

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Website

Menurut Puspita et al. (2025, h. 367), *website* atau situs web adalah kumpulan konten atau halaman informasi digital yang mencakup informasi teks, gambar, suara, video. Situs web memiliki keunggulan untuk dapat diakses di mana saja, kapan saja oleh siapa saja internet. Situs web dapat diakses melalui aplikasi web, mesin pencari, yang sudah ada seperti Google, Firefox, atau Safari yang sudah siap pakai dalam perangkat seperti *desktop*, *handphone*, *smartdevice* dan laptop.

2.1.1 Anatomi Website

Anatomi dalam situs web adalah komponen-komponen yang disusun untuk mudah dioperasikan oleh pengguna. Komponen-komponen sebuah situs web meliputi navigasi, konten, isi, dan *footer* (Beaird, 2010, h.8). Sebuah situs web dapat disusun secara berbeda, tetapi tidak pernah berbeda dengan cara masyarakat umum menggunakan situs web.

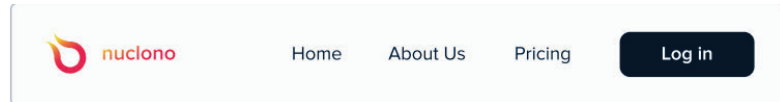
2.1.1.1 Navigation

Menurut Beaird (2010), *navigation* adalah komponen navigasi situs web yang digunakan pengguna untuk menemukan konten di dalam situs web. Komponen navigasi seperti menu yang bisa vertikal (samping) atau horizontal (atas). Setidaknya, semua tombol navigasi utama harus muncul di menu navigasi (h.9). Jika pengguna kesulitan menemukan apa yang mereka cari, mereka akan frustrasi dan kemungkinan besar akan meninggalkan situs web jika situs tersebut tidak memiliki alat navigasi yang baik (Filipiuk, 2021, h.252).

1. Visible Navigation

Visible navigation memiliki elemen desain navigasi yang terlihat terdiri dari tombol-tombol yang dikumpul sebagai halaman utama. Biasanya tombol halaman utama di tarokan

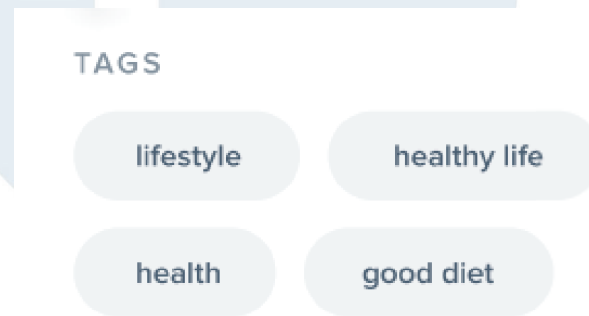
dalam *navigation tab* di bagian atas halaman (Filipiuk 2021, h.253). Tab Navigasi juga ditempatkan logo.



Gambar 2.1 Contoh *Visible Navigation*
Sumber: Filipiuk (2010)

2. *Contextual Navigation*

Contextual navigation adalah tombol tautan navigasi antara halaman yang dapat diklik di dalam konten halaman (Filipiuk 2021, h.255). Mengeklik atau mengetuk sebuah tag akan membawa pengguna ke halaman yang terkait dengan tag tersebut.



Gambar 2.2 Contoh *Gutters*
Sumber: Filipiuk (2010)

2.1.1.2 *Content / Body*

Komponen *content / body* adalah komponen utama dari desain situs web, pengguna masuk dan keluar, memindai halaman untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan (Beaird, 2010, h.9). Di sisi lain, konten situs web dalam desain web modern adalah *copywriting / content writing* yang dikurasi dengan cermat (Filipiuk 2021, h.244). Dengan ide ini, desainer perlu mengetahui dasar-dasar subjek yang mereka desain untuk penulisan *micro copy* untuk *pop-up* atau tombol.

1. *Content Writing*

Content Writing Adalah penulis konten yang mudah dibaca untuk media digital. Media digital yang menggunakan

penulisan konten antara lain postingan blog, media sosial, promosi penjualan, atau situs web. *Content Writing* disesuaikan dengan dengan pengguna, baik untuk informasi dan persuasi (Hummel, 2025).

2. *Copywriting*

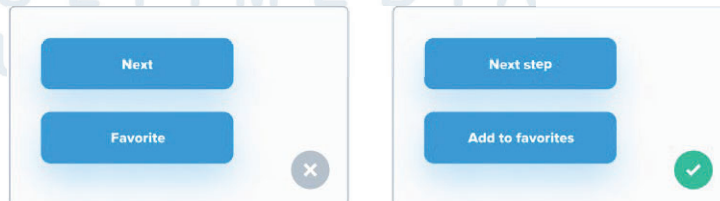
Copywriting dapat dianggap sebagai penulisan konten, tetapi ide utamanya adalah membujuk pengguna untuk melakukan pembelian. Desain situs web membutuhkan ide dasar persuasi *copywriter* untuk mendorong tindakan tombol (Filipiuk 2021, h.34).

3. *Microcopy*

Gutters adalah ruang kosong yang memisahkan kolom dan baris. Fungsi *gutters* adalah untuk memberikan jarak antar elemen visual, *gutters* yang rapat rasa padat di layar. Kebalikannya *gutters* yang lebar melonggar di layar (Filipiuk 2021, h.34).

A. *Contextual Button*

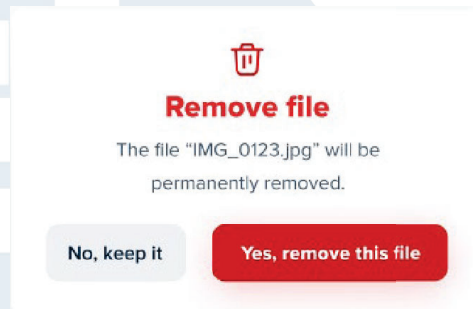
Contextual buttons membantu pengguna memahami fungsi tombol dengan deskripsi teks. Pemberian label untuk fungsi tombol perlu sejelas mungkin (Filipiuk 2021, h.246). Dengan ini, fungsi konteks dalam tombol untuk membantu pengguna menyatakan apa yang akan terjadi setelah mengklik tombol.



Gambar 2.3 Contoh *Lightness* Pada Warna
Sumber: Filipiuk (2021)

B. *Pop-up*

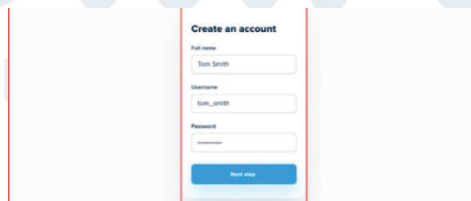
Pop-ups adalah jendela pesan yang muncul, yang diisi dengan konteks, peringatan, iklan, isi *form* proses dalam *website*. *Pop-up* diberikan teks deskriptif, tombol, gambar, ikon untuk membantu pengguna bertindak. *Pop-up* yang baik membantu pengguna untuk membuat pilihan yang lebih tepat (Filipiuk, 2021, h.247).



