

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Website

Menurut Bekti (2015) *website* terdiri dari beberapa kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan teks, gambar, informasi, gambar bergerak (animasi) atau tidak bergerak, suara atau bisa gabungan antara semua yang hasilnya akan membentuk satu rangkaian perangkat saling terkait akan dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. Sedangkan menurut Ippho Santoso dalam Rahmadi (2013) *website* terbagi menjadi 2 golongan yaitu *website* dinamis dan *website* statis. *Website* statis konten dalam *website* halamannya tidak berubah-ubah. Untuk *website* dinamis tampilan strukturnya dituju untuk sering melakukan *update*. *Website* dapat disimpulkan sebagai media informasi yang dapat menampilkan beberapa gabungan teks dan gambar disberbagai jaringan halaman. Untuk konten dalam *website* dapat bersifat tetap dan dilakukan pembaruan.

A. Prinsip Website

Dalam buku desain web (Ino Sulistiani, 2018), perancangan *website* yang baik dan efektif diperlukan desain kualitas atau karakteristik dari berbagai prinsip website meliputi keseimbangan, kontras, konsistensi, dan ruang kosong (h.15).

1. Keseimbangan

Keseimbangan dalam *website* merupakan hasil susunan beberapa elemen dalam satu halaman situs yang memerlukan pertimbangan bobot visual setiap elemen. Elemen tersebut lebih ke ukuran objek, kepadatan detail dan tekstur. Objek dalam halaman *website* perlu dipertimbangkan dengan objek lainnya agar ukuran besar kecilnya elemen objek warna, bentuk, posisi dapat mempengaruhi keseimbangan tampilan (h.15-16).

2. Kontras

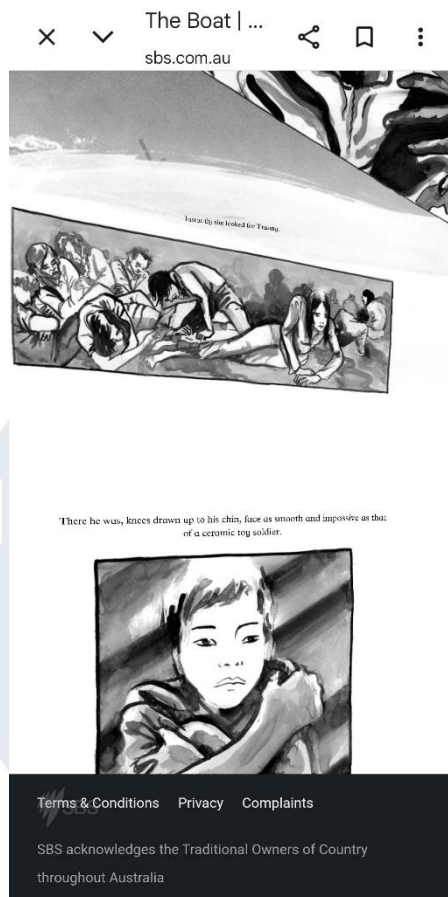
Kontras pada *website* akan memberikan berkesan dan menarik perhatian melalui visual berbeda yang ditampilkan. Namun perlu pertimbangan pada kontras objek dengan *background* agar informasi atau elemen visual tidak bertabrakan dengan latar yang sama, akan lebih terlihat jelas (h. 18).

3. Konsistensi

Konsisten dalam *website* berguna untuk mempermudah user menjelajahi *website*, dengan langsung mengetahui arah tujuan button saat *user* menggunakannya. Konsisten terletak pada navigasi, *margin*, *layout*, warna, huruf, termasuk tampilan desain *website*. Konsistensi sangat efektif sebagai bangun *brand* meliputi logo, atribut, warna, layanannya untuk memberi identitas ciri khas pribadi, perusahaan atau organisasi (h. 19).

4. Ruang Kosong

Penggunaan ruang kosong (*white space*) pada *website* berguna sebagai elemen tempat istirahat bagi mata atau ruang bernafas, sehingga ruang kosong dapat ditemukan antara *layout*, teks paragraf, gambar yang dipisahkan. Dengan ruang kosong membantu *user* mengarahkan mata pembaca dari titik satu ke titik lainnya untuk kenyamanan membaca. Keberadaan ruang kosong pada *website* akan memberikan tampilan lebih bersih dan jelas (h. 20-22).



Gambar 2.1 *Whitespace*
Sumber: sbs.com.au

Dalam perancangan *website* dibutuhkan keseimbangan, kontras, konsistensi, dan ruang kosong, agar konten yang diterapkan pada tampilan *website* dapat menyamankan *user* saat menggunakan atau membaca informasi. Prinsip *website* tersebut sangat mendukung keefektifan dalam keseimbangan dalam desain, kontras yang digunakan, konsistensi antara halaman lain serta ruang kosong untuk istirahat mata membaca.

B. Ukuran *Interface*

Dalam buku “*Responsive Web Design with HTML5 and CSS3*” (Ben Frain, 2012), *Device mobile* dapat menampilkan *website* versi desktop dengan cara mengecilkannya, namun pengalaman *user* menjadi kurang

nyaman karena harus sering melakukan *zoom* dan geser layar. Oleh karena itu, diperlukan desain yang lebih adaptif agar konten dalam *website* tetap mudah dibaca dan digunakan.

Pembuatan *website* versi ukuran mobile masih diperlukan, terutama jika membutuhkan fitur atau pengalaman yang berbeda, seperti penggunaan lokasi GPS atau fitur *augmented reality*. Namun, untuk kebutuhan, *responsive design* sudah cukup karena dapat menampilkan konten yang sama dengan cara yang lebih optimal sesuai ukuran layar. Seperti contoh ada elemen yang kurang penting bisa dipindahkan ke bawah atau disembunyikan pada layar kecil, lalu navigasi disesuaikan agar mudah digunakan dengan sentuhan jari, serta ukuran teks diatur agar tetap nyaman dibaca tanpa perlu *zoom*. Hal tersebut perlu diperhatikan pada penempatan posisi yang sudah sesuai bentuk ukuran *mobile* (h. 7-10).



Gambar 2.2 *Website Laptop dan Mobile*
Sumber: <https://www.freepik.com/premium-vector/responsive-website-design...>

1. *Mobile Website*

Tampilan *website* untuk *device mobile* perlu dirancang dengan tampilan yang ringkas atau simple, mudah digunakan melalui sentuhan, serta memiliki teks yang jelas terbaca dan gambar yang sudah dioptimalkan. Biasanya ukuran menggunakan lebar sekitar 360 pixel sebagai acuan dasar karena ukuran tersebut mewakili sebagian besar layar smartphone saat ini. Walaupun terdapat variasi perangkat

yang beragam menyebabkan jenis lebar layar bisa berbeda, biasanya berada antara 320 sampai 480 pixel. Sehingga, desain harus cukup fleksibel agar tetap dapat berfungsi dengan baik (Richard Pennycooke, 2025).

