

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Redesain

Redesain *Website* merupakan proses pembaruan atau perancangan ulang terhadap sebuah *Website* yang telah ada dengan tujuan meningkatkan kualitas tampilan, struktur informasi, maupun pengalaman pengguna agar sesuai dengan perkembangan kebutuhan pengguna dan teknologi. Redesain dilakukan ketika *Website* yang sudah ada dinilai tidak lagi mampu memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal, baik dari aspek visual, navigasi, maupun kompatibilitas terhadap berbagai perangkat (Pentak & Lauer, 2015).

Menurut Marcotte (2014), perkembangan teknologi telah mengubah cara pengguna mengakses *Website*. *Website* tidak lagi hanya diakses melalui komputer desktop, tetapi juga melalui berbagai perangkat dengan ukuran layar yang beragam. Kondisi tersebut menuntut perancang untuk meninggalkan pendekatan desain yang hanya berfokus pada satu jenis perangkat dan mulai mengembangkan *Website* yang mampu beradaptasi terhadap berbagai media. Marcotte menyatakan bahwa “The web has moved beyond the desktop, and it's not turning back” (Marcotte, 2014, p. 8). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi mendorong perlunya pembaruan terhadap desain *Website* agar tetap relevan dengan kebutuhan pengguna saat ini.

Lebih lanjut, Marcotte (2014) menjelaskan bahwa *Website* sebaiknya tidak lagi dirancang dalam bentuk desain yang terpisah untuk setiap perangkat, melainkan sebagai satu pengalaman yang fleksibel dan mampu menyesuaikan diri terhadap berbagai media yang digunakan pengguna. Oleh karena itu, *Website* perlu dirancang agar dapat beradaptasi dengan berbagai ukuran layar tanpa mengurangi kualitas pengalaman pengguna. Konsep tersebut menjadi dasar penting dalam proses redesain *Website*, yaitu memperbarui desain lama menjadi desain yang lebih fleksibel, adaptif, dan sesuai dengan perkembangan teknologi serta kebutuhan pengguna (Riswaya et al., 2025, p. 90).

2.2 Website

Menurut Nur & Wimatra (2024, p. 13), *Website* adalah layanan yang berjalan di internet dan membantu pengguna mendapatkan informasi secara digital, Secara struktur, sebuah *Website* terdiri dari beberapa halaman yang saling terhubung dan menampilkan berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, video, serta dokumen-dokumen lainnya.

2.2.1 Fungsi Website

Pada buku Desain Web yang ditulis Ino Sulistiani, S.T., M.T. (2018, h.4). Dijelaskan bahwasanya *Website* memiliki beberapa fungsi sesuai dengan kebutuhan pengguna dan juga tujuan pembuatnya. Secara umum *Website* memiliki fungsi yang beragam mulai dari sebagai media Komunikasi, Informasi, Entertain dan juga Transaksi.



Gambar 2.1 Website
Sumber: repository.uinpalopo.ac.id.

Dengan beragam fungsi tersebut, *Website* dapat menjadi salah satu media digital yang penting dalam mendukung penyebaran informasi. Berikut merupakan bermacam fungsi *Website*:

a. Media Komunikasi

Website dapat berfungsi sebagai media komunikasi yang umumnya bersifat dinamis, karena pada fitur ini terdapat interaksi yang memiliki keterbatasan pada sisi pemograman, maka dari itu *Website* menyediakan berbagai fitur yang mendukung interaksi antara pengguna dan pengelola, seperti surat elektronik (*webmail*), formulir kontak, layanan percakapan (*chat*), forum diskusi, serta fitur komunikasi lainnya. Kehadiran fitur-fitur tersebut memungkinkan proses penyampaian informasi dan komunikasi berlangsung secara lebih efektif. (h.4)

b. Media Informasi

Website sebagai media informasi yang pada umumnya *Website* ini berfokus pada penyajian konten yang berkualitas dan mudah dipahami oleh pengguna. Tujuannya adalah untuk menyampaikan pesan pada *Website* agar tersampaikan kepada pengguna secara cepat dan efisien, sehingga *Website* berisi konten melalui teks, gambar dan juga dokumen yang dapat diakses oleh pengguna. (h. 4)

c. Media Entertain

Situs web berperan sebagai sarana hiburan. *Website* yang memiliki fungsi sebagai media hiburan umumnya memiliki tampilan yang menarik dan juga interaktif terdapat animasi, gambar, dan elemen multimedia lainnya. (h.4&5).

d. Media Transaksi

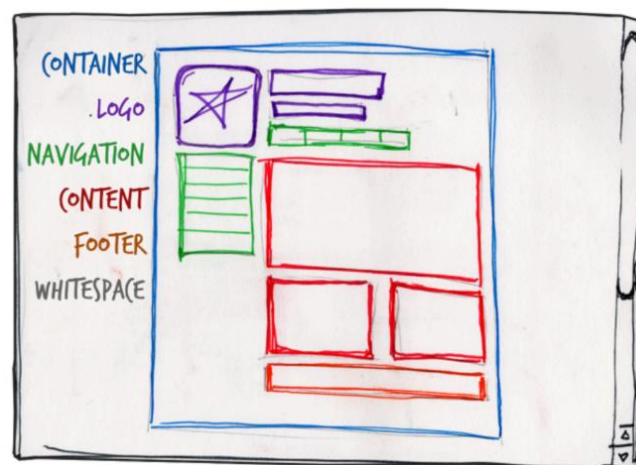
Website juga dapat digunakan sebagai media untuk melakukan transaksi secara digital, tentu fungsi dilakukan pembuat dengan tujuan tertentu seperti, melakukan pembelian produk, pemesanan layanan dan transaksi lainnya melalui *Website* secara *online* melalui internet (Pamungkas, 2021).