Gambar 2.4 Contoh *Popup* Peringatan
Sumber: Filipiuk (2021)

2.1.1.3 *Whitespace*

Whitespace adalah area pada halaman yang bebas dari elemen desain dari teks, gambar atau ilustrasi. *Whitespace* ini membantu desain bernapas dengan memandu mata pengguna menjelajahi halaman (Filipiuk, 2021, h.220). Dengan ini, desainer web menambah *whitespace* dengan sengaja untuk memandu mata pengguna situs web untuk membaca suatu informasi, konten, instruksi dengan cepat dan nyaman.



Gambar 2.5 Contoh *Whitespace Login Page*
Sumber: Filipiuk (2021)

2.1.1.4 *Footer*

Menurut Beaird (2010), *footer* secara struktural terletak di bagian bawah, memisahkan isi halaman dari bagian akhir. Tujuannya adalah untuk menunjukkan kepada pengguna bahwa mereka telah mencapai bagian bawah halaman. Biasanya *footer* bukan hanya ruang

kosong, *footer* berisi informasi kontak dan hukum, serta tautan navigasi ke bagian lain dari situs (h.9). Dengan ini, desainer web membuat *footer* untuk membantu pengguna menentukan batas halaman bawah. juga diisi dengan *link page* penting seperti di bagan *navigation*, informasi hak cipta, *legal* dan kontak.



Gambar 2.6 Contoh *Footer*
Sumber: Varhatiuk (2024)

2.1.1.5 *Layout*

Menurut Beaird (2010, h.1) *Layout* adalah pengaturan dan pengorganisasian elemen visual. *Layout* menciptakan tampilan yang terstruktur dan mudah dipahami yang secara efektif menyampaikan informasi kepada pengguna. Dalam desain situs web, tata letak berfungsi sebagai kerangka kerja yang mengatur hubungan antara konten, navigasi, gambar, tipografi, dan elemen visual lainnya sehingga memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi dengan lebih mudah.

1. *Balance*

Balance atau keseimbangan elemen ilustrasi, gambar, dan teks pada sebuah situs web yang dilihat oleh pengguna. Ukuran elemen dalam desain situs web memiliki bobot yang berbeda-beda saat ditempatkan dalam tata letak (Beaird 2010, h.15). Idenya adalah, jika elemen di kedua sisi tata letak memiliki bobot yang sama, maka elemen tersebut akan saling menyeimbangkan. Ada dua bentuk utama keseimbangan visual seperti *symmetrical* dan *asymmetrical*.

A. *Symmetrical Balance*

Symmetrical Balance atau keseimbangan formal, terjadi ketika elemen-elemen suatu komposisi sama besar di kedua sisi sumbu (Beaird 2010, h.15).

B. *Asymmetrical Balance*

Asymmetrical Balance, atau keseimbangan informal, lebih keseimbangan yang abstrak. Keseimbangan informal melibatkan objek dengan ukuran, bentuk, warna, atau penempatan yang berbeda. Elemen-elemen ini disusun sedemikian rupa sehingga, meskipun berbeda, komposisi tetap terasa seimbang (Beaird 2010, h.16).

2. *Unity*

Menurut Beaird (2010, h.19) *Unity* adalah cara berbagai elemen dalam sebuah komposisi berinteraksi satu sama lain. Tata letak yang terpadu adalah tata letak yang berfungsi sebagai satu kesatuan, bukan sebagai bagian-bagian yang terpisah.

A. *Proximity*

Menurut Beaird (2010, h.19) *Proximity* adalah cara oleh penempatan objek yang berdekatan atau berjauhan dalam tata letak yang menciptakan titik fokus yang menarik perhatian. *Proximity* pada desain *website* digunakan untuk mengatur *margin* dan *padding* untuk elemen-elemen seperti paragraf, gambar, tombol, dan lainnya.

B. *Repetition*

Menurut Beaird (2010, h.21) *Repetition* atau repetisi adalah prinsip yang serupa dan berulang membantu menghubungkan desain halaman situs web sehingga terasa seperti satu kesatuan yang kohesif. Desain situs web

menyatukan elemen-elemen tata letak, yaitu daftar berpoin. Poin yang setiap item daftar adalah indikator visual bahwa item-item tersebut merupakan bagian dari keseluruhan. Contoh pola dan tekstur yang berulang juga dapat membantu menyatukan tata letak desain. Tata letak ini berisi banyak elemen yang menarik perhatian, tetapi gambar thumbnail yang berulang dengan banner "Unggulan" menciptakan galeri pengulangan yang terpadu.

3. *Emphasis*

Menurut Beaird (2010, h.22) *Emphasis* digunakan untuk mengarahkan perhatian pengguna ke elemen-elemen tertentu dalam *website*. *Emphasis* sering digunakan untuk menyoroti elemen-elemen penting seperti tombol, informasi kunci, atau pesan spesifik yang ingin disampaikan kepada pengguna. Penekanan dapat dicapai dengan menciptakan titik fokus.

A. *Placement*

Menurut Beaird (2010, h.22) *Placement* atau penempatan mengacu pada pengaturan posisi elemen-elemen satu sama lain. Dalam desain web, penempatan digunakan untuk mengarahkan pandangan pengguna ke elemen-elemen yang ingin ditonjolkan oleh desainer agar dilihat terlebih dahulu. Contoh seperti judul pada halaman informasi mungkin ditempatkan di bagian paling atas sebelum pengguna membaca perinciannya. Seperti judul nama blog di paling atas, sebelum masuk isi artikel itu sendiri.

B. *Continuance*

Menurut Beaird (2010, h.22) *Continuance* adalah teknik yang mengikuti kecenderungan mata manusia untuk mengikuti jalur visual tertentu. Pengguna *website* mulai

dengan melihat sebuah elemen dalam tata letak, dan pandangan mereka akan terus mengikuti susunan elemen-elemen hingga mereka menemukan titik fokus berikutnya. Susunan elemen dapat membantu mengarahkan perhatian pengguna ke informasi yang mereka anggap penting.

C. *Isolation*

Menurut Beaird (2010, h.23) *Isolation* adalah teknik untuk memisahkan satu elemen dari elemen lainnya. Teknik ini sering digunakan untuk menyoroti informasi penting atau tombol aksi dalam desain situs web. Elemen yang berdiri sendiri dengan ruang kosong yang cukup di sekitarnya akan lebih mudah menarik perhatian. Dengan demikian, isolasi dapat digunakan untuk membuat bagian-bagian situs web.

D. *Contrast*

Menurut Beaird (2010, h.23) *Contrast* atau kontras adalah teknik untuk membuat satu elemen berbeda dengan elemen lainnya, seperti menggunakan warna berbeda atau bentuk yang berbeda. Kontras membantu menciptakan fokus visual sehingga pengguna dapat dengan mudah mengenali informasi atau tindakan yang paling penting.

E. *Proportion*

Menurut Beaird (2010, h.24) *Proportion* atau proporsi adalah teknik yang memanfaatkan perbedaan skala atau ukuran objek dalam sebuah komposisi. Elemen yang jauh lebih besar atau lebih kecil dari yang lain akan menarik perhatian karena tampak sangat berbeda.