2.1.1 User Experience

User experience merupakan sebuah produk atau media yang diciptakan untuk pengalaman pengguna pada dunia nyata, dengan adanya interaksi pengguna terhadap antarmuka sistem dapat munculnya penilaian berdasarkan pengalaman (Garrett, 2011). Sehingga pendekatan *user experience* memicu pada kenyamanan dan kemudahan selama pengguna berinteraksi dalam sistem. Menurut Don Norman dan Jakob Nielsen, yang dikutip oleh Loranger (2014), *user experience* memerlukan pengalaman tanpa merepotkan untuk memuaskan pengguna, sehingga produk atau media yang di rancang dengan sederhana agar dapat menyenangkan *user* untuk digunakan. *User experience* dapat disimpulkan sebagai pengalaman saat berinteraksi dalam penggunaan media, yang dapat sebagai pertimbangan cara memudahkan, dan memuaskan *user*, terkait produk yang digunakannya.

2.1.1.1 Information Architecture (IA)

Information Architecture (IA) adalah kumpulan bangunan struktur dasar penting dalam merancang sebuah *website* karena berfungsi untuk mengatur struktur dan alur *flow* halaman di dalamnya (Morville, 2006 h.8-11). Fungsi IA membantu menentukan bagaimana informasi disusun agar pengguna tidak bingung saat menjelajahi *website*.



Gambar 2.3 *Information Architecture*

Sumber: <https://slickplan.com/blog/website-information-architecture>

Information architecture berdasarkan desain struktural yang memisahkan *page* pencarian dan navigasi dalam situs *website*. Hal tersebut memberi pengalaman informasi dalam mendukung kemudahan dan kegunaan pencarian (h. 4). Sehingga *information architecture* berguna sebagai struktur pencarian alur dari halaman ke halaman lainnya berdasarkan navigasi yang diterapkan.

2.1.1.2 *Gamification*

Menurut *LearnTech*, gamifikasi adalah proses menerapkan elemen-elemen permainan ke dalam situasi yang bukan media permainan, hal ini bertujuan dengan untuk mendorong perilaku belajar yang lebih positif. Sementara itu, Mariya Gachkova dan Elena Somova (2016) menjelaskan bahwa gamifikasi adalah penggabungan unsur dan teknik permainan ke dalam proses *e-learning*. Gamifikasi konten berarti menggunakan elemen *game* serta cara berpikir seperti dalam permainan pada materi pembelajaran, sehingga penyampaian materi terasa seperti sedang bermain *game*. Permainan yang baik biasanya memiliki alur cerita yang menarik. Karena itu, materi Pelajaran atau bacaan disusun dalam bentuk narasi dan peserta didik diajak ikut berpartisipasi berperan sebagai pemain yang terlibat aktif untuk menyelesaikan cerita tersebut (Ariani, 2020 h.147-148).

Gamifikasi berdasarkan *octalysis framework* dari Yu-kai Chou (2019) *core drives*. Untuk *core drives* terdiri dari 8 yaitu *epic meaning and*

calling merasa bahwa tindakan yang dilakukan memiliki kontribusi penting terhadap suatu misi. *Development and accomplishment* keinginan untuk mencapai tujuan, mengatasi tantangan. *Curiosity and unpredictability* memiliki rasa penasaran untuk melanjutkan. *Ownership and possession* cenderung termotivasi untuk mengembangkan dan mempertahankannya bila ada suatu koleksi. *Social influence and relatedness* interaksi sosial seperti kerja sama. *Scarcity and impatience* ada sesuatu yang langka membuat *user* ingin mendapatkan. *Unpredictability and curiosity* karena ada rasa penasaran terhadap hasil atau peristiwa yang belum diketahui. *Loss and avoidance* termotivasi untuk bertindak agar tidak kehilangan sesuatu yang bernilai (h.25-28). Lalu *player profile* menurut Bartle (1996) memiliki 4 kategori utama yaitu *achievers*, *explorers*, *socializers*, dan *killers* yang berguna dalam gamifikasi, untuk memahami bagaimana cara terbaik untuk menarik dan mempertahankan *user*. *Achievers* (pencapai): tipe tertarik untuk mencapai tujuan dan mendapatkan pencapaian seperti memperoleh poin, level. *Explorers* (penjelajah): Penjelajah suka menjelajahi dunia dalam game atau tertarik untuk mengetahui lebih banyak informasi *lore*. *Socializers* (sosial): lebih yang berfokus pada interaksi sosial. *Killers* (pembunuh): lebih menikmati bersaing dengan pemain lain atau bermain secara *competitor*.

Gamifikasi dapat disimpulkan sebagai elemen desain permainan yang dapat memotivasi pembelajaran menjadi lebih interaktif. Tujuannya meningkatkan aktivitas bosan menjadi lebih menyenangkan. Gamifikasi bisa dikatakan menjadikan media lebih aktif untuk digunakan *user*.

2.1.2 *User Interface*

Media digital selalu terdapat *user interface* dan *user experience* yang berguna untuk mempermudah dalam penggunaan suatu media digital. Penerapan UI/UX dalam *website* memberi keseimbangan dari yang telah disediakan dan juga apa yang dibutuhkan (Getto & Cao, 2016). Penerapan UI/UX dapat membantu

perancangan tampilan *website* berikut merupakan kelengkapan lebih dalam mengenai *user interface* dan *user experience*.

Menurut Rouse (2015), *user interface* merupakan sarana bagi pengguna dalam mengendalikan sistem maupun *output* sebagai sistem umpan balik menginformasikan kepada pengguna. Jadi secara umum *user interface* terdiri dari beberapa elemen grafis yang berfungsi sebagai sarana interaksi dalam media digital. *User interface* merupakan satu bagian penting dalam perancangan berbasis digital untuk mempermudah pengguna mendapatkan informasi yang tertampil pada layar. Dengan *user interface* yang baik, dapat menghubungkan antara pengguna dengan sistem agar pengopersikan komputer tersebut tercapai.

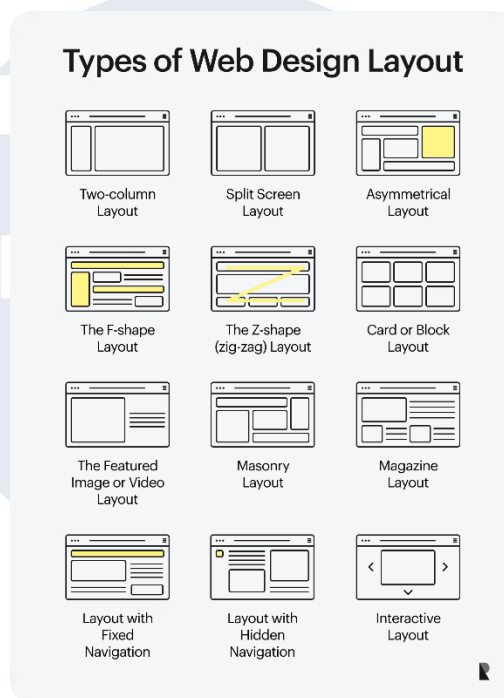
Menurut Joseph Dumas dan Janice Redish (1999) *usability* termasuk bagian penting dalam *user interface website* sebagai pengukur tingkat kemudahan pengalaman interaksi dalam suatu media baik *website*, *mobile*, *software*, aplikasi dll. Secara umum *usability* mengacu pada kepuasan pengguna terhadap mempelajari interaksi penggunaan suatu produk atau media.

User interface dapat dikatakan sebagai jembatan penghubung pengguna dengan sistem, melalui interaksi pada pengalaman penglihatan tata letak, warna, teks bacaan, yang mudah. Sehingga UI UX saling terhubung meningkatkan, fungsional, kenyamanan saat menggunakan media dan mendukung pengalaman yang optimal untuk menghasilkan kepuasan *user*.

