkat *reflective* merupakan tahap tertinggi, di mana pengguna secara sadar menilai dan menggambarkan pengalaman mereka terhadap suatu produk. Pada tahap ini, muncul perasaan seperti bangga, kagum, puas, ataupun malu. Aspek reflektif berkaitan dengan citra diri, nilai sosial, dan makna simbolis yang dimiliki

produk. Misalnya, seseorang merasa bangga memakai produk tertentu karena dianggap mewakili status atau kepribadiannya. Sehingga, desain pada tingkat ini sangat dipengaruhi oleh budaya, pengalaman, dan konteks sosial pengguna, serta dapat berubah seiring waktu dan situasi (Kominos 2020).

Dalam perancangan UX (*User Experience*), *user persona*, *user flow*, dan *user journey map* saling berkaitan serta menjalankan perannya dalam membentuk kerangka analisis yang berurutan, bertujuan untuk memahami karakteristik pengguna, pola interaksi yang mereka lakukan, hingga keseluruhan pengalaman yang dialami sepanjang proses penggunaan. Selain itu, aspek personality dalam desain UX juga penting, yang mencakup tiga level yaitu reaksi emosional spontan terhadap tampilan produk, pengalaman pengguna saat menggunakan produk, serta penilaian sadar pengguna terhadap pengalaman tersebut, termasuk citra diri dan nilai sosial. Memperhatikan ketiga elemen tersebut membantu perancangan UX menciptakan pengalaman yang memuaskan dan sesuai dengan kebutuhan serta harapan pengguna.

2.1.7 Grid

Grid merupakan kerangka visual dalam bentuk garis vertikal dan horizontal yang berfungsi sebagai pedoman dalam penataan objek dua dimensi (Tanu, 2022, h. 137). Grid digunakan untuk mempermudah penyusunan elemen visual dalam suatu tata letak agar informasi dapat tersampaikan dengan baik dan jelas (Agustini, 2020, h. 16).

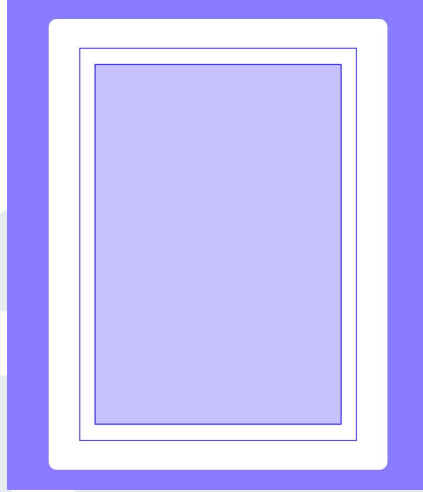
2.1.7.1 Jenis-jenis Grid

Menurut Tondreau (2019, h. 11), grid dapat dibedakan menjadi beberapa bagian berdasarkan strukturnya, yaitu:

A. *Single Column Grid*

Single Column Grid merupakan jenis *grid* yang dianggap paling sesuai dan ideal dalam penerapan tata letak, terutama apabila digunakan untuk mengatur teks dengan jumlah yang panjang. Penerapannya sangat tepat untuk media yang berorientasi pada

penyajian konten tertulis secara mendetail, contohnya penerapannya dapat ditemukan pada esai, buku, maupun laporan (h. 11-12).

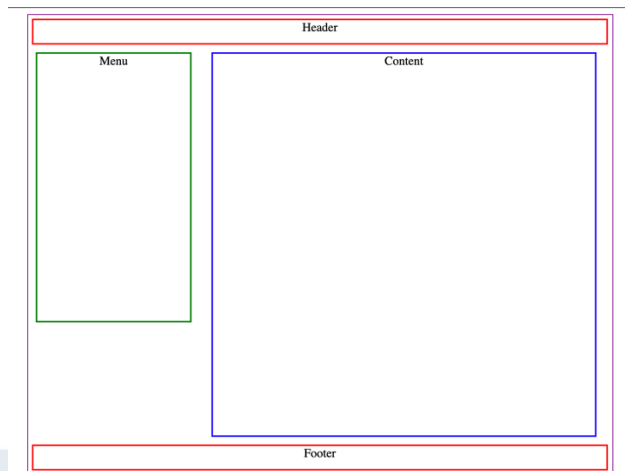


Gambar 2.45 Contoh *Single Column Grid*
Sumber: <https://www.zekagraphic.com/grids-in-graphic...>

Penggunaan *single column grid* mampu memberikan kesan *less intimidating* serta menghadirkan nuansa yang lebih mewah dibandingkan dengan penggunaan *multiple columns*, sehingga kerap diaplikasikan pada media seperti *art books* maupun katalog (h. 11-12).

B. *Two Column Grid*

Two column grid digunakan untuk mengatur teks dalam jumlah banyak atau membedakan jenis informasi ke dalam kolom terpisah. *Grid* dengan dua kolom, susunannya dapat diatur dengan lebar kolom yang sama maupun berbeda (h. 11).



Gambar 2.46 Contoh *Two Column Grid*

Sumber: <https://vanseodesign.com/css/2-column-css-layout/>

Dalam penerapan proporsi yang ideal, apabila salah satu kolom dirancang dengan ukuran yang lebih lebar dibandingkan dengan kolom lainnya, maka kolom tersebut secara umum dibuat memiliki lebar dua kali lipat dari kolom yang lebih sempit (h. 11).

C. *Multicolumn Grid*

Multicolumn Grid memiliki sifat yang lebih fleksibel apabila dibandingkan dengan *single column* maupun *two column grid*, karena dalam penerapannya menggabungkan beberapa kolom dengan ukuran lebar yang bervariasi (h. 11).



Gambar 2.47 Contoh *Multicolumn Grid*

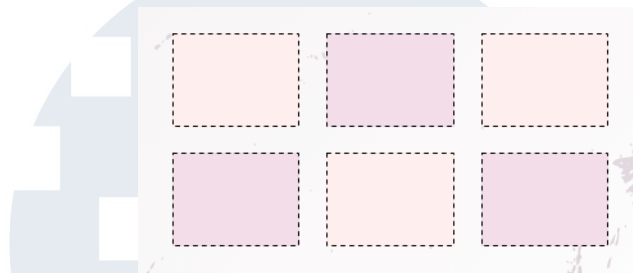
Sumber: <https://jayce-o.blogspot.com/2012/12/graphic-design...>

Oleh karena itu, jenis *grid* ini sering dianggap cocok dan efektif digunakan pada media seperti *website*, karena mampu mengatur berbagai jenis informasi, mulai dari teks, gambar, video, hingga

iklan, sehingga semuanya dapat ditampilkan bersama dalam satu tata letak (h. 11).

D. *Modular Grid*

Modular grid merupakan salah satu tipe *grid* yang dinilai paling sesuai digunakan dalam penataan informasi yang bersifat kompleks, misalnya pada media seperti koran, tabel maupun bagan (h.11)



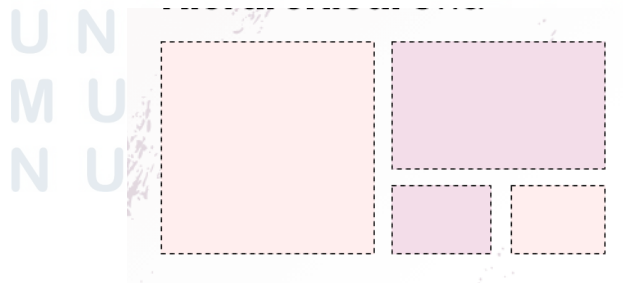
Gambar 2.48 Contoh *Modular Grid*

Sumber: <https://jayce-o.blogspot.com/2012/12/graphic-design...>

Jenis *Grid* ini bekerja dengan cara menggabungkan susunan kolom vertikal dan horizontal sehingga menghasilkan pembagian halaman ke dalam potongan-potongan ruang yang lebih kecil dan terstruktur (h. 11).

