

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Media merupakan sebuah alat yang dipakai oleh masyarakat untuk kebutuhan sosial, kepercayaan, atau promosi dengan tujuan mengendalikan pihak tertentu. Media dapat mengubah karakteristik dan perilaku pihak yang dituju sesuai dengan kepentingan dalam masyarakat tersebut (Suparno et al., 2016). Menurut Turow & Joseph (2017) media adalah sebuah *platform* yang digunakan untuk berkomunikasi atau mengirim pesan. Komunikasi merupakan dasar dari kehidupan manusia, di dalam sebuah komunikasi atau interaksi terdapat informasi. Informasi merupakan serangkaian data atau pesan dari kumpulan kata-kata, simbol, atau tanda yang memiliki makna bagi yang mengirim atau yang menerimanya. Sehingga satu informasi dapat muncul pada berbagai media untuk menjangkau audiens yang besar.

2.1.1 Tujuan Media Informasi

Media informasi tidak hanya menjangkau secara individu tetapi juga sejumlah besar orang yang disebut komunikasi massa (Turow & Joseph, 2017). Komunikasi massa dilakukan oleh pihak dalam industri untuk mendistribusikan atau mempromosikan produk secara langsung kepada masyarakat luas secara bersamaan. Pesan atau informasi yang ingin disampaikan terus menerus muncul pada berbagai media yang dikonsumsi oleh masyarakat sehingga media informasi tersebut akan mempengaruhi dan menginspirasi pola pikir serta perilaku masyarakat.

2.1.2 Tipe Desain Informasi

Desain informasi terdapat di berbagai media baik digital maupun cetak, sehingga tipe desain informasi dikategorikan menjadi tiga yaitu *print-based information design*, *interactive information design*, serta *environmental*

information design. Tetapi berbagai jenis informasi dapat digolongkan kedalam lebih dari satu kategori tersebut (Coates & Ellison, 2014).

1. *Print-based Information Design*

Desain informasi dalam media cetak setiap hari pasti kita temui seperti dalam buku pelajaran, tabel, diagram, peta, hingga instruksi dalam peralatan elektronik dan rumah tangga sehingga kita tidak selalu menyadarinya. Informasi tersebut bukan hanya divisualisasikan oleh gambar saja tetapi juga terdapat dalam bentuk fotografi, ilustrasi, dan teks. Informasi dengan data yang kompleks serta teks yang terlalu banyak menyulitkan masyarakat untuk memahaminya karena butuh waktu cukup lama untuk membaca serta mencerna informasi tersebut. Jika kompleksitas data tersebut disederhanakan menggunakan kode-kode visual seperti simbol akan memudahkan masyarakat untuk cepat menangkap dan memahaminya daripada harus membaca penjelasan teks yang panjang.



Gambar 2.1 *Print-based information design*

Sumber: <https://nkprinters.co.za/how-nations-around-the-world>

Media cetak sebagai media untuk menyebarkan informasi memiliki beberapa keunggulan seperti menyebarkan informasi secara seragam, spesifik, serta akurat dibandingkan dengan media *online* dikarenakan media *online* dapat dikendalikan oleh banyak pihak secara waktu nyata (Dewi, 2022, h.204).

2. Interactive Information Design

Dengan adanya komputer dan internet, desain informasi juga berevolusi menjadi informasi yang interaktif. Tetapi dalam desain informasi interaktif dibutuhkan partisipasi aktif dari pengguna karena terdapat berbagai pilihan yang perlu diperhatikan, bukan hanya disajikan informasi saja. Pengguna terlibat dalam pemilihan informasi yang ingin ditampilkan. Sehingga dalam desain informasi yang interaktif membutuhkan navigasi, pilihan, serta alur yang jelas.



Gambar 2.2 *Interactive information design*
Sumber: <https://mig.cc/blog/introduction-to-interactive-design>

Informasi yang disajikan juga dapat berupa audio serta gambar bergerak untuk menambah pengalaman penggunanya saat mencerna informasi. Menurut Trimansyah (2021, h.21) media interaktif yang melibatkan pengguna dapat meningkatkan proses berpikir, pemahaman, pendekatan sosial, hingga pengetahuan umum bagi penggunanya.

2.1.3 Website sebagai Media Informasi

Website atau situs web merupakan tampilan perusahaan atau individu dalam bentuk media *online*. *Website* terdiri dari halaman yang berisi gambar serta teks yang diolah dan ditampilkan dalam bentuk HTML oleh *browser* internet. Selain itu, dalam tampilan halaman web terdapat *file* atau

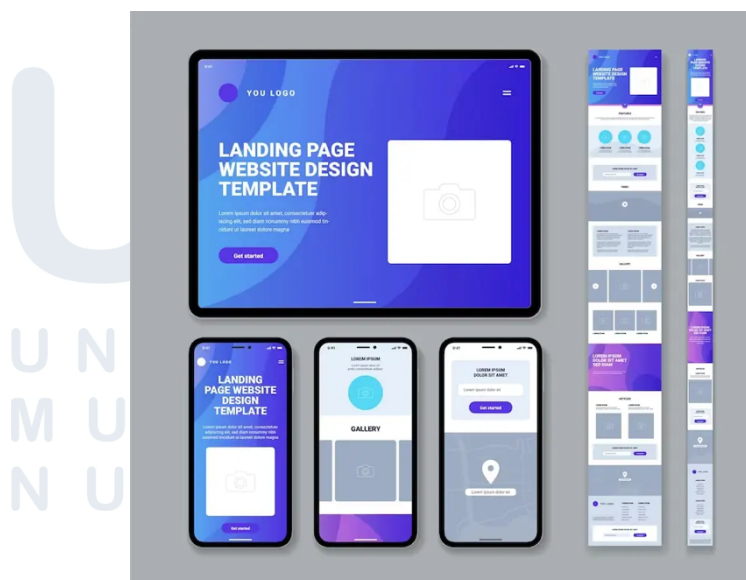
informasi yang dibuat dalam bentuk tautan menuju halaman lain yang dituju. Untuk mengakses situs web, digunakan alamat web dalam bentuk URL (*Uniform Resource Locator*) yang langsung mengarahkan pengguna ke halaman utama (Lal, 2013).

2.1.3.1 Jenis Halaman *Website*

Website terdiri dari beberapa jenis halaman yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna, berikut merupakan beberapa jenis halaman *website* menurut Lal (2013) yang umum digunakan:

1. *Homepage*

Halaman *homepage* merupakan halaman utama yang ditampilkan pertama saat pengguna mengunjungi situs web. *Homepage* juga biasa ditampilkan sebagai halaman untuk menyambut pengunjung dengan informasi utama serta pilihan layanan secara keseluruhan kepada pengguna sebelum berpindah ke halaman yang dituju oleh pengguna.



Gambar 2.3 Tampilan *Homepage Website*

Sumber: <https://www.toprankindonesia.com/bagian-bagian-website/>

Tampilan *homepage website* berbeda-beda mengikuti ukuran dan bentuk medianya. Pada tampilan *homepage* umumnya

tidak memuat banyak teks, hanya berupa judul maupun penjelasan singkat. Untuk memandu pengguna ke tahap selanjutnya, diperlukan tombol untuk *call to action* (CTA) yang jelas dan ditempatkan secara strategis agar pengguna tidak kebingungan untuk mengakses halaman selanjutnya.

2. *Single-page Website*

Single-page website hanya menggunakan satu halaman web yang panjang, sehingga pengguna harus menelusuri halaman secara vertikal. Dalam satu halaman panjang memuat berbagai tautan navigasi yang terhubung ke situs lainnya. *Single-page website* biasanya dipakai untuk penyedia layanan khusus dan web untuk portofolio.



Gambar 2.4 Tampilan *Single Page Website*

Sumber: <https://www.websitex5.com/en/resources/blog/?one-page-website>

Penggunaan *single-page website* dapat meningkatkan efisiensi waktu bagi pembacanya karena seluruh informasi terdapat pada satu halaman saja. Oleh karena itu, *single-page website* umumnya digunakan untuk *mobile*. Dikarenakan ukuran *mobile* yang memanjang kebawah secara vertikal juga membuat alur baca lebih singkat dan cepat.

2.1.3.2 Pola Membaca Digital

Saat melihat atau membaca sesuatu, manusia pada dasarnya akan tertarik pada suatu titik tertentu dan mengikuti alurnya. Begitu juga dengan pola membaca dalam *website*. Meskipun selera setiap orang berbeda, tetapi mayoritas akan mengikuti pola visual tertentu. Dua pola

utama dalam membaca yang umum digunakan merupakan pola F dan pola Z dengan budaya membaca dari kiri ke kanan (Bank & Cao, 2014).

1. Pola F

Pada *website* yang memiliki banyak teks seperti blog, pengguna cenderung akan memindai sisi kiri untuk mencari kata kunci yang penting lalu membacanya secara horizontal. Cara membaca tersebut akan membentuk pola menyerupai huruf F atau E. Pengguna jarang untuk membaca keseluruhan teks sehingga paragraf pertama paling penting untuk mendapatkan daya tarik.