Penggunaan teori Desain Web yang ditulis Ino Sulistiani, S.T., M.T. (2018) Teori ini digunakan sebagai landasan dalam perancangan redesain *Website* Telaga Biru Cicerem karena fungsi-fungsi tersebut selaras dengan

kebutuhan *Website* yang dirancang. *Website* tidak hanya berperan sebagai media informasi untuk menyampaikan profil, fasilitas, dan aktivitas wisata secara terstruktur, tetapi juga sebagai media komunikasi melalui penyediaan informasi kontak, media hiburan melalui penyajian tampilan yang interaktif, serta media transaksi melalui fitur pemesanan tiket secara daring. Dengan demikian, teori ini menjadi acuan dalam menentukan fitur, struktur informasi, dan pengalaman pengguna agar *Website* mampu memenuhi kebutuhan pengunjung secara menyeluruh.

A. Anatomi *Website*

Pada teori Beaird et al. (2020, pp. 13–16) dalam *The Principle of Beautiful Web Design*, Anatomi *Website* pada dasarnya tersusun atas beberapa elemen mulai dari *Containing Block*, *Logo*, *Navigation*, *Content*, *Footer* dan *Whitespace*.



Gambar 2.2 Anatomi *Website* pada Buku *The Principles of Beautiful Webdesign*

Sumber: Buku *The Principles of Beautiful Web Design*.

Setiap elemen memiliki fungsi masing masing, mulai dari memudahkan navigasi, menyajikan informasi dan juga menciptakan kenyamanan visual. Sehingga *Website* dapat memberikan pengalaman pengguna dengan lebih efektif dan mudah dipahami. (h.13-16) Berikut merupakan elemen elemen *Website*:

a. *Containing Block*

Setiap halaman web memiliki struktur utama berupa container yang memuat semua elemen konten. Kotak tersebut bisa permanen atau bisa berubah, tergantung pada cara desain yang dipakai. (h. 14)

b. Logo

Logo atau identitas perusahaan merupakan bagian yang penting dalam tata letak halaman situs web. Identitas tersebut biasanya ditempatkan di bagian atas halaman agar pengunjung mudah melihatnya. Logo tidak hanya menjadi tanda pengenalan visual, tetapi juga membantu memperkuat identitas merek serta memastikan bahwa halaman yang diunjuk pengguna tetap dalam satu kesatuan situs yang sama (h. 14)

c. Navigation

Sistem navigasi di *Website* perlu dibuat agar pengunjung bisa dengan mudah menemukannya dan menggunakannya. Secara umum, pengguna menginginkan menu navigasi berada di bagian atas halaman, bisa dalam bentuk menu horizontal atau vertikal di sisi halaman. Penempatan navigasi di bagian atas tata letak bertujuan agar pengguna lebih mudah mengakses dan merasa nyaman saat menjelajahi konten situs. (h. 15)

d. Content

Konten atau isi *Website* merupakan bagian utama yang menjadi perhatian pengunjung. Umumnya, pengguna hanya membutuhkan waktu singkat untuk menilai apakah informasi yang tersedia sesuai dengan kebutuhan mereka. Apabila informasi yang dicari tidak segera ditemukan, pengunjung cenderung meninggalkan situs dan beralih ke halaman lain. Oleh karena itu, bagian konten utama perlu dirancang sebagai pusat perhatian dalam tata letak *Website* agar pengguna dapat dengan mudah memindai dan menemukan informasi yang

dibutuhkan. (h. 15)

e. Footer

Footer adalah bagian yang berada di bagian bawah dari halaman *Website*. Biasanya, bagian *footer* berisi informasi seperti hak cipta, cara menghubungi, informasi hukum, serta tautan ke bagian utama situs. Selain itu, adanya *footer* berperan sebagai tanda visual yang menunjukkan kepada pengguna bahwa mereka sudah sampai di bagian akhir halaman. (h.15)

f. Whitespace

Whitespace atau area yang tidak terisi teks, gambar, atau elemen visual lainnya merupakan bagian dari susunan halaman. Ruang kosong ini ada agar ada jarak antar bagian, sehingga tampilan *Website* terlihat lebih rapi, teratur, dan lebih enak dibaca oleh pengguna. (h.15)

Setiap elemen memiliki fungsi masing masing, mulai dari memudahkan navigasi, menyajikan informasi dan juga menciptakan kenyamanan visual. Sehingga *Website* dapat memberikan pengalaman pengguna dengan lebih efektif dan mudah dipahami.

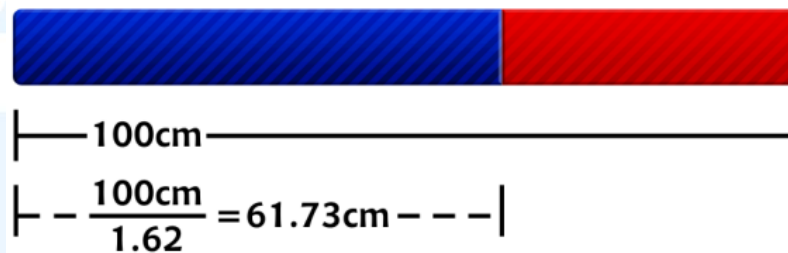
2.2.2 Perancangan Desain Website

Perancangan desain *Website* merupakan proses merancang tampilan dan struktur situs dengan menerapkan prinsip-prinsip dasar desain seperti warna, tipografi, tata letak, dan keseimbangan visual. Selain aspek visual, perancangan juga mencakup pengorganisasian konten, navigasi, serta interaksi pengguna agar *Website* mudah digunakan dan efektif dalam menyampaikan informasi (Wido, 2026).

A. Grid pada Website

Menurut Beaird et al. (2020, pp. 7–8), *grid* merupakan pedoman dalam menyusun tata letak halaman web agar setiap elemen visual memiliki posisi yang konsisten, proporsional, dan terorganisasi dengan

baik. Penerapan grid membantu desainer menciptakan hierarki visual yang jelas, menjaga keseimbangan komposisi, serta mempermudah pengguna dalam memahami informasi yang ditampilkan. Beaird juga menjelaskan bahwa penyusunan grid dapat didasarkan pada prinsip *Golden Ratio (Golden Section)* untuk menghasilkan proporsi layout yang harmonis dan memiliki nilai estetika yang baik.