2.2 User Interface (UI)

User Interface atau *UI* adalah elemen *display* komunikasi / visual antara pengguna dengan *software*. *UI* bertindak sebagai input dan output interaksi pengguna dengan *software* (Fikriliyani et al. 2025, h.464). Jika pengguna melakukan input, *software* akan menampilkan output sebagai respons. Agar interaksi input pengguna dapat terjadi, *display* pengguna dirancang secara visual, seperti tombol, menu, ikon, tata letak, warna, dan tipografi.

2.2.1 Prinsip UI

Menurut Wibowo (2024, hlm. 9), Prinsip *UI* bertujuan untuk meminimalkan hambatan yang dihadapi pengguna dalam mengakses informasi. Prinsip ini menekankan bahwa desain tidak boleh berlebihan, melainkan hanya menyajikan elemen-elemen penting yang benar-benar dibutuhkan pengguna, sehingga menghasilkan akses yang cepat, mudah, dan intuitif. Dalam penelitian penulis, prinsip ini diterapkan pendekatan desain minimalis, kemudahan navigasi, hierarki informasi yang jelas, kemudahan akses ke fitur-fitur utama, dan penggunaan elemen visual. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna bagi generasi muda, yang merupakan target audiens utamanya.

2.2.2 Elemen UI

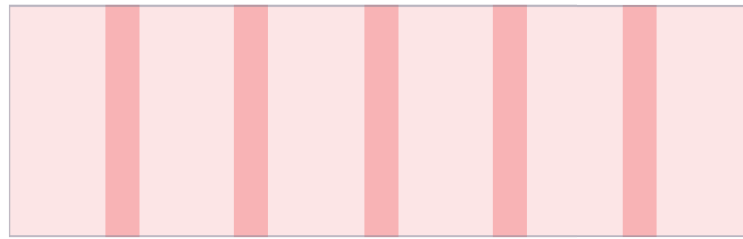
Menurut Filipiuk (2021), *Visual Hierarchy* mengatur informasi visual kemudian disajikan kepada pengguna sistem. Ide utama *visual hierarchy* membedakan informasi visual dari yang terpenting hingga paling tidak penting. Hierarki visual menentukan kecepatan dan kenyamanan pengguna dalam memahami informasi dalam waktu singkat.

2.2.2.1 Layout and Grid

Menurut Filipiuk (2021, h.32) *Layout* adalah kumpulan garis horizontal dan vertikal yang saling berpotongan sehingga membentuk *columns* dan *rows* yang dikenal sebagai *grid*. *Grid* dari *columns* dan *rows* ini memberikan struktur dan kejelasan visual pada operasi sistem, tujuannya untuk memberikan jarak yang konsisten antara elemen visual.

1. *Gutters*

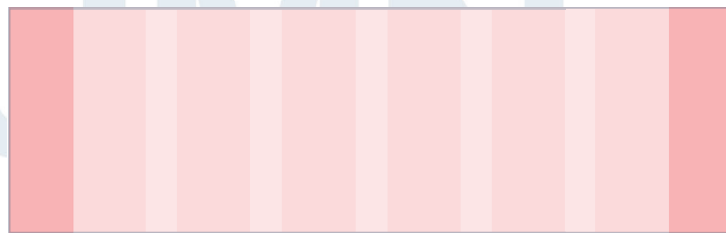
Gutters adalah ruang kosong yang memisahkan kolom dan baris. Fungsi *gutter* adalah untuk memberikan jarak antar elemen visual; semakin rapat *gutter*, semakin padat konten di layar. Semakin lebar *gutter*, semakin longgar pemisahan konten di layar (Filipiuk 2021, h.34).



Gambar 2.7 Contoh *Gutters*
Sumber: Filipiuk (2021)

2. *Margins*

Margins adalah ruang kosong atau *whitespace* di luar struktur kolom dan baris. *Margin* adalah batasan struktural elemen di samping *website*. *Margin* digunakan untuk memastikan konten terkumpul dan dipadatkan dalam jangkauan pandangan ideal pengguna (Filipiuk 2021, h.34).

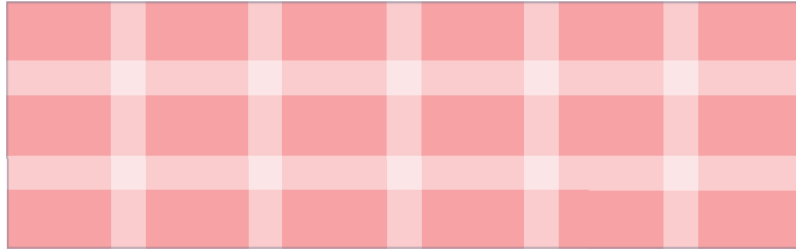


Gambar 2.8 Contoh *Margins*
Sumber: Filipiuk (2021)

3. *Module*

Module merupakan hasil kombinasi garis horizontal dan vertikal, serta *gutters*/jarak sehingga membentuk struktur yang modular. Struktur modular ini digunakan untuk memposisikan elemen visual dan dapat dikombinasikan dengan

modul lain untuk menciptakan ukuran variatif (Filipiuk 2021, h.35).



Gambar 2.9 Contoh *Margins*
Sumber: Filipiuk (2021)

2.2.2.2 *Colour*

Menurut Beaird (2010, h.43). *Colour* atau warna adalah salah satu cara paling efektif untuk membangkitkan emosi tertentu pada pengguna. Filipiuk (2021) menyatakan pilihan warna dalam desain *UI* sering dipengaruhi oleh desainer *brand*, tetapi ada pemahaman penting tentang bagaimana pilihan warna dapat memengaruhi pengguna (h.77). Warna akan membantu pengguna *website* untuk mengasosiasikan dengan *brand*.

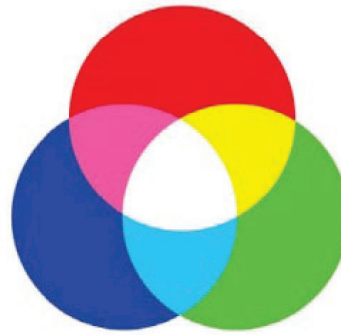
1. *Colour Psychology*

Menurut Beaird (2010), *Colour Psychology* adalah studi yang menganalisis warna atau kombinasi warna yang menghasilkan efek perilaku atau emosi kepada manusia (h.43). Dengan ini, respons yang dikaitkan oleh psikolog warna dengan warna-warna tertentu berakar pada pengalaman individu, dan budaya dapat memiliki asosiasi dan interpretasi warna yang sangat berbeda (h.44).

2. *Colour Theory*

Colour Theory dalam desain *website* memiliki konsep teknis bagaimana warna terbentuk dan dikategorikan. Warna pada layar digital didasarkan pada model *additive colour RGB* dengan mengontrol nilai intensitas persentase warna Merah, Hijau, dan Biru. Penambahan, pengurangan, dan pencampuran

intensitas setiap warna menghasilkan warna yang berbeda pada layar *display* (Beaird, 2010, h.52). Dengan ini, pencampuran warna sebagai contoh merah, hijau dan biru menghasilkan warna putih di layar *display*.



Gambar 2.10 *Additive Color RGB Model*
Sumber: Beaird (2010)

3. *Chromatic Value*

Menurut Beaird (2010). *Chromatic Value* mengukur terang atau gelapnya suatu warna. Warna kromatik terdiri dari tiga unsur, menambahkan persentase *tint* atau putih, yang menambahkan *shade* atau hitam dan *saturation* atau kekuatan pada suatu warna (hal.51).