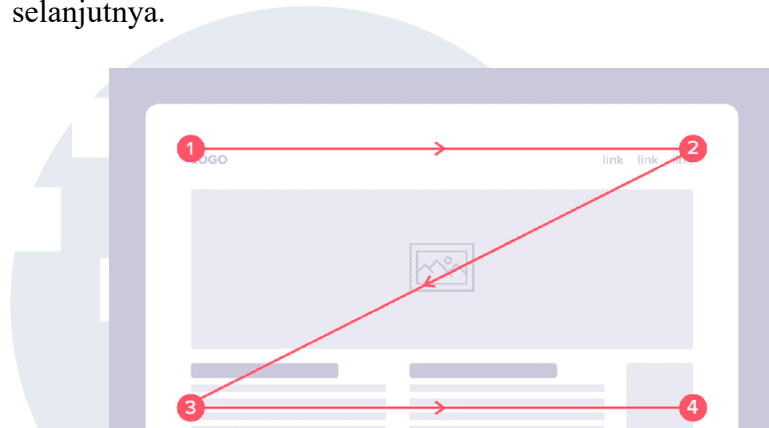
Gambar 2.5 Pola Membaca Bentuk F
Sumber: <https://www-idhagency-com.translate...>

Pola F juga berguna untuk *website* dengan *call to action* (CTA) atau iklan tanpa ingin mengganggu kenyamanan penggunaannya. Tetapi penggunaan pola F secara terus menerus akan menimbulkan kesan monoton sehingga variasi elemen tetap dibutuhkan. Pola membaca berbentuk F biasa ditemui dalam *website* dengan teks yang padat dibandingkan dengan gambar sehingga pola ini mempermudah pembaca untuk memahami informasi dengan cepat.

2. Pola Z

Pola Z biasa terdapat pada tampilan *website* yang tidak hanya berisi teks panjang tetapi juga terdapat gambar. Pengguna akan memindai secara horizontal bagian atas halaman dari kiri ke

kanan, kemudian bergerak turun ke kiri lalu membaca secara horizontal lagi. Dengan pola tersebut, pemilihan latar belakang serta penempatan elemen visual sangat penting untuk dipertimbangkan agar pengguna tetap fokus pada konten serta mudah untuk mencari *call to action* (CTA) sebagai pemandu selanjutnya.



Gambar 2.6 Pola Membaca Bentuk Z
Sumber: <https://www-aela-io.translate.google/en...>

Pola membaca berbentuk Z banyak dipakai untuk tampilan *website* dengan gambar yang padat dibandingkan dengan teksnya. Sehingga informasi berupa gambar penting dapat ditempatkan pada titik-titik yang strategis untuk memandu pembaca untuk membaca dari atas dan mengikuti alur hingga paling akhir. Untuk tombol *call to action* (CTA) umumnya ditempatkan pada bagian kanan bawah karena merupakan pemindaian terakhir setelah membaca keseluruhan informasi. Tetapi setiap komponen gambar dan teks juga disesuaikan dengan *grid* dan *layout* agar penempatan gambar dan teks tidak terlalu acak dan mudah untuk memahami alur bacanya.

Website merupakan pilihan media yang tepat sebagai media informasi karena dapat menyajikan seluruh konten informasi secara ringkas dan fokus tanpa hambatan dalam satu halaman yang saling menyambung. Pengguna dapat mencari informasi yang dibutuhkan dalam satu *platform*. Untuk keterbacaan informasi, pengguna dapat memahami dengan cepat keseluruhan informasi karena tidak harus

repot berpindah tempat. Pesan yang ingin disampaikan dalam *website* dapat dibangun melalui hierarki visual dan *user flow*.

2.2 Desain Website

Sebuah halaman web terdiri dari berbagai komponen seperti *header*, *footer*, navigasi, video, gambar, tombol, foto atau gambar. Tampilan halaman web tersebut dapat berganti sesuai dengan tombol yang ditekan atau tindakan dari pengguna, serta halaman web masih dapat diganti meskipun *website* sudah dipublikasikan (Gremillion & Cousins, 2016, h.18). Komponen visual yang terdapat dalam halaman web seperti warna, tipografi, *grid*, bentuk, tombol, ikon, dan lainnya disesuaikan dengan tampilan digital yang digunakan oleh pengguna sehingga membentuk tampilan yang harmonis dan nyaman untuk dilihat pada sebuah *user interface*.

2.2.1 Keterkaitan User Interface dan User Experience

User experience (UX) dan *user interface* (UI) merupakan suatu kesatuan yang saling berhubungan. *User experience* merupakan kesan atau perasaan yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan website. Sedangkan *user interface* merupakan elemen visual yang membentuk suatu desain interaktif yang dilihat oleh pengguna. *User interface* dan *user experience* membentuk pengalaman baru saat pengguna menggunakan *website* (Bank & Cao, 2014). Dalam perancangan pengalaman pengguna membutuhkan lebih dari sekadar tampilan visual yang menarik karena UI hanya merupakan sebagian dari keseluruhan UX. Untuk mendapatkan *user experience* yang sesuai, dibutuhkan pendekatan kepada pengguna untuk memahami serta mengetahui kebutuhan pengguna. Dengan memahami pengguna, pemilihan elemen dalam UI juga akan semakin jelas sesuai dengan karakteristik penggunaannya untuk memaksimalkan *user experience*.

Kesan pertama pengguna serta berbagai persepsi pengguna sangat ditentukan oleh tampilan desain *user interface* (UI), sementara *user experience* akan memastikan pengguna dapat mengakses serta menjelajahi konten dengan mudah (Abdul Kholik et al., 2024). *User interface* mendukung

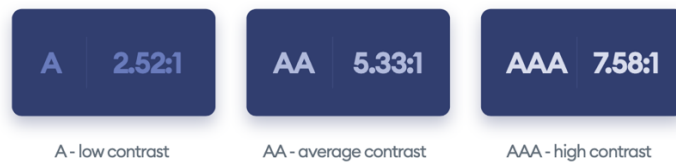
keberlangsungan *user experience* dengan adanya konsistensi dalam UI *design* seperti terdapat fungsi yang sama dalam sebuah tombol akan menimbulkan perasaan nyaman pada pengguna dalam pemakaiannya karena merasa percaya diri dapat mengerti alur *website* tersebut.

2.2.2 Elemen dan Komponen Visual *User Interface*

Tampilan UI merupakan gabungan dari elemen visual seperti warna, tipografi, bentuk yang menciptakan gaya visual sendiri untuk menyampaikan pesan dan kesan kepada target pengguna. Kejelasan pada setiap elemennya mendukung tampilan UI yang baik dan mudah untuk dibaca. Penggunaan font yang tidak sesuai konteks, terlalu dekoratif, grid dan layout tidak konsisten, atau warna yang tidak harmonis membuat informasi di dalamnya sulit untuk dibaca dan tidak nyaman bagi pengguna. Sehingga penyusunan setiap elemen visual sesuai dengan hierarkinya dapat meningkatkan interaksi dan pemahaman pengguna (Malewicz & Malewicz, 2021).

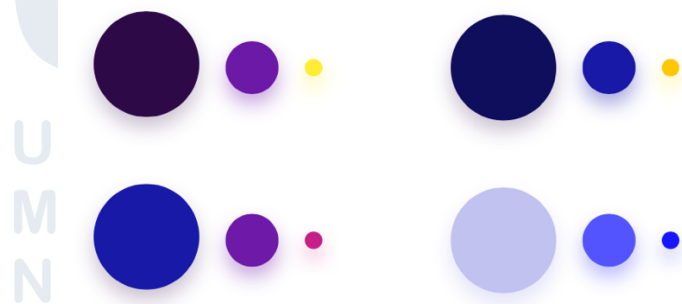
1. Warna

Warna dapat berdampak pada emosional dan psikologis pembaca. Pemilihan warna hangat seperti merah, oranye, dan kuning dapat menstimulasi pengguna untuk berinteraksi, warna dingin seperti biru dan ungu dapat menenangkan, serta warna netral seperti hitam, putih, dan abu-abu dapat meninggalkan kesan bersih atau digunakan sebagai penyeimbang tampilan (Cao et al., 2015, h.8-14). Kombinasi warna yang kontras berguna untuk menarik perhatian sehingga sering dipakai pada tombol *call to action* yang penting. Keterbacaan informasi atau tombol dipengaruhi oleh tingkat kecerahan dan saturasi yang menjadi kontras pada layar. Terdapat standar internasional kontras yang diperlukan pada elemen UI ditetapkan dengan *Web Content Accessibility Guidelines* (WCAG).