E. *Hierarchical grid*

Hierarchical grid berfungsi dengan cara membagi halaman ke dalam sejumlah zona tertentu. Pada umumnya, *Hierarchical grid* tersusun atas kolom horizontal, dan beberapa majalah juga menata kontennya dengan susunan horizontal (h. 11).



Gambar 2.49 Contoh *Hierarchical Grid*

Sumber: <https://jayce-o.blogspot.com/2012/12/graphic-design...>

Sehingga, banyak perangkat yang ikut menampilkan materi dalam bentuk garis atau pita horizontal yang bertujuan untuk mempermudah proses pembacaan sekaligus meningkatkan efisiensi penyajian informasi (h. 11).

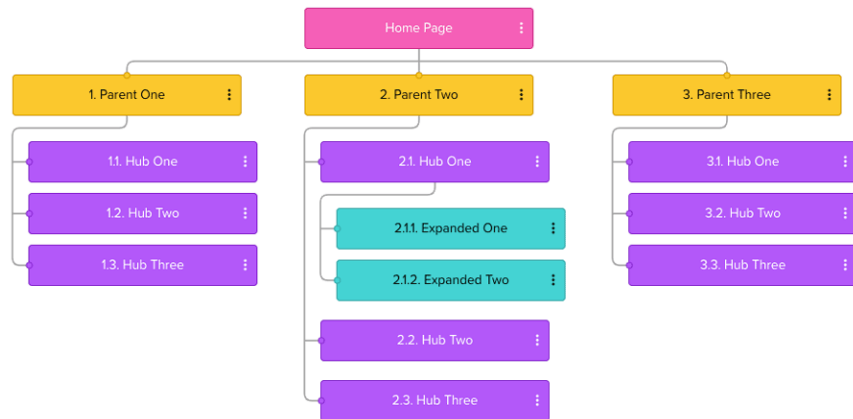
Grid merupakan kerangka visual yang berfungsi untuk menyusun elemen tata letak agar informasi dapat tersampaikan dengan jelas dan terstruktur. Terdapat beberapa jenis *grid* dengan karakteristiknya masing-masing, seperti *single column grid* yang ideal untuk teks panjang, *two column grid* yang membagi informasi ke dalam dua kolom, serta *multicolumn grid* yang bersifat lebih fleksibel karena mampu menampung beragam konten seperti teks, gambar, maupun video dalam satu halaman. Selain itu, *modular grid* cocok untuk menyusun informasi kompleks seperti tabel dan bagan, sedangkan *hierarchical grid* membagi halaman ke dalam zona tertentu guna mempermudah pembacaan dan meningkatkan efisiensi. Setiap jenis *grid* memiliki peran penting dalam menjaga keseimbangan visual, proporsi, dan keterbacaan. Oleh karena itu, penerapan *grid* dalam perancangan *website* tidak hanya menciptakan tata letak yang harmonis dan nyaman dibaca, tetapi juga mendukung efisiensi penyajian informasi sehingga pengalaman pengguna menjadi lebih optimal.

2.1.8 Information Architecture

Arsitektur Informasi atau *Information Architecture* merupakan cara menyusun serta mengatur konten dalam sebuah *website* atau layanan informasi dengan tujuan memudahkan pengguna menemukan informasi secara efektif dan meminimalisir hal-hal yang tidak relevan dengan kebutuhan pengguna. Dengan arsitektur informasi yang baik, pengguna tidak hanya lebih cepat menadapatkan dan memahami informasi, tetapi juga lebih terbantu dalam mengambil keputusan (Kriswanto, 2020, h. 78-79).

2.1.8.1 *Organization Information*

Organization Information merupakan proses pengelompokkan dan penyusunan daftar konten secara terstruktur dan logis sesuai berdasarkan karakteristik tertentu, sehingga setiap informasi dapat dipahami dan diakses lebih mudah oleh pengguna (h. 77).

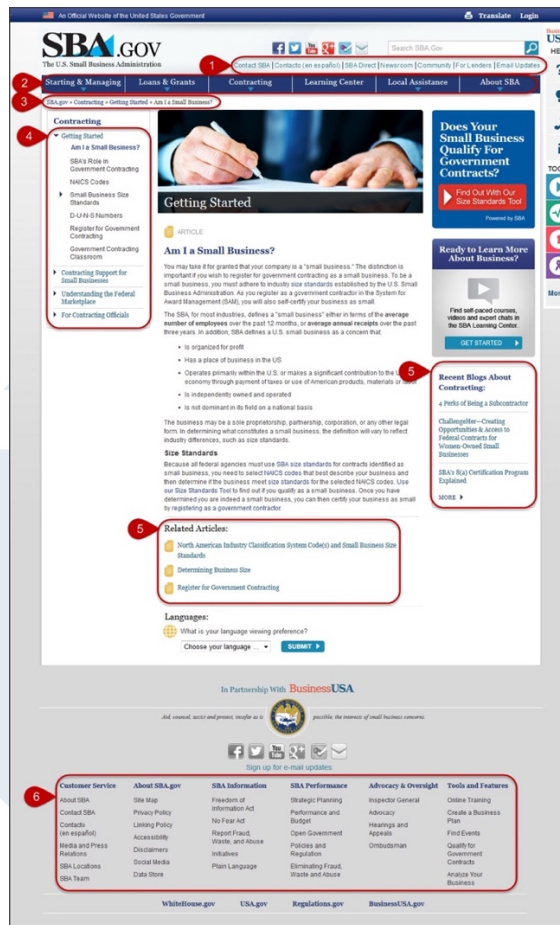


Gambar 2.50 Contoh *Organization Information*
Sumber: <https://slickplan.com/blog/website-information...>

Dalam penerapan *Organization Information*, seringkali dihadapi dengan tantangan, seperti ambiguitas, keragaman objek, perbedaan sudut pandang pengguna, hingga pengaruh politik internal organisasi (h. 77).

2.1.8.2 *Navigation System*

Bentuk visual pada *website* umumnya terlihat berupa tanda, *tab*, maupun ikon yang biasa digunakan oleh pengguna ketika ingin berpindah menuju informasi lain atau melanjutkan ke informasi berikutnya. Dengan adanya elemen-elemen tersebut, pengguna dapat mengikuti alur informasi yang saling berhubungan dengan informasi sebelumnya (h. 77).



Gambar 2.51 Contoh *Navigation System*
 Sumber: <https://www.nngroup.com/articles/ia-vs-navigation/>

Sehingga, apabila navigasi ini diterapkan secara baik pada setiap halaman *website*, maka akan sangat memudahkan pengguna dalam menelusuri dan mencari kebutuhan informasinya (h. 77).

2.1.8.3 *Labelling System*

Labelling system merupakan bentuk representasi informasi yang biasanya ditampilkan dalam bentuk kata-kata. Representasi ini berfungsi untuk mewakili suatu potongan informasi dengan tujuan agar dapat menyampaikan pesan secara efisien tanpa harus menggunakan terlalu banyak ruang vertikal maupun membebani kognitif pengguna (h. 78).

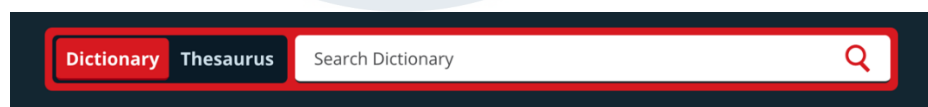


Gambar 2.52 Contoh *Labelling System*
 Sumber: <https://www.thealien.design/insights/information...>

Contoh penerapannya dapat dilihat pada label ‘hubungi kami’, yang mewakili potongan informasi berisi nama kontak, alamat, nomor telepon, maupun informasi email (h. 78).

2.1.8.4 *Searching System*

Searching system merupakan fitur pencarian yang terdapat pada *website* dan memiliki fungsi utama untuk memudahkan pengguna ketika melakukan penelusuran terhadap kebutuhan informasinya (h. 78).