A. *Tint*

Tint menentukan kecerahan warna murni ke warna putih (Filipiuk, 2021, h.81). Dengan ini, menambahkan warna putih pada warna murni menciptakan warna yang lebih terang dari warna murni.



Gambar 2.11 Contoh *Lightness* Pada Warna
Sumber: Filipiuk (2021)

B. *Shade*

Shade menentukan kegelapan warna murni ke warna hitam (Filipiuk, 2021, h.81). Secara singkat menambahkan warna hitam pada suatu warna menciptakan warna yang lebih gelap dari warna murni.



Gambar 2.12 Contoh *Shade* Pada Warna
Sumber: Filipiuk (2021)

C. *Saturation*

Saturation adalah intensitas atau kekuatan suatu warna. Bukan berarti menambahkan warna putih atau hitam pada suatu warna. Saturasi adalah kekuatan warna murni ke warna abu-abu (Filipiuk, 2021, h.81).



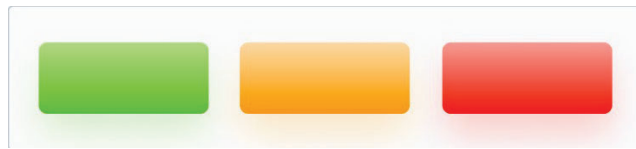
Gambar 2.13 Contoh *Saturation* Pada Warna
Sumber: Filipiuk (2021)

4. *Gradient*

Gradient adalah perpaduan bertahap dari dua warna atau lebih menjadi satu warna lainnya. Tujuan gradien adalah untuk membedakannya dari warna solid yang lebih umum. Ada beberapa jenis gradien, termasuk *linier gradient*, *radial gradient* dan *gradient mesh* (Filipiuk, 2021, h.106).

A. *Linear Gradient*

Linear gradient transisi warna secara linier, linier gradien adalah yang paling sederhana untuk mencampur dua atau lebih warna. (Filipiuk, 2021, h.109).



Gambar 2.14 Contoh *Gradient Liniear*
Sumber: Filipiuk (2021)

B. Radial Gradient

Radial gradient adalah transisi warna secara bentuk oval atau lingkaran dalam transisi perpaduan warna (Filipiuk, 2021, h.109). Dengan demikian, perpaduan antara warna dimulai dengan satu warna di tengah dan warna lain di bagian tepinya.



Gambar 2.15 Contoh *Gradient Radial*
Sumber: Filipiuk (2021)

C. Gradient Mesh

Gradient mesh adalah penempatan warna secara abstrak yang tidak ada lokasi awal yang telah ditentukan sebelumnya untuk warna-warna tersebut (Filipiuk, 2021, h.110). Dengan demikian, gradien jala menciptakan pewarnaan yang sangat abstrak, yang tampak acak atau bertujuan.



Gambar 2.16 Contoh *Gradient Mesh*
Sumber: Filipiuk (2021)

2.2.2.3 Texture

Texture atau tekstur adalah tampilan atau nuansa permukaan situs web yang bagi pengguna bisa merasakan. Tekstur desain secara langsung merupakan elemen desain grafis yang terdiri dari *point*, *line*, *shape*, serta *volume and depth* (Beaird, 2010, h.81).

1. *Point*

Point atau titik dalam desain situs web dapat dikenal sebagai *pixel* / piksel display, yang merupakan elemen digital berupa titik. Ukuran titik-titik dalam tampilan bergantung pada skala atau dimensi *display* yang ditampilkan (Beaird, 2010, h.82). Dengan titik atau piksel, dapat dibuat garis, bentuk, dan volume.



Gambar 2.17 Contoh Gambar Titik-Titik *Halftone*
Sumber: Beaird (2010)

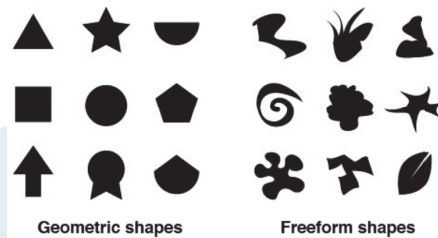
2. *Line*

Line atau garis adalah dua titik atau lebih yang dihubungkan bersama, hubungan di antara titik-titik tersebut membentuk sebuah garis. Garis dapat berupa diagonal, horisontal, bervariasi ketebalannya, melengkung, halus, atau tajam (Beaird, 2010, h.83). Gagasan bahwa garis bukan hanya batas, pembatas, atau batasan, tetapi juga bentuk ekspresi bagi perancang web.

3. *Shape*

Shapes atau bentuk, jika dua titik ujung sebuah garis bertemu, sebuah bentuk tercipta. Bentuk-bentuk geometris dasar meliputi lingkaran, segitiga, dan persegi panjang. Bentuk-bentuk geometris lain yang dikenal adalah panah, bintang, belah ketupat, elips, tanda tambah, setengah lingkaran, dan banyak lagi; bentuk-bentuk ini dibuat dengan busur derajat, presisi, atau bantuan komputer. Bentuk bebas yang lebih abstrak, terdiri dari kurva dan

sudut yang tidak beraturan (Beaird, 2010, h.86). Sebuah situs web terdiri dari banyak blok, yang disusun di dalam halaman, blok-blok ini pada dasarnya bersifat geometris.



Gambar 2.18 Contoh *Shapes*
Sumber: Beaird (2010)

4. *Volume and Depth*

Dalam dunia tiga dimensi, pengamat mengandalkan isyarat visual yang membantu kita menentukan lebar, tinggi, dan kedalaman objek di sekitar kita. Dalam tata letak desain web yang dipenuhi dengan blok warna, garis, dan bentuk datar, kita dapat menggabungkan ruang tiga dimensi (Beaird, 2010, h.92). Hasilnya adalah elemen-elemen yang "menonjol" bagi pemirsa.

A. *Light and Shadow*

Light and Shadow atau cahaya dan bayangan adalah isyarat visual paling umum untuk menentukan kedalaman dan volume dalam tata letak dua dimensi. Cahaya dan bayangan menciptakan kontras visual dan membantu menciptakan ilusi benda tiga dimensi dalam media datar (Beaird 2010, h.94). Cahaya dan bayangan saja juga dapat digunakan untuk membuat objek dua dimensi tampak berada dalam ruang tiga dimensi.



Gambar 2.19 Contoh Cahaya dan Bayangan
Sumber: Beaird (2010)

2.2.2.4 *Typography*

Typography merupakan komponen komunikasi vital bagi sebuah *website*, karena desain web membutuhkan cara untuk berkomunikasi dengan penggunanya. Tipografi mengatur kata, kalimat, dan paragraf agar menjadi media komunikasi situs web dengan pengguna. (Beaird, 2010, h.118). Di sisi lain, Penataan tipografi juga harus mempertimbangkan agar teks tertulis *legible*, *readable*, dan menarik (Filipiuk, 2021, h.52).

1. *Typeface*

Typeface adalah istilah atau referensi untuk koleksi sebuah jenis *font*, atau juga disebut sebagai *font family*. Setiap koleksi *Typeface* ada *style* / gaya yang berbeda, tergantung ke setiap dengan *type designer* (Filipiuk, 2021, h.53). Dengan ini, desain web cukup untuk pilih satu jenis *typeface*.