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

2.1.2.1 Layout

Menurut (Schlatter & Levinson, 2013, h. 103) *layout* merupakan penempatan elemen pada struktur *website* agar dapat dipahami dan dimengerti oleh pengguna ketika melihat tataletak yang tersusun pada antarmuka desain.



Gambar 2.4 Tipe-tipe *Layout Website*

Sumber: <https://www.ramotion.com/blog/web-design-layout-guidelines/>

Layout berfungsi memperkuat hirarki visual yang konsisten pada *website* dalam membantu pengguna menavigasi dengan mengetahui Dimana dan kapan harus lihat pada halaman web. Terdapat prinsip desain mengenai *layout* agar menimbulkan desain mudah dipahami yaitu *proximity*, *scale* dan *alignment*.

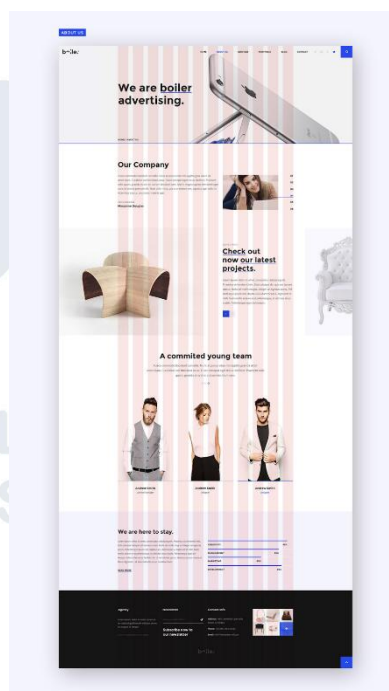
Proximity adalah posisi penempatan suatu tombol yang berada pada satu grup elemen, bila posisi tombol tidak jelas maka pengguna akan sulit menentukan golongan yang sesuai terhadap tombol tersebut. *Scale* merupakan prinsip dalam pengukuran elemen dengan elemen lainnya pada ruang desain secara keseluruhan, maka ada hubungannya dengan *visual*

weight, makna suatu objek dan hirarki dalam *interface*. *Alignment* merupakan penempatan suatu elemen meliputi teks, gambar diberbagai struktur atau pola tertentu pada halaman yang membantu pengguna dalam membaca informasi melalui pergerakan arah mata saat mencari halaman. Pola yang umum digunakan antara lain pola F (*F-pattern*) dan pola Z (*Z-pattern*) (Karla Hogan, 2024 h.4).

Secara keseluruhan *layout* dapat disimpulkan menjadi sebuah estetika kenyamanan pada tampilan, dari pengaturan tata letak meliputi teks, *button*, gambar, agar tersusun secara terstruktur. Hal tersebut meningkatkan pengalaman pengguna melalui navigasi mudah, informasi tersampaikan dengan jelas.

2.1.2.2 *Grid*

Grid merupakan garis yang membagi suatu bidang bagian *horizontal* dan *vertical* yang digunakan sebagai struktur penempatan elemen visual, gambar atau teks lebih terarah dan tersusun rapi.

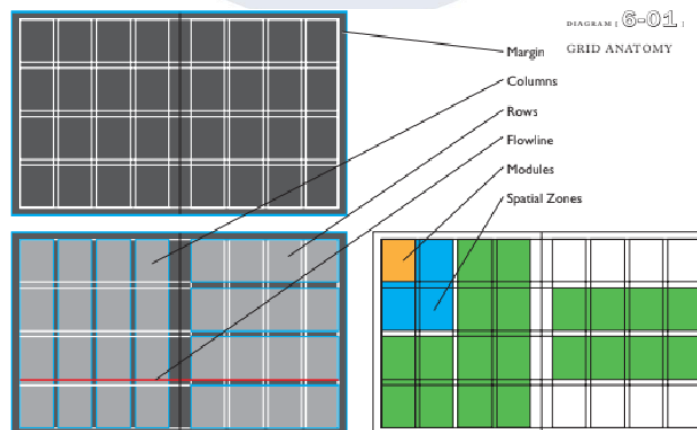


Gambar 2.5 *Grid Website*

Sumber: <https://www.flux-academy.com/blog/how-to-use-a-grid-in-web-design>

Grid berfungsi menentukan aturan elemen pada *layout* meliputi *margin*, *columns*, *flowlines*, *modules*, *zones*. Berbagai elemen tersebut berguna sebagai pandangan alur terhadap halaman dan kenyamanan membaca terhadap visual, kerapian serta meningkatkan *readability* (Schlatter & Levinson, 2013 h. 112-114).

Terdapat 3 prinsip dasar *layout* yang penting bagi *interface* yaitu hirarki, konsistensi, dan *personality*. Hirarki pada *layout* penting bagi pengguna terhadap bagian mana yang perlu dilihat terlebih dahulu sebagai urutan mengelolah informasi. Konsistensi sebagai memastikan pengguna terbiasa mengenal tataletak elemen pada suatu media web atau aplikasi, agar memudahkan pengguna cara kerja *interface* tanpa mempelajarinya terlalu lama. Melalui desain *layout*, *personality* akan muncul terhadap terbiasanya dalam penggunaan suatu web atau aplikasi, sehingga pengguna memperkuat pandangan identitas dari *layout interface* tersebut (Schlatter & Levinson, 2013 h. 4, 34, 54).



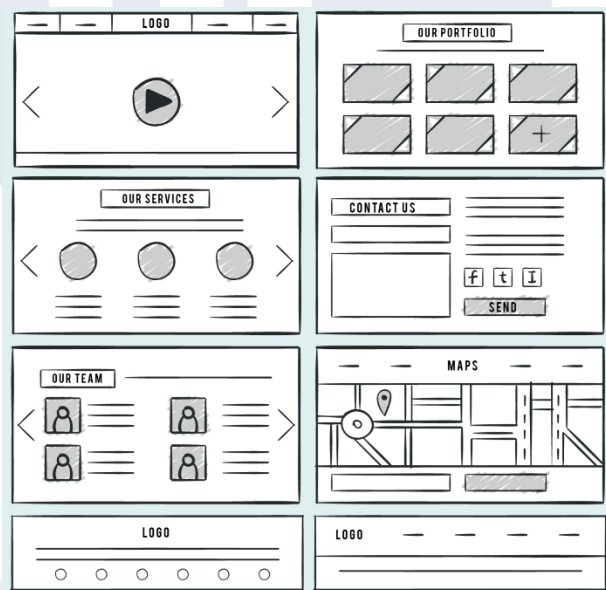
Gambar 2.6 Anatomi *Grid*
Sumber: Landa (2010)

Grid dapat disimpulkan sebagai struktur penting dalam perancangan *layout*. Dengan *grid*, elemen visual seperti teks dan gambar lebih tersusun rapi dan terarah. Berdasarkan pengaturan *margin*, *columns*, *flowlines*, *modules*, dan *zones* berguna meningkat kenyamanan membaca. Selain itu

penerapan prinsip dasar *grid* (hirarki, konsistensi, dan personaliti) dapat membangun *interface* lebih efektif.

