

BAB II

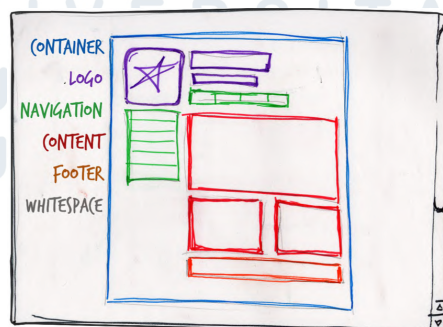
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Website

Website digunakan dalam media digital yang terdiri atas sejumlah halaman yang saling berhubungan melalui *hyperlink*. Media ini digunakan sebagai sarana pengenalan atau penyampaian informasi, dengan berbagai bentuk seperti text, gambar, video, animasi ataupun audio yang biasanya akan di kombinasi beberapa menjadi sebuah kesatuan tampilan *website* tersebut (Elgamar, 2020, h. 3). Seiring dengan perkembangan sekarang, dengan memanfaatkan teknologi dalam merancang *website* edukasi menjadi strategi yang relevan dalam penelitian ini. Perancangan *platform* berbasis *website* akan memberikan memberikan informasi dan pemahaman yang fleksibel bagi pengguna, hal tersebut didukung dari keberhasilan penelitian dari Lyra Adibowo et al., (2025), menyatakan bahwa pembuat *website* yang bersifat edukatif mampu meningkatkan efektivitas dalam pemahaman mereka dalam belajar, khususnya melalui pendekatan visual dan interaktif dan tentunya lebih fleksibel dalam memahami suatu ilmu secara optimal.

2.1.1 Website Composition

Setiap komponen *website* terdiri atas *header*, menu, konten dan *footer*. Komponen tersebut disusun kedalam *website* dengan fungsi atau tujuan berbeda dan tergantung kebutuhannya (Beaird & Walker, 2020, h. 26) berikut komponen dasar yang umumnya digunakan *website*:

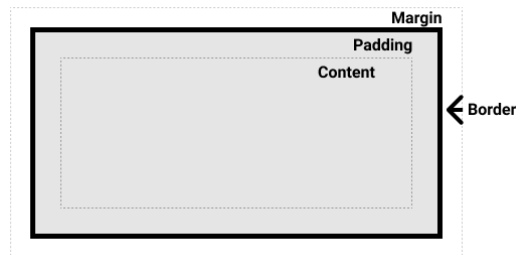


Gambar 2.1 Anatomy Website

Sumber: [https://www.sitepoint.com/web-page-anatomy/...](https://www.sitepoint.com/web-page-anatomy/)

1. The Containing Block

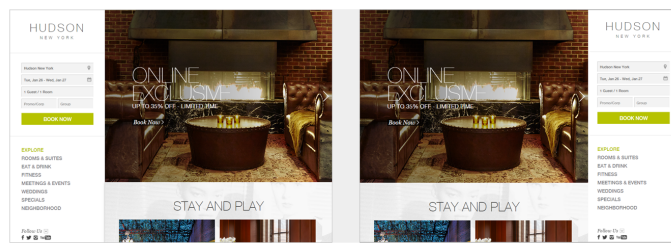
Setiap halaman *website* terdapat tempat utama dalam menarik seluruh isi konten pada halaman tersebut. biasanya akan berupa elemen *body*, *section* dan juga *div*. tanpa ada komponen ini, maka isi tampilan halaman akan berantakan dan kurang layak dalam tampilan *browser* tersebut. Pada ukuran tampilan terdapat ukuran layar yang fleksibel, sehingga dapat mengatur dalam ukuran tampilan *browser*. Selain itu, terdapat juga ukuran tetap yang ditetapkan bahwa ukurannya tidak dapat berubah meskipun ukuran tampilan *browser* di perbesar atau diperkecil (Hartadi et al., 2020).



Gambar 2.2 Layout & Containing Block
Sumber: <https://developer.mozilla.org/en-...>

2. Logo

Dalam tampilan *website*, terdapat posisi untuk menampilkan identitas dari nama proyek tersebut dan biasanya terletak di bagian atas halaman tampilan. Bagian ini merupakan komponen yang penting dalam proses *branding* atau memperkenalkan yang tujuan untuk membangun identitas dan kesadaran pengguna terhadap proyek tersebut.



Gambar 2.3 Perbandingan penempatan logo kiri& kanan
Sumber: <https://www.nngroup.com/articles/logo-...>

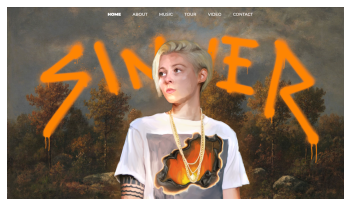
Aspek yang paling penting dalam mempertimbangkan penempatan logo, dalam studi *The impact of logo placement on brand recall* membahas di sisi kiri halaman tampilan dapat meningkatkan *brand recall* pada pengguna, dalam penelitiannya memberikan dua versi desain *website* satu logo di sisi kiri dan kanan, yang mayoritas terletak disisi kiri halaman tampilan jauh lebih mudah diingat, penelitian ini mendukung prinsip *user interface* dalam membantu pengguna memproses informasi yang diberikan pada tampilan layar (Nielsen Norman Group, 2016).

3. *Navigation*

Pada komponen tersebut, berfungsi memberikan kemudahan kepada pengguna dalam menggunakan fitur *website*. Umumnya susunan navigasi berada di bagian paling atas halaman *website*, baik dalam *vertical* atau *horizontal*. Semua elemen di menu utama yang muncul akan disebut *above the fold*, fungsinya agar pengguna tidak memerlukan *scroll* lagi untuk melihat navigasi utama (Beaird & Walker, 2020, h. 28).

4. *Content*

Komponen ini merupakan puncak utama dalam *anatomy website* dan hal yang paling penting sebuah *website*. Konten akan mencakupi informasi yang ada didalamnya, seperti teks, gambar ataupun video. Umumnya, pengguna hanya akan menggunakan jika informasi yang dicari tidak ditemukan, maka diperlukan konten yang jelas dan hal ini merupakan fokus utama dalam perancangan tersebut dalam tampilan *website*, tujuannya agar pengguna dapat membaca dan menemukan informasi yang mereka butuhkan.



Gambar 2.4 contoh konten *website amandaleepeer*s

Sumber: <https://www.amandaleepeer.com/#Music..>

5. *Footer*

Footer merupakan bagian bawah dari sebuah halaman *website* yang berfungsi sebagai penutup dan sekaligus tempat menyajikan informasi tambahan. Umumnya berisi elemen-elemen penting seperti informasi kontak, tautan navigasi, hak cipta, atau informasi pendukung lainnya. Fungsinya untuk membantu pengguna agar lebih cepat menemukan informasi yang terletak pada bagian akhir halaman dan penggunaannya juga memberi kesan rapi pada tampilan *website* (Beaird & Walker, 2020, h. 29).

6. *Whitespace*

Pada penggunaan *whitespace* dikenal sebagai *negative space*, di mana area pada halaman ini tidak berisi gambar, teks maupun elemen desain lainnya. Pada penggunaannya memiliki peran penting dalam menciptakan keseimbangan visual yang memberikan ruang bagi elemen desain agar tidak terlihat padat. Tanpa pengguna *whitespace* yang baik, tampilan desain akan terasa sesak dan tidak nyaman dilihat, dan hal itu diperluanlah agar membantu tampilan desain lebih terstruktur dan terlihat bersug sekaligus mengarahkan perhatian pengguna saat membaca halaman *website* yang menciptakan keseimbangan.