Gambar 2.3 *Grid*

Sumber: Buku *The Principles of Beautiful Web Design*.

Selain itu, Grid juga dapat membantu menyusun tata letak, penggunaan grid juga dapat mampu menciptakan konsistensi seluruh visual pada *Website*. Dengan adanya grid tampilan *Website* menjadi terstruktur dengan jelas, mulai dari teks, gambar, tombol dan juga navigasi. Oleh karena itu, grid tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengatur komposisi desain, tetapi juga menjadi dasar dalam membangun antarmuka yang terorganisasi, responsif, dan mudah digunakan (Turow, 2019, p. 1).

B. Tipografi

Menurut Cullen (2012, h. 12), tipografi merupakan suatu proses dan keterampilan yang menjadikan bahasa dapat terlihat secara visual. Melalui tipografi, desainer membentuk bahasa menggunakan huruf sehingga kata-kata memiliki kehidupan dan mampu menyampaikan pesan secara efektif.



Gambar 2.4 *Humanist Serif & Old Style Serif*

Sumber: <https://z-library.im/book/qOkA1QG0kE/design-elements->

Menurut Cullen (2012) dalam buku *Design Elements: Typography Fundamentals*, pada bab *Categories of Type* (hlm. 57–69), typeface dibagi menjadi 3 kelompok utama yaitu:

- a. *Serif* merupakan kelompok typeface yang memiliki goresan pada bagian awal atau akhir disetiap goresan hurufnya. Typeface serif pertama kali muncul pada abad ke-15 dan terinspirasi pada gaya tulisan tangan italia (*Lettera antica*). Serif sendiri terdiri dari 4 jenis yaitu *Humanist serif*, *Old Style Serif*, *Transitional Serif* dan *Modern Serif*. (h. 58)
- b. *Slab Serif* merupakan dari kelompok serif yang memiliki ciri khas yang dimana berbentuk tebal, persegi dan juga lebih kokoh dari typeface jenis *serif*. *Slab serif* ini memiliki 2 jenis *typeface* yaitu *Egyptian Slab Serif* dan *Clarendon Slab Serif*. (h. 60)
- c. *Sans Serif* merupakan kelompok serif yang memiliki goresan disetiap ujung huruf. Jenis huruf ini memiliki kontras garis yang menghasilkan tampilan yang modern, dan juga sederhana. Menurut Cullen, *Sans Serif* dibagi menjadi empat kategori, yaitu *Grotesque*, *Geometric*, *Humanist*, dan *Transitional*, yang masing-masing memiliki karakter visual berbeda tetapi tetap mempertahankan kesan minimalis dan fungsional. (h. 61)

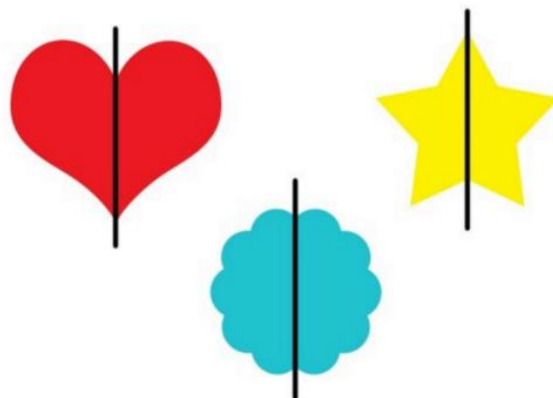
Berdasarkan teori Cullen (2012), tipografi merupakan elemen

visual yang berperan penting dalam menyampaikan pesan melalui pemilihan bentuk huruf yang tepat. Klasifikasi typeface menjadi **Serif**, **Slab Serif**, dan **Sans Serif** memberikan acuan bagi desainer dalam memilih jenis huruf sesuai dengan karakter dan tujuan desain. Dalam perancangan redesain *Website* Telaga Biru Cicerem, teori ini digunakan sebagai dasar pemilihan tipografi agar informasi tersampaikan dengan jelas, mudah dibaca, serta mampu membangun identitas visual yang sesuai dengan karakter *Website*. Oleh karena itu, pemilihan typeface tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga keterbacaan (*readability*) dan kenyamanan pengguna saat mengakses informasi pada *Website*.

C. Balance

Keseimbangan visual dalam desain bisa dibandingkan seperti jungkat-jungkit. Setiap bagian di dalam tata letak memiliki berat visual sendiri. Jika berat elemen di sebelah kiri dan kanan sama, maka tampilan desain akan terasa kencang dan tidak miring. Dalam desain web, keseimbangan visual bisa dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris (Beaird et al., 2020, p. 22).

Symmetrical Balance



Gambar 2.5 *Symmetrical Balance*
Sumber: <https://books.google.co.id/books?id>

Pada penerapan keseimbangan visual dalam *Website* tentu tidak selalu mengharuskan elemen memiliki bentuk yang sama atau ukuran yang sama. Pada keseimbangan simetris, elemen-elemen disusun secara sama atau menyerupai cerminan pada kedua sisi sehingga menghasilkan kesan formal, rapi, dan stabil. Sementara itu, keseimbangan asimetris dicapai melalui pengaturan elemen yang berbeda ukuran, bentuk, maupun warna, tetapi tetap memiliki berat visual yang setara sehingga komposisi tetap terlihat harmonis. Menurut Beaird et al. (2020, p. 22) pemilihan jenis keseimbangan tersebut perlu disesuaikan dengan tujuan desain, karakter visual yang ingin ditampilkan, serta pengalaman pengguna agar informasi dapat tersampaikan secara efektif dan menarik.