2. *Font*

Font adalah gaya spesifik yang terdapat dalam *typeface* / *font family* tersebut (Filipiuk, 2021, h.53). Dengan ini desainer yang sudah memilih jenis *typeface*. Juga memiliki gaya *font* yang berbeda-beda untuk memberi dan pesan yang berbeda.

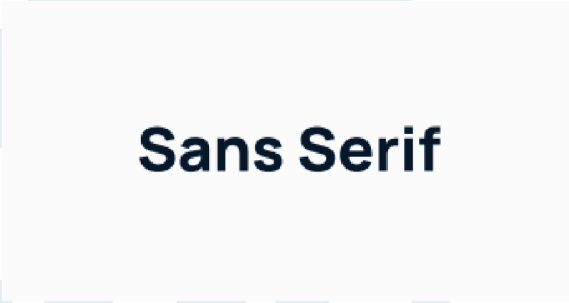
3. *Typeface Category*

Typeface category, setiap huruf *typeface* memiliki karakteristik unik dan mudah dikenali, karakteristik ini mengkategorikan berbagai jenis huruf dan keluarga jenis huruf (Beaird, 2010, h.132). *Typeface category* yang umum dikenal dan digunakan oleh Desainer Web adalah jenis huruf *Sans Serif* untuk jenis huruf utama untuk membaca. Jenis *typeface script*, *calligraphy*, atau *handwritten* terutama untuk dekorasi, tidak pernah digunakan sebagai jenis huruf utama untuk membaca (Filipiuk, 2021, h.55). Dengan ide ini, konsep ideal kategori jenis huruf adalah selalu memilih yang memiliki *legibility* dan

readability yang tinggi, dan *sans serif* atau serif sesuai dengan persyaratan tersebut tetapi membutuhkan konteks penggunaan yang berbeda.

B. *Sans Serif*

San Serif memiliki nuansa yang jauh lebih bersih dan kontemporer, yang digunakan untuk judul dan mengkombinasikan bodi teks serif (Beaird, 2010, h.135). *Font Sans Serif* adalah jenis *font* yang paling umum digunakan dalam desain web saat ini. *Font* ini hampir selalu tepat digunakan untuk teks isi atau judul. (Filipiuk, 2021, h.55). *Sans serif* memiliki keseimbangan dari bentuk, *legibility* dan *readability*.



Sans Serif

Gambar 2.20 Contoh *Sans Serif Typeface*
Sumber: Filipiuk (2021)

C. *Serif*

Serif memiliki nilai tradisional dan sejarah, tetapi salah satu kegunaannya adalah bodi teks konten *website*. *Serif* membuktikan untuk meningkat *legibility* untuk balok teks yang Panjang (Beaird, 2010, h.133). Sedangkan *Serif* pilihan cocok untuk bodi teks yang panjang seperti halaman artikel atau *blog* pada situs web (Filipiuk, 2021, h.55). *Serif* bisa menjadi pilihan cocok untuk kebutuhan isi konten teks panjang dalam *website*.

Serif

Gambar 2.21 Contoh *Serif Typeface*
Sumber: Filipiuk (2021)

D. *Script*

Script, *Calligraphy* atau *Handwritten* bisa menggambarkan nilai kemanusiaan dalam *website*, tetapi ada kekurangan seperti susah dibaca, *alignment* dan *spacing* yang susah (Beaird, 2010, h.137). Di sisi lain, *Script* harus dihindari untuk kegunaan utama seperti bodi teks atau judul, karena kesulitan membaca bisa tergantung kesetiap populasi pengguna yang luas (Filipiuk, 2021, h.55). Maka dengan ini, penulis harus mempertimbangkan pengguna *Typeface* berjenis *script*.

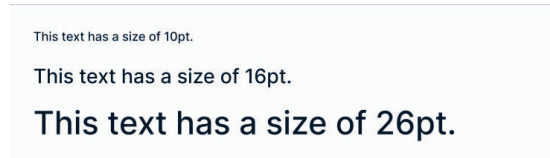
Script

Gambar 2.22 Contoh *Script Typeface*
Sumber: Filipiuk (2021)

4. *Font Size*

Font size atau skala *font* adalah nilai yang dapat ditambah atau dikurangi untuk mengubah ukuran *font*. Fungsi *type scale* adalah untuk ukuran dasar teks agar mudah dibaca oleh pengguna situs web. Saat bekerja dengan tipografi, pemilihan skala *font* dimulai dari ukuran teks isi yang mudah dibaca

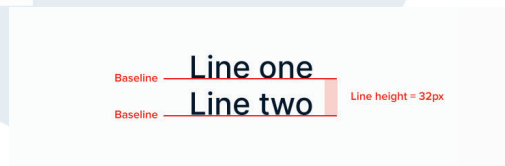
(Filipiuk, 2021, h.59). Dengan ide ini, ukuran *type scale* standar yang terbaik bisa 16pt atau 17pt untuk ukuran dasar teks.



Gambar 2.23 Contoh *Type Scale*
Sumber: Filipiuk (2021)

5. *Line Height*

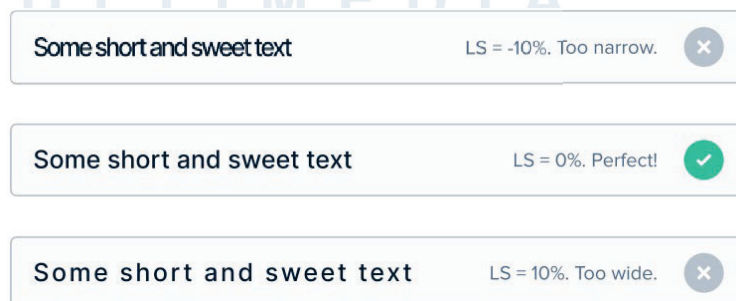
Line Height adalah jarak vertikal antara baris teks berikutnya. Teks dengan nilai tinggi baris yang seimbang akan lebih mudah dibaca untuk isi teks utama (Filipiuk, 2021, h.64). Ide utama *line height* yaitu melengkapi *readability* antara teks bodi yang panjang dan padat.



Gambar 2.24 Contoh *Line Height* Huruf
Sumber: Filipiuk (2021)

6. *Letter Spacing*

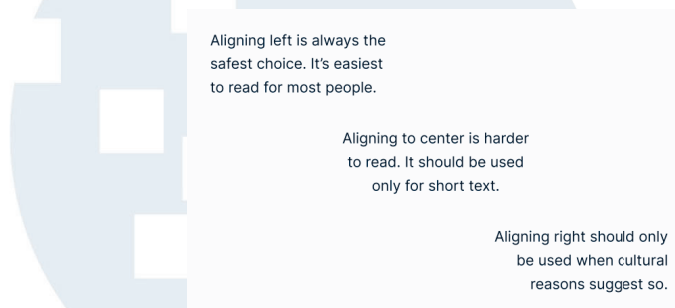
Letter spacing atau *tracking* adalah spasi, ruang atau jarak antara huruf di dalam teks. Jarak antara huruf yang tepat bisa membantu keterbacaan teks (Filipiuk, 2021, h.67). Dengan ide ini, harus memiliki keseimbangan antara jarak, tergantung pada ukuran *font* dan jenis *typeface*.