Gambar 2.7 Standar Warna Kontras
Sumber: Designing User Interfaces (2021)

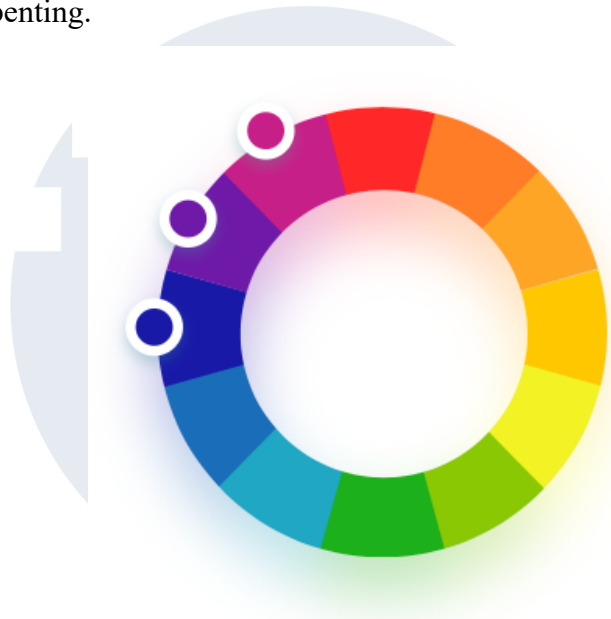
WCAG memastikan setiap *platform* digital dapat dimengerti dan dioperasikan dengan mudah oleh pengguna. *Level A* merupakan persyaratan minimum dengan adanya penambahan teks pada gambar serta memastikan seluruh elemen memiliki keterbacaan informasi yang jelas. *Level AA* merupakan tingkat menengah dan menjadi standar wajib secara hukum atau pada bisnis. Tampilan UI pada *level AA* menampilkan kontras yang cukup antara teks dan latar belakang sehingga terbaca dengan baik serta memastikan setiap navigasi konsisten pada seluruh halaman web. Sedangkan *level AAA* merupakan tingkat tertinggi yang ramah untuk penyandang disabilitas atau yang membutuhkan bantuan penjelasan seperti menyediakan instruksi mendalam atau interpretasi bahasa isyarat (UXDT Division, n.d.). Warna desain UI perlu menggunakan minimal pada *level AA* untuk memastikan setiap tombol dan teks terbaca dengan jelas.



Gambar 2.8 *Color Composition*
Sumber: Designing User Interfaces (2021)

Saat memilih *color palette* penggunaan warna primer, sekunder, dan aksen menjadi pertimbangan pemilihan warna. Penyeimbangan warna-warna tersebut dapat menggunakan *golden ratio*

60/30/10 (Malewicz & Malewicz, 2021, h.120). Warna primer sebagai dengan tampilan 60% dari keseluruhan tampilan desain. 30% warna sebagai warna sekunder atau warna pendukung untuk elemen yang secara hierarki cukup tinggi agar terlihat jelas. Sedangkan 10% sebagai warna aksen seperti pada tombol atau CTA untuk menonjolkan elemen-elemen yang penting.



Gambar 2.9 *Analogous Palette*
Sumber: Designing User Interfaces (2021)

Analogous palette merupakan kumpulan warna-warna yang letaknya saling berdampingan atau bersebelahan pada *color wheel* (Malewicz & Malewicz, 2021, h.112). Warna-warna yang mirip tersebut divariasikan dengan penurunan atau peningkatan kontras untuk menciptakan *color palette*. Kombinasi warna analog membuat tampilan desain serasi dan harmonis dalam satu *tone* warna. Agar warna tidak terlalu mirip, dapat ditambahkan *shadow* pada elemen desain.

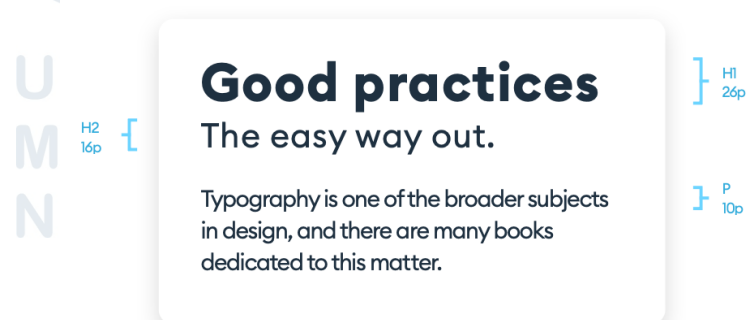


Gambar 2.10 *Color Psychology*
Sumber: Designing User Interfaces (2021)

Secara psikologi warna, penggunaan warna merah dapat meningkatkan adrenalin dibandingkan dengan warna lainnya (Malewicz & Malewicz, 2021, h.102). Oleh karena itu warna merah sering dipakai sebagai tanda peringatan karena dapat meningkatkan *attention* dan menimbulkan reaksi. Warna merah juga sering dipakai pada desain promosi untuk meningkatkan semangat pembaca untuk membeli. Makna warna merah beragam baik positif maupun negatif. Warna merah bermakna positif seperti semangat, kekuatan, *passion*, dan cinta. Sedangkan makna negatif seperti bahaya, adrenalin, agresif, dan peringatan.

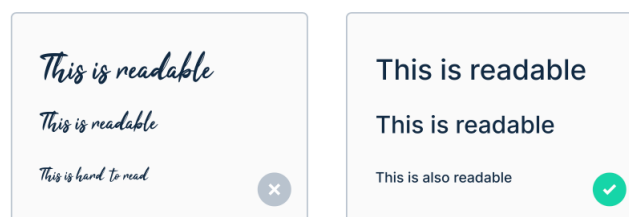
2. Tipografi

Tipografi pada tampilan UI berfokus pada keterbacaan dan kejelasannya. Penggunaan *font sans serif* pada *body text* lebih mudah terbaca pada berbagai resolusi digital, sedangkan *font serif* dapat digunakan untuk judul (*headings*) karena lebih menonjol dan mempunyai karakter. Ukuran standar untuk teks utama yaitu 16pt untuk android, 17pt untuk iOS, dan 18pt sesuai dengan ketentuan keterbacaan pada *Web Content Accessibility Guidelines* (WCAG). Jarak antar huruf yang terlalu rapat atau terlalu renggang dapat mengakibatkan mata lelah saat membaca, kecuali pada teks dengan huruf kapital semua yang butuh jarak lebih agar mudah dibaca.



Gambar 2.11 Hierarki pada Tipografi
Sumber: Designing User Interfaces (2021)

Perbedaan ukuran dan ketebalan *font* berguna untuk membedakan teks judul, sub judul, dan isi. Untuk menentukan perbedaan ukuran dapat menggunakan *golden ratio* (1.618) sehingga gabungan teks tersebut akan terlihat konsisten dan harmonis sesuai kategorinya. Pada setiap tampilan halaman web, maksimal menggunakan dua jenis *font* yang berbeda agar terlihat konsisten dan rapih. Selain pemilihan jenis *font* yang tepat, teks yang terlalu panjang juga akan menyulitkan pengguna untuk membaca setiap informasinya. Batas panjang teks setiap barisnya untuk *mobile web* adalah 30 - 50 karakter, sedangkan pada media lebih besar seperti tablet dan laptop sekitar 6 - 9 kata per baris agar pembaca dapat mengikuti alur informasi tanpa terputus karena jarak antar informasi terlalu jauh.



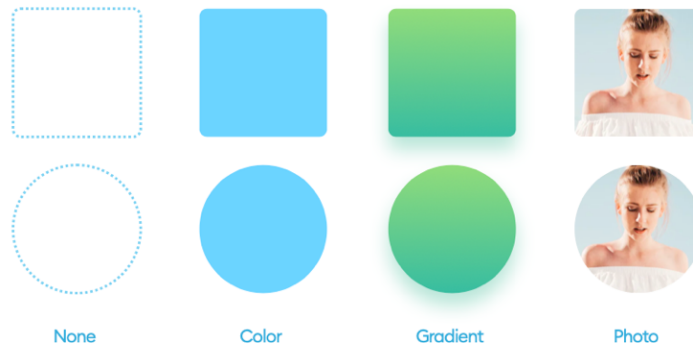
Gambar 2.12 Tingkat Keterbacaan *Typeface*
Sumber: UI Design Principles (2021)

Penggunaan *typeface sans serif* dan *serif* umum digunakan dalam perancangan desain UI. Tetapi sebaiknya hindari penggunaan *serif* dan *script* atau *handwritten* sebagai *typeface* primer kecuali memang sesuai dengan konsep visual yang telah dirancang (Filipiuk, 2021, h.55). Pemilihan jenis *typeface* juga dipengaruhi oleh tingkat keterbacaannya pada berbagai ukuran.

3. Bentuk

Tampilan UI berisi sekumpulan bentuk seperti persegi panjang, kotak, lingkaran, dan bentuk lainnya yang diatur sedemikian rupa mengikuti *layout* menjadi suatu tampilan yang harmonis. Penempatan bentuk, pemilihan warna bentuk, hingga penambahan efek pada bentuk menentukan gaya sebuah halaman web. Bentuk dapat

dipakai sebagai latar, tombol, hiasan, maupun *frame* yang disesuaikan dengan kebutuhan halaman web.