Sehingga secara penggunaannya, teori dari *anatomy website* oleh Beaird & Walker, (2020), akan mencakupi *header*, *navigation*, *content area*, dan *footer* yang digunakan untuk menciptakan komponen dari tampilan *website* tersebut, agar menciptakan kenyamanan dan konsistensi dari tampilan *website* perancangan tersebut.

2.1.2 *User Interface (UI)*

Perancangan *website* tentunya membutuhkan *user interface (UI)* sebagai acuan dengan penerapan prinsip *design thinking* sebagai pendoman dengan memberikan tampilan dari suatu perangkat yang berfokus pada estetika desain serta kemudahan interaksi pengguna yang diterapkan pada berbagai *platform*, seperti aplikasi ataupun *website*, dengan tujuan memberikan

pengalaman interaksi pengguna melalui *graphical user Interface (GUIs)*, *voice controlled interface (VUIs)* serta *gesture based interface*, hal ini sesuai dengan kebutuhan fungsi dari perancangan tersebut dengan memberikan seluruh tampilan ataupun hanya interaksi tertentu (Aziza et al., 2024, hlm. 1). Hal ini didukung dalam hasil penelitian Olivia et al. (2025), yang menunjukkan bahwa penerapan tersebut mampu meningkatkan navigasi, aksesibilitas, serta meningkatkan daya tarik visual, sekaligus mempertimbangkan fungsionalnya dengan prinsip yang digunakan dengan menyesuaikan desain kepada kebutuhan digital pengguna.

1. Prinsip *User Interface (UI)*

Dalam teori Rustan, (2017), pada jurnal Gana Hartadi et al., (2020) menyatakan bahwa terdapat empat prinsip umum yang digunakan dalam *User Interface (UI)* dengan tujuan meminimalkan kesalahan, prinsip tersebut digunakan sebagai acuan merancang tampilan pada layar perancangan.

a. *Emphasis* (penekanan)

Pada prinsip ini digunakan dalam menekankan perancangan desain, tujuannya agar elemen tersebut mendapatkan pusat perhatian, dan bagian tersebut akan memberikan *vocal point* yang menjadi prioritas, pada umumnya akan dilihat dari warna dengan mencolok dan ukuran yang besar akan memberikan penekanan pada objek tersebut dan hal ini diperlukan pemilihan kontras warna yang dominan dalam perancangan objek tersebut (Hartadi et al., 2020, h.111).

b. *Sequence* (urutan)

Digunakan prinsip untuk tahapan dalam urutan utama dalam peletakan informasi di perancangan. Pada pembahasannya pengguna bahasa akan membaca mulai dari kiri sampai kanan serta atas sampai bawah. Pada *sequence* berfungsi sebagai penekanan visual yang menempatkan elemen paling penting pada posisi utama, kemudian disambungkan ke elemen lebih rendah. Hal ini

akan mempertimbangkan pola baca umum yang akan digunakan tampilan layar perancangan (Hartadi et al., 2020, h.113).

c. *Balance* (keseimbangan)

Prinsip keseimbangan antar elemen dalam suatu desain yang memiliki terbagi dua jenis yakni keseimbangan simetri akan memberikan kesan kokoh dan formal, hal ini akan mempermudah susunannya dikarenakan dapat diukur secara sistematis. Sedangkan keseimbangan asimetris bersifat dinamis dan biasanya tidak terlalu diukur secara matematis lebih menekankan pada keseimbangan visual (Hartadi et al., 2020, h.116).

d. *Unity* (Kesatuan)

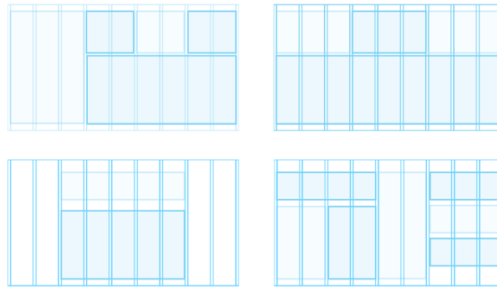
Prinsip kesatuan dalam menciptakan desain yang selaras dengan elemen lain. Menurut Rustan (2017, h. 84) dalam pembahasan Gana Hartadi et al., (2020). Keselarasan dapat dicakupi unsur fisik dan nonfisik seperti pesan akan disampaikan melalui desain, biasanya diterapkan dapat digunakan dalam *background* yang cukup dominan dengan konsep perancangan tersebut (Hartadi et al., 2020).

2. **Elemen *User Interface* (UI)**

Elemen *user Interface* berfungsi agar terciptanya interaksi yang alami digunakan oleh penggunaannya pada tampilan layar *website*. pada pembahasan buku *Designining User Interfaces* yang ditulis oleh Malewicz, M., & Malewicz, D, (2021) menyatakan terdapat beberapa elemen yang umumnya digunakan pada desain *user interface* (UI).

a. *Layout & Grid*

Layout merupakan susunan elemen visual pada tampilan UI agar informasi dapat tersampaikan secara teratur, dan dalam menjaga konsistensinya diperlukan bantuan *grid* dalam memberikan *templete* dengan bentuk garis-garis bantu agar dapat menempatkan elemen visual secara rapi pada tampilan perancangan tersebut.



Gambar 2.5 Contoh *layout & grid*
Sumber: (Michal & Malewics, 2021)

Pemilihan *grid* akan membantu dalam mengatur posisi elemen seperti teks, gambar, tombol dan kompoenen lainnya agar terbentuknya hierarki visual namun dalam pemilihan *grid* diperlukan penentuan konten dan kebutuhan layar. Dengan demikian, diperlukan penyusunan *scenario* halaman dan fitur-fitur, hal tersebut dapat dibantu oleh penggunaan *wireframe* yang dapat membantu menentukan struktur pada *grid* dengan menyusun gambaran kasar pada susunan elemen setiap tampilan perancangan (Michal & Malewics, 2021, h. 58).

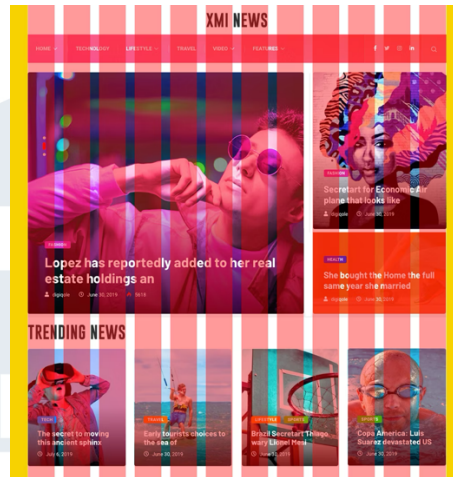
Selanjutnya, sistem *grid* diperlukan pemilihan pada tampilan layar dengan menerapkannya pada beragam konten dengan menerapkan foto, blog informasi, dan konten mendukung lainnya. Umumnya menggunakan 16 kolom dengan memberikan variasi tata letak yang luas, dan akan memberikan kompleksitas yang tinggi dan dapat disesuaikan pada kebutuhan konten (Michal & Malewics, 2021).