D. Emphasis

Menurut Beaird et al. (2020, p. 14), *Emphasis* adalah prinsip desain yang digunakan untuk membuat titik fokus dalam tampilan sebuah situs web. Prinsip ini bertujuan agar pengguna dapat dengan gampang membedakan mana bagian yang paling penting dibandingkan bagian lainnya. Penekanan dalam desain web dapat dilakukan melalui berbagai metode, yaitu:

- a. *Placement*, elemen yang ditempatkan di area strategis, seperti di bagian atas atau tengah halaman, cenderung lebih cepat menarik perhatian pengguna (h.14)
- b. *Continuance*, tata letak yang dirancang agar pandangan pengguna mengarah ke bagian tertentu, sehingga terbentuk fokus visual yang jelas (h.14)
- c. *Isolation*, elemen yang diberi jarak atau ruang kosong akan terlihat lebih besar dan lebih menarik dibandingkan elemen lainnya (h. 15).
- d. *Contrast*, Perbedaan dalam warna, ukuran, bentuk, atau jenis huruf bisa membuat suatu elemen terlihat lebih

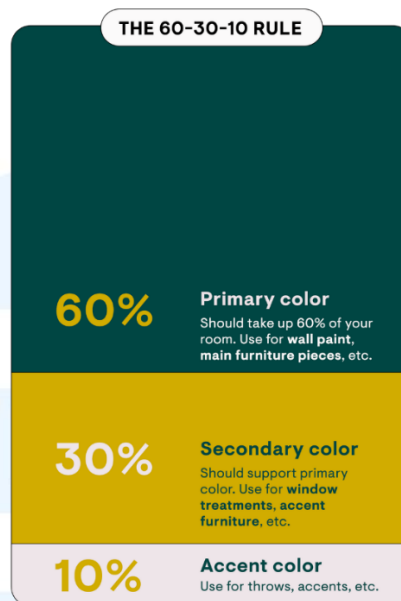
menonjol (h. 15).

- e. *Propotion*, merupakan prinsip desain yang membahas tentang perbandingan ukuran dari berbagai elemen dalam suatu tata letak. Proporsi yang sesuai akan membuat tampilan terlihat seimbang dan enak dipandang (h.15)

Berdasarkan teori Beaird et al. (2020), *emphasis* merupakan prinsip desain yang bertujuan menciptakan titik fokus sehingga pengguna dapat dengan mudah mengenali informasi atau elemen yang paling penting dalam sebuah tampilan *Website*. Dalam perancangan redesain *Website* Telaga Biru Cicerem, teori ini digunakan sebagai acuan untuk mengatur hierarki visual agar informasi utama, seperti menu navigasi, tombol aksi, dan konten penting, lebih mudah ditemukan serta meningkatkan kenyamanan dan efektivitas pengguna saat menjelajahi *Website*.

E. 60-30-10 Rule

Teori warna 60-30-10 adalah bagian penting dalam desain visual yang digunakan untuk menciptakan keseimbangan dan hierarki warna dalam suatu tampilan antarmuka pengguna (User Interface/UI). Menurut teori HYPE4 Academy, 2023 menyebutkan bahwa prinsip ini membagi penggunaan warna ke dalam tiga proporsi utama, yaitu 60% sebagai warna dominan, 30 sebagai warna sekunder dan 10% sebagai warna aksen.



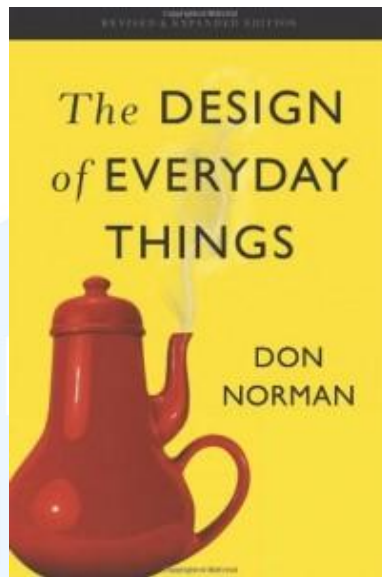
Gambar 2.6 *The 60-30-10 Rule*

Sumber: <https://www.housebeautiful.com/design-inspiration/>

Penerapan 60-30-10 dalam desain UI memiliki peran penting dalam menyeimbangkan tampilan visual, membangun hierarki serta meningkatkan kenyamanan pengguna dalam berinteraksi dengan sistem. Oleh karena itu, prinsip ini menjadi salah satu pendekatan yang efektif dalam merancang tampilan *Website* yang tidak hanya menarik visual, tetapi juga mendukung kualitas pengalaman pengguna (*user experience*).

2.2.3 *User Experience (UX)*

User Experience Menurut Norman (2013, h. 9-10), pengalaman pengguna (*user experience*) merupakan keseluruhan pengalaman yang diperoleh seseorang ketika berinteraksi dengan suatu produk. Pengalaman tersebut menentukan bagaimana pengguna mengingat interaksinya, apakah memberikan kesan positif atau justru menimbulkan kebingungan dan frustrasi. Oleh karena itu, perancangan harus memperhatikan aspek kognitif dan emosional pengguna agar tercipta pengalaman yang mudah dipahami, nyaman, serta menyenangkan (Haryuda Putra et al., 2021).