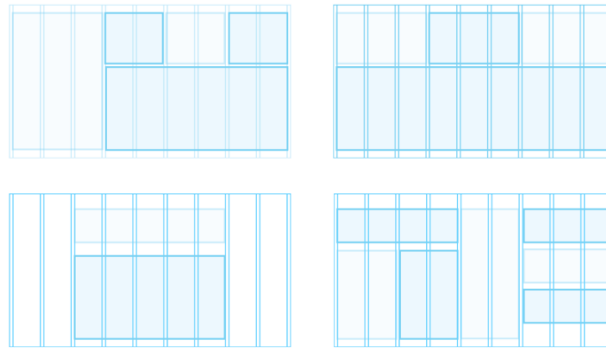


Gambar 2.13 Latar Bentuk
Sumber: Designing User Interfaces (2021)

Isi dari bentuk sebagai elemen UI dapat berupa warna, *gradient*, maupun gambar atau foto. Setiap penggunaan bentuk disesuaikan agar tidak menghalangi keterbacaan informasi. Sekumpulan bentuk juga dapat menjadi sebuah elemen ilustrasi atau ikon yang dapat digunakan sebagai alat untuk memperjelas informasi dalam *user interface*.

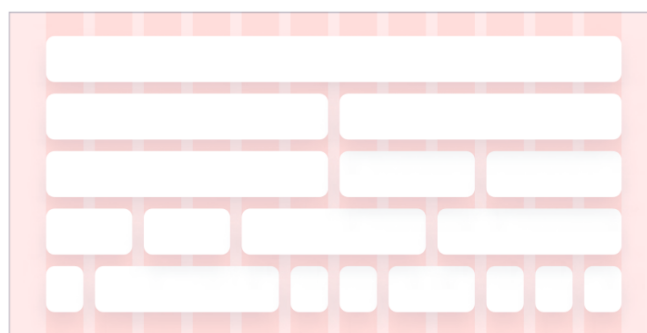
4. *Grid dan Layout*

Grid terdiri dari kolom dan *margin* untuk mengatur tata letak teks dan gambar agar tetap rapi. Meskipun sudah memakai *grid*, struktur *layout* tetap bersifat fleksibel (Dabner et al., 2023). Penggunaan *grid* bertujuan untuk menyelaraskan elemen desain agar terlihat konsisten di setiap halamannya.



Gambar 2.14 *Grid dan Layout*
Sumber: Designing User Interfaces (2021)

Halaman web dengan *layout* yang terstruktur membuat pembaca dapat memahami informasi dengan lebih mudah dan nyaman untuk dilihat. Kolom dan *margin* pada *grid* juga berperan dalam menentukan besar ukuran *text*, gambar, atau bentuk yang dipakai dalam halaman web sehingga tetap terlihat harmonis. Ukuran dan jumlah kolom yang digunakan disesuaikan kembali dengan isi informasi, keterbacaannya, serta kemudahan pembaca untuk menemukan informasi tersebut. Sedangkan *margin* digunakan sebagai pembatas antara isi informasi atau elemen dengan area pinggir agar informasi tidak terpotong.



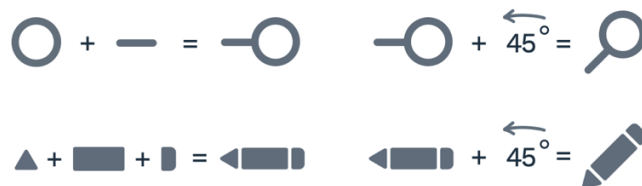
Gambar 2.15 *12-Column Grid*
Sumber: UI Design Principles (2021)

Grid memiliki berbagai jenis seperti *modular grid*, *column grid*, *manuscript grid*, dan *hierarchical grid*. Dengan banyaknya jenis *grid* yang dapat dipakai dalam satu halaman panjang *website*,

penggunaan 12 *column grid* dapat membantu penempatan *layout* desain yang lebih fleksibel karena dapat dibagi menjadi nominal kecil seperti 6, 4, 3, 2, dan 1 sesuai kebutuhannya (Filipiuk, 2021, h.42). Selain kolom, penyesuaian *margin* pada sisi samping dan *gutters* sebagai *space* kosong diantara kolom meningkatkan tampilan *layout* yang rapi dan nyaman saat dibaca.

5. Ikon

Ikon merupakan sebuah bentuk yang memiliki arti atau menggambarkan sebuah fungsi atau benda. Biasanya ikon merupakan bentuk sederhana dari objek sehari-hari. Pada setiap budaya, ikon memiliki arti yang berbeda-beda, sehingga perlu diperhatikan untuk memakai atau membuat ikon yang bisa dipahami secara universal agar tidak membuat kesalahpahaman. Ikon juga dapat ditaruh dengan teks singkat sebagai penjelasan agar mempermudah pengguna (Malewicz & Malewicz, 2021, h.170).



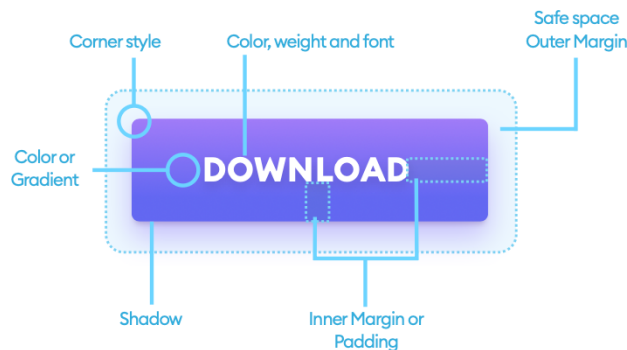
Gambar 2.16 Ikon
Sumber: Designing User Interfaces (2021)

Ikon terdiri dari gabungan beberapa bentuk yang menggambarkan suatu objek. *Detail* pada ikon dapat berupa ikon yang simpel dengan bentuk abstrak maupun ikon yang realistis sehingga menyerupai objek atau arti aslinya. Sekumpulan ikon pada suatu tampilan informasi harus memiliki gaya yang konsisten dan mudah untuk dimengerti. Penempatan serta ukuran ikon saat ditempatkan pada media juga menjadi pertimbangan untuk memilih bentuk dan warna ikon. Dalam pembuatan ikon, perlu standar ukuran *canvas* yang sama seperti memakai ukuran 100 x 100 px. Di dalam *canvas* tersebut ukuran bentuk-

bentuk pada ikon dapat terlihat berbeda sehingga perlu disesuaikan kembali agar terlihat selaras dan mempunyai berat visual yang serupa.

6. Tombol

Tombol merupakan elemen interaktif yang dapat memicu aksi atau tampilan selanjutnya pada halaman web. Dalam media digital, sebuah tombol merupakan elemen yang penting karena digunakan untuk menentukan arah pengguna selanjutnya. Dalam mendesain tombol, diperlukan bentuk yang familiar dan menonjol diantara elemen visual lainnya. Sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukannya. Ukuran sebuah tombol juga harus disesuaikan dengan besarnya tampilan halaman web. Sebuah tombol biasanya memuat teks ajakan atau *call to action* (CTA) yang memungkinkan pengguna untuk mengikuti alur aktivitas yang ada dalam *website* tersebut.



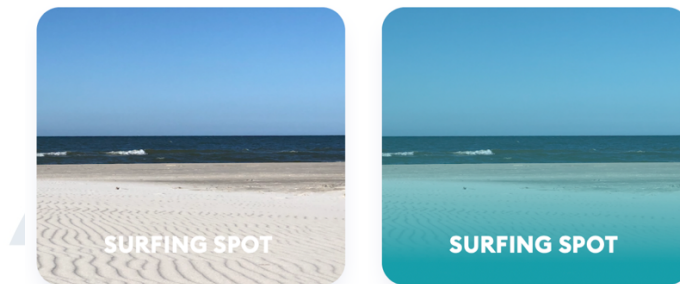
Gambar 2.17 Struktur Tombol
Sumber: Designing User Interfaces (2021)

Pada media digital ukuran sebuah tombol menjadi sangat penting. Ukuran tombol mempengaruhi kemudahan pengguna dalam mengakses informasi. Tombol pada ukuran *website desktop* berbeda dengan *mobile web*, sehingga perlu penyesuaian kembali mengikuti bentuk medianya.

7. Foto

Foto pada halaman web biasanya digunakan sebagai *background* atau untuk menjelaskan sebuah produk atau situasi. Pemilihan foto yang sesuai dengan gaya visual UI dapat membuat

tampilan lebih hidup. Tetapi tampilan foto biasanya dapat membuat teks tidak terbaca. Sehingga perlu diperhatikan warna dan transparansi (*opacity*) pada foto, apabila belum sesuai dapat dilakukan penyesuaian terlebih dahulu.