Gambar 2.53 Contoh *Searching System*
 Sumber: <https://www.merriam-webster.com/>

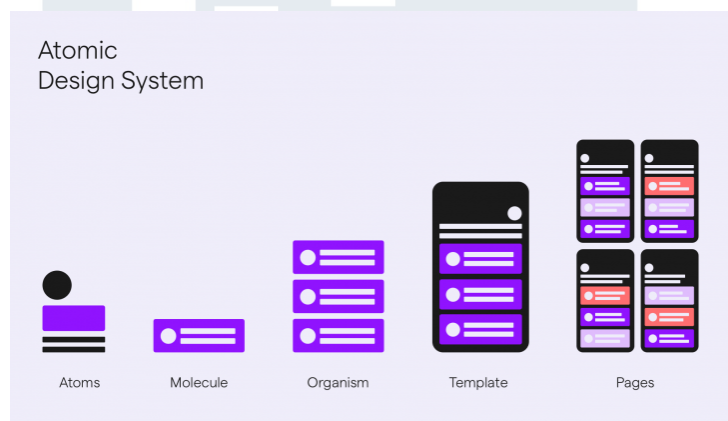
Sistem pencarian ini bekerja dengan cara menyesuaikan diri dengan tipe penelusuran berdasarkan jenis informasi yang diinginkan pengguna, sehingga proses pencarian berjalan sesuai dengan arah yang dituju oleh pengguna *website* (h. 78).

Berbagai prinsip arsitektur informasi yang mendukung desain *website* telah dijelaskan sebelumnya. *Information Architecture* berfungsi untuk mengatur konten secara logis dan terstruktur, sehingga memudahkan pengguna menemukan informasi dengan cepat dan tepat. Elemen-elemen seperti *Organization Information*, *Navigation System*, *Labelling System*, dan *Searching System* masing-masing berperan dalam meningkatkan pemahaman pengguna, memperlancar proses pencarian, serta

meminimalkan kebingungan. Dengan demikian, perancangan *website* tidak dapat berjalan efektif dan optimal tanpa penerapan *Information Architecture* yang baik.

2.1.9 Atomic Design

Atomic Design merupakan metodologi perancangan antarmuka yang menyusun elemen dari bagian paling kecil hingga menjadi menjadi pages atau laman. Penerapan *atomic design* membantu peningkatan nilai kegunaan *website* dan pengelolaan arsitektur informasi yang lebih jelas, dan mudah dinavigasi. Dengan demikian, pengguna dapat mencari dan menemukan informasi yang dibutuhkan secara lebih efektif (Matra et al., 2023, h. 500-501).



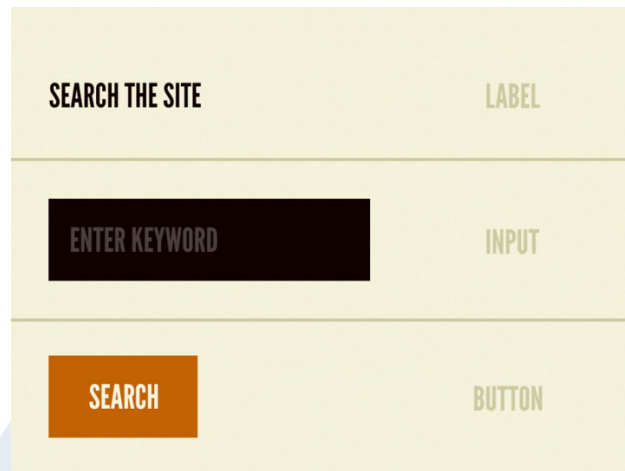
Gambar 2.54 Lima Tahap *Atomic Design*

Sumber: <https://www.greenliff.swiss/de/blog/nutzerfreundliche...>

Frost (2016, h. 42 & 55), *atomic design* adalah metode menyusun *user interface* (UI) dari potongan kecil yang berkembang menjadi komponen, hingga akhirnya membentuk halaman *web* utuh. Proses ini mendorong sistem yang lebih teratur, rapi, konsisten dan *reusable*. *Atomic design* terdiri atas lima tahap yang saling terhubung, yaitu:

2.1.9.1 Atom

Atom merupakan elemen paling dasar dalam antarmuka (*User Interface*) yang tidak bisa dipecah lagi. Contohnya antara lain label, tombol, *heading* atau kotak input. Sehingga komponen ini menjadi fondasi dari elemen visual di dalam UI (h. 43).



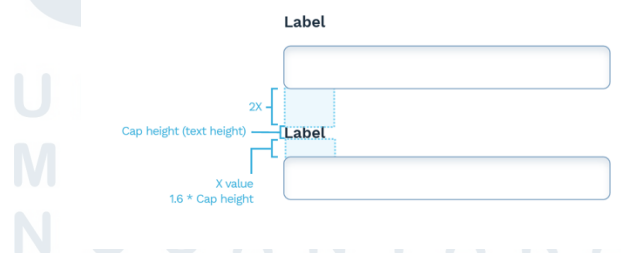
Gambar 2.55 Atom

Sumber: <https://www.greenliff.swiss/de/blog/nutzerfreundliche...>

Dalam konteks *website*, *atoms* bisa berupa tag HTML seperti label, input, atau tombol. Atom juga mencakup elemen abstrak seperti palet warna, tipografi, dan animasi. Atom memiliki peran penting sebagai acuan dalam *pattern library* karena membantu menjaga tampilan yang konsisten di seluruh desain (h. 43). Adapun contoh elemen Atom yaitu meliputi:

A. Label

Label merupakan teks kecil yang berfungsi untuk menjelaskan sebuah *input* pada *form*. Bertujuan untuk mempermudah pemahaman, memberikan keterangan apa yang harus diisi oleh pengguna. Misalnya seperti memasukkan email atau *username* pada *form login* (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 235).



Gambar 2.56 Label

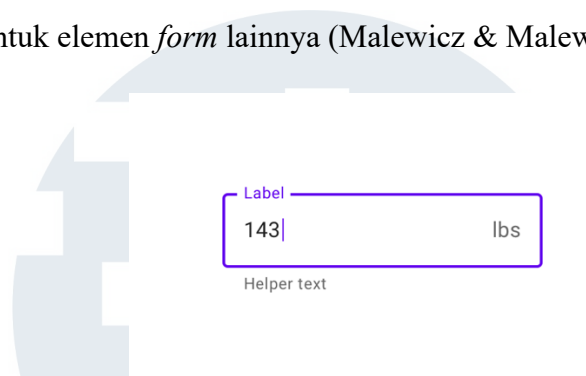
Sumber: <https://www.greenliff.swiss/de/blog/nutzerfreundliche...>

Penting untuk memperhatikan jarak antara label dan *field* pada form agar tidak membingungkan. Umumnya jarak ini diatur

menggunakan tinggi huruf kapital atau kelipatannya. Sehingga batas antar *field* dapat terlihat jelas (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 235).

B. *Input*

Input atau *text field* merupakan kolom isian yang paling umum digunakan dalam *form*. Umumnya *input* dijadikan acuan visual untuk elemen *form* lainnya (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 234).



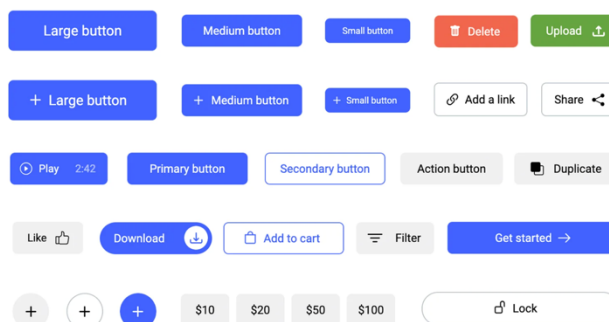
Gambar 2.57 *Input*

Sumber: <https://m2.material.io/components/text-fields...>

Dalam penerapannya, setiap *input* secara umum disertai dengan label, label tersebut lebih mudah dipahami apabila ditampilkan dalam *Title Case* dibandingkan menggunakan huruf kapital seluruhnya (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 234).