Gambar 2.25 Contoh *Letter Spacing* Huruf
Sumber: Filipiuk (2021)

7. Text Alignment

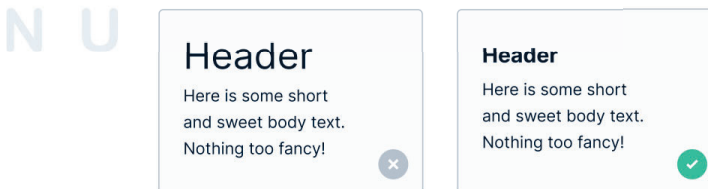
Text alignment adalah ciri khas bagaimana pengguna besar membaca sebuah teks, seluruh populasi besar manusia biasa membaca teks dari kiri ke kanan. Tetapi bukan artinya mutlak, karena setiap kebiasaan dan budaya memiliki ciri khas membaca teks berbeda, seperti dari kanan ke kiri (Filipiuk, 2021, h.69). Ide besar *text alignment* harus memperhatikan populasi besar pengguna yang akan membaca konten dalam *website*.



Gambar 2.26 Contoh *Text Alignment*
Sumber: Filipiuk (2021)

8. Font Weight

Font weight adalah salah satu cara untuk membangun hierarki dalam konten. *Font size* bukan satu cara untuk membangun hierarki dalam desain, sehingga *typeface* dengan berbagai gaya dapat mencapai hierarki dalam konten hanya dengan menggunakan ketebalan yang lebih tinggi, seperti *bold* atau *semi-bold*. (Filipiuk, 2021, h.73). Ide besar *font weight* adalah cara membuat manusia secara natural melihat judul penting dahulu sebelum membaca isi konten panjang.



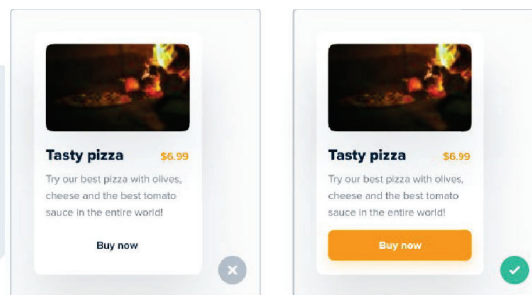
Gambar 2.27 Contoh *Text Alignment*
Sumber: Filipiuk (2021)

2.2.2.5 Buttons

Menurut Filipiuk (2021, h.121) *buttons* atau tombol adalah elemen interaktif yang pengguna untuk melakukan tindakan tertentu, biasanya dengan fungsi/nama/ikon yang jelas. Situs web akan meminta pengguna untuk melakukan suatu tindakan, baik itu menavigasi halaman atau bagian, mengakses akun, atau memesan makanan. Tombol dapat dikategorikan berdasarkan tampilan, ukuran, dan warnanya. Sangat penting agar tombol menonjol sehingga mudah ditemukan.

1. Call To Action (CTA)

Menurut Filipiuk (2021) *Call-To-Action* atau sering disingkat *CTA* dirancang untuk mendorong pengguna *website* melakukan tindakan spesifik setelah mengkliknya. *CTA* umum ditemukan di halaman beranda (*landing page*). Tombol *CTA* dirancang agar menonjol bagi pengunjung, dengan menggunakan warna dasar untuk mencapai hal ini, dan menambahkan efek seperti bayangan (h.122).



Gambar 2.28 Contoh *CTA Buttons*
Sumber: Filipiuk (2021)

CTA (Call to Action) atau ajakan bertindak untuk situs web sering dirancang untuk pembelian, pendaftaran dan registrasi. Berbagai penggunaan ini dapat berupa kata kerja yang jelas dan berorientasi pada tindakan untuk mengarahkan pengunjung menuju tujuan tertentu seperti membeli tiket atau merencanakan kunjungan yang biasanya terlihat seperti tombol

dengan kontras tinggi dan menggunakan nilai untuk mendorong konversi.

2. *Primary Button*

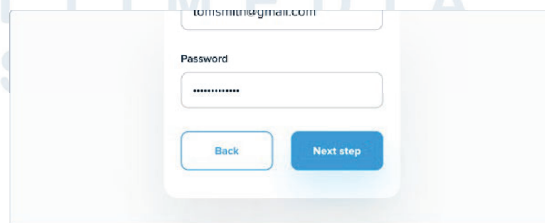
Menurut Filipiuk (2021) *Primary button* atau tombol primer membantu pengguna menggunakan produk dan melakukan tindakan untuk mereka, tidak seperti tombol *CTA* yang meminta pengguna untuk bertindak. Contoh fungsi tombol primer adalah tombol lanjutan akan mengarahkan pengguna ke halaman berikutnya atau menyelesaikan formulir, dan tombol Unduh akan mengunduh file (h.123).



Gambar 2.29 Contoh *Primary Buttons*
Sumber: Filipiuk (2021)

3. *Secondary Button*

Menurut Filipiuk (2021) *Secondary buttons* atau tombol sekunder, tombol-tombol ini dapat berfungsi sebagai tombol kembali atau batal. Ini bukanlah tindakan yang kami anjurkan untuk dilakukan pengguna, tetapi mereka mungkin tetap ingin melakukannya. Tombol sekunder sering muncul di dalam formulir bersamaan dengan tombol primer. Tombol-tombol ini memudahkan pengguna untuk kembali dan mengedit beberapa informasi jika mereka salah memasukkannya, misalnya (h.124).



Gambar 2.30 Contoh *Secondary Buttons*
Sumber: Filipiuk (2021)

4. *Tertiary Button*

Menurut Filipiuk (2021) *Tertiary Button* atau tombol tersier adalah tombol yang situasional, tidak seperti tombol sekunder atau primer. Contoh *share*, *save*, *read more*, dan lain-lain, menyediakan opsi dengan visibilitas rendah untuk tindakan pendukung atau opsional di situs web museum. Dirancang untuk menghindari gangguan dari tindakan prioritas tinggi, tombol-tombol ini sangat cocok untuk interaksi tambahan seperti lihat peta, baca selengkapnya, atau *filter* (h.125).



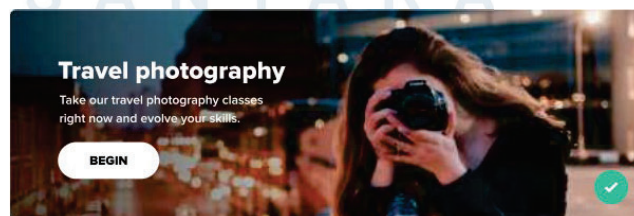
Gambar 2.31 Contoh *Tertiary Buttons*
Sumber: Filipiuk (2021)

2.2.2.6 *Imagery*

Imagery atau gambar adalah elemen desain seperti *photography* dan *icon* dalam desain situs web. Peletakan gambar dalam struktur *website* harus strategis, karena dapat memengaruhi pengalaman pengguna *website* membaca halaman (Beaird, 2010, h.153).