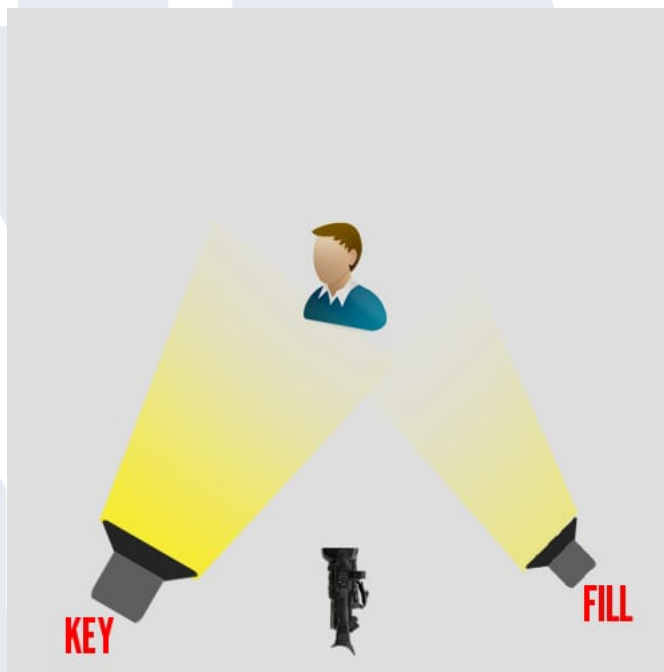


Gambar 2.18 Penggunaan Warna Pada Foto
Sumber: Designing User Interfaces (2021)

Foto yang terlalu menonjol juga dapat dikombinasikan dengan warna atau *gradient* untuk meningkatkan keterbacaan informasi. Selain itu, arah pada sebuah foto seharusnya mengarah kepada *call to action* (CTA) atau tombol yang penting. Studi *eye-tracking* menunjukkan bahwa jika terdapat foto orang yang melirik ke arah lain, pembacanya atau yang melihat foto tersebut akan otomatis mengikuti ke arah pandang orang dalam foto tersebut (Malewicz & Malewicz, 2021, h.321). Sehingga pemilihan dan penempatan foto harus disesuaikan dengan tombol atau informasi penting di sekitarnya.

Dalam pengambilan foto, terdapat lima sudut *angle* pengambilan gambar yaitu *bird eye view*, *high angle*, *eye level*, *low angle*, dan *frog eye* (Baksin, 2009, h.105-111). *Bird eye view* berarti pengambilan gambar dari posisi atas ketinggian objek yang dapat memperlihatkan area sekitarnya secara luas. *High angle* mengambil gambar lebih rendah dari *bird eye view* tetapi posisinya tetap lebih di atas objek. *Low angle* mengambil gambar dari bawah objek dan menimbulkan kesan 'berkuasa'. Sedangkan *frog eye* merupakan pengambilan gambar dari tinggi yang sejajar dengan alas objek.

Pengambilan foto tidak dapat dipisahkan dari penataan cahaya yang dapat menentukan kualitas maupun membangun konsep suasana foto tersebut. Terdapat dua jenis pencahayaan yaitu pencahayaan alami (*natural light*) dan pencahayaan buatan (*artificial light*). Pencahayaan alami berarti menggunakan cahaya alami matahari, sedangkan *artificial light* ditentukan dari penempatan cahaya lampu (Baksin, 2009, h.169-171). Untuk meratakan pencahayaan dari matahari maupun lampu, dapat menggunakan reflektor sehingga bayangan dapat dihilangkan atau dibuat lebih redup.



Gambar 2.19 Sumber Pencahayaan

Sumber: <https://www.videoschool.com/three-point-lighting/>

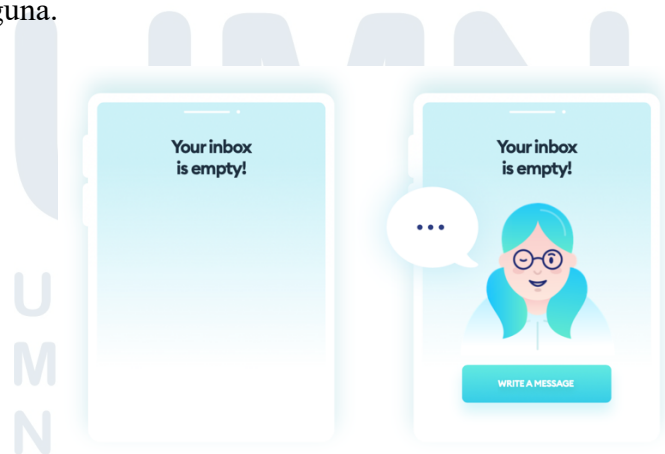
Pada pencahayaan buatan (*artificial light*) lampu memiliki peran penting untuk membangun suasana foto. Sumber pencahayaan *key light* merupakan sumber cahaya utama yang menerangi objek. Posisi lampu dapat berubah tergantung konsep dan suasana yang ingin dibangun untuk menentukan posisi bayangan. Sementara *fill light* merupakan sumber pencahayaan yang ditambahkan untuk mengisi area bayangan sehingga objek tidak meninggalkan bayangan di samping (Baksin, 2009, h.175-176).

8. Gambar Bergerak (GIF)

GIF singkatan dari *graphics interchange format* yang merupakan format penggabungan antara foto dan video menjadi visual yang baru (Kopelman, 2024, h.2). Gambar GIF tidak memiliki suara, bergerak seperti video pendek, dan dapat berulang kali berputar (*looping*). GIF biasanya digunakan sebagai tampilan format visual yang humoris serta terdapat interaksi yang lucu. GIF memiliki format *file* gambar digital berbasis bitmap yang berbeda dengan jpg atau png dan dapat menyimpan beberapa *frame* gambar. Pada halaman *website*, format GIF merupakan file terpisah dari kode *website* dan harus dimasukkan secara manual seperti memasukkan gambar (Manovich, 2001, h.51-52).

9. Ilustrasi

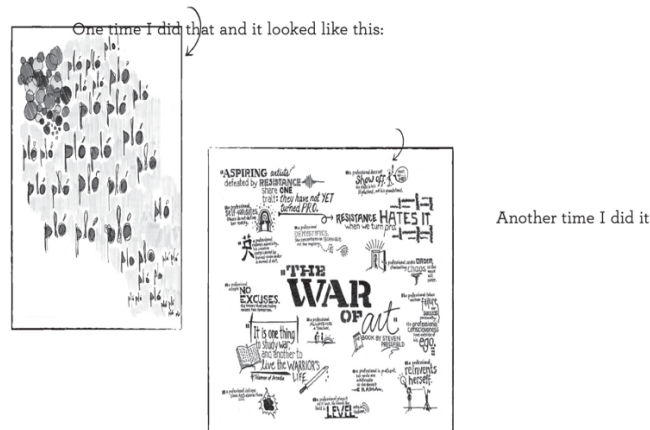
Ilustrasi pada tampilan UI memberikan kesan unik dan menjadi identitas dari *website* tersebut. Penambahan ilustrasi membuat keseluruhan tampilan *website* lebih hangat dan personal yang dapat membangun kepercayaan dengan pengguna. Gaya ilustrasi yang konsisten dari segi warna dan bentuk dapat lebih mudah diingat oleh pengguna.



Gambar 2.20 Penggunaan Ilustrasi
Sumber: Designing User Interfaces (2021)

Ilustrasi juga dapat membantu pengguna dalam memahami informasi dengan mudah dan cepat, sehingga meminimalisir penjelasan teks yang panjang. Seperti pada panduan atau menjelaskan suatu tahap

akan lebih mudah dipahami apabila terdapat ilustrasi yang menggambarkan langkahnya. Pengguna tidak harus membaca keseluruhan teks dan membayangkannya, karena dapat memahami gambar atau ilustrasi dengan cepat.



Gambar 2.21 *Doodle Art*
Sumber: The Doodle Revolution (2014)

Doodle merupakan salah satu *artstyle* yang unik karena dibuat secara spontan menghasilkan gambar seperti tanda-tanda. Melakukan *doodle* bertanda otak seseorang sedang memproses informasi yang mendalam (Brown, 2014, h.11). Terdapat beberapa tipe *doodler* seperti *word doodler* yaitu coretan berulang pada satu kata, *abstract doodler* yaitu menggambar pola geometris, *picture doodler* yaitu menggambar objek konkret yang mudah dikenali, dan *people and faces doodler* yaitu menggambar figur manusia atau ekspresi wajah. *Doodle* memang dibuat dari coretan yang bersifat subjektif dan ambigu. Oleh karena itu, *doodle* dapat memiliki arti maupun tidak yang berbentuk abstrak atau simbol karena dibuat secara spontan.

2.2.3 Elemen dan Prinsip *User Interface Website*

(Bank & Cao, 2014) mengungkapkan bahwa terdapat elemen serta prinsip dasar yang membantu keefektifitasan UI dalam membangun pengalaman pengguna. Berikut merupakan penjelasan setiap elemen dan prinsip dasar dari sebuah *website*:

1. Esensi dari *Interface*

User interface bukan hanya sekadar tampilan tetapi juga membantu pengguna dalam menyelesaikan kegiatannya dalam *website* tersebut. Sebelum membuat tampilan UI, dibutuhkan alur yang jelas untuk memandu pengguna dari awal sampai tuntas.

2. *Input Control*

Salah satu aspek penting dalam *user interface* merupakan *input control*. Jika hanya tampilan kosong tanpa interaksi, pengguna akan merasakan kebingungan serta kesulitan sehingga pengguna membutuhkan pilihan untuk mengontrol sesuatu. Kontrol tidak harus ditampilkan semua, tetapi juga dapat menerapkan *controls on demand*. Pilihan kontrol akan muncul saat pengguna membutuhkannya sehingga tidak memenuhi tampilan layar.

3. Navigasi

Agar pengguna tidak tersesat dalam menelusuri *website*, navigasi menjadi elemen yang wajib dan penting dalam desain UI. Terdapat aturan utama dalam navigasi yaitu pengguna harus mengetahui di mana mereka berada serta posisi navigasi harus tetap konsisten. Sebelum menempatkan navigasi, isi konten harus lengkap terlebih dahulu agar selaras dengan navigasi. Navigasi membantu pengguna untuk menemukan informasi atau konten dengan cepat sehingga ditempatkan pada tempat yang strategis biasanya terdapat di atas secara horizontal atau vertikal di samping.