C. *Button*

Button adalah elemen interaktif yang menandakan suatu Tindakan sesuai dengan teks yang ditampilkan di dalamnya. *Button* memiliki peran penting dalam produk digital karena dapat memicu berbagai tindakan, seperti mengunduh, membeli, atau mengirim (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 179).



Gambar 2.58 *Button*

Sumber: <https://www.justinmind.com/blog/button...>

Digital Button pada dasarnya merupakan adaptasi dari konsep *physical button* di dunia nyata. Misalnya pada kontroler *game*, *remote* TV, atau pemutar rekaman (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 179).

2.1.9.2 Molekul

Molekul adalah gabungan dari beberapa atom yang bekerja bersama dan terbentuk dari gabungan beberapa atom sederhana, yang menerapkan prinsip “satu fungsi, satu tujuan”, sehingga molekul dapat digunakan kembali di berbagai bagian desain dengan cara yang efisien (h. 44).



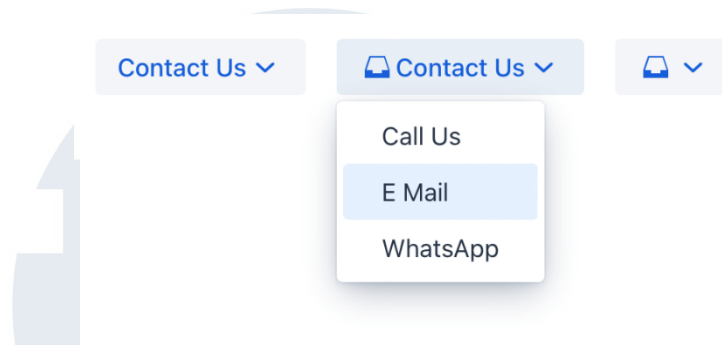
Gambar 2.59 Molekul

Sumber: <https://www.greenliff.swiss/de/blog/nutzerfreundliche...>

Contohnya adalah form pencarian yang bekerja sebagai satu unit sederhana yang terdiri dari label, kotak input, dan tombol. Semua elemen ini saling bekerja sama agar pengguna dapat melakukan pencarian dengan mudah dan cepat (h. 45). Molekul ini tersusun dari:

A. *Dropdown Button*

Dropdown merupakan salah satu element form yang sering digunakan. Memungkinkan pengguna memilih satu opsi dari list daftar panjang yang muncul saat diklik (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 245).



Gambar 2.60 *Dropdown Button*

Sumber: <https://docs.jmix.io/jmix/flow-ui/vc/components/...>

Namun, *dropdown* dengan daftar yang panjang berisiko menyulitkan pengguna karena banyak mengulir, sehingga jika tetap ingin menggunakan dengan list yang panjang, solusinya adalah menempatkan opsi yang paling populer di bagian atas daftar atau kotak pencarian (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 246).

B. *Radio Buttons*

Radio buttons merupakan elemen form yang memfasilitasi pengguna untuk memilih satu-satunya opsi dari daftar pendek, umumnya terdiri dari 2-4 item (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 252).



Gambar 2.61 *Radio Button*

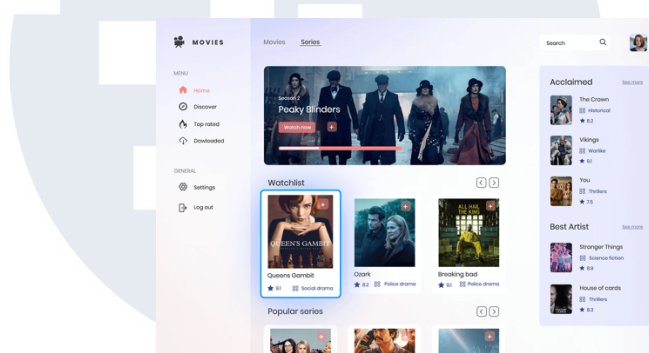
Sumber: <http://justinmind.com/ui-design/radio-button...>

Ketika salah satu opsi dipilih maka opsi sebelumnya otomatis tidak terpilih. *Radio buttons* lebih efektif diterapkan dalam tataan

vertikal. sehingga untuk daftar opsi yang relatif singkat, penggunaannya lebih disarankan dibandingkan *dropdown* (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 252).

C. *Card*

Cards merupakan elemen yang digunakan untuk menampilkan cuplikan dari halaman detail yang bisa diakses setelah diklik. *Cards* dapat memuat teks, tombol, ikon, dan gambar untuk membantu pengguna memahami dan memilih dengan mudah (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 204).



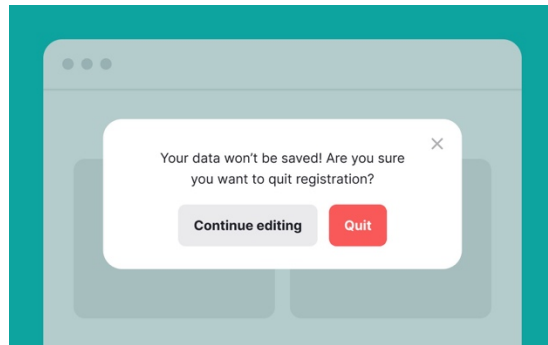
Gambar 2.62 *Card*

Sumber: <https://www.justinmind.com/ui-design/cards>

Cards secara umum digunakan untuk menampilkan produk, informasi, orang, atau tindakan tertentu. Dalam penerapannya, sebaiknya *cards* dibuat ringkas dan jelas, dengan satu tombol dan maksimal tiga baris teks, untuk menghindari kebingungan atau informasi yang berlebihan (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 204).

D. *Modals*

Modals dalam *User Interface* adalah elemen yang menampilkan informasi atau tindakan tambahan kepada pengguna, baik muncul secara mandiri maupun sebagai respons terhadap aksi pengguna tertentu. Beberapa jenis modals yang umum digunakan antara lain *pop-up*, *overlay*, dan *action sheet* (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 262).



Gambar 2.63 Modals

Sumber: <https://app.uxcel.com/courses/ui...>

Pop-up dan *overlay* umumnya dilengkapi tombol “X” di pojok kanan atas, dengan mengklik atau mengetuk di luar jendela untuk menutupnya. Sementara itu, *action sheet* umumnya tidak memiliki tombol “X”, melainkan menyediakan opsi “cancel” di bagian bawah, atau pengguna juga dapat menggesernya ke arah bawah untuk menutupnya (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 262).

2.1.9.3 Organisme

Organisme merupakan kombinasi atau kumpulan dari berbagai molekul yang lebih kompleks dan membentuk bagian antarmuka *User Interface* (UI) secara utuh dan terstruktur (h. 46).



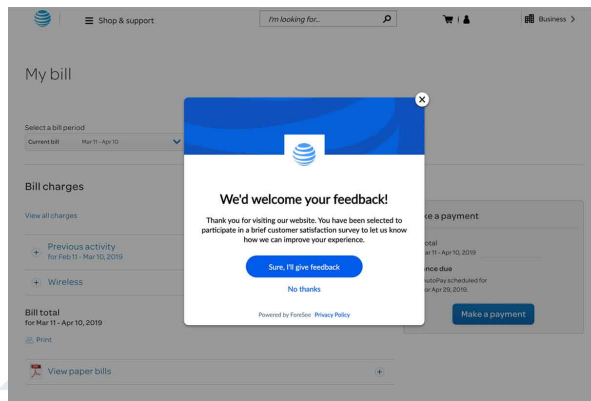
Gambar 2.64 Organisme

Sumber: <https://www.greenliff.swiss/de/blog/nutzerfreundliche...>

Contohnya adalah *header* yang terdiri atas logo, menu navigasi, serta kolom pencarian. Pada tahap ini, terlihat bagaimana komponen-komponen kecil mulai digunakan dalam konteks sebenarnya (h. 47).