2.1.2.3 Wireframe

Wireframe Menurut (Chaffey, 2011, h.609) merupakan gambaran awal terhadap kerangka halaman web, yang bertujuan untuk menyusun konten sesuai struktur *layout* beserta navigasi. *Wireframe* berguna dalam menentukan hirarki informasi pada sebuah desain untuk mempermudah penyusunan konten dan pengalaman pengguna dapat sesuai dengan model informasi yang diinginkan.



Gambar 2.7 Wireframe

Sumber: <https://mockflow.com/glossary/Wireframes>

Rancangan *wireframe* biasanya bersifat hitam putih dengan susunan kotak, ketebalan yang menggambarkan elemen foto maupun susunan teks untuk digunakan mengartikan fungsional konten dalam satu halaman *website*. Sehingga *wireframe* dapat dikatakan sebagai sketsa bentukan awal beberapa halaman web, untuk penyusunan *layout* dan navigasi. Rancangan *wireframe* berguna untuk berfokus pada struktur, *space*, dan *usability*.

2.1.2.4 Controls & Affordance

Affordance adalah kesan muncul saat melihat atau menggunakan suatu tombol atau fitur di layar. Misalnya, langsung mengetahui bahwa kalau tombol tersebut dapat diklik, *slider* bisa digeser, atau ikon bisa disentuh. Jadi, *affordance* membantu pengguna memahami cara memakai sebuah tampilan tanpa perlu dijelaskan panjang lebar. Elemen ini menjadi penghubung antara pengalaman pengguna (*user experience*) dan desain visual. Bentuk dan tampilan suatu tombol biasanya sudah memberi “petunjuk” tentang bagaimana cara menggunakannya (Schlatter & Levinson, 2013 h.267).

Secara umum, ada tiga jenis *controls* dan *affordances*. Pertama, *navigation controls*, yaitu tombol yang membantu pengguna berpindah dari satu halaman atau ke bagian lainnya. Kedua, *manipulation controls*, yaitu tombol atau fitur yang memungkinkan pengguna memilih, mengubah, atau mengatur informasi. Ketiga, *information display controls*, yaitu fitur yang digunakan untuk menampilkan atau membuka informasi ketika pengguna memintanya (h.269).

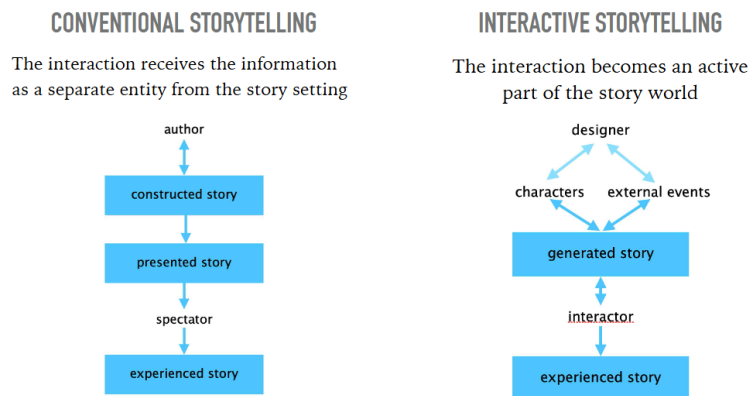
Controls and affordance penting dalam desain antarmuka karena berfungsi membantu *user* memahami tombol atau fitur tanpa penjelasan panjang. *Affordance* memberikan tanda visual dalam penggunaan antara pengalaman dan tampilan yang dirancang. Sehingga navigasi, *control*, yang sesuai menjadi mudah, komunikatif, efektif untuk kenyamanan *user*.

2.1.3 Interactive Storytelling

Interactive storytelling adalah proses naratif cerita yang melibatkan pengguna dan sistem untuk berinteraksi melalui pilihan atau tindakan, maka sistem akan berproses hasil input yang berupa kelanjutan narasi, sehingga alur cerita akan berjalan karena dipengaruhi tindakan interaksi pengguna (Crawford, 2005, h.29-30). Menurut Smed dkk. (2021, h.4) alur penceritaan memiliki perbedaan visualisasi antara *conventional storytelling* dan *interactive storytelling*. Gambar

dibawah berikut akan menampilkan perbedaan *conventional storytelling* dengan *interactive storytelling*.

CONVENTIONAL VS INTERACTIVE STORYTELLING

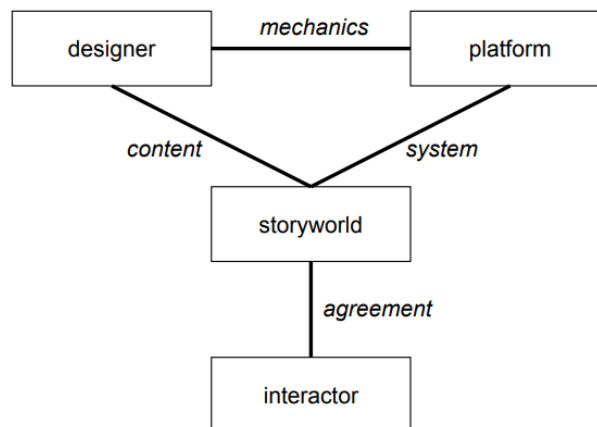


Gambar 2.8 *Conventional Storytelling* dan *Interactive Storytelling*
Sumber: Marta Brescia-Zapata (2022)

Gambar 2.8 menjelaskan bahwa *conventional storytelling* memiliki interaksi terbatas pada pengguna dan cerita, dikarenakan cerita sudah lengkap tersedia dan disediakan kepada audiens (*spectator*) hasilnya setiap pengguna akan mengalami cerita yang sama. Sedangkan *interactive storytelling* terdapat *interactor* yang berperan sebagai pelaku dalam cerita melalui interaksi maka alur cerita akan muncul, sehingga pengalaman pengguna terhadap cerita dapat berbeda.

Interactive storytelling lebih bertuju pada pengguna dengan cara merespon, simulasi dan tindakan yang dipilih dari sebuah cerita maka hasil alur akan berjalan berdasarkan pilihan pengguna. Sehingga *interactive storytelling* merupakan pengalaman bermain secara *real time* yang disesuaikan oleh kebutuhan pengguna untuk memberi rasa kendali terhadap *feedback* permainan. Tujuan akhir interaktivitas dalam cerita yaitu memungkinkan pengguna dapat memperoleh hasil yang berbeda atau personal sesuai pemilihan pada cerita tersebut (Sundar, 2007).

Menurut Smed dkk. (2021, h.4) *interactive storytelling* terdapat elemen *interactor*, *narrative*, dan *interaction*. Pada *setting storyworld*, desainer menerapkan karakter, properti, serta rangkaian peristiwa yang berada diluar pengguna. *Interactor* berperan dalam memunculkan alur cerita dengan pilihan yang tersedia sehingga *interactor* berinteraksi dalam menjalani *storyworld*.