4. Animasi

Animasi memberikan peran besar dalam pengalaman pengguna tanpa disadari karena terdapat daya tarik sendiri. Animasi juga membuat UI menjadi efektif karena secara ilmiah mata manusia akan tertarik pada objek yang bergerak sehingga sangat sesuai untuk digunakan pada transisi setiap halaman baru. Animasi dalam transisi

membuat navigasi menjadi lebih alami serta memberi petunjuk bahwa terdapat aksi atau perubahan yang dilakukan.

5. *Default Settings*

Meskipun terdapat kustomisasi, biasanya pengguna jarang untuk mengubah *default settings* atau pengaturan bawaan. Sehingga saat membuat UI, dibutuhkan preferensi dari pengguna sebelum mereka memasuki *website* agar semua pengaturan awal sudah tepat dan sesuai sejak pertama kali digunakan. Untuk hal yang membutuhkan persetujuan dasar seperti pendaftaran atau persetujuan lebih baik tidak menggunakan *default settings*. *Default settings* umumnya membuat pengaturan yang mengikuti preferensi mayoritas pengguna serta dapat diganti oleh pengguna jika tidak sesuai.

6. *Guide Actions*

Saat membuat UI, penempatan elemen serta informasi dapat mendorong keterlibatan pengguna untuk berinteraksi secara alami dan terkesan tidak memaksa. Panduan terselubung akan secara halus menarik perhatian pengguna untuk menjalankan fitur-fitur tertentu.

7. *Kejelasan Visual dan Bahasa*

Pemilihan kata yang tepat, penggunaan warna kontras yang selaras, serta tata letak yang mengikuti pola pandang akan menciptakan sebuah kejelasan dan terhindar dari kebingungan. Jika pengguna tidak paham dengan tampilan *website* karena teralalu rumit, maka berpotensi untuk kehilangan interaksi. Kesederhanaan dari setiap elemen dan teks serta memberikan respon pada pengguna akan meningkatkan rasa kepercayaan dan kontrol dari pengguna.

2.2.4 *User Experience Design*

Desain pengalaman pengguna (*user experience design*) merupakan perancangan suatu pengalaman yang ideal dalam menggunakan atau melakukan suatu layanan jasa atau produk. Perasaan seseorang saat

menggunakan suatu layanan atau produk dalam situs *web* akan membentuk keberhasilan dari produk atau layanan tersebut. Berdasarkan *User Experience Honeycomb* (Soegaard, 2018, h.21 - 22) terdapat tujuh faktor yang terlibat pada sebuah keberhasilan *user experience* yaitu *useful* (berguna), *usable* (mudah digunakan), *findable* (mudah ditemukan), *credible* (dapat dipercaya), *desirable* (memiliki daya tarik emosional), *accessible* (dapat diakses semua orang), serta *valuable* (memiliki nilai keuntungan).

Dalam *user experience*, salah satu penunjang keberhasilannya merupakan *usability* (keterpakaian atau mudah digunakan) yang berfokus pada fungsionalitas dan kemudahan pengguna. Berbeda dengan *user experience* secara keseluruhan yang mencakup seluruh aspek emosi dan perasaan pengguna saat berinteraksi dengan suatu layanan atau produk, *usability* memastikan suatu produk atau layanan dapat digunakan dengan lancar secara efektif dan efisien. Terdapat lima karakteristik dari suatu layanan atau produk yang termasuk kedalam *usability* (Soegaard, 2018, h.29 - 33):

1. Effectiveness

Tingkat akurasi yang tinggi saat pengguna menyelesaikan tujuan mereka pada suatu layanan atau produk merupakan suatu efektivitas. Dalam suatu situs *web*, penggunaan bahasa yang jelas dan sederhana sesuai dengan target *user* serta memberikan akses yang mudah untuk mengurangi kesalahan dapat meningkatkan efektivitas pengalaman pengguna. Tetapi perlu diperhatikan juga pada penempatan navigasi, apabila terlalu banyak tombol navigasi yang menuju pada halaman atau tujuan yang sama akan menurunkan kecepatan pengguna dalam mengakses informasi tersebut.

2. Efficiency

Kecepatan pengguna dalam menyelesaikan tujuan mereka pada suatu layanan atau produk merupakan sebuah efisiensi. Untuk meningkatkan efisiensi pada sebuah situs *web* diperlukan pengurangan pada jumlah langkah, klik, atau tombol. Selain itu, penggunaan navigasi

dengan label dan fungsi yang jelas dapat mempercepat pengguna dalam menjelajahi situs *web* dan menemukan apa yang dicari. Efisiensi juga berpengaruh pada tingkat pemahaman pengguna dalam menggunakan perangkat sehingga perlu memahami preferensi pengguna saat menggunakan perangkat.

3. *Engagement*

Engagement merupakan daya tarik pada suatu layanan atau produk yang membuat pengguna merasa puas atau menyenangkan saat menggunakannya. Dalam meningkatkan *engagement*, memerlukan estetika dan kejelasan visual seperti tata letak yang tepat dan rapi, keterbacaan tipografi, serta kemudahan dalam mengakses navigasi. Sehingga daya tarik bukan hanya dari tampilan yang estetik tetapi tampilan tersebut harus dapat menampilkan produk atau layanan secara tepat di depan pengguna.

4. *Error Tolerance*

Pada saat pengguna menjelajahi produk atau layanan hampir tidak dapat dihindari adanya kesalahan atau eror. Sehingga diperlukan langkah untuk meminimalisir terjadinya kesalahan dan memastikan pengguna dapat kembali melanjutkan aktivitasnya. Cara meminimalisir kesalahan tersebut dapat berupa membuat tombol yang jelas dan terlihat berbeda dalam beberapa pilihan, menyediakan fitur kembali ke sebelumnya atau mengatur ulang, serta memberikan panduan untuk pemulihan kembali.

5. *Ease of Learning*

Kemudahan pengguna dalam mempelajari dan menggunakan suatu produk atau layanan akan membuat pengguna terasa terikat dan secara tidak langsung akan menggunakannya kembali baik secara rutin maupun tidak. Penerapan yang bertahap pada saat merilis suatu fitur atau fungsi baru dapat memberikan waktu kepada pengguna untuk beradaptasi sehingga pengguna akan lebih mudah memahami dan terbiasa dengan

fitur baru tersebut. Untuk mempercepat serta membantu pengguna dalam memahami suatu produk atau layanan, dapat menggunakan bentuk-bentuk yang familiar pada suatu tombol atau informasi.

Pada saat menerapkan *usability* dalam sebuah *user experience*, perlu juga untuk mempertimbangkan *utility* atau kegunaan suatu produk atau layanan kepada pengguna. *Utility* berfokus pada penyediaan fungsi atau fitur yang benar-benar dibutuhkan oleh pengguna, bukan hanya menyenangkan untuk digunakan. Suatu produk atau layanan yang memang dibutuhkan oleh pengguna dan bermanfaat untuk pengguna jika dikombinasikan dengan kemudahan pengguna saat mengakses (*usability*) akan menjadi *usefulness* atau berguna sesuai dengan tujuan produk atau layanan tersebut.

User interface dan *user experience* merupakan elemen yang saling berhubungan dalam pembuatan *website*. Seluruh elemen UI akan mendukung keberhasilan pengalaman pengguna dalam UX. Tampilan UI dirancang dengan menggunakan warna, tipografi, *grid* dan *layout* dengan tambahan foto, GIF, serta ilustrasi untuk membantu membangun konsep visual. Seluruh elemen memiliki aturan dan penempatannya masing-masing agar tetap terlihat harmonis dan rapi. Selain elemen visual, keberhasilan perancangan *website* juga berasal dari konten informasi dan interaktivitas yang dapat mudah dipahami oleh pengguna. Sehingga *website* bukan hanya sebagai estetika tetapi benar-benar memberikan dampak bagi para pembacanya.