A. *Pop-Up*

Pop-up adalah elemen *User Interface* (UI) yang muncul di bagian atas konten utama untuk menyampaikan informasi atau meminta aksi dari pengguna (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 263).



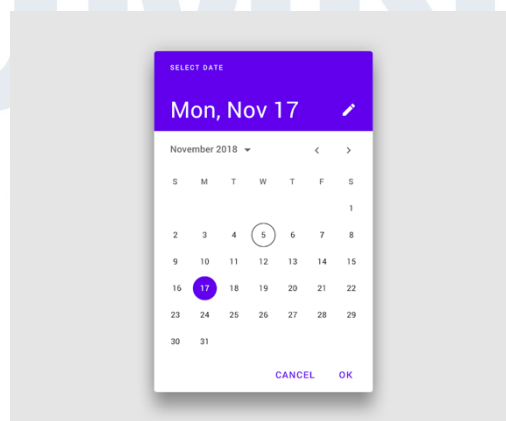
Gambar 2.65 *Pop-up*

Sumber: <https://www.nngroup.com/articles/popups/>

Jenis *pop-up* yang umum digunakan meliputi notifikasi keberhasilan atau kegagalan, konfirmasi berupa pertanyaan yang harus dijawab, dan untuk pendaftaran (*sign up/login*) (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 263).

B. *Date Picker*

Date picker adalah elemen UI yang menyediakan pengguna untuk memilih tanggal melalui daftar *dropdown* yang menampilkan kalender satu bulan. Pengguna dapat mengubah bulan yang ditampilkan dengan menekan tombol panah kiri untuk mundur atau panah kanan untuk maju (Galitz, 2007, h. 524).



Gambar 2.66 *Date Picker*

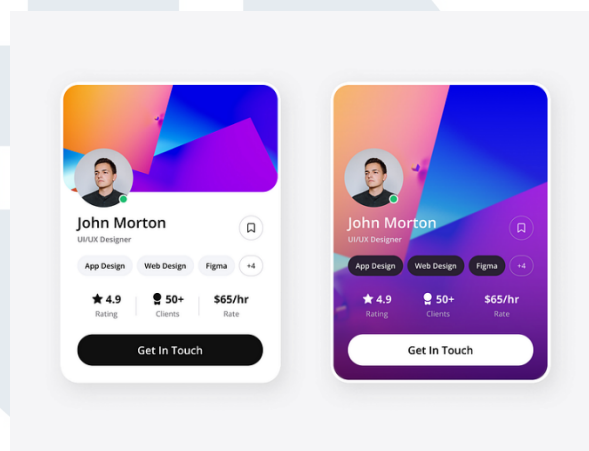
Sumber: <https://m2.material.io/components/date-pickers>

Elemen ini menjadi representasi visual kalender fisik yang tersusun secara teratur dan mudah dikenali secara, sehingga memudahkan

pengguna memahami konteks tanggal yang tersedia dengan lebih jelas (Galitz, 2007, h. 524).

C. *Profile Card*

Profile card merupakan salah satu komponen UI yang menampilkan informasi singkat tentang seorang individu atau entitas secara ringkas dan mudah dipahami (Malewicz & Malewicz, 2020 h. 318).



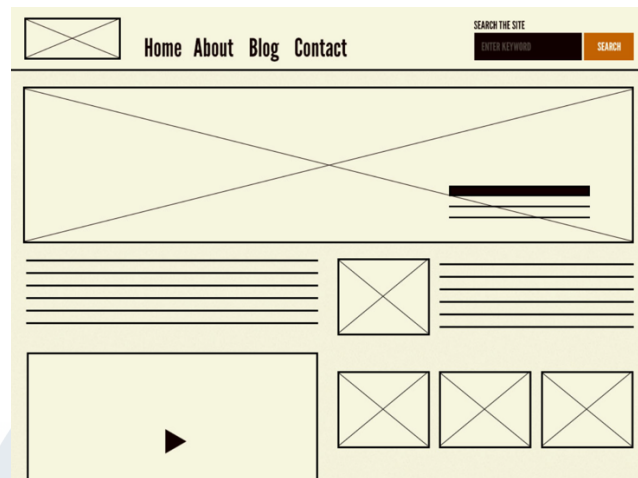
Gambar 2.67 *Profile Card*

Sumber: <https://dribbble.com/shots/26067555-Profile-Card>

Umumnya, *profile card* menampilkan foto profil, nama, serta informasi tambahan yang relevan. Dilengkapi dengan tombol yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan profil tersebut (Malewicz & Malewicz, 2020, h. 318).

2.1.9.4 *Templates*

Templates merupakan kumpulan organisme yang disusun menjadi kerangka halaman, di mana struktur layout mulai tampak jelas dan desain menjadi lebih konkret (h. 49).

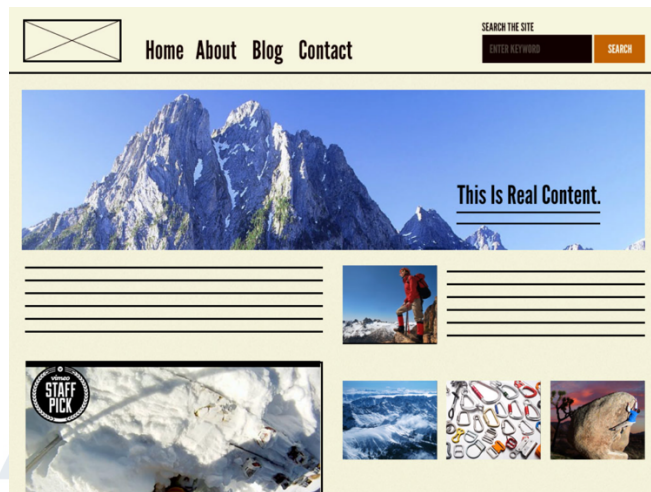


Gambar 2.68 *Templates*
 Sumber: <https://www.greenliff.swiss/de/blog/...>

Templates dapat dimulai dari *wireframe* sederhana, lalu kemudian secara bertahap ditingkatkan hingga menjadi desain akhir. Tahap ini penting karena menunjukkan konteks keseluruhan dari sistem desain. *Templates* berfokus pada tata letak halaman dan berfungsi sebagai kerangka yang mengatur posisi organisme di dalamnya, contohnya seperti letak gambar, teks, atau menu (h. 50).

2.1.9.5 Halaman

Halaman merupakan implementasi nyata dari *templates* dengan konten sebenarnya, sekaligus menjadi kesempatan untuk menguji efektivitas desain. Misalnya, dengan mencoba variasi konten seperti judul pendek versus panjang. Uji konteks semacam ini membantu memperbaiki kembali molekul, organisme, maupun *templates* agar sistem desain lebih responsif dan relevan (h. 52).



Gambar 2.69 Halaman

Sumber: <https://www.greenliff.swiss/de/blog/nutzerfreundliche...>

Contohnya, *homepage* yang menampilkan gambar, produk, dan artikel. Dengan demikian, tahap Pages berfungsi sebagai jembatan untuk menguji konsistensi desain serta fungsi tampilan, sehingga memastikan semuanya berjalan dengan baik saat digunakan secara nyata (h. 53).

Atomic Design merupakan metodologi perancangan *User Interface* (UI) yang menyusun elemen dari bagian paling kecil hingga membentuk halaman *website* secara utuh dan nyata. Metode ini terdiri dari lima tahap mencakup atom, molekul, organisme, *template*, dan halaman, yang masing-masing tahap saling terhubung untuk menciptakan sistem desain yang konsisten, teratur, dan mudah digunakan kembali. Penerapannya membantu meningkatkan kegunaan *website*, memperjelas struktur informasi, serta mempermudah navigasi pengguna. Oleh karena itu, perancangan *website* akan sulit mencapai konsistensi, kejelasan, dan efektivitas jika *Atomic Design* tidak diterapkan secara tepat.