Pada penggunaan *grid* terdapat jenis-jenisnya yang umumnya digunakan diperancangan *user interface (UI)* dan dibedakan menjadi *grid horizontal* dan *grid vertical* dan memiliki fungsi sendiri yang akan membentuk perancangan visual.



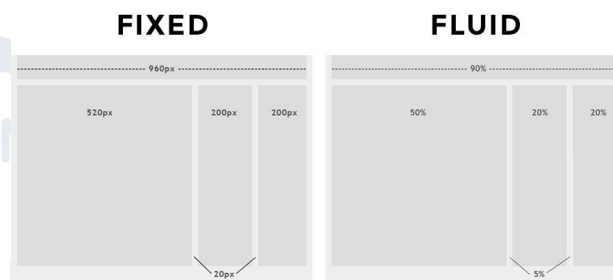
Gambar 2.6 Contoh *grid horizontal*
Sumber: (Michal & Malewics, 2021, h.59)

Pada penggunaan *grid horizontal* menggunakan sistem yang disusun pada atas kolom-kolom *vertical* yang dipisahkan oleh jarak antar kolom yang disebut *gutter*. ukuran kolom dapat ditentukan secara tetap maupun fleksibel sesuaikan kebutuhan.



Gambar 2.7 Contoh penggunaan *grid vertical* pada *website*
Sumber: <https://www.ramotion.com/blog/website-grid...>

Selanjutnya, terdapat penggunaan *grid vertical*, menggunakan sistem yang disusun pada atas garis-garis *horizontal* yang berfungsi mengatur tinggi elemen pada bagian *section* antar konten dan hal ini akan efektif dalam menampilkan banyak konten seperti *blog* dan portal berita (Michal & Malewics, 2021, h. 59).



Gambar 2.8 Perbedaan *fixed & fluid*
Sumber: <https://medium.com/design-bootcamp/fluid-layouts-the...>

Selain dijadikan alat penyusunan, *grid* juga dapat dibedakan berdasarkan sifat ukurannya, yaitu *fluid grid* digunakan sistem *grid* dengan lebar kolom secara fleksibel dengan

menyesuaikan ukuran tampilan layar dan *fixed grid* menggunakan ukuran kolom yang telah ditetapkan dengan ukuran Kolom agar tetap menjaga keterbacaan terutama halaman dengan konten teks yang panjang (Michal & Malewics, 2021).

b. *Icon*

Icon digunakan sebagai simbol visual berbentuk piktogram kecil dalam mempresentasi suatu fungsi dengan bentuk yang telah disederhanakan pada objek nyata dan dikenalin dalam kehidupan sehari-hari, tujuannya agar mudah memahami makna dengan cepat. Umumnya digunakan oleh pengguna seperti ikon pencarian ataupun pengaturan lainnya yang cukup dikenal pada pengguna namun perlu disesuaikan kembali kepada target pengguna (Michal & Malewics, 2021).

Pada penggunaan jenis-jenis ikon sebagai *icon representation* seperti gambar ataupun ikon ditujukan untuk mempermudah dalam mengenali, memahami dan mengingat informasi tersebut. sehingga dibagi menjadi beberapa jenis (William et al., 2023), yakni

a. *Similar Icons*

Pengguna jenis ikon ini memiliki kemiripan visual dengan objek aslinya serta konsep yang mewakilinya, sehingga ikon mudah dipahami oleh pengguna yang langsung dapat mengvisualisasikan pada bentuk nyata.



Gambar 2.9 Contoh *Similar Icons*
Sumber: (William et al., 2023, h. 199)

Pada penggunaan ikon ini hanya dapat digunakan pada konsep yang sederhana dan kurang mampu dalam mempresentasikan konsep yang kompleks.

b. *Example Icons*

Penggunaan jenis ikon ini akan menggunakan contoh dari objek nyata yang umum di masyarakat yang telah dikenal oleh pengguna dan akan menekankan pada kemiripan bentuknya.



Gambar 2.10 Contoh *example icons*
Sumber: (William et al., 2023, h. 199)

Penggunaan ikon ini biasanya akan efektif dalam menyampaikan informasi secara detail dan sudah sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

c. *Symbolic Icons*

Penggunaan jenis ikon ini akan mempresentasikan makna melalui simbol yang telah disepakati pada mayoritas umum namun visual dari ikon tersebut tidak selalu memiliki kemiripan pada objek aslinya, namun makna yang terkandung sudah dipahami oleh pengguna saat melihatnya secara langsung.



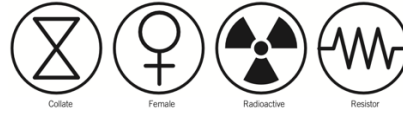
Gambar 2.11 Contoh *symbolic icons*
Sumber: (William et al., 2023, h. 199)

Penggunaan ikon tersebut memiliki keunggulan dalam penggunaannya karena bersifat ringkas dan efisien dalam pemahamannya saat digunakan dan diperlihatkan kepada pengguna.

d. *Arbitrary Icons*

Penggunaan jenis ikon ini tidak memiliki hubungan visual ataupun keterkaitan makna yang

diwakilkan, sehingga perlu dipelajari terlebih dahulu untuk pemahamannya.



Gambar 2.12 Contoh *Arbitrary icons*
Sumber: (William et al., 2023, h. 199)

Penggunaan pada ikon ini biasanya memiliki orang memiliki bidang khusus ataupun orang memperdalam bidang tersebut akan memahaminya, biasanya dapat membantu dalam komunikasi lintas budaya atau standar visual yang global namun akan lebih efektif jika menggunakan label agar mudah dipahami pada konteks tertentu.

Sehingga dalam pemilihan ikon, diperlukan konsistensi dalam pemilihan gaya visual pada tampilan *user interface*. Beberapa faktor yang wajib diperhatikan dalam menjaga konsistensinya.

a. Tingkat detail (*Level of Detail*)

Umumnya *icon* akan dibentuk sederhana agar mudah dipahami oleh pengguna. Namun hal tersebut perlu sesuaikan kembali konteks perancangan dalam menentukan gaya visual *icon* dalam bentuk sederhana ataupun detail (Michal & Malewics, 2021, h. 172).



Gambar 2.13 contoh perbedaan *icon style simple & realistic*
Sumber: (Michal & Dianan Malewics, 2021, h.179)

a. *Fill & Outline*

Pada pembentukan icon dapat menggunakan bentuk *solid* dengan bentuk visual warna yang terisi. Serta terdapat gaya visual *outline* dengan visual garis luar

dengan bagian dalamnya kosong. Pemilihan gaya diperlukan konsistensi dalam seluruh tampilan perancangan.



Gambar 2.14 contoh perbedaan *solid & Outline icon*
Sumber: (Michal & Dianan Malewics, 2021, h.179)

b. Bentuk sudut (*Roundness*)

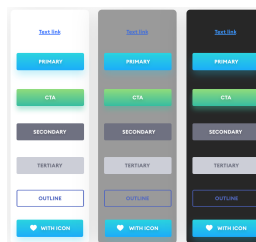
Perlunya perhatian pada sudut ikon dalam pemilihan bentuk tajam atau membulat, pada sudut tajam, umumnya memberikan kesan formal dan *modern*. Sedangkan pada sudut yang membulat memberi kesan lebih ramah dan *modern*. Pemilihan karakter sudut perlu disesuaikan dengan konsep perancangan (Michal & Malewics, 2021, 179).