2.3 Nail Art

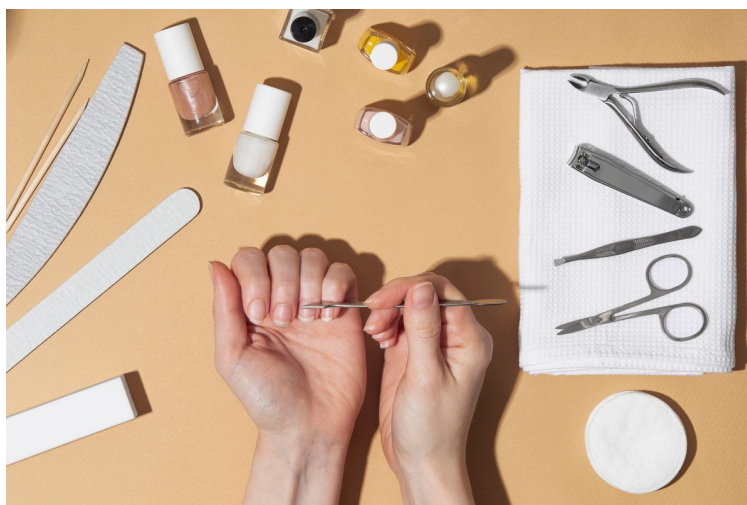
Kuku merupakan bagian dari tubuh manusia yang memerlukan perawatan agar tetap bersih dan sehat, biasa disebut dengan *manicure*. Tahapan *manicure* termasuk mengangkat kulit mati, perawatan kutikula, serta menghias kuku. Seni menghias kuku atau mempercantik kuku biasa disebut dengan *nail art*. Forde (2005, h.437) mengungkapkan bahwa dalam mitologi Yunani, kuku yang indah dianggap sebagai hadiah berharga dari dewa. Dalam sejarah, *manicure* sudah ada sejak 4.000 tahun lalu di Babilonia hingga Tiongkok. Kuku yang panjang dan indah telah menjadi simbol kemewahan serta status sosial pada masa itu karena

menunjukkan seseorang mempunyai kekuasaan dan tidak melakukan pekerjaan kasar. Pada zaman dahulu, orang menghias kuku menggunakan lemak domba bercampur darah, kelompok mawar untuk warna merah muda, henna, hingga putih telur dan lilin lebah.

Seiring perkembangan zaman, terdapat inovasi dalam alat dan bahan untuk melakukan *nail art*. Cat kuku berwarna populer pada abad ke-20 di Barat berkat film *Hollywood*. Cat kuku tersebut dibuat dari campuran alkohol dan minyak dengan sentuhan warna-warna mengkilap. Saat itu, kuku yang cantik menjadi ikonik sebagai bagian dari kosmetik dan daya tarik seksual. Selain itu *nail art* juga menjadi simbol bagi perempuan modern yang mandiri dan berani. Seni menghias kuku menjadi semakin berkembang pesat dengan warna-warna unik, efek mengkilap, serta hiasan lainnya. *Nail art* bukan hanya dilihat sebagai keindahan dan standar kecantikan, tetapi juga menjadi budaya untuk mengekspresikan diri dan kreativitas.

2.3.1 Peralatan dan Bahan *Nail Art*

Dalam setiap tahapan *nail art*, selain kemampuan dan pengetahuan diperlukan peralatan yang memadai. Peralatan dan bahan *nail art* disesuaikan dengan kebutuhan serta tujuan dari hiasan yang akan dipakai. Sebelum melakukan *nail art*, biasanya akan dilakukan *manicure* untuk membersihkan serta mempersiapkan kuku agar bahan saat dilakukan *nail art* dapat menempel dengan baik. Alat *manicure* terdiri dari *buffer* untuk mengikis permukaan dan membentuk kuku, kapas, *nail nipper* atau *cuticle nipper* untuk memotong kutikula, pinset, gunting kuku, *wooden pusher* atau *cuticle pusher* untuk mendorong kutikula atau membersihkan bagian bawah kuku, serta *nail brush* untuk membersihkan sisa serpihan kuku dari tangan (Botero et al., 2015, h.219-224). Selain itu terdapat *nail drill electric* atau kikir listrik untuk membersihkan dan membentuk kuku dengan cepat, menjangkau area lebih dalam, serta membentuk kuku lebih presisi. Tetapi alat kikir listrik memerlukan keterampilan dan ketelitian agar terhindar dari risiko luka atau trauma pada kuku (Botero et al., 2015, h.284).



Gambar 2.22 Peralatan *Nail Art*

Sumber: <https://www.kompas.com/tren/read/2025/07/05/210000565>

Untuk tahapan *nail art*, dibutuhkan sejumlah peralatan dan bahan yang disesuaikan kebutuhannya dengan hiasan yang akan dibuat. Bahan yang digunakan seperti *base coat* untuk meningkatkan daya rekat kuku, *nail polish* (cat kuku), *nail gel polish*, *polish remover* untuk membersihkan cat kuku, *nail hardener* atau *primer* untuk memperkuat kuku yang rapuh, *top coat* untuk melindungi hasil dan memberikan efek mengkilap untuk kuku, *nail dryer*, *cuticle oil*, *hand cream*, dan *sunscreen* (Botero et al., 2015, h.224-227). Beberapa bahan tersebut mengandung bahan kimia yang harus diperhatikan pemakaiannya. Menurut Botero et al., (2015, h.227) seluruh produk *base coat*, *top coat*, *nail hardener*, dan *nail polish* merupakan bahan yang mudah terbakar. Untuk mempermudah saat menghias kuku dapat menggunakan *brush*, *dotting tools*, *paint palette*, dan juga hiasan seperti *glitter*, stiker, *rhinestones*, serta *charms* (Draher, 2016, h.16-17).

2.3.2 Teknik *Nail Art*

Nail art dapat dilakukan bebas sesuai dengan kemauan dan kreativitas kita. Sehingga banyak teknik dan desain *nail art* yang dapat diikuti mulai dari *basic nail art* hingga desain yang membutuhkan keterampilan tinggi. Menurut (Kim & Jeong, 2014) teknik yang biasa digunakan sebagai dasar yaitu *hand painting*, *rhine stone*, *3D art*, *decals*, *marbling*, dan *airbrush*.



Gambar 2.23 Teknik *Nail Art*

Sumber: A Study on Expression Techniques of Nail Art: Focused on Nail Holic in 2012

Selain teknik tersebut terdapat teknik *french nail*, *magnetic cat-eye nail*, *chrome*, dan lainnya yang juga digemari mengikuti perkembangan tren. Teknik-teknik tersebut dapat dikombinasikan pada satu kuku atau untuk keseluruhan jari menciptakan tampilan yang artistik dan harmonis.

2.3.3 Proses *Nail Art*

Terdapat beberapa tahapan dalam melakukan *nail art* mulai dari mempersiapkan kuku atau *manicure*, pengaplikasian cat kuku atau hiasan, perawatan kuku setelah *nail art*, hingga pembersihan atau pelepasan *nail art* pada kuku kembali. Seluruh tahapan tersebut harus dilakukan sesuai prosedur yang aman serta menggunakan peralatan yang steril. Dengan beragam teknik *nail art* sejalan dengan tren saat ini, *nail art* tidak selalu dilakukan pada kuku asli atau langsung dihias pada kuku. Tetapi juga dapat dilakukan dengan memakai kuku palsu (*press-on nails*) atau menggunakan *nail extension* yang ditempelkan di atas kuku asli. Setiap teknik *nail art* memiliki perawatan berbeda yang berhubungan dengan tingkat ketahanan dan kesehatan kukunya. Berikut merupakan tahapan yang dilakukan saat *nail art*:

1. *Manicure* atau Persiapan Kuku

Sebelum mengaplikasikan cat kuku atau menghias kuku, penting untuk mengetahui struktur dan bentuk kuku. Lempeng kuku (*nail plate*) adalah bagian pada kuku yang dihias oleh cat kuku dan kutikula yaitu jaringan kulit mati yang melindungi kuku baru yang tumbuh (Draher, 2016, h.12). Kutikula memiliki fungsi mencegah infeksi dan

kotoran, tetapi pada tahap *manicure* kutikula dapat dipangkas atau didorong saja untuk menghasilkan tampilan kuku yang bersih dan rapi. Selain *manicure* sebelum *nail art*, perawatan sehari-hari juga diperlukan untuk membentuk jaringan kuku yang sehat seperti memakai *cuticle oil*, menjaga kelembapan kulit, serta memakai sarung tangan jika terpapar zat kimia (Draher, 2016).



Gambar 2.24 *Manicure* atau *Nail Preparation*
Sumber: *Milady Standard Nail Technology 7th Edition* (2015)

Kuku kemudian dikikir dan dibentuk sesuai dengan keinginan agar terlihat rapi. Menurut Botero et al. (2015, h.230) terdapat lima bentuk kuku yang biasanya dipakai yaitu bentuk *square*, *squoval* (kotak dengan ujung bulat), *round*, *oval*, dan *pointed nail*. Terdapat dua pilihan teknik *manicure* yang dapat dilakukan sesuai dengan keterampilan yaitu *basic manicure* dan *russian manicure* (menggunakan *nail drill electric*).

2. Pengaplikasian *Nail Art*

Pada saat mengaplikasikan *nail art* dibutuhkan kesabaran karena waktu yang cukup lama untuk menunggu kuku kering sempurna. Jika cat kuku belum kering dan sudah ditimpa kembali dapat menimbulkan hasil yang tidak rata dan sulit untuk melanjutkan desain. Berdasarkan teknik-teknik di atas, cat kuku bukan hanya berbentuk *nail polish* biasa tetapi juga terdapat *gel*, *arcylic*, bubuk *chrome*, *glitter*, dan lainnya untuk membuat tampilan yang menarik.



Gambar 2.25 Pengaplikasian *Nail Art*
Sumber: *Milady Standard Nail Technology 7th Edition* (2015)

Teknik pengeringan kuku juga berbeda tergantung pada bahan yang digunakan. Apabila *nail polish* biasa dapat dikeringkan dengan angin atau dibiarkan saja, *nail gel polish* harus menggunakan *UV nail dryer* agar kering sempurna. Penggunaan *base coat* pada tahap awal dan *top coat* di akhir juga dapat menentukan ketahanan *nail art* yang sudah dibuat.