Gambar 2.7 *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*
 Sumber: <https://share.google/v50oTTtrmcTl03CQ8>

Menurut Norman dalam bukunya *The Design of Everyday Things* (2013), terdapat tujuh prinsip utama yang menjadi dasar dalam proses perancangan mulai dari *Discoverability*, *Feedback*, *Affordances*, *Signifiers*, *Mappings*, dan *Constraints*, sebagai penjelasan berikut:

- A. *Discoverability*, Seberapa mudah seorang pengguna bisa menemukan fungsi atau fitur dari sebuah objek atau sistem (h.21).
- B. *Feedback*, respon yang diberikan sistem setelah pengguna melakukan tindakan (h. 40).
- C. *Conceptual Model*, gambaran mental yang dimiliki pengguna tentang bagaimana sistem bekerja (h. 42)
- D. *Affordances*, karakteristik objek yang menunjukkan cara penggunaannya (h. 27).
- E. *Signifiers*, tanda atau indikasi yang membimbing pengguna melakukan aksi yang tepat *signifiers* membuat *affordance* lebih jelas, terutama jika bentuk objek tidak cukup memberi petunjuk (h. 29).
- F. *Mappings*, hubungan antara kontrol dan efeknya, dibuat dalam

bentuk yang mudah dipahami (h. 38).

G. *Constraints*, batasan ini mencegah kesalahan dan memandu pengguna menggunakan sistem dengan benar (h. 128).

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Norman (2013), dapat disimpulkan bahwa *User Experience* merupakan keseluruhan pengalaman yang dirasakan pengguna saat berinteraksi dengan suatu produk. Pengalaman tersebut dipengaruhi oleh bagaimana pengguna memahami fungsi, cara kerja, dan kemudahan penggunaan suatu sistem. Oleh karena itu, teori ini menjadi landasan dalam perancangan redesain *Website* Telaga Biru Cicerem agar mampu memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik melalui navigasi yang mudah dipahami, penyampaian informasi yang jelas, serta antarmuka yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

A. User Persona

Dalam IxDF (*Interaction Design Foundation*) yang ditulis oleh William Hudson (2016). Hudson menyatakan bahwa persona mewakili dan merepresentasikan kebutuhan serta kebiasaan sekelompok pengguna agar pengalaman yang mereka rasakan dapat dioptimalkan dengan baik. *User persona* berbentuk karakter fiktif yang didasarkan dari hasil riset dengan tujuan agar sesuai dengan kebutuhan perancangan.

 Mary-Jane Age: _____ Gender: _____ Occupation: _____ Marital Status: _____ Location: _____ Online Locations (Computer(s)): _____ Internet Usage: _____	Context and obstacles faced: _____ _____ _____ How will she interact with your product/service? _____ _____ Questions she will ask: _____ _____ Influences _____ _____	Goals: _____ Behaviors: _____ Motivations: _____ Story _____ _____ _____
---	--	---

Interaction Design Foundation
interaction-design.org

Gambar 2.8 *User Persona*

Sumber: <https://public-images.interaction.org>

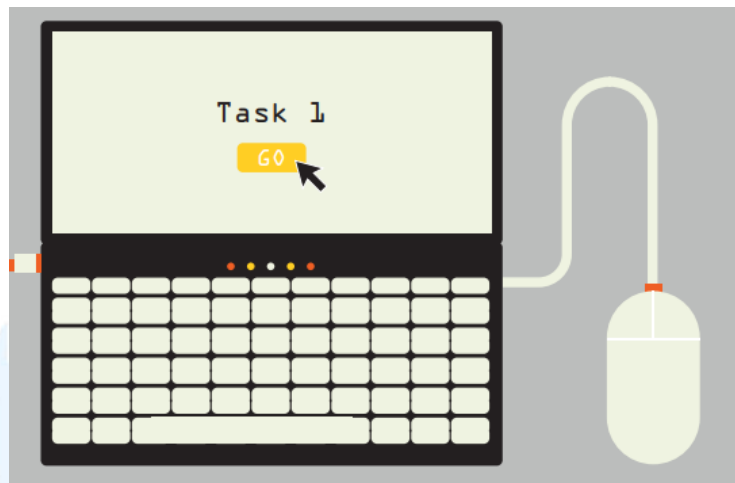
Menurut William Hudson (2016) menyatakan bahwa persona lebih dari sekadar profil, persona adalah cara kita memahami perilaku dan tujuan pengguna dari kacamata sebagai peneliti. Dengan menerapkan persona dalam proses perancangan, peneliti dapat lebih mudah memahami kebutuhan pengguna secara lebih mendalam sehingga mendapatkan solusi yang tepat dari kebutuhan pengguna (Soegaard, 2020).

2.2.4 *User Interface (UI)*

Menurut Wood (2014, p. 6) *User Interface (UI)* adalah titik interaksi manusia dan mesin yang berfungsi sebagai media komunikasi visual jembatan antara pengguna dan sistem/mesin seperti Komputer, Gawai, konsol permainan dan perangkat lainnya. Wood menjelaskan bahwa desain UI yang baik harus mengintegrasikan aspek kemudahan penggunaan, fungsionalitas, dan estetika sehingga mampu memenuhi kebutuhan serta harapan pengguna. Oleh karena itu, perancangan UI perlu berorientasi pada pengguna (user-centered), bukan hanya pada pertimbangan teknis maupun preferensi desainer, agar menghasilkan pengalaman pengguna yang efektif dan menyenangkan (Rosiana et al., 2023).

A. **Button**

Pada buku *Basic Interface Design* Dave Wood (2020, h 52) menjelaskan fungsi *button* pada *Website* merupakan salah satu elemen navigasi antarmuka bagi pengguna. *Button* juga digunakan sebagai indikator tindakan (*Action*). Dalam sebuah UI, navigasi umumnya diwujudkan dalam bentuk tab, menu, button, atau tautan (*hypertext links*). Tab dan menu menunjukkan lokasi navigasi, sedangkan **button** dan tautan menunjukkan tindakan yang dapat dilakukan pengguna. Dengan demikian, button membantu pengguna memahami langkah berikutnya dalam proses interaksi serta mendukung alur navigasi yang jelas dan mudah dipahami. (h. 52)