1. *Photo*

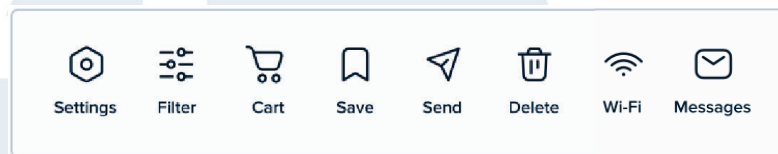
Menurut Filipiuk (2021) *photo* atau foto digunakan untuk mengarahkan pemirsa atau pengguna situs web ke tindakan atau area tertentu. Merupakan praktik umum untuk membuat gambar "mengarah" ke sesuatu. Gambar sering digunakan untuk mengarahkan fokus pengguna ke formulir, tombol, header, atau apa pun yang seharusnya mereka lihat (h.188).



Gambar 2.32 Contoh *Photo*
Sumber: Filipiuk (2021)

2. Icon

Menurut Filipiuk (2021) *Icon* adalah gambar berbentuk simbolis yang memiliki nilai penting untuk tujuan komunikasi. Sebagian besar pengguna situs web "memindai" konten dan tidak membaca setiap bagian-bagiannya (h.163). Icon memiliki gaya visual *Line* dan *Solid*, keunggulan masing-masing antara gaya visual, *Line* memiliki gambaran minimalis dan modern, *solid* untuk kontras tinggi.



Gambar 2.33 Contoh *Icon* Untuk Fungsi
Sumber: Filipiuk (2021)

2.3 User Experience (UX)

Menurut Fikriliyani et al. (2025, h.464), *User Experience* atau pengalaman pengguna adalah persepsi, pengalaman dan perasaan pengguna jika menggunakan sistem operasi. Pengalaman pengguna sistem operasi bisa menentukan kemudahan, kenyamanan, dan kecepatan interaksi dengan sistem operasi. Oleh karena itu, desain visual harus dipertimbangkan karena Pengalaman Pengguna berpusat pada pengalaman pengguna dalam memahami sistem operasi dan perasaan nyaman serta mudah digunakan.

2.3.1 Prinsip UX

Menurut Amanda & Wijaya (2024, h.8), Prinsip *UX* digunakan untuk memastikan produk digital mudah digunakan, mudah dipahami, efisien, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna. *UX* berkaitan dengan bagaimana pengguna berinteraksi dengan situs web navigasi yang mudah, tata letak yang jelas, desain responsif, umpan balik visual, dan peningkatan retensi pengguna.

2.3.2 Information Architecture

Information Architecture mengatur konten untuk lebih terstruktur agar pengguna produk digital memiliki pengalaman yang nyaman, cepat dan tanpa kebingungan (IxDF, 2016). Maka penulis menggunakan *Information Architecture* untuk membantu mengelompokkan konten, proses pencarian konten yang dapat dipahami oleh pengguna.

2.3.3 User Flow

User flow digunakan oleh desainer untuk membantu memvisualisasikan langkah-langkah yang dapat diambil pengguna saat berinteraksi dengan produk digital untuk mencapai tujuan tertentu. Alur pengguna menunjukkan jalur yang dapat ditempuh pengguna dari halaman beranda, interaksi hingga pengambilan keputusan, dan sampai pada hasil akhir yang diinginkan. Dalam *UX*, alur pengguna digunakan untuk membantu dan memahami bagaimana pengguna menavigasi situs web atau aplikasi (IxDF, 2026).

2.3.4 User Journey Map

User journey map memvisualisasikan perjalanan pengguna saat mereka menggunakan produk dari waktu ke waktu. Menurut IxDF (2024), *user journey map* menggambarkan tentang bagaimana pengguna berinteraksi dengan sistem berbagai saluran yang menghasilkan pengalaman. Pengalaman tersebut akan membantu mengidentifikasi kelemahan dan peluang pada pengembangan desain.

2.3.5 Wireframing

Wireframe digunakan untuk membantu desainer menyusun dan mengatur alur interaksi pengguna saat menggunakan produk digital. Menurut IxDF (2025), *Wireframe* adalah bagian tahap *low fidelity*, desainer bisa eksplorasi ide, pengujian konsep awal, dan komunikasi desain sebelum memasuki tahap pengembangan *high fidelity*.

2.3.6 Prototyping

Prototyping adalah prototipe model produk digital yang dikembangkan dari waktu ke waktu sebelum menjadi produk akhir. Prototipe membantu mengurangi risiko kesalahan desain, sehingga menghasilkan waktu pengembangan yang lebih efisien. Prototipe digunakan untuk mengidentifikasi masalah kegunaan, menguji alur interaksi, dan mengumpulkan umpan balik pengguna sebelum proses terakhir dimulai. Tahapan prototipe dimulai dari *low-fidelity* hingga *high-fidelity* (IxDF, 2015).

2.3.7 User Testing

User Testing atau pengujian kegunaan adalah tahap untuk mengungkap masalah yang tidak teridentifikasi, mengidentifikasi fitur yang benar-benar dibutuhkan pengguna, dan menghilangkan elemen yang tidak perlu dari produk digital. Keterlibatan pengguna yang alami dan langsung membantu menjaga desain tetap fokus pada kebutuhan pengguna, sehingga menghasilkan produk yang ramah pengguna (IxDF, 2015).

2.4 Museum

Museum adalah lembaga pelestarian dengan koleksi artefak yang beragam, mulai dari budaya manusia hingga alam, yang kemudian dikumpulkan menjadi koleksi yang terbuka untuk umum. Museum bertugas untuk memperoleh, melestarikan, dan memamerkan koleksi untuk penelitian, pendidikan publik, dan pariwisata. Dengan demikian, museum memainkan peran penting dalam melestarikan dan menyebarluaskan peninggalan sejarah atau ruang alam, mengubahnya menjadi narasi kehidupan sehari-hari (Bunari *et al.*, 2025).

2.4.1 Fungsi Museum

Museum adalah lembaga yang menyimpan, memelihara, dan menjaga benda atau lokasi yang diciptakan oleh budaya manusia, alam, dan lingkungan untuk melestarikan dan melindungi warisan budaya. Museum merupakan sarana pendidikan, penelitian, pelestarian budaya, dan rekreasi bagi masyarakat (Sihole *et al.*, 2023).

2.4.1.1 Edukasi

Menurut Sihole et al (2023) Museum sebagai sarana pelajaran edukatif untuk masyarakat. Pengunjung memperoleh materi edukatif kunjungan langsung dari pameran koleksi, memperoleh pengetahuan media informasi seperti papan, *audio*, interaktif dan *video*. Museum juga memberi jasa pengamatan koleksi dengan tur berpandu, meningkatkan pemahaman, minat belajar, dan kemampuan berpikir kritis pengunjung.

2.4.1.2 Konservasi

Menurut Sihole et al (2023) Museum berfungsi sebagai pelestarian momen bersejarah atau benda-benda berharga untuk melestarikan warisan budaya dan alam. Museum menyimpan, mencatat, mengelola, dan merestorasi koleksinya untuk melindunginya dari kerusakan. Hal ini memastikan bahwa koleksi museum dapat terus digunakan sebagai sumber informasi dan pengetahuan bagi generasi mendatang.