Gambar 2.9 Peran *Interactor* sebagai *Partakers*
 Sumber: *Handbook on Interactive Storytelling* (2021)

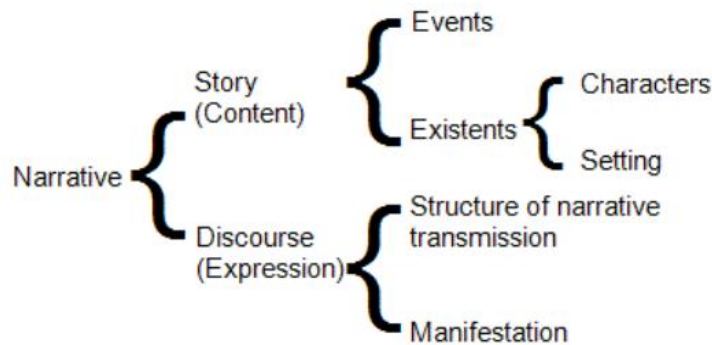
Dalam *interactive storytelling* ada 2 tipe peserta inti (*partaker*) yang berahli dalam *interactive storytelling*, yaitu desainer yang membuat karya konten dan *interactor*, secara utama berperan sebagai *partaker* yang mengalami sebuah cerita saat narasi cerita tersebut dimainkan.

Dapat disimpulkan bahwa *interactive storytelling* merupakan bentuk penceritaan yang melibatkan interaksi aktif antara pengguna (*interactor*) dan sistem, di mana alur cerita berkembang berdasarkan pilihan dan tindakan pengguna. Berbeda dengan *conventional storytelling* yang bersifat linear dan menghasilkan pengalaman yang sama bagi setiap audiens, *interactive storytelling* memungkinkan munculnya alur dan hasil cerita yang berbeda sesuai respons pengguna.

2.1.3.1 *Interactor*

Interactor memiliki pandangan peran tiga fungsi dalam sebuah cerita, yaitu dengan membangun latar, mengungkapkan karakter atau dapat menjadi bagian dari *plot*, sehingga isi cerita yang dibuat oleh desainer, *interactor* dapat berinteraksi pada dalam dunia cerita dengan berperan sebagai karakter di dunia cerita (Smed dkk., 2021, h. 5-6).

2.1.3.2 Narrative



Gambar 2.10 *The Narrative Consists of Stories and Discourses*
Sumber: Chatman's Model (1978)

Wenying Pei (2020, h.14) menjelaskan narrative terdapat 2 aspek yaitu cerita sendiri (*story*) dan percakapan ekspresi cara penyampaian (*narrative discourse*). *Story* atau cerita yang dimaksud sebagai urutan kejadiannya peristiwa sedangkan *narrative discourse* peristiwa yang diceritakan, disusun dan disampaikan kepada audiens. Pandangan Smed dkk (2021, h.6) terhadap *narrative* lebih bertuju ke materi yang tidak dapat diubah karena telah disediakan oleh *interactor* dalam dunia cerita.

Berdasarkan dua aspek utama, *story* dan *narrative discourse*. *Story* merujuk pada rangkaian peristiwa atau alur kejadian yang terjadi dalam cerita, sedangkan *narrative discourse* adalah cara peristiwa tersebut disusun dan disampaikan kepada audiens. Dan juga dipahami bahwa naratif sebagai materi cerita yang telah ditetapkan dalam dunia cerita oleh *interactor*, sehingga menjadi dasar struktur dalam pengalaman naratif.

2.1.3.3 Interaction



Gambar 2.11 Konsep *Basic Interactive Web Design*

Sumber: <https://themewagon.com/blog/interactive-web-design-a-basic-introduction/>

Chris Crawford (2013) menjelaskan bahwa interaksi terdiri dari proses berulang antara dua atau lebih agen aktif yang secara bergantian menerima informasi, memprosesnya, lalu memberikan respons, melalui tahapan, mendengar, berpikir, dan merespon terhadap sebuah cerita. Sehingga terjadinya timbal balik suatu interaksi antara pengguna dan perangkat lunak yang merespon timbal balik cerita.

Crawford (2013, h.37-41) menyebutkan tiga faktor yang menentukan tingkat interaktivitas dalam penceritaan, yaitu kecepatan (*speed*), kedalaman (*depth*), dan pilihan (*choice*). Kecepatan (*speed*) berkaitan dengan seberapa cepat proses *respons* terjadi dalam suatu interaksi. Jika semakin singkat jeda antara aksi dan *respons*, maka akan semakin besar peluang ciptanya interaksi yang efektif. *Respons* yang cepat memungkinkan pihak-pihak untuk berkomunikasi dari menanggapi tindakan satu sama lain dan langsung melihat konsekuensi dari aksi mereka, sehingga menciptakan alur interaksi yang terasa dinamis dan berhubungan.

Kedalaman (*depth*) bertuju pada tingkat kemiripan interaksi dengan komunikasi manusia. Semakin tinggi tingkat kedalamannya, maka interaksi tersebut semakin menyerupai *respons* dan perilaku manusia, terutama dalam aspek pemahaman sosial dan tanggapan yang kompleks. Sedangkan pilihan (*choice*) terdapat dua dimensi utama, yaitu berkaitan dengan sejauh mana pilihan yang tersedia mampu menyediakan kebutuhan dan keinginan *interactor*. lalu membawa persepsi kelengkapan pilihan, yaitu dari jumlah dan variasi opsi yang bisa memberikan imajinasi atau berpikir cukup luas yang memungkinkan opsi tersebut dipilih oleh *interactor*.

Dapat disimpulkan bahwa interaksi merupakan proses timbal balik yang berlangsung secara berulang antara pengguna dan sistem melalui tahapan mendengar, berpikir, dan merespons. Dalam konteks *storytelling* interaktif, tingkat interaktivitas ditentukan oleh tiga faktor utama, yaitu *speed* respons sistem terhadap aksi pengguna, *depth* yang menunjukkan sejauh mana interaksi menyerupai komunikasi manusia, serta *choice* yang berkaitan dengan jumlah dan variasi opsi yang tersedia bagi pengguna. Ketiga faktor tersebut memengaruhi efektivitas dan kualitas pengalaman interaktif dalam sebuah cerita.

2.2 Elemen Desain

Menurut Robin Landa (2014), desain terdiri dari beberapa elemen visual yang bertujuan untuk memberikan informasi atau pesan lebih mudah. Elemen-elemen visual tersebut terdiri dari garis, bentuk, figure, tipografi, warna, tekstur (h.19-21). Pembahasan ini, elemen visual hanya memakai beberapa sesuai kebutuhan perancangan *website*.

2.2.1 Type Font

Menurut Bearid dkk (2010, h.118) tipografi bukan hanya Menyusun huruf menjadi kata, namun terdapat penyampaian

karakter, suasana dalam memperkuat pesan visual, berhubung dengan jenis huruf, pengaturan ruang dan keterbacaan. sehingga tipografi merupakan kunci komunikasi yang tidak terucap secara langsung, namun bagian dari esensial desain web dalam penampilan *branding*. Bearid dkk (2010, h.132) menjelaskan ada beberapa tipe-tipe *font* yang memiliki karakteristik dan gaya berbeda untuk membedakan *font* tersebut termasuk kategori *font family* yang mana, berikut pengelompokkan kategori bentuk *font*. *Font* dapat disimpulkan menjadi penyampaian informasi pada media atau konten untuk memperjelas pesan visual yang ditampilkan.

a. *Serif Fonts*



Gambar 2.12 Jenis-jenis *Font Serif*

Sumber: The Principle of Beautiful Web Design (2020), <https://200.allens.com.au/>

Font serif memiliki empat tipe *font serif* berbeda pada bagian kaki huruf yaitu *oldstyle*, *traditional*, *modern*, dan *slab*. *Font serif* terbukti meningkatkan keterbacaan terkait blok teks yang panjang dengan referensi garis horizontal yang menjadikan *space* keterbacaan (h. 133).

b. Sans-serif Fonts

This is a
sans serif
font.