Gambar 2.15 Contoh perbedaan bentuk *rounded & sharp icon*
Sumber: : (Michal & Malewics, 2021, h.179)

c. *Button*

Button merupakan elemen interaktif yang digunakan pada tampilan *user interface* dengan melakukan tindakan pada label tertara seperti penyimpanan, mengirim, mengunduh ataupun lainnya. Sebagai elemen *button*, diperlukan penggunaan visual yang jelas dan mudah dipahami seperti bentuk persegi panjang ataupun dengan persigi panjang dengan sudut membulat, karena umumnya digunakan sebagai tindakan serta pemilihan warna yang kontras agar memberikan kesan menonjol dari elemen lain pada tampilan perancangan (Michal & Malewics, 2021, h. 179-193).

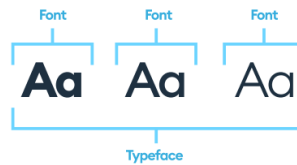


Gambar 2.16 Contoh penerapan *button*
 Sumber: (Michal & Malewics, 2021, h.193)

Dalam penerapan ini, *button* diperlukan hierarki visual digunakan dalam membedakan kepentingan tindakan, seperti pada *primary button* yang fungsikan untuk tindakan utama pada tampilan perancangan. Sedangkan pada Call to Action (CTA), dirancang lebih menonjol agar mendorong tindakan dan umumnya peletakannya dalam satu halaman agar tidak membagi perhatian pengguna. Selanjutnya pada penggunaan *secondary* sebagai tindakan pendukung, sementara pada *outline & ghost button*, penggunaanya sebagai aksi pelengkap dan biasanya berpotensi diabaikan pengguna. Penempatan yang tepat akan memberikan potensi pengguna dalam melakukan aksi dalam menekankan *buttons* pada tampilan perancangan tersebut (Michal & Malewics, 2021).

d. *Typography*

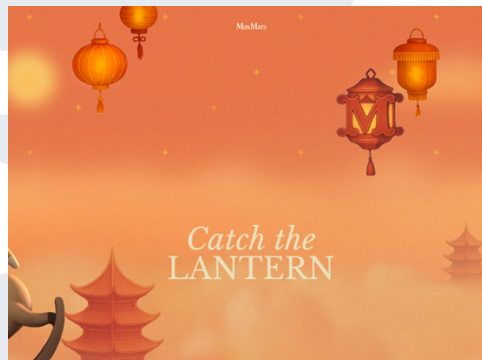
Typography merupakan salah satu aspek dalam perancangan *user interface (UI)*, Pemilihan pada tipografi akan berpengaruh pada aspek estetika dan juga akan menentukan karakter, suasana serta pesan yang disampaikan, dengan hal itu diperlukan pemahaman terhadap teori tipografi dalam menciptakan tampilan *user interface (UI)* yang efektif (Michal & Dianan Malewics, 2021, h 140). Terdapat perbedaan antara *typeface* yang merupakan Kumpulan jenis huruf yang menjadi satu kelompok atau keluarga dari hurufnya yang memiliki desain yang sama sedangkan *font* merupakan varian spesifik dari *typeface* tersebut, biasanya perbedaannya seperti ketebalan atau gaya namun dengan desain *font* yang sama dan akan menjadi representasi dari bentuk visual huruf di tampilan layar.



Gambar 2.17 Contoh perbedaan *Typeface & Font*
 Sumber: (Michal & Dianan Malewics, 2021)

a. Penggunaan *Sans serif* dan *Serif*

Pada penggunaan *sans serif* merupakan jenis huruf yang lebih *modern* dan tidak garis tambahan pada ujung karakter yang biasanya digunakan media digital karena tampilan yang bersih dan mudah dibaca pada tampilan layar. Penggunaan *sans serif* umumnya digunakan di judul, teks menengah, label, tombol serta media yang memiliki teks yang sangat panjang di media digital.



Gambar 2.18 Contoh penggunaan tipografi *sans serif & serif website*
 Sumber: <https://catchthelantern.maxmara.com...>

Sedangkan huruf *serif* memiliki karakteristik seperti garis kecil pada ujung karakter, fungsi pada garis tersebut membantu mengarahkan mata pengguna saat membaca teks panjang sehingga meningkatkan keterbacaan. Pengguna *serif* umumnya digunakan pada media cetak dan media digital, namun dalam perancangan *website* disarankan penggunaannya dipadukan dengan huruf *sans serif*, hal ini akan memberikan hierarki dan tampilan yang jelas pada perancangan tersebut. (Michal & Malewics, 2021).

e. *Colors*

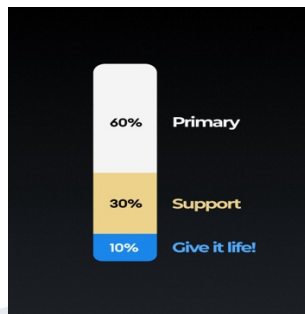
Pada pemilihan warna merupakan tahap yang paling penting dalam perancangan, hal ini akan memberikan suasana, *look and feel* serta karakter dari keseluruhan tampilan perancangan. Selain itu, difungsikan sebagai identitas dari suatu produk digital dalam memiliki ingatan pada pengguna. Beberapa warna memiliki makna dan keterkaitan dengan emosional manusia. Warna juga dibagi dua kelompok, yaitu warna *chromatic color* yang memiliki warna berwarna sedangkan *achromatic color*, warna yang seperti putih, abu-abu dan hitam yang mempengaruhi kemampuan fisiologis dari penglihatan pengguna (Michal & Malewics, 2021).



Gambar 2.19 Skema warna RGB

Sumber: <https://pakfactory-com.translate.goog/blog/rgb-...>

Prinsip pada sistem warna RGB (Red, Green, Blue) umumnya digunakan media ataupun perangkat digital. Sistem kerjanya menggunakan cahaya merah, hijau dan biru pada tingkat kecerahan tertentu. Dalam konteks *user interface (UI)* memiliki aspek penting selain sebagai elemen estetika namun dalam membangun hierarki visual, meningkatkan keterbacaan, penyampaian makna serta mempengaruhi emosional target dalam tampilan layar perancangan (Michal & Malewics, 2021).



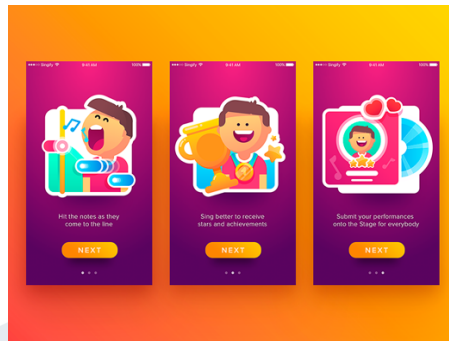
Gambar 2.20 Teori *rule 60 30 10*

Sumber: <https://hype4.academy/articles/design/60-30-10...>

Perancangan ini menggunakan pemahaman dari prinsip komposisi warna 60/30/10, yang bertujuan untuk memberikan keseimbangan visual pada tampilan *website*. Pada pembagian warnanya di 60% menjadi warna dominan dari dasar visual yang biasanya akan digunakan pada *area background* section utama atau elemen yang prioritasnya rendah, selanjutnya pada penggunaan 30% digunakan sebagai warna pendukung atau sekunder dalam memperkuat tampilan, yang biasanya digunakan pada *section* ataupun *ornament* yang diperlukan perhatian yang tinggi dan terakhir pada penggunaan warna 10% akan digunakan sebagai warna yang menonjol pada elemen penting, biasanya akan diterapkan pada tombol ataupun *call to action* (Michal & Malewics, 2021, h.120). Penerapan ini akan membantu dalam menjaga konsistensi dan pengalaman yang nyaman bagi pengguna pada perancangan *website* penulis.

f. *Illustration*

Pada penggunaannya, merupakan strategi visual dalam memberikan keunikan dan identitas dalam perancangan *user interface*, Ilustrasi dapat digunakan sebagai pengganti fotografi dengan menciptakan suatu ide, konsep, atau pesan secara visual. Dalam konsep komunikasi visual, sebuah gambar sering kali mampu menyampaikan informasi yang kompleks secara lebih cepat dan efektif dibandingkan teks (Michal & Malewics, 2021, h. 324).