2.2 Bangunan Kolonial Bersejarah di Menteng

Dikutip dari Heuken & Pamungkas (2001) dalam Menteng Kota Taman Pertama di Indonesia, pembangunan bangunan kolonial di Menteng dimulai dengan Gedung *Kunstkring* karya P.A.J. Moojen pada 1913, yang menandai babak baru arsitektur modern di Indonesia (h. 21). Moojen, anggota komisi pengurusan tanah

Menteng, menghadirkan inovasi desain pada gedung *Kunstkring* sehingga mendapat pujian dari pakar arsitektur tersohor di Belanda, dan gedung ini disebut sebagai pelopor gaya *Indische Bouwstijl*, perpaduan arsitektur Eropa dengan elemen lokal untuk menyesuaikan iklim tropis (h. 20-22).

Sejalan dengan perencanaan tata kota yang matang sejak 1918, pembangunan permukiman mulai banyak dilakukan sekitar 1919, dibangun selaras dengan konsep kota taman. Arsitek lain juga ikut merancang permukiman dan jalan, termasuk J.F.L. Blankenberg, pendiri biro *Algemeen Ingenieurs en Architecten* (AIA), yang merancang jalan dan permukiman (h. 27-28). Sedangkan beberapa identitas arsitek lain sulit ditelusuri karena arsip PU (Pekerjaan Umum) tidak terpelihara dan prosedur administratif membatasi penggunaannya (h. 106). Beberapa gedung penting yang dibangun kemudian antara lain Bappenas, Gedung Universitas Bung Karno, Gereja Theresia, dan Gereja Paulus, yang masing-masing memiliki lokasi strategis serta keunikan arsitektur menonjol (h. 66-106). Mayoritas bangunan bergaya *Art Deco*, sementara sebagian lain mengusung gaya *Amsterdamse school*, villa, atau *bungalow* (h. 48).

2.2.1 Klasifikasi Bangunan Kolonial di Menteng

Selain kualitas lingkungan dan prasarana di masa lampau, kawasan Menteng juga memancarkan daya tarik visual melalui gaya arsitektur rumah tinggal maupun bangunan umum yang khas. Keunikan ini terlihat pada penerapan profil plester pada dinding dari susunan batu kali, serta keseragaman pola pada lubang angin, pintu, dan jendela. Heuken & Pamungkas (2001) dalam *Menteng: Kota Taman Pertama di Indonesia* mengklasifikasikan karakter arsitektur ini sebagai berikut:

2.2.1.1 Permukiman Permukiman Khas Menteng

Permukiman khas Menteng, sebagaimana dijelaskan oleh Heuken & Pamungkas (2001), dikelompokkan ke dalam beberapa kelas berdasarkan pada ukuran kaveling yang dimiliki oleh masing-masing hunian. Adapun kelas-kelas permukiman yang dimaksud dapat diuraikan antara lain yaitu:

A. *Groote Stadvilla* (Villa Besar)

Villa besar ini berada di kavling yang luas, sekitar 1000 m² ke atas, terutama di jalan-jalan utama seperti Jl. Teuku Umar, Imam Bonjol, Diponegoro, Sutan Syahrir, dan Moh. Yamin. Tipe hunian ini umumnya memiliki bangunan tambahan atau *bijgebouwen* (Ruang servis) untuk dapur, kamar mandi, serta gudang. Beberapa hunian bahkan dilengkapi paviliun yang dapat dipakai untuk kamar tamu, anak yang baru menikah, bahkan untuk disewakan (h. 49).

B. *Middle Groote Stadswoning* (Rumah Kota Sedang)

Rumah dengan tipe sedang ini memiliki kaveling sekitar 500-800 m² dan tipe permukiman ini dapat ditemukan di jalan seperti Ratulangi, H.A. Salim, Theresia, dan Palem. Beberapa rumah masih memiliki *bijgebouwen* (Ruang servis). Namun, ada juga beberapa hunian yang dirancang bertingkat sehingga tidak memiliki bangunan samping *bijgebouwen* (h. 49).

C. *Kleine Wooningen* (Rumah Kecil)

Hunian kecil ini dibangun di lahan kaveling kurang dari 500 m² dengan luas bangunan sekitar 70-90 m². Rumah-rumah ini dapat ditemukan di jalan Kusuma Atmaja, Sumenep, dan beberapa jalan lainnya di Menteng. Cocok bagi penghuni yang menyukai hunian lebih sederhana (h. 49).

2.2.1.2 Gedung Umum

Menurut Heuken & Pamungkas (2001), gedung-gedung umum di Menteng diklasifikasikan berdasarkan nilai historis yang paling menonjol maupun karakter arsitektur yang paling representatif sebagai tipe khas Menteng, sehingga dapat dijabarkan menjadi enam bangunan umum, yaitu:

A. Tugu Kunstkring Paleis Eks *Gedung Kunstkring*

Pada awal abad ke-20, Gedung *Kunstkring* didirikan untuk menghidupkan kembali perhatian terhadap seni rupa dan seni murni. Lahan strategis di ujung bulevar utama Menteng disumbangkan oleh

De bouwploeg sehingga gedung ini berdiri sebagai gedung representatif pada masanya. Gedung ini kemudian menjadi ruang pameran yang menampilkan karya pelukis Belanda, sekaligus menampilkan karya lukisan internasional seperti karya Van Gogh dan Picasso, serta berbagai pertunjukan musik (h. 66).

Gedung *Kunstkring* yang dirancang oleh P.A.J. Moojen memiliki ciri khas dua menara, tiga pintu masuk, dan jendela simetris yang menampilkan kesan sederhana namun elegan. Bangunan ini menjadi *landmark* penting di Menteng sekaligus tonggak awal dari arsitektur rasional di Jakarta. Sayangnya, saat masa pendudukan Jepang dan saat difungsikan sebagai kantor imigrasi, pemeliharaan gedung kurang diperhatikan. Kondisi bangunan memburuk setelah berpindah kepemilikan di tahun 1998. Bagian bagian dari gedung, seperti daun jendela, pintu, dan panel kayu sempat dicuri meskipun gedung telah dilindungi undang-undang cagar budaya. karena perannya yang krusial dalam sejarah arsitektur dan seni Indonesia, gedung *Kunstkring* tetap perlu dijaga (h. 69).

B. Masjid Cut Meutia Eks Gedung *Boewploeg*

Gedung *Boewploeg* yang kini dikenal sebagai Masjid Cut Meutia, pada awalnya dibangun sebagai kantor *N.V. Bouwploeg* yang dirancang oleh Moojen dengan gaya arsitektur peralihan dari historisisme ke rasionalisme. Denahnya dari bangunan berbentuk salib Yunani, dilengkapi menara persegi setinggi tiga tingkat yang dikelilingi empat sayap dan dua lantai yang mengitarinya, sehingga menonjolkan kesan kuat dan kokoh. Meski demikian, fasad luar bangunan terlihat indah dan artistik, bahkan lebih terkesan cocok untuk kegiatan budaya daripada perkantoran. Sentuhan estetis pada bangunan ini juga dapat terlihat dari kaca patri yang menghiasi jendela dan pintu utama (h. 70).

Setelah digunakan sebagai kantor *N.V. Bouwploeg* (1912–1925) perusahaan ini mengalami pailit setelah ditinggalkan P.A.J. Moojen. Sejak itu, gedung terus mengalami alih fungsi beberapa kali, antara lain menjadi kantor pos pembantu, kantor Angkatan Laut Jepang selama Perang Dunia II, kantor Jawatan Kereta Api, kantor sekretariat DPRD-GR dan MPRS (1964–1970). Ketika kemudian bangunan ini dikelola kantor urusan agama, bangunan ini dialihfungsikan menjadi Mesjid Cut Meutia. Hingga kini, bangunan ini tetap dimiliki Pemda DKI yang dilindungi undang-undang sejak tahun 1971. Perjalanan panjang fungsinya menunjukkan bagaimana bangunan lama dapat diadaptasi dengan kebutuhan masyarakat, sekaligus menekankan pentingnya pelestarian dan revitalisasi bangunan bersejarah (h. 71).