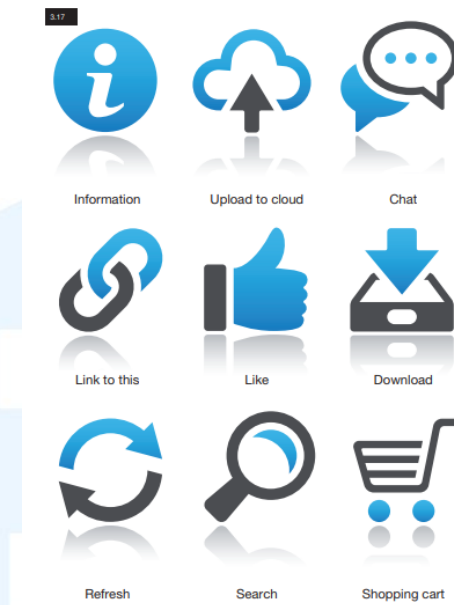
Gambar 2.9 *Button*

Sumber: Buku *Basic Interface Design* Dave Wood

Selain itu juga, Wood menjelaskan bahwa *Button* juga salah satu bentuk tindakan *Call To Action* karena pengguna perlu memilih atau melakukan tindakan sesuatu dalam proses interaksi. Definisi ini menunjukkan bahwa button tidak hanya berfungsi sebagai elemen navigasi, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mengarahkan pengguna untuk melakukan tindakan tertentu dalam antarmuka. (h. 182)

B. Icon

Menurut Wood (2014, pp. 90–92), *Icon* merupakan elemen antarmuka atau *Interface Tools* yang dimana berfungsi untuk menarik perhatian pengguna dan juga untuk mengkomunikasikan sesuatu atau biasa disebut *Call To Action* (CTA) secara singkat dan mudah dipahami navigasi oleh penggunaannya untuk berganti kehalaman yang dituju.



Gambar 2.10 *Iconography*
Sumber: Buku *Basic Interface Design* Dave Wood

Hubungan yang jelas antara bentuk ikon dengan fungsi yang diwakilinya akan membantu pengguna memahami tindakan yang harus dilakukan sehingga interaksi dengan antarmuka menjadi lebih efektif. Oleh karena itu, ikon harus menggunakan visual yang familiar, mudah dikenali, dan memiliki makna yang konsisten agar tidak menimbulkan kebingungan bagi pengguna. Selain itu, apabila makna suatu ikon belum dipahami secara universal, penggunaan label teks dapat membantu meningkatkan pemahaman dan kemudahan penggunaan (*usability*) pada antarmuka. (h. 92).

2.3 Fotografi

Menurut Carrol (2014. H 8-9). Fotografi adalah proses kreatif yang tidak hanya bergantung pada kemampuan menggunakan kamera, akan tetapi juga pada kemampuan fotografer dalam melihat, memahami, dan menyusun elemen-elemen visual menjadi sebuah gambar yang bermakna. Dalam praktiknya, menghasilkan foto yang baik lebih ditentukan oleh bagaimana seorang fotografer mengamati objek, mengatur komposisi, serta menyampaikan ide melalui gambar daripada sekadar menguasai aspek teknis kamera. Oleh karena itu, fotografi dipandang

sebagai proses membangun sebuah karya visual yang mampu mengomunikasikan pesan kepada penikmatnya.

2.3.1 Komposisi Fotografi

Menurut Carrol (2014 h. 8–9), komposisi merupakan salah satu aspek penting dalam fotografi karena komposisi merupakan sebuah teknik dasar utama dalam membangun sebuah gambar. Komposisi diartikan sebagai cara fotografer menyusun atau mengatur elemen-elemen visual di dalam bingkai (frame) sehingga menghasilkan foto yang memiliki struktur yang kuat. Berikut merupakan komposisi fotografi menurut Carrol:

A. Leading Lines

Menurut Carroll (2014), *leading lines* merupakan teknik komposisi yang digunakan untuk mengarahkan pandangan mata audiens menuju objek utama dalam sebuah foto. Teknik ini memanfaatkan garis-garis alami maupun buatan, seperti jalan, pagar, rel kereta, tangga, cabang pohon, atau tepian bangunan, untuk menciptakan alur visual yang membawa perhatian pengamat ke titik fokus. Dengan adanya *leading lines*, sebuah foto tidak hanya menjadi lebih terstruktur, tetapi juga mampu memberikan kesan perjalanan visual yang menghubungkan setiap elemen di dalam komposisi. (h. 10-11)



Gambar 2.11 *Leasing Lines*

Sumber: Buku *Read This If You Want to Take Great Photographs*

Carroll (2014) menjelaskan bahwa satu garis utama sering kali sudah cukup untuk membangun komposisi yang kuat, terutama apabila garis tersebut dimulai dari tepi bingkai foto sehingga mampu mengarahkan pandangan secara alami menuju subjek. Teknik ini membantu fotografer menyusun komposisi yang lebih komunikatif serta memperkuat penyampaian pesan dan kesan yang ingin ditampilkan melalui foto.

B. Framing

Menurut Carroll (2014), *framing* merupakan teknik komposisi yang digunakan untuk menonjolkan objek utama dengan memanfaatkan elemen lain sebagai bingkai alami di dalam foto. Bingkai tersebut dapat berupa pintu, jendela, lengkungan, pepohonan, maupun objek lain yang mampu mengarahkan perhatian audiens pada subjek utama. Teknik ini sangat efektif digunakan ketika fotografer menghadapi pemandangan yang ramai karena membantu menciptakan fokus visual yang lebih jelas. (h. 14-15)