Gambar 2.21 Contoh *onboarding* pada ilustrasi
 Sumber: <https://uxplanet.org/design-of-onboarding-tutorial...>

Pada tahap perancangan ilustrasi dapat dibantu menggunakan proses *onboarding* berfungsi dalam membantu pengguna dalam mengenal dan memahami fitur secara menarik dengan pemilihan gaya visual dan warna yang menarik akan membentuk identitas dan memberikan pengalaman pertama pengguna pada tampilan layar (Michal & Malewics, 2021).

Dalam teori Alan Male (2007), menjelaskan ilustrasi tidak hanya sebagai elemen estetika namun juga memiliki peran sebagai media komunikasi visual yang ditujukan kepada *audiens*, dan terdapat *visual language* sebagai cara penyampaian pesan dalam sebuah bentuk dan penyederhanaan objek sehingga mampu memberikan informasi, berikut jenis fungsi penggunaan *visual language*,

a. *Stylisation*

Pada penggunaan ilustrasi terdapat *style* yang biasanya digunakan dalam menentukan sebuah karakteristik perancangan, pendekatan saat memilih *style* dari tema dapat mengikuti tren yang sedang berkembang sehingga dikelompokkan menjadi dua bentuk utama yakni *literal illustration* yang menyajikan visual dari bentuk nyatanya atau disebut dengan *pictorial truth* dengan menyesuaikan dari objek atau detail dari kondisi nyata, sedangkan bentuk keduanya adalah *conceptual illustration* yang tidak berfokus pada objek nyata namun disampaikan dalam bentuk simbol,

metofora ataupun konsep yang telah ditentukan (Male, 2007, h. 50).

b. Diagram

Pada penggunaannya, bentuk ilustrasi ini digunakan untuk menyampaikan informasi secara terstruktur dari menghubungkan antar bagian, penggunaan ini mengfokuskan kepada kejelasan informasi melalui simbol dan bentuk sederhana yang dapat memberikan kemudahan bagi pengguna (Male, 2007, h. 58-59).

c. *Visual Intelligence*

Pada penggunaannya, dapat dibuat dengan visual yang kasar ataupun sederhana dengan tujuan menciptakan emosional ataupun menyampaikan sebuah isu yang sulit dijelaskan secara tertulis sehingga teknik yang digunakan memberikan kesan yang kuat agar dapat memancing pengguna dalam merespon informasi yang disampaikan (Male, 2007, h. 50).

Dalam pengembangan ilustrasi digital, terdapat berbagai gaya visual yang digunakan untuk menyesuaikan kebutuhan media dan karakter dari informasi tersebut. Salah satu yang umumnya digunakan menggunakan gaya *flat design* yang menekankan salah satu pendekatan visual menekankan gaya visual yang sederhana dalam segi bentuk. Gaya ini mengutamakan kesederhanaan elemen visual dengan menghilangkan efek dimensi, sehingga memberikan tampilan bersih, *modern*, serta mudah dipahami (Cista & Murtono, 2023).

Secara keseluruhan, penggunaan teori pada *user interface UI*, menggunakan dua teori, pada teori pertama yang menjelaskan mengenai prinsip-prinsip *user interface UI*, yang bertujuan agar tetap menjaga konsistensi dan keselarasan pada tampilan *website* yang telah ditentukan sedangkan pada teori kedua merupakan elemen-elemen visual yang akan

menjadi isi visual dari tampilan *website*, kedua teori tersebut bertujuan agar menciptakan hirarki pada tampilan perancangan.

2.1.3 *User Experience (UX)*

Fokus utama dalam *User experience (UX)* digunakan untuk proses perancangan desain dengan mengikuti kemauan pengguna, hal ini dapat meningkatkan peluang keberhasilan pada perancangan yang akan digunakan kepada pengguna dan tentunya dengan mempertimbangkan kebutuhan dan perilaku dengan menggunakan metodologi *UX* (Soegaard, 2018, h. 5-6).

1. *Elemen User Experience (UX)*

Dalam teori yang digunakan, terdapat tujuh faktor *User experience* yang dapat menjadi gambaran dari pengalaman pengguna menurut Peter Morville, yang merupakan seorang ahli dalam bidang *UX*, beliau Menyusun ada faktor tersebut dapat menjadi alat dalam memahami desain *UX* (Soegaard, 2018, h. 21).

a. *Useful*

Suatu perancangan harus memiliki kegunaan atau nilai bagi pengguna, tujuannya agar bisa bertahan di dunia pasar. Kenggunaan tersebut akan berkaitan dengan praktis, namun tetap akan memanfaatkan emosional, hiburan estetika ataupun pada kepuasan pengguna. Maka dari itu, perancangan harus bersifat permainan komputer ataupun karya seni yang memiliki kegunaan dalam memenuhi psikologis, emosional dan mengedukasi penggunanya (Soegaard, 2018, h. 22).

b. *Usable*

Pada faktor ini akan berhubungan dengan kemampuan pengguna dalam mencapai tujuan akhirnya dengan pemilihan produk secara efektif dan efisien pada kegunaannya, Terdapat lima karakter yang dapat dipenuhi agar dapat dianggap digunakan meliputi efektivitas, efisiensi, keterikatan dari sejauh mana menyenangkan dan menarik pada pengguna, *error tolerance* yang mampu meminimalisir kesalahan pada pengguna, dan *Ease of*

Learning merupakan kemudahan memahami produk kepada pengguna. Dapat disimpulkan pada kemampuan pengguna akan bergantung pada mudah atau tidak pada saat pengguna menggunakan suatu produk (Soegaard, 2018, h. 22).

c. *Findable*

Pada tahap ini digunakan untuk memudahkan pengguna dalam menemukan informasi yang dicari pada produk digital yang digunakan, Dalam konteks *website* akan meliputi menu, fitur, dan konten yang disusun secara terstruktur sehingga dapat memudahkan dalam menemukan informasi. Oleh karena itu, kemampuan dalam *findability* merupakan elemen penting di *UX* saat menilai pengalaman pengguna (Soegaard, 2018, h. 23).

d. *Credible*

Dalam era sekarang, pengguna memiliki banyak pilihan dalam menentukan produk yang dipercayai, hal ini menjadi faktor penting oleh pengguna dalam kepercayaannya pada informasi yang akurat, namun jika pengguna merasa kurang valid, akan terdapat kemungkinan menyebarkan pengalaman negatifnya kepada calon pengguna lainnya yang akan merusak reputasi produk (Soegaard, 2018, h. 23).