C. Gedung BAPPENAS Eks Loji *Vrijmetselaarsloge*

Gedung BAPPENAS di Taman Suropati pada awalnya dibangun sebagai balai pertemuan *loge*, yaitu rumah perkumpulan *Freemasonry* atau *Vrijmetselaarsloge*, sebuah organisasi internasional yang sebagian aktivitas dan tujuannya bersifat rahasia. Bangunan ini dirancang dan didirikan pada tahun 1925 oleh *Algemeen Ingenieurs en Architecten* (AIA) dan menempati lokasi strategis dalam layout kawasan Menteng. Namun keberadaannya kini kurang menonjol karena terhimpit oleh bangunan-bangunan BAPPENAS yang baru (h. 72).

Secara arsitektural, bangunan ini memiliki bentuk yang tegas dengan bagian tengah memanjang yang menekankan arah vertikal, diapit dua menara solid, dinaungi atap memanjang, dan jendela persegi empat yang berjajar, menampilkan kesan ringan namun tetap kokoh (h. 73).

Dahulu, terdapat lambang *Freemasonry* berupa jangkar dan segitiga, dan semboyan “*Adhuc Stat*” di muka bangunan yang kini sudah

dihilangkan. Saat ini, gedung tersebut dianggap sebagai aset arsitektural Jakarta karena proporsinya yang harmonis serta tampilannya yang sederhana namun anggun, sekaligus menjadi contoh langka arsitektur dengan fungsi awal sebagai gedung perkumpulan anggota *Freemasonry* di kawasan Menteng (h. 73).

D. Hotel The Hermitage Eks Gedung *De Telefoongebouw*

Gedung Universitas Bung Karno adalah bangunan besar dua lantai dengan proporsi seimbang dan ciri khas balkon kayu yang mengelilingi sebagian lantai dua, baik di luar maupun di dalam. Bangunan ini berada di antara Jalan Cilacap, Jalan Bandung, dan Jalan Semarang ini awalnya dibangun pada 1923-1924 *Telefoongebouw Menteng*. Sepanjang perjalanannya, gedung ini sempat digunakan oleh berbagai lembaga, antara lain *Departemen Van Onderwijs en Erediens*, Badan Pekerja Komite Nasional Indonesia (1945-1949), Departemen Pendidikan dan Pengajaran (1950), hingga Ditjen Kebudayaan (1968), dan setelah itu gedung ini ditinggalkan dan terlantar (h. 74).

Pada 1966, kondisi gedung memburuk akibat pencurian sejumlah bagian elemen bangunan. Baru pada 1999, Yayasan Universitas Bung Karno melakukan pemugaran dan menyelamatkannya dari upaya alih fungsi menjadi bangunan komersial, ditetapkan sebagai benda cagar budaya kategori A karena nilai sejarah dan arsitekturnya yang penting. Namun, penggunaannya sebagai ruang kuliah tidak bertahan lama, hingga sejak tahun 2008 beralih fungsi menjadi hotel The Hermitage dan bertahan hingga kini (h. 75).

E. Gereja Theresia dan Gereja Paulus

Gereja Theresia berdiri pada tahun 1934 di atas lahan berbentuk runcing di antara Jalan H. Agus Salim dan Jalan Gereja Theresia. Pembangunannya menjadi jawaban atas kebutuhan umat Katolik Menteng yang saat itu belum memiliki gereja di kawasan tersebut.

Gereja ini berbentuk salib dengan atap curam ke empat arah, dilengkapi dengan hiasan kaca patri halus pada tiga jendela rozet di atas pintu masuk, serta mampu menampung sekitar 800 jemaat. Fondasinya diperkuat dengan 63 pal beton sedalam 17 meter. Pada masa pendudukan Jepang, gereja ini hampir diambil alih, namun berhasil digagalkan oleh Mgr. Wilekens SJ. Hingga kini, Gereja Theresia masih terpelihara baik (h.76-79).

Dua tahun kemudian setelah Gereja Theresia berdiri, Gereja Paulus didirikan di sudut Jalan Imam Bonjol yang awalnya dikenal sebagai *Nassaukerk*. Bangunan ini dirancang oleh biro *Algemeen Ingenieurs en Architecten* (AIA) yang bekerja sama dengan firma Sitzen en Louzada. Arsitek perancangannya adalah Ir. W.E. Burhoven Jaspers, yang juga dikenal sebagai perancang Gedung Hotel Des Indes. Gereja ini menampilkan menara dengan puncak piramida runcing, empat jam besar di bawahnya, serta atap curam berbentuk segitiga yang memberi kesan anggun. Denah ruang yang berbentuk salib dengan empat lengan sama panjang, menciptakan kesan kompak, sementara detail jendela dan lubang angin menunjukkan sentuhan *Art Deco* yang elegan (h.80-81).

Kedua gereja ini ditetapkan sebagai bangunan cagar budaya yang masuk ke dalam kategori A menurut penilaian DKI Jakarta, sehingga keasliannya wajib dipertahankan (h.82).

Tabel 2.1 Foto Bangunan-bangunan di Masa Lalu dan Sekarang

No	Dulu	Sekarang
1	 Gambar 2.70 Gedung Kunstkring Dulu Sumber: https://www.facebook.com/photo..	 Gambar 2.71 Gedung Kunstkring Sekarang Sumber: https://salsawisata.com/tugu...
2	 Gambar 2.72 Gedung Boewploeg Dulu Sumber: https://finance.detik.com/...	 Gambar 2.73 Gedung Boewploeg Sekarang Sumber: https://syiar.id/view/449
3	 Gambar 2.74 Gedung Vrijmetselaarsloge Dulu Sumber: https://suaranusantara.com	 Gambar 2.75 Gedung Vrijmetselaarsloge Sekarang Sumber: https://www.redaksiku.com
4	 Gambar 2.76 Telefoongebouw Dulu Sumber: https://hurahura.wordpress.com...	 Gambar 2.77 Telefoongebouw Sekarang Sumber: https://suaranusantara.com

No	Dulu	Sekarang
5	 Gambar 2.78 Gereja Santa Theresia Dulu Sumber: https://id.m.wikipedia.org/...	 Gambar 2.79 Gereja Santa Theresia Sekarang Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki...
6	 Gambar 2.80 Gereja Paulus Dulu Sumber: https://prod.test.creazilla.com/...	 Gambar 2.81 Gereja Paulus Sekarang Sumber: https://gpib.or.id/mupel/dki...

2.2.2 Karakteristik Bangunan Kolonial di Menteng

Karakteristik bangunan kolonial bersejarah di menteng terlihat dari bentuk atap, teras di muka rumah, hingga dekorasi pintu, jendela, dan ventilasi. Berbagai gaya arsitektur diterapkan, mulai dari '*klasisisme Indisch*', gaya tradisional Barat, *Art Deco*, *Amsterdamse School*, villa atau bungalow, hingga gaya modern. Detail dekoratif pada pintu, jendela, dan ventilasi juga dapat terlihat dari bangunan bangunan terutama di perumahan Menteng yang pada

saat itu terinspirasi oleh semangat *Arts and Crafts* yang populer awal 1910-an. Salah satu ciri khas yang menonjol adalah profil plaster yang mempercantik dinding, kolom, dan elemen rumah lainnya, khas gaya *Amsterdamse School* (h.48).