2.4.1.3 Penelitian

Menurut Sihole et al (2023) Sebagai pusat penelitian, koleksi museum dapat digunakan sebagai bahan penelitian untuk menambah pengetahuan tentang sejarah, budaya, dan perkembangan masyarakat. Selain itu, museum juga dapat berfungsi sebagai bahan penelitian untuk meningkatkan keterlibatan pengunjung, konservasi, sehingga memberikan dasar untuk pengembangan dan peningkatan museum.

2.4.1.4 Rekreasi

Menurut Sihole et al (2023) Museum juga termasuk destinasi wisata budaya. Museum selain memberi hiburan dan pengetahuan kepada pengunjung juga memberi fasilitas yang nyaman untuk dikunjungi. Fasilitas bisa termasuk tempat parkir, restoran, *merchandise*, dan lain-lain.

2.4.2 Jenis Museum

Menurut Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman (2012). Museum dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis koleksi yang dimilikinya dan tingkat kedudukannya. menjelaskan bahwa museum di Indonesia dibagi menjadi museum umum dan museum khusus. Lebih lanjut, berdasarkan tingkat kedudukannya, museum dibagi menjadi museum nasional, provinsi, dan lokal (swasta) (h.13).

2.4.2.1 Jenis Museum

Berikut terdapat penelitian dan perancangan relevan sebelumnya yang ditemukan berkaitan dengan Museum Batik Danar Hadi. Penelitian dan perancangan akan memperdalam dan mengangkat jenis topik media yang berbeda

1. Museum Umum

Museum umum adalah museum yang memiliki beragam topik dalam koleksinya, bukan topik spesifik. Topik-topik ini dapat beragam, seperti sains, sejarah, budaya, dan lingkungan, dalam satu museum (Direktorat Pelestarian Warisan Budaya dan Museum, 2012, h.13).

2. Museum Khusus

Museum khusus adalah museum yang berfokus pada satu bidang dan tema tertentu. Museum yang sesuai dengan kriteria ini umumnya memiliki koleksi yang sangat spesifik dan lebih mendalam daripada museum umum (Direktorat Pelestarian Warisan Budaya dan Museum, 2012, h.13).

2.4.2.2 Pengelola

Menurut Museum Direktorat Pelestarian Warisan Budaya dan Museum (2012), dapat dikelola oleh pemerintah atau sektor swasta. Penyelenggara museum dapat berupa pemerintah pusat, pemerintah

daerah, yayasan, atau organisasi swasta yang bertanggung jawab atas pengelolaan museum. Manajer museum bertanggung jawab untuk mengkurasi, mengumpulkan, meneliti, menyimpan, memelihara, dan mempresentasikan koleksi kepada publik (h.14).

2.4.3 Museum Batik Danar Hadi

Dari segi fungsi dan jenisnya, Museum Batik Danar Hadi memiliki peran dalam bidang konservasi sekaligus edukasi. Tetapi Institusi menjalankan fungsi konservasi yang mencakup penyimpanan, pendokumentasian, dan pengelolaan koleksi. Fungsi museum jika dikaitkan dengan pengalaman dan tujuan berkunjung, yaitu fungsi edukasi. Menurut Putri (2022, h.9), museum ini bermula dari upaya pelestarian dan pengembangan oleh penemu H. Santosa untuk kerajinan seni dan budaya batik. Beliau memahami apresiasi terhadap apresiasi masyarakat terhadap seni dan budaya Indonesia berkurang, maka fungsi pengembangan adalah sarana pendidikan kerajinan seni dan budaya batik untuk masyarakat.

Museum Batik Danar Hadi dikategorikan sebagai museum khusus karena berfokus pada satu bidang koleksi yaitu tekstil dan budaya batik. Koleksinya yang dikurasi berdasarkan periode sejarah dan pengaruh budaya seperti Batik Keraton, Batik Belanda, Batik Cina, batik Indonesia, serta kreasi batik Danar Hadi sendiri. Dari segi pengelolaan, museum ini dikelola oleh Danar Hadi, perusahaan swasta dan merupakan bagian dari kompleks House of Danar Hadi di Kota Surakarta.

2.5 Penelitian yang Relevan

Berikut terdapat penelitian dan perancangan relevan sebelumnya yang ditemukan berkaitan dengan Museum Batik Danar Hadi. Penelitian dan perancangan akan memperdalam dan mengangkat jenis topik media yang berbeda.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Museum Batik Danar Hadi : Upaya	Michelle Liauw	Penelitian ini menghasilkan	Perancangan ini terletak pada

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
	Pelestarian Dan Promosi Batik		strategi promosi digital untuk Museum Batik Danar Hadi sosial media seperti Instagram untuk meningkatkan minat dan kunjungan generasi muda ke museum.	integrasi konsep pelestarian budaya batik dengan strategi pemasaran digital berbasis Instagram pendekatan <i>Design Thinking</i> dan model <i>AIDA</i> untuk meningkatkan keterlibatan generasi muda dengan Museum Batik Danar Hadi.
2.	Penerapan Virtual Reality Sebagai Media Pengenalan Batik	Rayyan Hanugrah, Devi Afriyantari Puspa Putri	Perancangan ini menghasilkan aplikasi Museum Batik Danar Hadi Virtual Reality berbasis Android yang menyediakan fitur museum virtual,	Perancangan ini penerapan teknologi <i>Virtual Reality</i> sebagai media untuk memperkenalkan batik dalam lingkungan Museum Batik Danar Hadi. Membuat lingkungan tiga dimensi dan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
			informasi motif batik, permainan edukatif, dan media pembelajaran batik.	interaktif <i>VR</i> , sehingga pengguna dapat mempelajari motif, filosofi, sejarah, dan proses pembuatan batik dari pada media konvensional.
3.	Perancangan <i>Video Company Profile</i> Museum Batik Danar Hadi Solo Sebagai Media Promosi	Rum Atarsa Eza Faturahman	Perancangan ini adalah produksi video <i>Company Profile</i> Museum Batik Danar Hadi Solo, media promosi ini berupa audiovisual yang menyajikan profil museum, sejarah, koleksi batik, dan kegiatan	Perancangan ini desain media promosi berupa video profil perusahaan. Video tersebut menyajikan informasi tentang sejarah, koleksi, dan kegiatan museum dalam format audiovisual yang dapat disebarluaskan sesuai dengan perkembangan teknologi internet dan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
			wisata edukatif untuk meningkatkan promosi dan kunjungan wisatawan.	perangkat digital, sehingga dapat disebarluaskan YouTube, Instagram, Facebook, <i>smartphone</i> , <i>website</i> , dan media digital lainnya.

Dari tiga studi penelitian sebelumnya, media lebih diarahkan untuk mempromosikan Museum Batik Danar Hadi dan pelestarian warisan budaya batik dengan menggunakan koleksi museum sebagai merek pendukung berbagai media digital. Oleh karena itu, kebaruan penelitian penulis terletak pada media informasi *website* yang menjadi pusat informasi Museum Batik Danar Hadi. *Website*, yang menyediakan informasi koleksi batik di dalam museum, fasilitas, operasional, dan pembelian tiket untuk pengunjung. Dalam penelitian sebelumnya tanpa perlu unduh aplikasi, sehingga mudah diakses oleh generasi muda.

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