e. *Desirable*

Faktor ini berkaitan dengan keinginan dalam seberapa menarik suatu produk pada mata pengguna. Hal ini dapat diciptakan dalam *branding* dan identitas visual ataupun estetika yang dapat menarik dan memikat pada suatu produk, hal ini juga dapat menggunakan teknik emosional yang dapat berpengaruh pada pengalaman pengguna (Soegaard, 2018, h.24).

f. *Accessible*

Pada proses menciptakan pengalaman pengguna, tingkat dalam menyediakan kemudahan akses saat digunakan oleh semua orang, termasuk pada orang yang memiliki disabilitas. Dalam hal

ini dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas merupakan hal yang wajib dalam merancang produk yang bisa digunakan kepada semua pengguna (Soegaard, 2018, h. 25).

g. *Valuable*

Pada faktor terakhir, proses ini memberikan setiap produk terdapat nilai bagi pengguna dan faktor ini dalam Keputusan pembelian, karena pengguna akan mempertimbangkan manfaat saat menggunakan sebuah produk. Oleh karena itu, keberhasilan produk bergantung pada nilai yang ditawarkan kepada pengguna (Soegaard, 2018, h. 25).

2.1.4 Interaktif

Pada teori Benyon (2019), *interactive systems* merupakan bagian dari *website*, sehingga akan memberikan kemampuan dalam merespons sebuah tindakan pengguna, serta memberikan interaksi langsung kepada pengguna melalui tampilan *UI website* tersebut. Dengan demikian, *website* bukan hanya media yang menyampaikan informasi, namun juga sebagai sistem untuk berinteraksi langsung kepada pengguna dengan konten yang diberikan (Benyon, 2019).

Pada penjelasannya, interaktif memiliki *interaction patterns* yang akan membentuk keteraturan dalam sistem interaktif, dan biasanya umum telah dilakukan oleh pengguna saat menggunakannya di berbagai media digital, sehingga memberikan kebiasaan yang disebut dengan *interactive interaction patterns* sebagai contohnya, tindakan *double click* untuk mengakses konten, *right click* sebagai menu pilihan, tombol *play*, *stop*, *fastforward*, *rewind* dalam tampilan perangkat serta efek *hover* yang digunakan sebagai kursor, semua *pattern* tersebut menjadi sebuah kebiasaan interaksi yang dikenal umum oleh pengguna, namun pembagian *pattern* juga memiliki tingkat perancangan dari sederhana hingga susunan menu, navigasi, ataupun interaksi yang berbasis *gesture*, sehingga menggunakan penerapan ini akan membantu penulis dalam memahami cara kerja sistem interaksi dengan konsisten (Benyon, 2019, h. 230-231).

1. *Elements of Interaction*

Terdapat elemen interaktif yang dapat dipertimbangkan saat merancang interaksi dalam suatu sistem, hal ini dikemukakan oleh Dan Saffer (2009), dikutip oleh Beyon (2019), penggunaan tersebut bertujuan agar menciptakan sistem yang efektif dalam pengalamannya, berikut elemen pada interaktif,

a. *Motion*

Elemen ini berhubungan dengan pergerakan *object* pada tampilan *UI*, sehingga difungsikan untuk menciptakan tindakan (*trigger for action*), selain itu visual Gerakan yang diberikan akan disesuaikan pada konspe ataupun karakter dari pengguna, yang meliputi *page transition*, efek hover pada tombol, animasi saat melakukan *scroll*, atau pergerakan ikon (Benyon, 2019, h. 226).

b. *Space*

Elemen ini memberikan ruang tempat dalam melakukan interaksi, dalam desain interaksi, merupakan ruang digital melalui *layout*, navigasi, dan posisi elemen *UI*, sehingga penyusunannya dapat membantu pengguna dalam mengeksplere dan memahami hubungan antar elemen pada proses navigasi (Benyon, 2019, h. 226).

c. *Time*

Elemen ini digunakan untuk menunjukan waktu pada interaksi langsung seperti durasi animasi, kecepatan transisi, serta waktu dalam merespons sistem interaksi tersebut, sehingga penggunaan ini akan memberikan ritme interaksi yang dialami oleh pengguna saat menggunakannya (Benyon, 2019, h. 226).

d. *Appearance*

Elemen ini akan memberikan karakteristik pada suatu *UI*, seperti ukuran, bentuk, proposi, warna, ataupun susunan elemen visual pada tampilannya, sehingga membantu pengguna dalam mengenali fungsi di elemen elemen interaksi tersebut dan

tentunya dibutuhkan konsistensi dalam penggunaannya sehingga tidak membuat pengguna kebingungan dalam melakukan interaksi tersebut (Benyon, 2019, h. 226).

e. *Texture*

Elemen ini akan memberikan rasa pada visual kepada pengguna dalam berinteraksi pada suatu media, dalam penggunaan media digital biasanya akan memberikan efek pada visual sehingga memberikan kesan tertentu (Benyon, 2019, h. 226).

Dengan demikian, berdasarkan penggunaan teori yang telah dijelaskan, teori *website* memiliki keterkaitan masing-masing, sehingga semua teori tersebut akan digunakan sebagai proses perancangan, dalam teorinya terdapat penjelasan mengenai *anatomy website*, *user interface UI*, dan *user experience UX*, pada penggunaan teori *anatomy* akan sebagai acuan dalam menyusun stuktur *website* tersebut, selanjutnya terdapat teori *user interface UI* yang digunakan sebagai konsistensi visual pada tampilan *website* tersebut, sementara pada teori *user experience UX* akan digunakan sebagai acuan saat mengoperasikan *website* tersebut kepada pengguna dalam memberikan pengalaman terbaik, sehingga penggunaan teori tersebut akan mempermudah penulis dalam melakukan proses perancangan *website*.

2.2 Penerapan Gamifikasi Pada Bidang Edukasi

Gamifikasi merupakan sebuah sistem dimana pemain akan terlibat pada sebuah tantangan, yang ditentukan oleh aturan, intraktivitas dan *feedback* balik hal ini dapat menciptakan emosional dari pengguna (Karl M. Kapp, 2012, h. 7). Dalam proses pembelajaran, terdapat berbagai jenis pengetahuan seperti fakta, konsep, aturan, maupun jenis pengetahuan lainnya, tentunya masing-masing memiliki karakteristik sendiri yang membentuk dasar pada pemahaman dan memperkuat proses belajar tersebut. Umumnya memberikan motivasi pada pengguna dan juga memberikan *feedback* yang bermanfaat bagi penulis dalam menilai pengguna pada keberhasilan memahami perancangan. Dalam perancangan ini, penulis menggunakan teori *8 core drives of gamification* yang dapat membantu dalam perancangan.

2.2.1 *Core drives of gamification (Octalysis)*

Dalam perancangan ini, penulis menggunakan teori *core drives of gamification* akan membantu dalam perancangan, pada teorinya Octalysis digunakan untuk menemukan cara dalam memahami media digital dengan menciptakan pengalaman menarik pada pengguna dalam terlibat langsung, sehingga menciptakan rasa penasaran (Chou, 2014).

Sehingga penggunaan teori ini, akan berguna untuk menilai keterlibatan pengguna saat menggunakan *website*, dimana akan digunakan sebagai media edukasi yang menilai tingkat pemahaman mereka pada informasi tersebut.