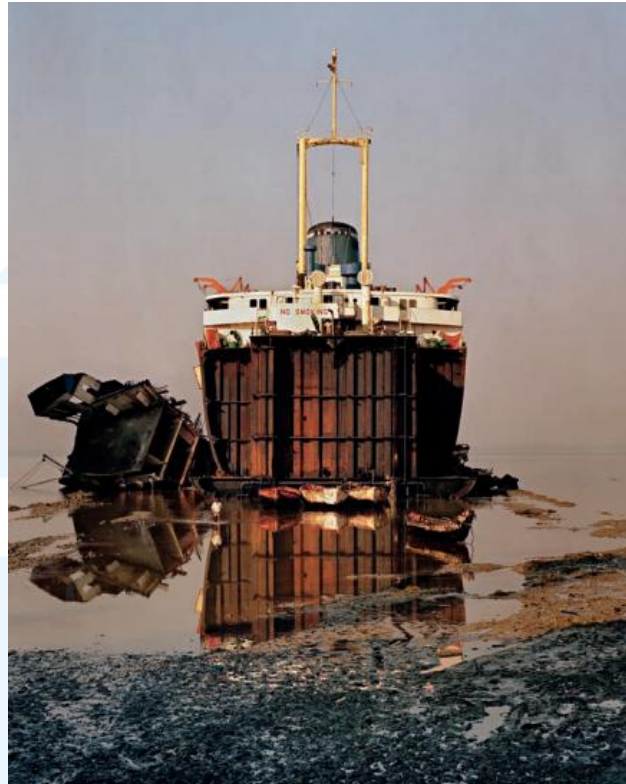
Gambar 2.12 *Framing*

Sumber: Buku *Read This If You 20Want to Take Great Photographs*

Framing tidak sekadar menempatkan objek di dalam sebuah bingkai, tetapi juga menciptakan sebuah "foto di dalam foto" (*photograph within your photograph*). Oleh karena itu, fotografer perlu memilih objek yang benar-benar layak dijadikan pusat perhatian agar teknik ini mampu meningkatkan kekuatan visual dan memperjelas pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah karya fotografi. (h. 15)

C. Foreground Interest

Pada buku Carrol (2014) Komposisi *Foreground interest* merupakan teknik komposisi yang menempatkan elemen visual pada bagian depan foto untuk menciptakan kedalaman (*depth*) dan menghubungkan pandangan audiens menuju objek utama. Elemen yang berada di bagian depan berfungsi sebagai pijakan visual (*stepping stone*) sehingga mata pengamat dapat bergerak secara alami dari bagian depan menuju bagian tengah dan latar belakang foto. (h.16-17)



Gambar 2.13 *Foreground Interest*

Sumber: Buku *Read This If You 20Want to Take Great Photographs*

Foreground interest membuat sebuah foto memiliki dimensi yang lebih kuat dibandingkan apabila hanya menampilkan objek utama dan latar belakang. Oleh karena itu, fotografer tidak hanya perlu memperhatikan pemandangan yang berada di kejauhan, tetapi juga harus mengamati elemen-elemen yang berada di sekitar posisi pengambilan gambar karena sering kali elemen tersebut menjadi kunci terciptanya komposisi yang lebih menarik dan seimbang. (h. 16-17)

D. Rule Of Thrlds

Menurut Carroll (2014, pp. 22–23), *rule of thirds* merupakan salah satu teknik komposisi yang digunakan untuk menjaga keseimbangan visual ketika objek utama tidak ditempatkan tepat di tengah bingkai foto. Teknik ini dilakukan dengan membagi bidang foto menjadi tiga bagian secara horizontal maupun vertikal sehingga membentuk sembilan bidang imajiner. Titik perpotongan garis-garis

tersebut menjadi area yang disarankan untuk meletakkan objek utama agar komposisi terlihat lebih seimbang dan menarik.



Gambar 2.14 *Rule Of Thirds*

Sumber: Buku *Read This If You 20Want to Take Great Photographs*

Carroll juga menjelaskan bahwa *rule of thirds* bukanlah aturan yang harus diterapkan secara mutlak, melainkan pedoman untuk membantu fotografer menyusun komposisi yang lebih harmonis. Penempatan objek yang terlalu dekat dengan tepi bingkai atau hanya sedikit bergeser dari posisi tengah dapat membuat komposisi terlihat kurang proporsional. Oleh sebab itu, *rule of thirds* digunakan sebagai acuan dalam menentukan posisi subjek agar foto tetap memiliki keseimbangan visual tanpa kehilangan daya tariknya. (h.22-23)

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Carroll (2014), dapat disimpulkan bahwa komposisi fotografi merupakan teknik dasar yang berperan penting dalam menyusun elemen-elemen visual agar menghasilkan foto yang memiliki struktur, keseimbangan, dan daya tarik yang kuat. Penerapan teknik *leading lines*, *framing*, *foreground interest*, dan *rule of thirds* membantu fotografer mengarahkan perhatian audiens, menciptakan kedalaman visual, memperjelas fokus utama, serta menghasilkan komposisi yang lebih harmonis. Oleh karena itu, prinsip-prinsip komposisi tersebut menjadi landasan dalam perancangan penulis dalam teknik komposisi asset asset foto Website Telaga Biru Cicerem

yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mampu menyampaikan informasi dan pesan visual secara lebih efektif.

2.4 Telaga Biru Cicerem

Menurut laporan Kompas.com, 2022 Dini Diniswari menyatakan bahwa Telaga Biru Cicerem merupakan salah satu destinasi wisata alam unggulan di Kabupaten Kuningan yang memiliki daya tarik tinggi, terutama karena kejernihan airnya yang berwarna biru alami. Keindahan telaga ini bahkan sering dibandingkan dengan danau biru terkenal seperti Blausee Lake, sehingga menjadi alternatif wisata alam bagi masyarakat Indonesia tanpa harus bepergian ke luar negeri (Ivansyah & Novita, 2025).