Gambar 2.13 Font Sans Serif

Sumber: <https://www.postprepress.com.au/whats-the-...>, <https://www.atlassian.com>

Font *sans-serif* merupakan font yang tidak memiliki lengkung atau ekor pada ujung huruf, jenis font ini lebih terkesan bersih dan kontemporer sehingga mudah dibaca secara umum untuk semua kegunaan. Font *sans-serif* biasanya lebih ditonjolkan pada bagian judul, terutama jika dipadukan dengan teks yang menggunakan font *serif* agar terciptanya sebuah kontras (h. 135).

c. Handwritten Fonts

Shall we visit the Winery?

Bickham Script Pro

Cake Baker

LHF Cosmic Cursive

Fresh Artichokes

ArtBrush

STRAIGHT UP GANGSTA

Bring tha noize



Gambar 2.14 Jenis Font Handwritten

Sumber: The Principles of Beautiful Web Design (2020), <https://www.grafikastudio.com>

Font *handwritten* memiliki karakteristik penulisan mirip dengan tulisan manual atau hasil tulisan tangan. Tipe font *handwritten* menjadi simbol kemanusiaan karena memiliki kepribadian terhadap teks yang mewakilinya,

walaupun jenis font ini cukup sulit dibaca. Biasanya *website* yang menggunakan *font handwritten* ini bertujuan memberi keramahan dan humanis melalui detail *hand lettering*, detail dari jenis *font* tersebut lebih berkesan menyenangkan dan dapat digunakan untuk judul maupun *bodytext* (h.137).

d. Novelty Fonts



Gambar 2.15 Jenis *Font Novelty*

Sumber: The Principles of Beautiful Web Design (2020), <https://designmodo.com/>

Font novelty memiliki kebaruan dari font yang sudah ada, biasanya berupa modifikasi antara beberapa *font serif* dan *sans-serif* sehingga membentuk hasil fantasi, dekorasi, *display font*. Walaupun *font* ini memiliki tingkat keterbacaan rendah, masih dapat digunakan sebagai daya tarik visual desain jika digunakan secara terbatas. Biasanya *font* ini bisa diterapkan pada perancangan logo atau penambahan *letterform* (h. 141).

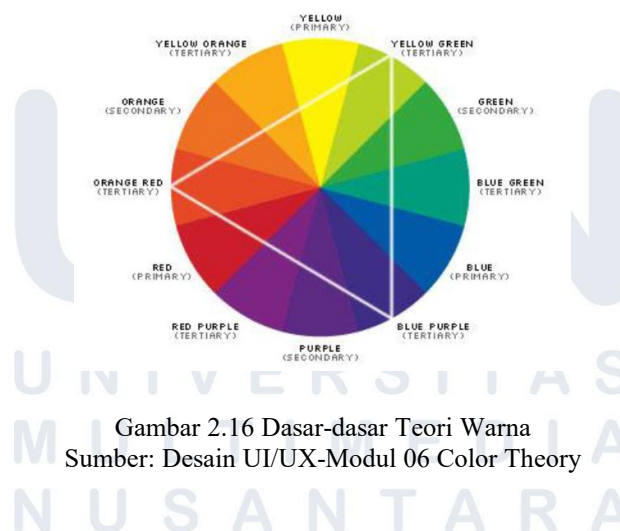
Penggunaan *font* sering ditemukan pada media informasi. *Font* yang digunakan dapat berbeda satu dengan lainnya tergantung desain dan kosnep yang diterapkan. *Typefont* memiliki jenis *font* berbeda yaitu *serif*, *sansserif*, *handwriting*, dan *novelty*. Untuk informasi pada *website*, *font*

serif dan *sans serif* penggunaannya biasanya digunakan pada judul dan *body text*, karena kedua typefont tersebut mudah terbaca dengan jelas. Untuk *typefont hand writing* dapat dijadikan teks informasi dan judul pada *website*. *Font novelty* lebih berfokus pada judul karena bersifat dekoratif, yang *fontnya* dapat dimainkan.

2.2.2 Color

Birren (1950) menyatakan bahwa warna memiliki kemampuan untuk menarik perhatian dan memengaruhi respons emosional manusia, sehingga secara visual dapat menciptakan fokus dan menarik perhatian mata. Dalam buku “Desain UI/UX – Modul 06 Color Theory” menyediakan konsep mengenai teori warna berdasarkan *color wheel*, sebagai pemahaman pada warna saat berpadu bersama.

Penggunaan warna pada sebuah desain dapat menciptakan pandangan yang tertuju pada visual kontras. Untuk pewarnaan terdiri berbagai jenis sebagai membedakan antara warna murni, warna terang dan gelap, warna campuran.



Gambar 2.16 Dasar-dasar Teori Warna
Sumber: Desain UI/UX-Modul 06 Color Theory

Pada gambar *color wheel* tersebut, warna terbagi menjadi 3 bagian yaitu, *primary*, *secondary*, *tertiary*. Pada warna primer sudah menjadi dasar bahwa warna tidak dapat dibuat dari campuran warna lain. Warna ini menjadi sumber utama atau bagi pembentukan warna-warna lainnya. Untuk warna primer terdiri dari merah, kuning, dan biru. Warna sekunder yaitu perpaduan dua warna primer akan

menghasilkan warna berbeda sehingga terbentuknya warna sekunder. Warna sekunder hanya dapat dihasilkan jika warna primer yang digunakan dalam kondisi murni. Warna sekunder ada 3, campuran tersebut adalah oranye (hasil campuran merah dan kuning), ungu (hasil campuran biru dan merah), serta hijau (hasil campuran kuning dan biru). Selanjutnya, warna tersier terbentuk dari gabungan antara satu warna primer dan satu warna sekunder yang letaknya bersebelahan pada *color wheel*. Namun tidak semua warna dapat digabungkan secara sembarangan, karena harus mengikuti urutan yang berdekatan agar menghasilkan warna tersier yang tepat. Contohnya adalah merah-ungu (magenta), merah-oranye, biru-ungu, biru-hijau (teal), kuning-oranye, dan kuning-hijau (h. 1-3).

Dapat disimpulkan *Color wheel* merupakan warna dibagi menjadi tiga kelompok utama yaitu primer, sekunder, dan tersier. Warna primer (merah, kuning, biru) merupakan warna dasar yang tidak dapat dibentuk dari campuran warna lain. Warna sekunder terbentuk dari perpaduan dua warna primer murni, sedangkan warna tersier dihasilkan dari campuran satu warna primer dan satu warna sekunder yang berdekatan pada lingkaran warna. Pembagian ini menunjukkan bahwa pencampuran warna harus mengikuti urutan yang tepat agar menghasilkan kombinasi warna yang sesuai.