1. *Core Drive - Epic Meaning & Calling*

Pada teori *Epic Meaning & Calling* digunakan untuk memberikan dorongan kepada pengguna agar merasa sedang melakukan yang bermakna untuk dirinya sendiri dan pada perancangan ini, bertujuan untuk menciptakan pengguna dalam memiliki sebuah tujuan dan kontribusi saat menggunakan media tersebut yang akan membuatnya tokoh penting (Chou, 2014).

2. *Core Drive - Empowerment of Creativity & Feedback*

Pada teori *Empowerment of Creativity & Feedback* digunakan bagi pengguna yang diberikan kebebasan dalam mengeksplorasi dan mencoba hal baru, hal ini akan memberikan respon langsung dari interaksi pengguna, teori ini akan memberikan pengguna pengalaman yang lebih interaktif (Chou, 2014).

3. *Core Drive - Unpredictability & Curiosity*

Pada teori *Unpredictability & Curiosity* digunakan memberikan dorongan penasaran bagi pengguna untuk berinteraksi langsung pada kelanjutan tahap selanjutnya, hal ini membuat pengguna akan selalu mengeksplorasi informasi dan pengalaman baru (Chou, 2014, h.34).

Dengan demikian penggunaan teori tersebut, akan dijadikan acuan penulis sebagai dalam meningkatkan motivasi pengguna untuk menyelesaikan konten yang diberikan dengan alur cerita yang jelas, penggunaan tersebut juga akan

dinilai sebagai fitur interaktif dalam meningkatkan pemahaman dengan mencapai akhir halaman dari *website* tersebut.

2.3 Pakaian *Choengsam*

Pakaian *Choengsam*, dikenal dengan sebutan *Qipao* pada bahasa tiongkok dan merupakan pakaian etnis Tionghoa dan pakaian ini dipengaruhi oleh suku Manchu pada saat dinasti Qing. Namun perkembangannya saat tahun 1840an, dimana negara china telah memasuki era *modern*, selama priode republik China, pengaruh pada budaya eropa dan amerika mulai terlihat sehingga gaya pakaian tradisional dinasti Qing perlahan mengalami modifikasi. Pada kalangan pria mulai mengenakan seragam SunYatSen, sementara pada kalangan perempuan terbagi atas kelas menengah keatas mulai menggunakan *Choengsam* dengan rok bergaya barat dan perhiasan lainnya dan pada kalangan kelas bawah tetap menggunakan jaket dan mantel tradisional tiongkok yang berbahan kantung dengan bermotif dan Sepatu yang dihiasikan bordir (Hua Mei, 2014, h. 170).



Gambar 2.22 Representasi wanita *modren* pada era republic China
Sumber: (HuaMei, 2014, h. 178)

2.3.1 Evolusi bentuk pakaian *Choengsam*

Awal mulanya pakaian *Choengsam* ini berawal dari kata *Qipao* hal yang berarti baju orang bendera itu merupakan sebutan dari orang Manchu oleh orang Han. Awal mulanya pakaian ini ciptakan pada gagasan kesetaraan gender pada perempuan dengan menggunakan gaya pakai pria di tahun 1921, oleh sekelompok para siswi SMA di Shanghai yang menjadi *tren* pelajar. Pada awalnya bentuk pakaian *Choengsam* berupa satu potong yang longgar dan memiliki potongan

garis lurus dan rata, dengan karakteristik menutupi seluruh tubuh hingga ke pergelangan kaki serta menyembunyikan lekuk tubuh dan memiliki lengan yang berbentuk lonceng, hal ini menunjukkan bahwa pakaian *Choengsam* ini tidak memiliki lekukan pada garis pinggang, namun berjalannya waktu, kecenderungan semakin terlihat menonjolkan keindahan lekuk tubuh pada pakaian wanita yang ingin ditampilkan oleh para-wanita di sana (Hua Mei, 2014, h. 177).

Pada perubahan era modrenisasi, yang dipengaruhi budaya barat, bentuk *Qipao* mengalami perubahan lagi, saat mendekati akhir 1920-an dimana pakaian diubah menjadi pakaian ketat dengan menonjolkan bagian ketiak dan memperketat garis pinggang agar terlihat lekukan tubuh, setelah itu pada tahun 1930-an mengalami perubahan dimana kerah tinggi menjadi tren dan diganti menjadi kerah rendah. Pada varian lengan terdapat varian yang panjang penuh hingga tanpa lengan, sementara pinggiran bawah gaun dapat mencapai lantai atau hanya sebatas lutut. Pada pemilihan bahan, telah menggunakan kain yang lebih ringan seperti katun, linen dan sutra yang memiliki motif sederhana namun tetap memberikan kesan elegan (Hua Mei, 2014, h. 177-178).

2.3.2 Globalisasi pada pakaian *Choengsam*

Pada akhir abad 20an, dunia internasional mulai tertarik pada pakaian *Choengsam* dengan gaya yang oriental menjadi meningkatnya pengaruh budaya tionghoa di luar negeri sehingga mereka mulai bangga mengenakan pakaian tradisional tersebut, pada era modren, popularitas pakaian *Choengsam* meningkat pesat dengan kemunculan film Hongkong berjudul “*In The Mood For Love*” dimana aktris menggunakan pakaian *Choengsam* sebanyak 20 variasi dengan berbagai warna dan gaya, hal ini membuat banyak orang menyadari keindahan dan keunikan pakaian tersebut. Terdapat faktor lain, pada saat konferensi *APEC* di Shanghai pada tahun 2001 yang memperkenalkan pakaian *Choengsam* kepada pemimpin dan media

Internasional dan dikenal sebagai jaket gaya Putin, hal ini minat baru pada pakaian *Choengsam* (Hua Mei, 2014, h. 203-204).

2.3.3 Simbolik china pada pakaian

Pada penggunaan motif di pakaian Tionghoa biasanya menggunakan seni bordir atau sulaman yang berasal dari Tiongkok sejak budaya sutra ditemukan sekitar 4000 tahun yang lalu. Nah, pada awal pakaian keagamaan, pakaian resmi, memberikan ruang besar untuk dekorasi bordir pada kostum yang rumit, terutama pada pakaian laki-laki sebagai simbol status. hal ini masih bisa dilihat sampai saat ini. Seni bordir sendiri pernah mencapai masa kejayaannya pada masa pemerintahan Kaisar *Qianlong*. namun Setelah itu, mulai menurun karena kualitasnya terhadap detail atau keseimbangan warna tidak lagi sekuat sebelumnya. Penggunaan motif umumnya digunakan dalam seni bordir pada pakaian, meliputi:

1. Motif Naga

Motif ini melambangkan motif ini melambangkan kekuasaan Kaisar dan dikaitkan dengan warna biru serta angka ganjil pada juga Kaisar biasanya digambarkan motif naga yang melingkar ke atas dan ke bawah sementara penggunaan motif naga pada pejabat yang tinggi biasanya digambarkan terbang ke bawah (C. A. S. Williams, 2006, h. 138-139).

2. Motif Burung Phoenix

Motif ini merupakan salah satu dari 12 ornamen dan biasanya digunakan untuk menghiasi pakaian atas kaisar pionis secara umum melambangkan keanggunan yang sering dipasangkan dengan naga (C. A. S. Williams, 2006, h. 285).