Gambar 2.15 Telaga Biru Cicerem

Sumber: <https://www.tempo.co/hiburan/telaga-biru-cicerem-di...>

Secara historis, telaga ini berasal dari sumber mata air kecil yang kemudian diperluas oleh tokoh masyarakat setempat hingga menjadi sebuah telaga. Selain berfungsi sebagai objek wisata, telaga ini juga dimanfaatkan sebagai sumber air bagi kebutuhan sehari-hari masyarakat sekitar (Roselie et al., 2022). Air di Telaga Biru Cicerem dikenal sangat jernih dengan kedalaman sekitar 5 meter, serta dihuni oleh ikan dan tumbuhan air, namun tetap terjaga kebersihannya sehingga tidak menimbulkan bau maupun kekeruhan Sejak tahun 2010, Telaga Biru Cicerem secara resmi dikembangkan sebagai destinasi wisata (Roselie et al., 2022). Lokasinya berada di Desa Kaduela, Kecamatan Pasawahan, Kabupaten Kuningan, dengan jarak sekitar 30 km dari pusat Kota Kuningan dan dapat ditempuh dalam

waktu kurang lebih satu jam perjalanan (Kompas.com, 2022). Akses menuju lokasi relatif mudah, dan selama perjalanan pengunjung dapat menikmati panorama alam berupa persawahan serta pemandangan Gunung Ciremai (Irenita et al., 2022).

Dari segi aktivitas wisata, pengunjung dapat melakukan berbagai kegiatan seperti berenang, menikmati keindahan ikan, berfoto, menaiki perahu, bermain ayunan, hingga bersantai menggunakan pelampung. Selain itu, tersedia pula fasilitas pendukung seperti tempat makan dan toilet dengan harga tiket masuk yang relatif terjangkau (Putri, 2024).

2.5 Penelitian yang Relevan

Dalam membantu dasar penelitian berdasarkan topik perancangan media informasi, tentu sangat penting untuk meninjau penelitian relevan yang terdahulu. Berikut adalah penelitian yang relevan:

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Perancangan Media Informasi Digital Berbasis <i>Website</i> Interaktif untuk Budaya dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi.	Bayu Hardi Caniago (2025)	Penelitian ini merancang media informasi berupa <i>Website</i> interaktif untuk mendukung promosi budaya dan pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi. <i>Website</i> interaktif ini dilengkapi fitur pengelolaan data budaya, pariwisata, foto serta informasi seputar Kabupaten	Pada penelitian tugas akhir ini <i>Website</i> interaktif tidak hanya berfokus sebagai media informasi, kebaruan <i>Website</i> terdapat adanya game interaktif seputar objek wisata yang membuat penggunaanya

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
			Kuantan Singingi, sehingga menjadi pusat Informasi terintegrasi, yang mampu diakses oleh masyarakat luas. Hasil penelitian ini menegaskan bahwasanya <i>Website</i> interaktif mampu dalam menyajikan informasi dan promosi serta memperkuat identitas budaya dan juga meningkatkan daya tarik bagi calon wisatawan secara efektif dan cepat di era digital.	memiliki <i>experience</i> serta secara tidak langsung menambah pengetahuan seputar objek wisata Telaga Biru Cicerem dengan kesan <i>playfull</i> (Caniago, 2025).
2.	Perancangan Ulang Informasi Telaga Biru Cicerem Desa Wisata Kaduela Kabupaten Kuningan Melalui Media Sign System.	Lusi Indriyani Fadillah (2024)	Penelitian yang dilakukan oleh Fadhillah berupa perancangan ulang media sign system Telaga Biru Cicerem, perancangan ini berfokus pada penyelesaian	Pada perancangan sebelumnya peneliti melakukan perancangan yang berfokus pada Media <i>Sign System</i> .

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
			permasalahan keterbacaan <i>signage</i> atau papan tanda informasi. Hal ini membuat ketidaknyamanan pengunjung membaca papan tanda saat berada di lokasi. Maka dari itu penulis melakukan perancangan ulang guna merancang sistem tanda yang terorganisir serta mampu merepresentasikan identitas tempat melalui visual secara konsisten.	Pada penelitian tugas akhir ini, kebaruan terletak pada perancangan media informasi berbasis <i>Website</i> interaktif, informatif dan juga responsif, serta fokus pada informasi seputar Telaga Biru Cicerem seperti fasilitas, jam operasional, harga tiket dan informasi lainnya yang tidak ada dipenelitian (Fadillah, 2024) ¹
3.	E-Tourism Sebagai Media Informasi Wisata	Wiyanto, Salsa Fadhillah,	Penelitian ini adalah pengembangan sistem informasi	Kebaruan pada penelitian ini terletak pada

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
	Kabupaten Bekasi Berbasis <i>Website</i>	& Arif Siswandi (2022)	berbasis <i>Website</i> fokus pada penelitian ini adalah mengatasi kurangnya penyebaran dan pengelolaan informasi wisata di Kabupaten Bekasi. Hasil perancangan adalah <i>e-tourism</i> yang mampu mengelola data wisata, paket wisata dan transaksi pada <i>Website</i> . Namun penelitian ini lebih berorientasi pada aspek pengembangan sistem dan manajemen data, penulis belum ingin membahas lebih dalam aspek pengalaman pengguna atau <i>user experiencenya</i>	fokus <i>Website</i> interaktif yang lebih mengutamakan <i>user experience</i> atau pengalaman penggunaanya karena adanya media interaktif berupa game dalam <i>Website</i> , serta berfokus pada konten berupa media informasi yang masih berbentuk prototipe. Hal ini menjadi kebaruan dan perbedaan pada penelitian oleh (Wiyanto et al., 2022)

Bedasarkan kajian dari penelitian yang relevan, terdapat beberapa kebaruan dalam mengimplementasikan perancangan media informasi terhadap objek wisata. Penelitian mengenai perancangan ulang *sign system* yang menunjukkan bahwa penggunaan media informasi menggunakan media cetak atau papan tanda dalam menyampaikan informasi. Adapun penelitian perancangan dengan output yang sama dengan fokus yang berbeda berupa perancangan media promosi berbasis *Website*. Selanjutny adalah penelitian yang berfokus pada aspek manajemen dan pengembangan data sistem informasi yang masih ingin belum membahas kepada pengalaman pengguna atau *user experience*.