A. Color Temperature



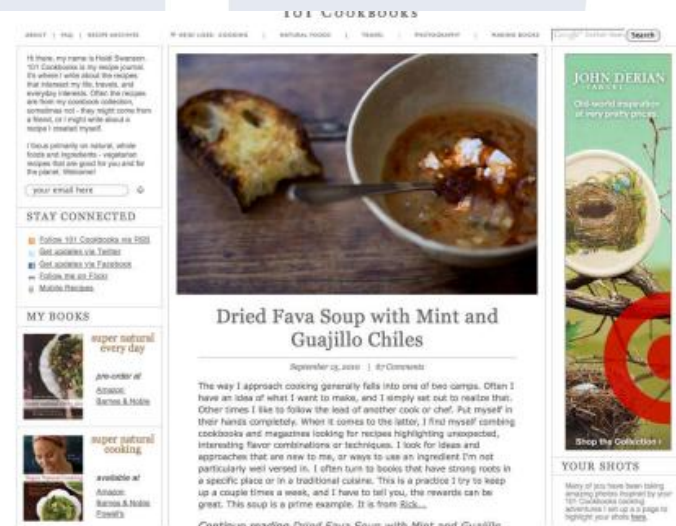
Gambar 2.17 Warna Hangat dan Dingin
Sumber: The Principles of Beautiful Web Design (2020)

Pewarnaan memiliki atribut pada setiap komponen warna yang meliputi suhu warna. Warna hangat terdiri dari merah, oranye, kuning, coklat yang terkesan panas, sehingga jika warna hangat didekatkan dengan visual warna dingin akan menciptakan penekanan visual, warna hangat menjadi lebih menonjol. Sedangkan warna dingin termasuk warna hijau,

biru, ungu kebiruan yang memberi kesan menenangkan dan mengurangi tegangan. Dalam desain warna dingin secara visual lebih cocok untuk penggunaan latar *background* (Beaird, 2010 h.50).

Kesimpulannya bila penggunaan antara warna hangat dan dingin pada desain. Maka warna hangat seperti merah, oranye, kuning, dan coklat memberi kesan panas serta lebih menonjol ketika dipadukan dengan warna dingin. Sebaliknya, warna dingin seperti hijau, biru, dan ungu kebiruan memberikan kesan tenang dan lebih cocok digunakan sebagai latar belakang dalam desain karena tidak terlalu mencolok.

2.2.3 Imagery



Gambar 2.18 *Imagery* dalam Web
Sumber: The Principles of Beautiful Web Design (2020)

Imagery adalah elemen visual yang membantu menjelaskan sesuatu, misalnya untuk menjawab pertanyaan. Gambar atau visual yang tepat bisa menyampaikan pesan dengan cara yang lebih mudah, seperti membuat pengguna merasa lebih tertarik, lebih terlibat, atau membantu mereka menilai apakah sebuah media cocok untuk mereka. Jadi, *imagery* bukan hanya memperindah tampilan, tetapi juga membantu menyampaikan informasi dengan lebih jelas (Schlatter & Levinson, 2013). Desainer perlu memahami apa yang diharapkan oleh pengguna, lalu menyajikannya konten dengan cara yang logis dan menarik. Dengan

mengetahui fungsi dan karakter dari berbagai jenis *imagery*, desainer bisa menentukan pilihan visual yang paling sesuai dengan konsep yang dibuat. *Imagery* dapat berupa berbagai bentuk visual, seperti ilustrasi, ikon, animasi, maupun logo. (h. 213). Dari kedua teori tersebut, *Imagery* dapat disimpulkan sebagai visual yang mendukung penjelasan informasi, dan berguna dalam penyampaian pesan.

2.2.4 Ilustrasi

Menurut Arnold (2019), ilustrasi adalah sebuah seni gambar yang memberikan penjelasan narasi untuk komunikasikan dalam membangun sebuah persepsi visual dan menunjukkan pesan melalui gambar.



Gambar 2.19 Ilustrasi dalam Web
Sumber: The Principles of Beautiful Web Design (2020)

2.2.4.1 Ilustrasi pada *storytelling*

Menurut Male (2007) dalam buku “*Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective*”, ilustrasi memiliki berbagai fungsi, salah satunya dalam mendukung *storytelling* pada karya fiksi naratif. Saat ini, ilustrasi fiksi naratif banyak ditemukan pada media seperti buku anak, novel grafis, komik strip, *game* serta publikasi bertema khusus yang memuat cerita mitologi, kisah gotik, maupun fantasi. Ilustrasi berperan dalam membentuk dan mengembangkan karakter, terutama dengan menampilkan ciri khas, ekspresi, dan emosi yang mudah dipahami serta dekat dengan pengalaman anak-anak. Selain itu, ilustrasi dapat

membantu memajukan alur cerita dengan menggambarkan situasi yang mendukung perkembangan *plot* cerita (h.132). peran ilustrasi pada storytelling atau cerita disimpulkan sebagai pendukung konten melalui karakter, *scenery*, grafis, bentuk, yang dapat diterapkan pada buku cerita, komik, novel, *game*, dan media lainnya. Ilustrasi berfungsi menunjukkan visual emosi dan *plot* adegan *background* pada cerita.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa ilustrasi merupakan media visual yang berfungsi untuk menjelaskan, memperkuat, dan menyampaikan pesan dalam suatu cerita atau tulisan. Selain itu, ilustrasi juga berfungsi memvisualisasikan adegan, emosi, dan perkembangan plot sehingga cerita menjadi lebih hidup, komunikatif, dan menarik. Ilustrasi dalam storytelling berperan sebagai pendukung konten visual yang memperjelas pesan sekaligus memperkaya pengalaman pembaca.

2.3 Asal Usul Nama Desa Nambangan

Cerita rakyat asal usul nama Desa Nambangan di Wonogiri berkaitan erat dengan aktivitas penyeberangan sungai yang dilakukan oleh masyarakat setempat pada masa lalu. Nama "Nambangan" berasal dari kata "panambangan" yang memiliki arti penyeberangan. Dulu warga masih menggunakan rakit atau gethek yang diikat tali pada tepi Sungai Bengawan Solo untuk menyeberang dari wilayah Wonogiri ke Nguter, Sukoharjo, dan sebaliknya. Terdapat tukang penyebrang disebut penambang yang bertugas membantu warga akses untuk pulang atau pergi sebelum adanya jembatan (Hartono Espos.id, 2017).

2.3.1 Struktur Cerita

Struktur cerita berawal dari Intro dengan mengenalkan Raden Mas Said sebagai sosok pangeran secara singkat, lanjut suatu hari dimana Raden merasa kecewa karena diperlakukan tidak adil di Kerajaan Keraton. Hal tersebut membuatnya sedih sehingga Raden memutuskan untuk pergi keluar Keraton. Maka munculnya konflik bahwa Raden Mas Said, Martapura pengikutnya juga dikejar oleh prajurit Keraton yang bekerja

sama dengan Belanda. Singkat cerita Raden dan pengikutnya bertemu Joselesono seorang juru penambang yang suka menolong orang menyeberangkan melewati sungai Bengawan Solo. Sehingga klimaksnya saat Kembali Joselesono memindahkan gethek jauh dengan posisi Raden yang membuat Raden bingung. Lanjut sampai adegan penyeberangan menggunakan daun lumbu, Joselesono sudah menolong dan menyelamatkan Raden dengan tulus, maka pemberian nama Desa Nambangan dilakukan oleh Raden Mas Said sebagai bentuk penghargaan. *Ending* cerita yaitu desa dikenal sebagai Desa Nambangan, yang terletak di Kecamatan Selogiri, Kabupaten Wonogiri.

A. Tema

Penelitian yang dilakukan oleh (Suparmi, 2009) mengenai cerita rakyat asal usul nama Desa Nambangan yaitu berasal dari tokoh utama Raden Mas Said atas pemberian nama tempat tersebut saat bertemu seorang tukang perahu yang membantu Raden menyeberangi melewati sungai. Maka isi cerita dan tema “Asal Usul Nama Desa Nambangan” yaitu asal mula namanya tempat dan dapat diklarifikasikan dalam legenda.