3. Motif kupu-kupu

Motif ini umumnya digunakan untuk dekorasi bordiran pada pakaian wanita dan sering dilambangkan kecantikan atau melambangkan cinta yang biasanya digunakan pada saat pernikahan (C. A. S. Williams, 2006, h. 77).

4. Motif bunga Peony

Pada motif ini, dikenal sebagai *three peony* yang merupakan salah satu bunga yang sangat dihormati dalam budaya China. Bunga ini disebut "HuaWang" yang berarti raja dari segala bunga yang memiliki arti kemakmuran dan kehormatan. Dalam motif ini melambangkan kecerahan, kekuatan, cinta, kasih sayang, dan juga kecantikan pada perempuan. Karena bunga ini memiliki perwakilan empat musim, sehingga dipercaya sebagai pertanda keberuntungan yang biasa digunakan saat digunakan di pakaian pernikahan (C. A. S. Williams, 2006, h. 283).

5. Bangau

Pada motif ini, dikenal sebagai simbol yang penting dalam budaya Tiongkok dan dihormati setelah burung pionis. Pada motif bangau sering digambarkan sebagai pemimpin antara burung yang dipercaya sebagai kendaraan para makhluk dewa-dewi dalam kepercayaan Tiongkok. Pada kepercayaan budaya Tiongkok, bangau memiliki empat jenis, yakni bangau hitam, kuning, putih, dan biru, di mana bangau hitam dipercaya sebagai umur yang paling panjang serta melambangkan keabadian yang biasanya digunakan untuk tradisi pemakaman sebagai lambang pengantar jiwa menuju surga. Namun, dalam status sosial, bangau putih biasanya digunakan pada jubah pejabat sipil sebagai petanda status dan hirarki sosial pada masa kekaisaran (C. A. S. Williams, 2006, h. 116).

6. *Leopard*

Pada motif ini, biasanya digunakan pada bordiran pakaian yang memiliki pangkat sebagai pejabat militer kelas tiga yang menunjukkan simbol makna keberanian dan kegagahan militer pada zaman kekaisaran dahulu (C. A. S. Williams, 2006, h. 229).

2.3.4 Makna Warna dalam simbolik budaya Tiongkok

Dalam penggunaan warna simbolik, terdapat makna simbolis pada budaya Tionghoa dan memiliki fungsi yang berkaitan dengan status sosial, otoritas, nilai moral, serta aspek kehidupan. Secara umum, pada filosofi *WuSe* terdapat lima warna utama dalam budaya Tionghoa, yaitu merah, kuning, biru, hijau, putih, dan hitam. Masing-masing penggunaa warna tersebut memiliki makna simbolis yang berbeda dalam kehidupan masyarakat di China.

Dalam pemakaian warna merah biasanya akan berkaitan dengan perayaan atau acara penting yang memiliki arti kebahagiaan dan kemakmuran karena dipercayai mengundang keberuntungan. selanjutnya penggunaan warna kuning, pada masa lalu hanya dapat digunakan oleh kaisar atau keluarganya karena memiliki makna sakral dan selanjutnya pada warna penggunaan warna biru dan hijau biasanya dikaitkan dengan alam ataupun kehidupan.

Sementara itu, penggunaan warna putih dalam budaya Tionghoa memiliki makna yang berbeda dibandingkan budaya Barat. Warna ini memiliki makna duka cita yang digunakan saat upacara pemakaman. Sedangkan penggunaan warna hitam biasanya akan disimbolkan ke hal yang negatif ataupun kejahatan. penggunaan warna pada budaya Tionghoa dapat digunakan dalam aspek kehidupan sosial termasuk seni, keagamaan, hingga sistem pemerintahan tradisional dahulunya (C. A. S. Williams, 2006, h. 96-97).

Dengan demikian, rangkuman dari teori yang telah dijabarkan, penggunaan teorin mengenai *Choengsam* akan menjadi pembahasan utama pada perancangan *website* tersebut. dengan menggunakan beberapa teori yakni dari buku Hua Mei (2014) sebagai topik utama dalam membahas sejarah dan perkembangan pakaian *Choengsam*, selanjutnya terdapat teori C. A. S. Williams, (2006), sebagai teori mengenai simbolik China yang akan dijadikan media informasi pada perancangan tersebut. sehingga penggunaan ini akan

menjadi sumber yang valid atau terpercaya dalam membuat konten pembahasan di *website* tersebut.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Buku Ilustrasi Banten Prayascita Gaya <i>Flat Design</i> Sebagai Sarana Pelestarian Budaya Bali Pada Parisada Hindu Dharma Indonesia Bekasi (Cista & Murtono, 2023)	Luh Putu Ayu Cista, Taufik Murtono	Penelitian ini, menghasilkan gaya <i>Flat design</i> yang disederhanakan pada visual <i>ornament</i> budaya bali menjadi lebih <i>modern</i> , dengan alur perancangan menggunakan tahapan <i>design thinking</i> .	Penggunaan <i>style flat design</i> dapat efektif dalam mengvisualisasikan secara komunikasi sehingga menarik minat pembaca dari ilustrasi tersebut.
2.	Perancangan Buku Ilustrasi Tentang Pakaian Cina Peranakan Untuk Menarik Minat Generasi Muda Tionghoa-Indonesia	Celine Tjandaranata & Andreana Lingga Sekarasri	Penelitian ini menunjukan target kurang menarik dengan kebaya encim sehingga dibuatlah media buku ilustrasi dengan pendekatan ilustrasi yang mampu meningkatkan motivasi membaca.	Penggunaan media informasi dalam bentuk buku dalam menggunakan visual style semi-realistic yang relevan untuk target pengguna.

	(Tjandranata & Sekarasri, 2025)			
3.	Teknik <i>Storytelling</i> Dengan Media Wayang Sebagai Upaya Meningkatkan Keaktifan Belajar Siswa Kelas V Sekolah Dasar (Kusumawati et al., 2024)	Eli Kusumawati, Sri Utami & Natal Hari Susanti	Jurnal menunjukan keberhasilannya menggunakan metode <i>storytelling</i> dalam pembelajaran siswa yang antusias sehingga berpotensi dikembangkan dalam <i>website</i> sebagai edukasi.	Kebaruan penelitiannya terletak pada memanfaatkan wayang sebagai media <i>storytelling</i> . Pendekatan ini menghadirkan metode pembelajaran sebagai solusi efektif.

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa masing-masing penelitian dapat membantu meluaskan pemahaman penulis pada kebaruannya penggunaan dengan pendekatan gaya *flat design* dapat memberikan visual yang sederhana dan mampu meningkatkan keterlibatan pengguna dalam memahami sebuah informasi, walau masing-masing penelitiannya menggunakan media yang berbeda seperti media *website* interaktif, buku ilustrasi dan media *website*, namun setiap penelitiannya memiliki tujuan yang sama yaitu menyampaikan informasi yang tentunya memberikan pengalaman lebih menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan preferensi target pengguna dengan elemen-elemen interaktif, serta dengan penggunaan naratif yang dapat meningkatkan motivasi pengguna dalam mempelajari informasi yang disampaikan. Hal ini membuat penulis mempertimbangkan, dengan perancangan *website* pendekatan visual *storytelling* dan naratif dengan memberikan pengalaman imersif, dapat menjadi solusi efektif bagi pengguna.