Penggunaan material alami, seperti batu kali di bagian bawah dinding juga menjadi ciri khas, menciptakan kesan serasi dengan lingkungan hijau sekaligus melindungi dari tampias hujan. Bentuk atap terisai dengan kemiringan sekitar 45 derajat dan teritis yang lebar sering diterapkan untuk melindungi rumah dari panas dan hujan tropis. Sehingga, perpaduan bentuk rumah, detail ornamen dekoratif, penggunaan material alami, dan tata letak kavling yang teratur menunjukkan keunikan bangunan kolonial bersejarah di Menteng, sekaligus memperkuat nilai estetika dan fungsinya (h.49).

2.3 *Emerging Adulthood*

Emerging adulthood adalah masa transisi dari remaja menuju dewasa awal, biasanya terjadi pada usia 18-29 tahun. Pada tahap ini, seseorang sudah tidak bisa disebut remaja, namun juga belum sepenuhnya menjadi orang dewasa. Fase ini dianggap sebagai periode perubahan yang cukup panjang, di mana individu mulai mengalami berbagai hal yang menghubungkan kehidupan remaja dengan kehidupan dewasa (Arnett et al., 2014). Menurut Suprayogi & Vaynadita (2023, h. 181-182), pada tahap *emerging adulthood*, individu sedang berada dalam masa pencarian dan pembentukan jati diri. Di fase ini, mereka membutuhkan berbagai pengalaman dan sumber belajar yang dapat membantu memahami diri sendiri dengan lebih baik. Selain itu, individu mulai hidup lebih mandiri, memiliki kebebasan untuk menentukan gaya hidup, dan arah pendidikan. Ciri khas masa remaja seperti egosentrisme juga mulai berkurang, karena individu perlahan belajar memahami sudut pandang orang lain.

Dalam konteks ini, faktor psikologis berperan penting dalam proses membaca dan penerimaan informasi pada remaja, khususnya pada fase *emerging adulthood*. Alfatihah & Tyas (2022, h. 344) menyebutkan bahwa ketertarikan terhadap media serta cara penyampaian informasi berpengaruh terhadap

keterlibatan individu dalam aktivitas membaca. Ketika individu merasa tertarik, perhatian terhadap teks cenderung meningkat, sehingga proses pemahaman dapat berlangsung lebih efektif. Hal tersebut menunjukkan bahwa penyampaian informasi melalui media digital yang didukung elemen visual mampu meningkatkan perhatian dan motivasi remaja pada fase *emerging adulthood*. Peningkatan ini menandakan adanya respons positif terhadap teks yang disajikan (Satin et al., 2018, h. 16).

2.4 Objek Diduga Cagar Budaya (ODCB)

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Register Nasional Cagar Budaya, dijelaskan bahwa Objek yang Diduga Cagar Budaya (ODCB) meliputi benda, bangunan, struktur, atau lokasi yang diperkirakan memenuhi kriteria sebagai Cagar Budaya. Disebutkan Dalam Pasal 10 bahwa formulir pendaftaran ODCB setidaknya memuat nama, lokasi objek, identitas pendaftar, serta uraian singkat mengenai objek tersebut. Pendaftaran juga harus disertai dengan fotokopi identitas diri, data dan dokumen pendukung.

Diperjelas dalam penjelasan Tahiru et al., (2023, h. 2), bahwa peraturan ini menegaskan bahwa masyarakat memiliki peran penting dalam pengawasan Cagar Budaya, seperti mencegah terjadinya pelanggaran, memberi masukan terhadap upaya pelestarian, dan melaporkan jika terjadi penyalahgunaan atau pelanggaran dalam proses pemanfaatan, pendaftaran, pelestarian, pengelolaan, pengawasan, maupun pendanaan Cagar Budaya. Kontribusi aktif dari masyarakat diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran dan keinginan kuat untuk berpartisipasi dalam upaya pelestarian Cagar Budaya di lingkungan masing-masing.

2.5 Penelitian yang Relevan

Bagian ini menyajikan tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Karena belum terdapat penelitian yang secara spesifik membahas perancangan *website* mengenai sejarah bangunan kolonial di Menteng, literatur yang digunakan dibagi ke dalam dua kategori. Pertama, penelitian yang membahas sejarah kawasan Menteng, yang menjadi dasar penyusunan konten sejarah pada

website. Kedua, penelitian terkait perancangan *website* sejarah di Indonesia secara umum, yang dijadikan acuan dalam metode perancangan. Pembagian ini dimaksudkan untuk memperlihatkan keterkaitan penelitian sebelumnya sekaligus menegaskan kebaruan dari perancangan *website* yang dilakukan.

Tabel 2.2 Penelitian yang Relevan

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Perkembangan Permukiman Menteng Jakarta Pada Masa Kolonial (1910-1942): Sebuah Analisis Jangkauan Wilayah	Muhamad Alnoza	Menunjukkan sejarah pembangunan Menteng beserta masa kemundurannya, tidak hanya sisi positif, serta dilengkapi dengan informasi demografi yang lengkap.	Tetap memfokuskan pada sejarah bangunan, namun dilengkapi kisah kemunduran serta latar sosial-ekonomi pemilik dan kawasan, sehingga gambaran sejarah maupun kondisi masa kini dapat tergambarkan lebih utuh.
2	Studi Persepsi Masyarakat Terhadap Taman Suropati Dalam Upaya Melestarikannya Sebagai Taman Kota	Catur Dyah Novita & Nurhayati H.S. Arifin	Dari hasil penelitian yang dilakukan, bahwa Taman Suropati dinilai efektif secara fungsi, namun pemahaman masyarakat terhadap nilai historisnya masih	Memberikan solusi praktis melalui <i>website</i> yang mudah diakses siapa saja, sehingga pemahaman sejarah tidak lagi bergantung pada sosialisasi langsung, tetapi

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
	Bersejarah di Jakarta		rendah sehingga diperlukan sosialisasi dan papan atau sarana informasi.	dapat diperoleh secara mandiri melalui media <i>online</i> .
3	Ketaatan Pemugaran Bangunan Hunian Cagar Budaya di Jalan HOS Cokroaminoto, Menteng	Arya Abieta & Maria Immaculata Ririk Winandari	Menekankan persentase bangunan kolonial yang masih tersisa, sekaligus menjelaskan alasan terkini mengapa banyak yang hilang, seperti nilai komersial tanah yang meningkat, kawasan yang tidak lagi nyaman untuk hunian, serta sikap pemilik yang membiarkan bangunannya terbengkalai.	<i>Website</i> akan menyajikan sejarah dan data persentase bangunan yang tersisa, serta menyinggung alasan terkini hilangnya bangunan, untuk membangkitkan urgensi pelestarian.
4	Perancangan <i>Web Media Interaktif Pembelajaran Sejarah</i>	Baskoro Suryo Banindro & M. Faizal Rochman	Menghasilkan rancangan <i>website</i> interaktif yang dilengkapi timeline dari sumber	Perancangan <i>website</i> difokuskan pada konsistensi sejarah, data, arsitektur, dan bukti

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
	“Oeang Republik Indonesia” (ORI) 1945-1949 Bagi Generasi Muda		terpercaya agar penyampaian sejarah lebih komunikatif.	bangunan yang masih ada, dengan penyajian komunikatif berbasis simbol dan ikon yang lebih ringkas serta mudah dinavigasi dibanding <i>timeline</i> .

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa kebaruan penelitian ini terletak pada perancangan *website* yang difokuskan pada konsistensi sejarah bangunan kolonial di Menteng. *Website* ini tidak hanya menampilkan bangunan yang masih ada, tetapi juga membahas bangunan-bangunan yang telah hilang sebagai peringatan, sekaligus menekankan beberapa presentasi bangunan yang masih tersisa. Dengan pendekatan ini, *website* memberikan solusi praktis yang mudah diakses oleh siapa saja, sehingga pemahaman mengenai sejarah bangunan tidak hanya diperoleh melalui pengajaran atau sosialisasi, tetapi juga dapat diperoleh secara mandiri. Selain itu, informasi yang disajikan meliputi sejarah perjalanan bangunan secara menyeluruh, termasuk periode jatuh-bangun dan proses pemulihannya.