B. Alur

Alur cerita asal usul nama Desa Nambangan yaitu beurutun berawal mula dari tokoh utama Raden Mas Said merasa kecewa terhadap salah satu kerabat yang mengkhianati sehingga Raden Mas Said dengan pengikutnya kabur dari pasukan Belanda yg bersekutu dengan Keraton kearah Keraton selatan, yang pada saat itu masih berupa hutan belantara. Raden Mas Said dan para pengikut berjuang dan lolos lanjut ke Keraton selatan berkat juru penambang yang membantunya menyeberangi lewat sungai dengan daun lumbu. Sehingga alur cerita ini bersifat urutan dari awal hingga akhir, termasuk alur lurus atau maju (Suparmi, 2009).

C. Tokoh

Tokoh dalam cerita asal usul nama Desa Nambangan terdiri dari Raden Mas Said yang merupakan tokoh utama yang dikenal sebagai orang yang pandai dan bijaksana, dekat dengan masyarakat bawah. Walaupun Raden Mas Said dicari musuh, ia tetap berani berjuang membela kebenaran dan keadilan, dengan hidup dalam pelarian. Selain tokoh utama terdapat tokoh lainnya yang mendukung Raden Mas Said dalam berjuang, ia bernama Martapura yaitu pengikut setianya Raden Mas Said, ia selalu mendampingi dan mengutamakan keselamatan kemana Raden akan pergi. Lalu ada tokoh tukang perahu atau penambang yang memiliki ilmu cukup tinggi, bernama Joselesono, tugasnya membantu warga menyeberangi melewati sungai. Ia juga tulus dan bersedia ikut menjaga keselamatan Raden Mas Said agar terhindar dari kerajaan Belanda (Suparmi, 2009).

2.3.2 Nilai Edukatif

Penelitian yang dilakukan oleh (Suparmi, 2009) bahwa cerita rakyat “Asal Usul Nama Desa Nambangan” termasuk legenda suatu tempat di kabupaten Wonogiri dan nilai moral cerita tersebut adalah kepahlawanan yang diperjuangkan untuk menegakkan kebenaran, berkorban demi kepentingan umum, membela rakyat yang tertindas, hal tersebut dilakukan demi mencapai ketenteraman hidup melalui saling membantu. Nilai pendidikan kepahlawanan dapat dilihat keberhasilan seseorang yang mengatasi segala rintangan dan membuat hasil dari perjuangannya. Sehingga dalam cerita ini, Raden Mas Said yang sedang dalam pelarian dari Keraton Surakarta, dibantu oleh seorang juru penambang bernama Joselesono untuk menyeberangi Sungai Bengawan Solo. Bantuan Joselesono kepada Raden Mas Said dan rombongannya menunjukkan sikap tolong-menolong tanpa pamrih, yang merupakan termasuk nilai gotong royong didalamnya (Suparmi, 2009).

Berdasarkan cerita rakyat asal usul nama Desa Nambangan termasuk cerita legenda muncul nama tempat yang disampaikan secara bertutur oleh

masyarakat setempat. Cerita tersebut menggunakan tokoh sejarah Raden Mas Said yang berjuang menegakkan keadilan dan bertemu tokoh penambang menjadikan adegan tersebut munculnya nama Desa Nambangan. Melalui bantuan Joselesono yang sukarela peduli membantu rakyat dan keselamatan Raden memiliki nilai edukatif di dalamnya.

2.4 Penelitian Yang Relevan

Penulis melakukan beberapa penelitian yang relevan, berhubungan dengan topik yang mendekati cerita rakyat Wonogiri asal usul nama Desa Nambangan. Beberapa penelitian ini memiliki kebaruan yang dapat sebagai kebutuhan perancangan penulis. Berikut penelitian yang ditemukan:

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Perancangan Game Novel Visual Cerita Rakyat Nusantara 'Asal Mula Danau Toba' Menggunakan Renpy Visual Novel Engine	Noprita Elisabeth S, Rani Hermita	Penelitian ini merupakan perancangan media interaktif berbasis <i>game visual novel</i> yang bertujuan untuk meningkatkan minat baca cerita rakyat asal usul mula Danau Toba kepada anak-anak melalui <i>platform digital game visual novel engine</i> . Bertujuan menjadi solusi untuk anak-anak memberi minat baca terhadap cerita asal usul mula Danau	Menggunakan aplikasi berbentuk animasi menampilkan dialog, <i>background</i> dan tokoh karakter. Penerapan cerita menggunakan aplikasi <i>Renpy visual novel engine</i> dan bahasa pemograman <i>Phyton</i> .

			Toba melalui <i>game visual novel</i> .	
2.	Rancang Bangun Game Sejarah Asal Usul Kota Pontianak Menggunakan RPG Maker	Muhammad Zulfikar, Rudy Dwi Nyoto , Helen Sasty Pratiwi	Penelitian ini berfokus pada Sejarah asal usul Kota Pontianak dengan <i>game RPG</i> Bertujuan aplikasi ini menjadi alternatif baru untuk masyarakat yang ingin mengetahui sejarah Kota Pontianak.	Menggunakan fitur RPG berbentuk <i>game pixel</i> dan <i>visual story</i> , sebagai penyampaian cerita. Media tersebut dapat sebagai konten pengetahuan tentang Sejarah asal usul Kota Pontianak.
3.	Perancangan Aplikasi Multimedia Dongeng Nusantara Berbasis Android	Asriyani Ismail	Penelitian ini berfokus pada cerita rakyat yang ada di Indonesia dengan mengimplementasikan sebuah aplikasi multimedia untuk mengumpulkan beberapa cerita yang dapat di baca pada <i>handphone</i> atau computer. Bertujuan sebagai solusi untuk	Aplikasi dilengkapi beberapa dongeng cerita rakyat dengan fitur baca dongeng dan video dongeng. Interaksi dalam aplikasi sebatas user saat pemilihan dongeng yang ingin dibaca.

			memberikan kemudahan bagi para guru dan siswa-siswi membaca.	
--	--	--	--	--

Berdasarkan penelitian relevan 3 judul yang penulis temukan dapat disimpulkan adanya media cerita berbasis digital, generasi muda lebih tertarik dalam membaca atau mengetahui terhadap konten cerita. Dari ketiga judul penelitian tersebut membahas dengan bertujuan meningkatkan pengetahuan dan meningkatkan minat cerita bagi anak-anak dan sebagai bahan bacaan maupun edukasi. Namun berdasarkan pembahasan masalah latar belakang memiliki perbedaan antara ketiganya meliputi minat baca, pengetahuan, dan mempermudah bacaan. Media yang digunakan penelitian sebelumnya menggunakan media digital yang disesuaikan dengan target audiens. Dari hasil analisis penelitian sebelumnya terdapat kebaruan yang ingin diangkat penulis yaitu berupa gabungan cerita dan interaksi yang dapat di klik atau dimainkan saat alur cerita berjalan. Penulis akan menggabungkan unsur interaktif pada cerita berbasis *website*. Sehingga audiens tidak hanya membaca tetapi terlibat dalam *mini games* sesuai konteks skenario.

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