3. *Aftercare* atau Perawatan Kuku

Untuk menjaga kelembapan kuku dan kesehatan kuku setelah *nail art* dapat diberi *cuticle oil* di sekitar kuku. Penggunaan *hand cream* juga dapat menghindari kulit kering. Saat terpapar zat kimia rumah tangga seperti sabun cuci, dapat menggunakan sarung tangan untuk melindungi kuku dan kulit. Selain itu, kuku akan terus tumbuh seiring waktu sehingga akan terdapat bagian kuku yang tidak terkena *nail art*.



Gambar 2.26 Perawatan Kuku
Sumber: *Milady Standard Nail Technology 7th Edition* (2015)

Pada bagian kuku tersebut dapat dilakukan *retouch* agar hasil *nail art* kembali utuh. Kuku *nail art* harus diperhatikan kebersihannya, jika terdapat celah terbuka diantara kuku atau kuku patah harus segera ditindak lanjuti seperti pelepasan *nail art* agar terhindar dari risiko kesehatan.

4. **Removal atau Pembersihan Kuku**

Untuk *remove nail art* dapat menggunakan *nail remover* yang mengandung *acetone based* atau *non-acetone based*. *Acetone* mengandung alkohol yang membuat *nail polish* pudar dengan cepat tetapi dapat menyebabkan kulit dan kutikula kering. Sedangkan *non-acetone based* tidak menggunakan alkohol tetapi lebih lama untuk menghapus cat kuku.



Gambar 2.27 Pembersihan Kuku
Sumber: *Milady Standard Nail Technology 7th Edition* (2015)

Pada penggunaan *nail gel polish*, kuku perlu dikikis terlebih dahulu kemudian direndam yang membutuhkan waktu cukup lama. Selain itu untuk *removal press-on nails* (kuku palsu) dan *nail extension* diperlukan *nail pusher* untuk membantu melepas lem perekat pada kuku.

2.3.4 **Risiko Kesehatan dan Anjuran Pakai**

Frekuensi pemakaian *nail art* yang terlalu sering dapat menimbulkan risiko kesehatan seperti infeksi, jamur kuku, hingga kanker kuku. Kuku membutuhkan istirahat setelah memakai *nail art* sebelum ditimpa dengan cat kuku baru atau biasa disebut dengan *nail cycling*. *Nail art* dapat bertahan sekitar tiga minggu sebelum dihapus, tetapi jika terdapat celah pada kuku atau terkelupas dalam kurun waktu 4 hari harus dilepas karena dapat menimbulkan

bakteri (Tyagi & Singal, 2024, h.180-182). Pemilihan bahan saat melakukan *nail art* juga harus diperhatikan karena banyaknya bahan yang menggunakan bahan kimia. Jika tidak sesuai dapat menyebabkan alergi, bengkak, luka bakar, perih, serta risiko kesehatan lainnya pada kuku dan kulit. Pemakaian peralatan yang tidak teliti juga dapat menyebabkan masalah pada kuku dan kulit. Pembersihan atau pemotongan kutikula yang tidak teliti biasanya menyebabkan luka berdarah dan perih. Penggunaan *UV nail dryer* yang tidak sesuai dengan prosedur dapat meningkatkan risiko kanker kulit. *U.S Food and Drug Administration* (FDA) menyarankan untuk tidak memakai *nail dryer* lebih dari 10 menit pada setiap sesi, serta hindari penggunaan *nail dryer* apabila dalam masa pengobatan karena kulit akan menjadi lebih sensitif (Hardjo, 2023). Selain itu, *nail remover* yang sudah banyak beredar di masyarakat belum tentu aman untuk digunakan. Sehingga perlu dicermati kandungan bahannya serta disesuaikan apakah ada alergi pada kulit kita.

Nail art telah lama menjadi budaya mempercantik penampilan lewat kuku tangan dan kaki. Selain menghias, perawatan kuku juga termasuk dalam rangkaian prosedur melakukan *nail art* yang aman. Tahapan prosedur *nail art* meliputi *manicure* atau persiapan kuku, pengaplikasian desain, perawatan setelah *nail art*, dan penghapusan kembali atau *removal*. Seluruh tahapan *nail art* didukung oleh keahlian dan peralatan yang digunakan. Peralatan *nail art* harus steril saat dipakai agar mencegah terjadinya risiko kesehatan. Frekuensi penggunaan *nail art* juga harus diperhatikan, apabila kuku dan kulit terlalu sering terkena bahan kimia dari bahan-bahan *nail art* maka dapat menyebabkan kerusakan serta penyakit jangka panjang. Maka dalam perancangan ini, penulis mengumpulkan informasi berdasarkan buku "*Milady Standard Nail Technology 7th Edition*" yang sudah menjadi panduan lengkap dan standar bagi industri perawatan kuku dan *nail art* secara internasional.

2.4 Penelitian yang Relevan

Sebelum melakukan perancangan, penulis perlu menganalisis penelitian yang relevan sebelumnya guna mencari kebaruan yang dapat digunakan sebagai

referensi perancangan media informasi ini. Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti lain mengenai media informasi menggunakan *website* menuai hasil yang beragam. Sehingga penelitian sebelumnya dapat menjadi pembanding bagi penyusunan strategi media informasi yang akan dibuat oleh penulis. Penulis melakukan analisis pada penelitian yang relevan sebelumnya mengenai perancangan *website* sebagai media informasi, promosi, sistem pemesanan, serta sebagai sistem informasi bagi seluruh data. Berikut merupakan hasil analisis penelitian yang relevan dalam tabel:

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis <i>Website Google Sites</i> Pada Pembelajaran <i>Manicure</i>	Biyan Yesi Wilujeng, Maspiyah, M.A Hanny Ferry Fernanda	Perancangan <i>website</i> menjadi media pembelajaran yang efektif untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan <i>manicure</i> . <i>Website</i> juga memudahkan siswa dalam mengakses materi dan meningkatkan motivasi belajar.	<i>Website</i> menjadi <i>platform</i> yang menyatukan teks, gambar, video, forum diskusi, <i>quiz</i> , serta fitur-fitur lainnya yang memudahkan pembelajaran. Siswa dapat mengakses semua informasi dalam satu tempat dengan visualisasi yang jelas.
2.	Perancangan UI <i>Website</i> untuk Optimalisasi Penjadwalan Layanan pada	Widi Ayu Purwaningtyas, Anik Hanifatul Azizah	<i>Website</i> membuat sistem data dari berbagai tempat sekaligus lebih terstruktur dan	Seluruh sistem penjadwalan dan informasi pelanggan dari ketiga cabang

	Bisnis Lucete Beauty		terhindar dari <i>human error</i> dalam sistem penjadwalan. Lebih efektif pada pelanggan dan admin dalam pengelolaannya.	tempat terintegrasi dalam satu <i>platform</i> sehingga memudahkan untuk melihat data bisnis secara waktu nyata.
3.	Penerapan Metode <i>Waterfall</i> dalam Rancang Bangun E-Katalog Berbasis <i>Website</i> pada Verasalsa Studio Kecantikan	Niken Noviardiana, Sulastri	E-Katalog berbasis <i>website</i> meningkatkan efisiensi pada operasional data seperti reservasi, transaksi, dan pengelolaan data pelanggan. Selain reservasi, pelanggan juga dapat menelusuri dengan mudah seluruh informasi jasa yang ditawarkan secara transparan serta artikel kecantikan yang tersedia.	<i>Website</i> menggabungkan informasi reservasi jasa kecantikan serta informasi artikel kecantikan yang selalu diperbarui oleh admin. Seluruh informasi tersebut meningkatkan interaksi dan membangun kepercayaan pelanggan dengan studio kecantikan.

Ketiga penelitian yang relevan tersebut mempunyai fokus tujuan yang berbeda tetapi menggunakan *website* sebagai *platform* media informasi. Website digunakan karena dapat memuat berbagai informasi dalam satu tempat serta

pembagian kontannya yang terstruktur. Pada bagian ini website termasuk media baru dalam saluran digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, melihat tampilan visual, serta mencari yang dibutuhkan (Amalia & Mahiranissa, 2021, h.9). Interaksi dan aktivitas pengguna dapat ditemukan pada ketiga penelitian di atas. *Website* memuat keseluruhan informasi yang dibutuhkan, diringkas, serta ditempatkan secara terorganisir sehingga pengguna dapat memakai dengan efektif dan efisien. Perbedaan pada ketiga penelitian tersebut adalah pada latar belakang perancangan, tujuan perancangan, serta isi konten informasi sesuai dengan kebutuhan dan target perancangan. Perbedaan penyusunan strategi perancangan berdasarkan target pengguna dapat menjadi landasan penulis untuk perancangan media informasi tahapan *nail art* bagi pemula. Berdasarkan penelitian di atas, pengelompokkan berbagai informasi dan data dalam bentuk visual dengan minim teks dapat meningkatkan pemahaman pengguna. Adanya interaksi pengguna membentuk pengalaman yang lebih personal sehingga efektif untuk penyaluran pengetahuan dan informasi secara mendalam.

